



解析搜索排序规则

快速引爆店铺流量



目录

01

搜索排名流量解析

02

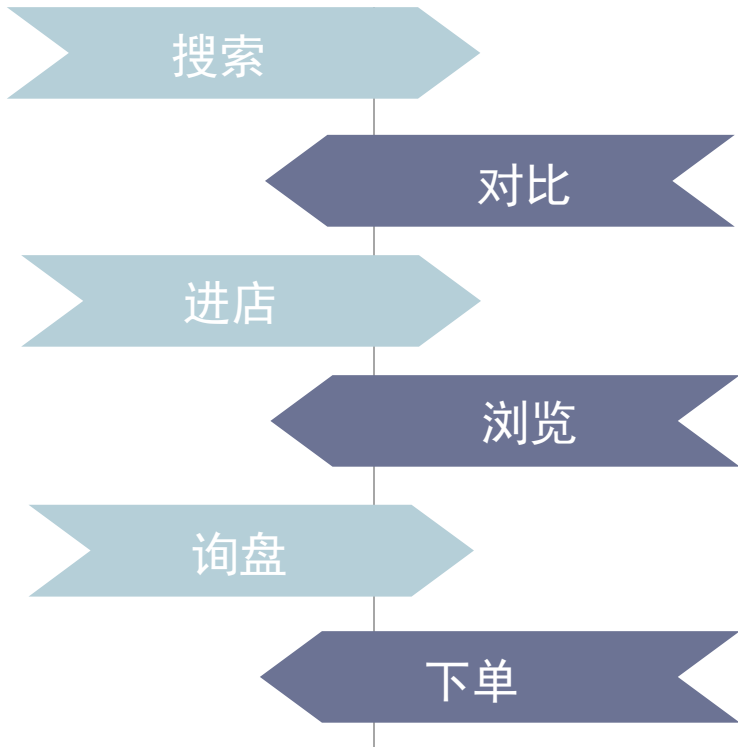
店铺权重分类以及加权技巧

03

流量转化-客服



店铺转化链路



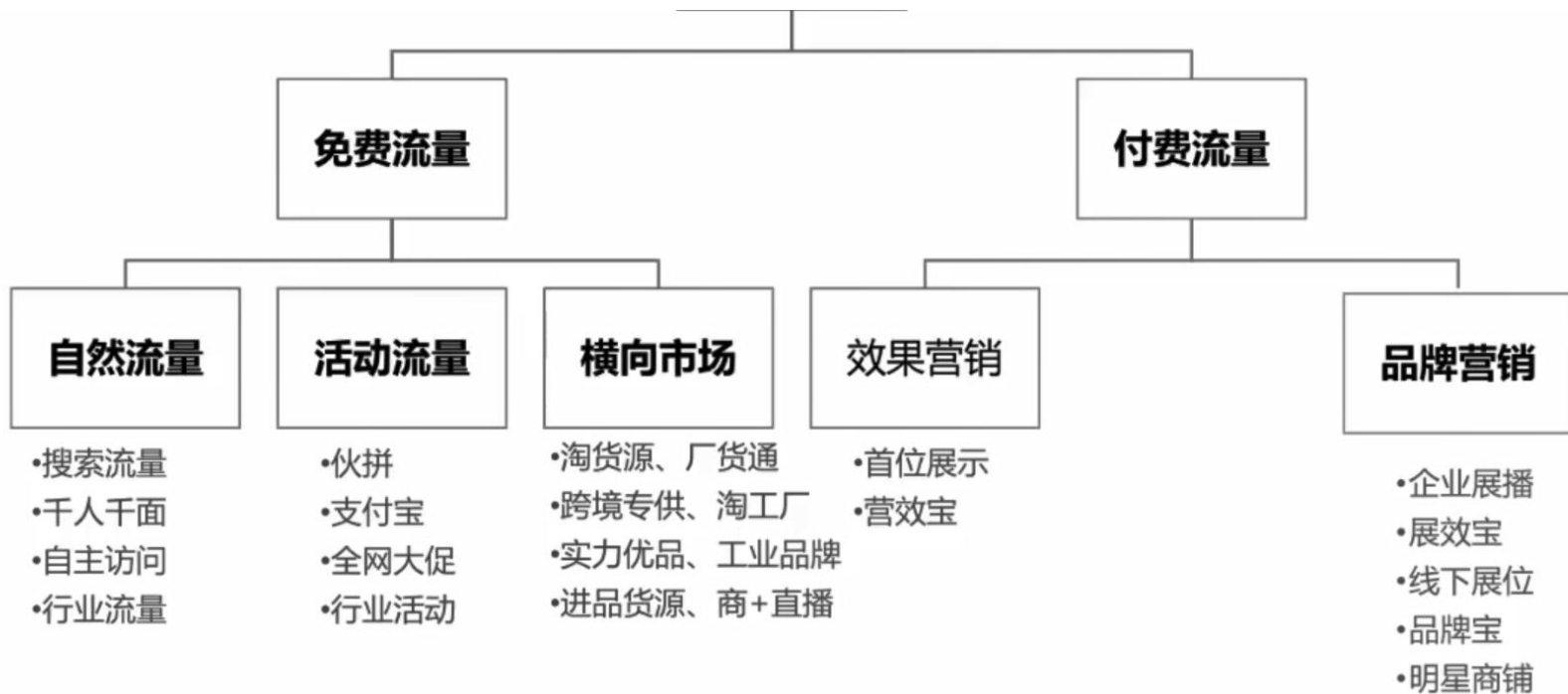


搜索排名流量获取 01



1688平台流量分布

流量





影响自然排名流量的因素

标题

主图

价格



BSR值（新灯塔）

交易金额

实商...



搜索排名核心因素





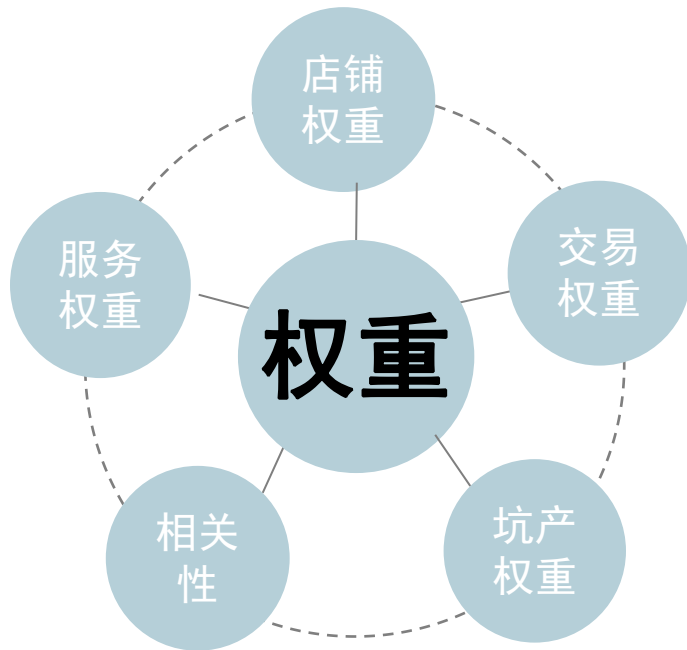
店铺权重分类以及加权技巧 02



店铺权重分类



什么是权重？





店铺权重分类

权重分类





店铺加权技巧



层级权重

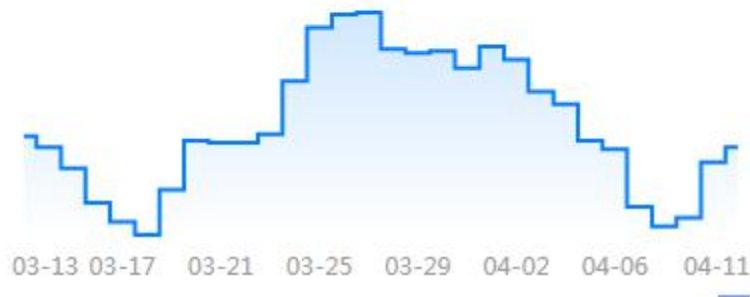
平台根据店铺层级划分到不同的流量池

近30天支付金额排名

统计时间：2021-04-11

198名

包装 - 包装辅助物 第二层级



以上层级与排名根据商家近30天支付金额计算



店铺加权技巧



新品权重

新品上新七天扶持期

所有商品(114) **新品(1)** 趋势品(8) 爆品(4)

新发布商品，满足“新品”规则即可打上“新品”标识，享受“新品”众多权益，新品规则详情 [查看规范](#)
成长路径：发布“新品” → 新品培育（完成新品首单成交） → 新品打爆（新品打爆流量专项扶持） [立即发布新品](#)

商品成长

找到符合条件的商品 1 个

商品信息	昨日 7日 30日	新品成长周期	状态	运营策略
 ¥37.0 ~ 42.0 库存：31999680 超级新品	访客数 11 买家数 2 支付金额 844.07 支付转化 18.18%	新品打爆期 2021.03.17 ~ 2021.04.11	新品打爆中，新品打爆流量扶持中	报名商人节获取更多流量曝光 立即报名 镇店之宝设置 立即设置 商品打爆任务 立即前往 查看更多



店铺加权技巧



点击率权重

点击率=访客/展现

代表店铺引流能力





店铺加权技巧



支付转化率权重

支付转化率=买家数/访客数

支付转化率代表转化能力，
转化能力越强，系统分配高意向的买家就越多





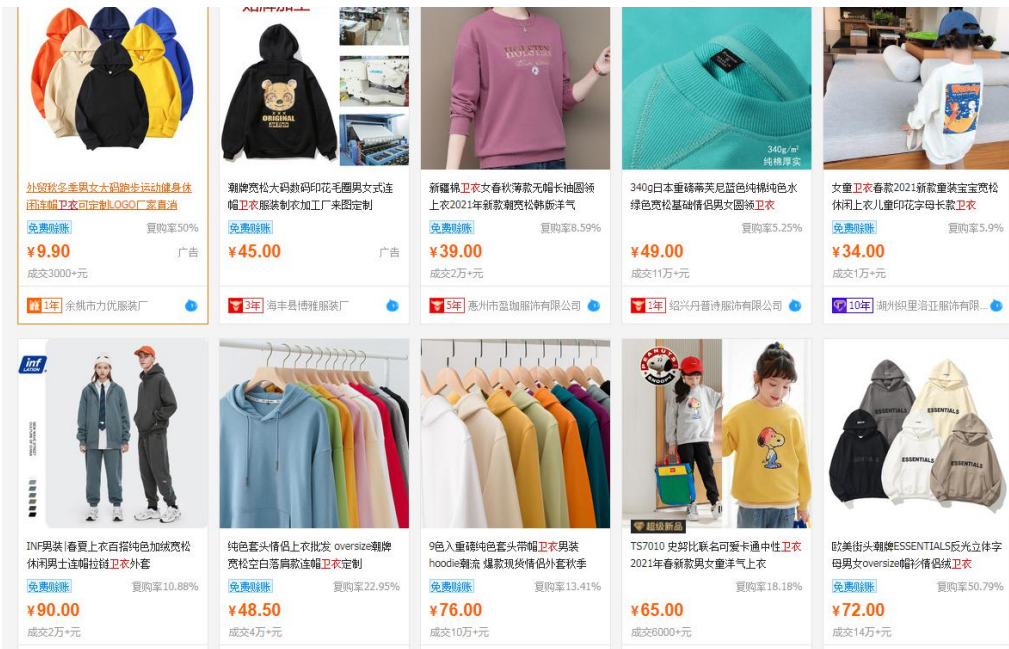
店铺加权技巧



销量权重

销量是搜索排序维度之一

销量越高，代表产品越有竞争力





店铺加权技巧



动销权重

动销率=动销商品数/商品总数





店铺加权技巧



买家权重



突出B类买家权重，对于高等级买家（L3-L6等级买家）所产生的买家数进行不同程度的加权，例如一个L6等级的买家，按3倍计入买家数，L4/5买家按两倍计入买家数，L3买家按1.5倍计入买家数。



店铺加权技巧



收藏权重

收藏数量代表买家对产品的
意愿度，
种草越多，系统流量加权越大



部分功能目前仅对豪华版和VIP版商家开放。

+ 更多

收藏人数

13

550.00% ↑

收藏转化率 ⓘ

16.25%

13.75% ↑






店铺加权技巧



加购权重

加购人数越多，潜在买家数越多

+ 填写商品日记

开启商品日记   


复购买家支付金额

2,790

-

加购人数 

10

233.33% 





店铺加权技巧



询盘率权重

询盘率=询盘数/访客数
询盘率越高代表意向买家越多

员工账号:

客户账号: * 员工账号

操作时间: - 可以查询3个月之内的

聊天记录详细

聊天关系:	聊天记录详情:
员工账号列表 <input type="text"/>	客户账号列表 1991351348 泪盈盈 侯志明的牛奶老师 滨盈盈 tb9214320_2011 tb372086322 pinkymua larry1984cool cc330327 我派大王去巡山嘞 tb442002057 13480452313abc a17319895535 紫泪盈盈 忘词啦啦啦啦 T F M 1688



店铺加权技巧



人群标签权重

身份特征分析

根据店铺成交客户类型，
系统匹配对应客户人群。

采购实力分布



经营身份分布





店铺加权技巧



访问深度权重

详情页产品展示
公司实力

+ 填写

平均停留时长(秒) ⓘ

76

409.00% ↑



店铺加权技巧



标题权重

产品标题是整个流量的端口

排名基础建设



店铺加权技巧



关键词权重

关键词权重直接关系到搜索排名位置



店铺加权技巧

体验星级

5/5

[提升星级 >](#)

48小时揽收率


83.33% ↑



BSR值，新灯塔权重

新灯塔是平台新推出来的版块，主要体现商家服务能力

考核维度	当前得分	考核指标	指标表现	指标得分	指标趋势	考核标准	下一档目标值
综合体验得分	4.42分(5星)						已达标
物流体验	4.00分	履约率 ●	98.70%	4.00分			100.00%
商品体验	5.00分	品质退款率 ●	0.0000%	5.00分			已达标
售后体验	3.67分	仅退款时长 ●	1.50天	3.00分			0.54天
		退货退款时长 ●	3.72天	4.00分			1.66天
咨询体验	4.00分	三分钟响应率 ●	69.77%	4.00分			85.02%
纠纷投诉	5.00分	纠纷率 ●	0.0000%	5.00分			已达标
买家保障	额外加分 +0.1分	发货保障订单占比 ●	93.45%	已达标			达标标准：30%
		品质保障订单占比 ●	0.00%	未达标			达标标准：20%
		极速退款订单占比 ●	0.00%	未达标			达标标准：10%
成交能力 星级进阶门槛		成交金额 ●	12.59万	已达标			4.5/5星达标标准：247万
		订单数 ●	229个	已达标			5星达标标准：100个



流量转化-客服 03



流量转化-客服类型



小心翼翼型



闭门谢客型



了无音讯型



千呼万唤始出来型



娟娟细流型



穷追猛打型

客服类型





流量转化-B类客服定位

产品经理型



业务员型



高体验型



铁军型





流量转化-客服技能

专业技能



生产流程



产品性能



产品特点



产品优势



产品定价



产品卖点

产品知识掌握





流量转化-客服技能

服务技能



服务意识



客服心态



服务技巧



客服沟通

产品知识掌握





咨询体验

pc端以及无线端显示综合服务评分





咨询体验指标解读

考核维度	权重占比	考核指标	指标定义	指标得分逻辑	维度得分逻辑
咨询体验	25%	旺旺3分钟响应率 (考核早9:00-晚9:00的3分钟响应率)	近30天3分钟内的响应数 /近30天的咨询消息数	在同类目的商家中表现最优的 15%商家为5分, 15-50%为4分, 50-80%为3分, 80-95%为2分, 最后5%为0分	旺旺3分钟响应率得分* 25%

- 1.子账号、商家账号间的消息不计入考核
- 2.有阿里官方打标的小二账号发来的消息不计入考核



咨询体验提升技巧

1. 3分钟旺旺响应率主要考核买家当天首问语的响应速度，善用表情，优先响应买家首问，安抚买家，以免流失，
2. 推荐使用千牛快捷短语等接待工具，将常用的接待话术批量录入，减少打字输入的成本，大大增效
3. 优化客服绩效考核，旺旺响应速度计入客服考核指标，提升客服回复买家咨询的积极性
4. 根据旺旺询单高峰安排客服排班，并能善用客服提效小工具，辅助客服提升回复速度



感谢观看