



学电商
xuedianshang.com

过年怎样才能做好弯道超车

【芷若】

学电商讲师

六邦电商讲师



千万级店铺操盘手

十年电商实战经验

每年打造多个标品与非标品类TOP产品

擅长：淘内直通车打造爆款，短视频带货玩法；

著有：《直通车训练营》《从零开始学抖音》；





一、过年期间到底要不要开车？

二、能否做好弯道超车的必要条件

三、弯道超车内化工作

1

过年期间到底要不要开车？





对于大多数类目而言
过年是需要开车的
具体视自己的实际情况而定

1、表面上看过年期间大盘数据在下滑，是因为物流和服务所导致的

2、而实际上过年期间客户会有更多时间来购物，购物需求还是处于高涨的

3、此时去做产品突破更容易成功

4、对打造新品更有利，这时开车相对竞争度小，更容易提升账户权重，拉低PPC

连衣裙女

查询

选择行业类目

连衣裙女

查询

选择行业类目

女装/女士精品 连衣裙 女装/女士精品 运动服/休闲服装 运动裙

市场数据趋势

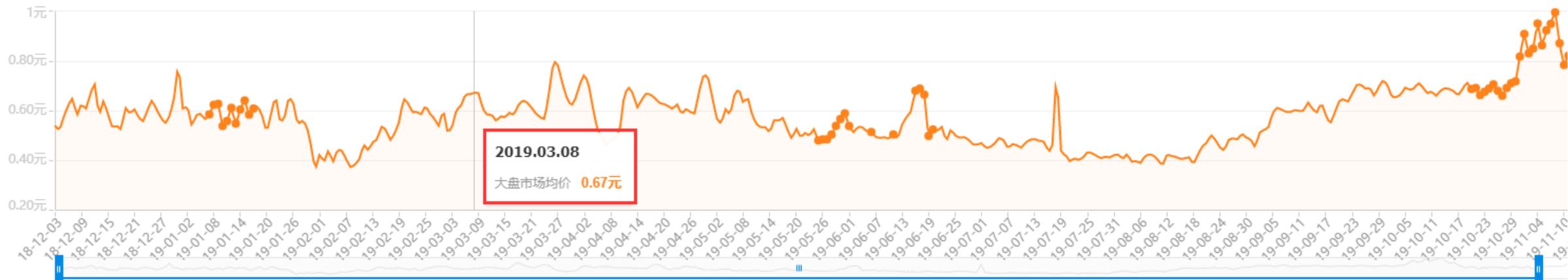
人群画像分析

竞争流量透视

市场趋势

展现指数 ? 点击指数 ? 点击率 ? 点击转化率 ? 竞争度 ? 市场均价 ?

过去13个月





1、过年期间淘宝考核的是谁能给我创造销售，谁能给我发货，就给大流量

2、因此一些有能力的卖家一定要去提前签约顺丰或是EMS



1、可以有效稳定的直通车计划权重

2、直通车如果长时间不投放，累计权重是会清零的

3、这其实是从另一方面去节约费用，节约爆款拉升时间

4、如果过年期间的PPC是1元，一般年后都会超过1元

2

能否做好弯道超车的必要条件



1、看你推广的产品赚不赚钱，利润空间大不大，是否能够带动得起足够大的流量

2、在过年这段时间内是否还有需求

3、如果没有经验或是没有信心的，建议还是年后再操作

4、想成功做好弯道超车，必须做好各项准备

3

弯道超车的内化工作





新品内化

(找出潜力款、养好权重)

老品内化

(维护账户权重)

1、新品内化-测出潜力款

- 1、明确目标，踏准产品时间节点，测出潜力款
- 2、为新品养好计划权重，尤其关注好直通车的实时权重
- 3、做好直通车预算
- 4、添加30个左右相关性高的关键词
- 5、出价： $\text{点击率} = \text{点击量} / \text{展现量}$ （如果你的展现量少于行业点击率的3倍，那么就算展现量过高）
- 6、时间/地域：参考店铺以往数据
- 7、保证点击率，积累好计划权重



1、对于点击率效果一直很差的账户和资金有限的买家，春节期间可以全面暂停直通车计划

2、老品过年期间把预算降到50左右点击量，每天把钱花完就可以了

3、老品的作用更多的是稳定直通车权重，不被清零

4、年前如果直通车开的很不好，那么可以利用过年期间暂停，让权重恢复到初始状态



紧盯住直接竞争对手，

对于标品类目的产品，销量权重非常重要，销量尽量在年前过过年这段时间拉上去

等过完年会遇到3.15就不太好拉了



1、仓库可以提前安排备货，可提前准备好贺卡，现金小红包等

2、提前联系好合作快递：邮政、顺丰、京东配送

- 邮政：个别地区不接散件，有起订量
- 顺丰：成本比较高，只适合高利润产品

保证能有客服值班，这个也是高点击率和高转化率的保证

1、提升点击率为主的内化活动

- 告知搜索页面截图，拉进微信群发红包

2、提升转化率的内化活动

- 详情页第一张放一个活动页面，提前多少天拍下，便宜多少元



扫一扫上面的二维码图案, 加我微信

需要本节课课程：可以加老六微信

回复：**【弯道超车】** 即可



— 让电商变容易 —



电商数据分析专家



淘宝数据分析工具



快速卡首屏补单神器



电商行业一目了然



拼多多数据分析工具



一键还原生意参谋指数



抖音电商数据分析工具



电商人的在线大学