

淘宝商品排名靠前有什么方法，淘宝商品排名软件推荐

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/zuowen/38336b6e038b2dbbb0313d163ee69484.html>

范文网，为你加油喝彩！

要知道，影响宝贝排名的因素有很多，并且不同类目的宝贝其重要的权重因子也是不相同的，甚至同一类目的宝贝在不同时间段，权重因子也会发生变化。但有一个因素作为衡量宝贝人气和市场受欢迎程度的重要指标，且重要性一直都不低，那就是宝贝的销量。

但是，销量绝不是唯一的要素，甚至在有些类目中，销量的权重并不像你想象中的那么高。因为你经常会发现：明明你的竞争对手销量比你少，价格也比你高，可是排名却还比你更靠前，这是为什么呢？

想要知道这个问题的答案，首先你要搞清楚下面两个事实：

1.销量不是唯一的决定因素。

因为你会发现，如果以销量的高低来决定宝贝排名，那些新品、小卖家、客单价高的商品怎样都是比不过老品、大卖家、低客单价的商品的，对于这一部分的商品而言是不公平的；

2.从不同渠道进店的所产生的销量对搜索加权的影响是不一样的。

如果大卖家只是一味的砸钱把销量做起来，大卖家财大气粗，而小卖家无法参与这样的资本游戏，到最后只会是两败俱伤的场面。

那要怎样才能做到即使是低销量也能排名靠前呢？今天小编就为大家准备了8个核心要素，当然啦，并不是说你只要做了其中某几个要素就可以变得更好，只是给你的机会更多了。

一、宝贝越“新”；，机会越多

要知道淘宝

是有新品流量扶植的，只要你的产品能被系统判定为新品，系统就会给你多一些的展现机会。由于没有销量等数据作为依据，淘宝搜索引擎暂时无法判断你这个产品是否受市场的欢迎，因此系统只有从标题、首图、详情页、重要属性这四个方面进行判断，所以我们也从这四个方面进行优化。

其中最重要的两点就是你的首图和标题，很多卖家为了贪图便利，直接上传厂家提供的数据包，这是往往不可取的，毕竟厂家是不可能只为你一人提供数据包的，这样做的结果反而会让搜索引擎认为你不是“新品”；因此首图和标题一定要自己做和自己写，哪怕你一开始做的不够好，但只要能让淘宝搜索引擎认为你是“新品”，就达到我们想要的目的。

二、相同渠道的转化率越高，搜索表现就会越好

作为卖家，转化率也是一个需要长期关注的指标，然而大多数卖家都关注整体的转化率，很少去注意到渠道间的转化率对比。要知道，在相同渠道你的转化率越高，你的搜索表现也会越好，这就相当于通过其他渠道的表现来为你的搜索表现加分。

就拿最为普通的自然搜索流量来说吧，如果你的转化率比行业的均值要高的话，那么淘宝的搜索引擎会认为你的产品应该不错，会给你多一点的展现机会。对于其他流量渠道也是同样的道理，但是要注意的是一定要在相同渠道内进行对比，不同渠道间的对比是没有代表性的哦！

三、店铺停留时间越长，机会就会越多

当消费者在你的店铺停留的时间越长时，证明你的客户粘性做的就越好，转化率也会大大增加。想要增加客户方脸爷爷和圆脸奶奶粘性，可以从店铺设计和详情页设计入手。如在店铺首页增加轮播图和优惠信息展示，吸引消费者的关注，延长消费者停留时间；同时在产品详情页中加入关联销售或套餐搭配，使得消费者能更多了解店铺活动和产品，减少跳失率，那么你会给搜索引擎一个很不错的印象，进而给你更多的机会。

四、新品标签与店铺标签越吻合，给到机会就越多

随着淘宝个性化搜索的发展，店铺标签、产品标签、人群标签等也变得越来越重要。如果你的新品想要在基础数据很少的前提下获得一个不错的排名位置，得到更多的展现机会，有一个基本前提，那就是你的新品标签要和你的店铺标签是相吻合的。

店铺标签的形成是通过店铺宝贝的标题、关键词、类目、属性、详情页等体现出来，标签形成的权重排序为购买的权重最高、加购的权重次之、收藏的权重再次、然后是浏览的权重、再有是产品本身的属大学生年度自我鉴定性形成的标签。

新品由于缺乏数据和权重作为依据，因此新品标签的形成主要取决于两个因素：

上新时，宝贝的价格、属性等因素
是否与店铺标签匹配，

如你的店铺一直都是出售欧美风格的女装，如果这时你上的新品是韩版风格的，这就与你店铺的标签不匹配了。在不匹配的情况下，店铺标签混乱，想要获得的机会就会很少了；

老客户营销有助于标签强化。由于老
客户的标签很明确

，在购买新品时会迅速为你的新品打标，因此在上新时别忘密码作文600字加上老客户的营销计

划，通过老客户的营销来破零，回购率越高，宝贝权重就会越高，个性化搜索的标签也会得到强化，此时能引进的流量也会越多。

五、竞争激烈的大类目接近下架时间排名就会靠前

现在下架时间这个因素随着个性化搜索趋势的发展，权重已经越来越低。虽然权重低，但不意味着我们就放弃这个因素，尤其是对于竞争激烈的大类目而言，更不能轻易放弃。

新品上架时会获得搜索引擎给的搜索权重扶植，除了我们知道的关键词搜索外，还有一个大家很少关注的，那就是下架时间。当然这个下架时间不是指真正的下架，而是系统根据宝贝搜索排名设置的宝贝虚拟自动上架和下架。我们知道

大类目中宝贝数量众多，而展现资源相对有限，因此宝贝间的竞争十分激烈。所以为了公平起见，有一些新

品在搜索关键词的时候

，就有可能会通过下架时间权重来匹配展现机

会。

越是接近下架时间，排名就会越靠前。因此有时我们在淘宝的搜索结果页会看到一些店铺信誉不高的新品，销量也很少，但是排名却很靠前，很大程度上就是因为这个宝贝到了下架时间了。

因此就大类目而言，

下架时间优化还是十分有必要的，尤其是在新品期，下架时间的作用还是比较明显的。

六、收藏加购指标越好，排名也会越靠前

很多时候淘宝店铺的收藏加购占比能够提升店铺权重，还能增加宝贝在淘宝搜索的排名人气，继而提高你的自然搜索权重，尤其对于新品和新店来说，这个指标更加重要。新品上架后第一周时，收藏加购的指标是非常重要的，这两个指标你在第一周的时候做的越好，你后面的排名就会越好。想要知道数据怎么样，可以查看你所在类目的收藏和加购平均值是什么样子的，如果你这两个指标均高于类目平均值的话，说宝贝表现不错，哪怕销量不高，后续也能获得不错的排名

七、客单价越高，获得的机会就越多

在机会均等的情况下，你所创造的客单价越高，就越容易得到搜索引擎的青睐。同样的一款宝贝，A家的定价是80元，B家的定价的是50元，两家店铺的月销量同样都是1000件，由此我们可以得出A家的销售额是80元*1000件=80000元，B家的销售额为50元*1000件=50000元，由此可见，A家的产出能力明显高于B家，那么你觉得平台后期给谁机会更大些？

有些卖家会想着用低价引流，但是虽然低价引流可以给你带来更多的销量，但是由于你的价格低，同样的销售额，也就意味着你需要付出更多的努力才能达成目标。对于本身客单价较低的产品，我们可以采取组合销售或者套餐搭配的方式进行销售，如袜子的组合销售等。

更多 作文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/92_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发