

直通车是什么意思（直通车推广怎么做）

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/8eb95c8f11a779f3ceeeb212afaf6692.html>

范文网，为你加油喝彩！

导读：

随着目前淘宝对刷单越来越严查，一些之前靠刷单为生，
想要短、平、快的中小卖家瞬间就没了用武之地，
无奈之下都选择了直通车这一个效果还比较直接的推广工具，
因此也显得今年的直通车格外重要，
这也是今年的PPC一直居高不下的原因之一，
当然直通车也有其不可替代之处，
比如：直通车可以引爆自然流量、可以测款、尤其是可以增加个性化标签.....
SO，这也造就了直通车在淘宝中的江湖地位！！！！！！
BUT.....
在这个全淘宝上下一起向直通车领域进军的当下，
看到很多很多小伙伴去盲目的投入，
最后搞得钱财两空，人毁车亡这样的例子比比皆是，
因此，这也萌发了 芷若 去写这个直通车系列文章的想法.....

虽然芷若知道自己的直通车水平还需要更多的去提高，
但是从多年的一线操盘中也积累了一定的经验，
尤其是直通车这块，

所以接下来芷若想把之前积累的一些经验，
系统的为大家整理好，
从直通车的基础讲起，到进阶，再到高阶的一些经验以及思路
作为直通车的一个系列课程，
来分享给大家！
如果能从芷若的分享中大家能有所收获，那么随喜！
如果觉得芷若的一些见解不对，或是您有更好的思路与想法，那么欢迎探讨、交流、拍砖.....
接下来先为大家讲解一下”直通车的基础”，
主要是为小白车手们扫一下盲，
如果您已脱离了小白的帽子，
那么恭喜您，这篇可以忽略，
请关注芷若后续的直通车系列文章.....

*****分割线*****

一、直通车的定义：

淘宝直通车是一种免费展示，按点击付费，根据卖家的直通车设置，将卖家的产品展示给买家的精准付费推广引流工具

按照时髦说法就是CPC扣费，

这里得跟大家普及下这些高大上概念

CPC:是指按点击扣费的一种收费模式，直通车就属于CPC模式

CPM:千次展现扣费，淘宝的钻石展位（俗称钻展）就是按照CPM扣费，现在也已经推出CPC（智钻）了

CPS：按成交效果收费，如淘宝里面的淘宝客推广，就是CPS，按照成交之后付费，如出现退款不算交易成功

二、直通车的推广展示位

目前淘宝直通车

根据直通车的投放位置，可以分为

1、pc直通车

2、移动端直通车

根据淘系内外，有分

1、站内推广：搜索展示位，定向展示位，固定展示位

2、站外推广：如优酷，搜狐，网易新闻客户端，

根据投放位置，又分

一、搜索展示位：

pc端：

<1> 搜索右侧一栏，下面一栏，打着【掌柜热卖】标签的都是直通车位置

<2>直通车右侧还有3个长条型推广位【店家精选】，是我们的店铺推广位，现在的店铺推广效果并不是太好

<3>左侧直通车位：

第一种情况：淘宝首页下拉框搜索推荐词显示左侧4个推广位

第二种情况：一般大类目搜索词显示第一页左侧一个推广位，第二页开始三个推广位

第三种情况：有些个别小类目，会每页左侧显示3个【掌柜热卖】，在实操中发现有些小类目会经常变化，不是一个固定值

最后，再来一张总结的脑图吧.....

二、无线端

2、定向展示位：

定向展示位包括:站内定向和站外定向两大部分

站内定向分为：PC定向和无线定向

站内PC定向：

- 1、我的购物车-掌柜热卖
- 2、淘宝收藏夹-热卖单品
- 3、我的淘宝首页-猜你喜欢
- 4、我的淘宝-物流详情页
- 5、我的淘宝-已买到的宝贝

站内无线定向：

- 1、手淘宝首页底部“猜你喜欢”带有HOT字样的3个位置

2、手淘右上角-消息-淘宝活动，点开活动banner进入看到的为直通车定向“宝贝集合页”

站外PC定向：

- 1、新浪、网易、搜狐、腾讯、人民网、环球网等大型资讯媒体首页内页多个优质高曝光位置。
- 2、乐视网、奇异网、我乐网等多家高人气视频网站暂停页、视频前后贴、banner等多个优质资源位。
- 3、潇湘书院、言情小说吧、乐文小说等小说网站的内容页高曝光资源位。

站外无线定向：

- 1、工具类app：墨迹天气、万年历、美颜相机等；
- 2、资讯类app：今日头条
- 3、社交类app：陌陌
- 4、垂直类app：儿歌多多

三、直通车的常用术语：

- 1、PPC：平均点击花费
- 2、ROI：投入产出比
- 3、平均流量价值：每个流量平均带来的利润
- 4、展现量：推广宝贝在直通车展示位上被买家看到的次数
- 5、点击量：推广宝贝在直通车展示位上被点击的次数
- 6、点击率：可直观表示宝贝的吸引程度，点击率越高，说明宝贝对买家的吸引力越大。
- 7、直通车常用公式：

总花费=PPC*点击量=展现量*点击率

$ROI = \text{总成交金额} / \text{总花费}$

流量价值=客单价*转化率*利润率

例如：客单价120，转化率5%，利润率为30%，则流量成本为1.8元，如果要考虑ROI，则只要把PPC控制在1.8元即可

四、直通车的扣费公式：

实际扣费=下一名出价*下一名质量得分/您的质量得分+0.01分

这样说好像很费解。为了让小伙伴们了解实际的情况，分2种情况给大家解释；

第一种情况：你的质量分高于你下一名对手，出价高于你的下一名对手；

质量分，我10分，他8分

出价，我3.5元，他2.5元

实际扣费= $2.5 \times 8 / 10 + 0.01 = 2.01$

第二种情况：你的质量分低于下一名对手，出价高于你的下一名对手

质量分，我8分，他10分

出价，我3.5元，他2.5元

实际扣费= $2.5 \times 10 / 8 + 0.01 = 3.135$

附上截图为了让大家更好了解

这个时候，很多小伙伴们会问 芷若

1、对手的质量分有没办法知道？

2、对手的点击率有没办法知道？

这些 芷若 可以很负责任告诉你，看不到的，除非你可以拿到对手的后台数据

五、认识直通车质量分

接下来，芷若将为您从以下几方面介绍一下直通车中的一个关键点——直通车质量分，为您来剖析和认识什么是直通车质量分？

1、快速了解直通车质量分：

<1>“直通车质量分”主要是衡量关键词与宝贝推广信息和淘宝网用户搜索意向之间的相关性，其计算依据涉及了多种相关性，如文本相关性、属性相关性.....

<2>直通车质量分是经过四舍五入后得到的一个相对分值,其表现了产品在该关键词下竞争力的高低程度

例如：A宝贝显示10分，B宝贝也显示10分，但他们之间很可能相差很多分值，这也导致可能同样是10分，他们之间的排名确会相差很多

<3>质量分是一个动态得分，排名每5分钟更新一次

我们需要关注和控制好每一个小时的各项数据，每一个小时的数据表现情况都会影响到质量分的表现

<4>PC和无线质量分是独立的

目前PC质量分和无线质量分都分开了，新版直通车中出价也已独立了，这也更有利于我们可以有针对性的分开优化，也更利于各项数据的把控

2、影响质量分的因素：

我们影响质量分的关键因素主要有三大点，现在芷若来分析一下影响质量分的因素：

1、创意质量：推广创意近期的关键词动态点击反馈

一般跟直通车图片有直接关系，因此想要有好的点击率，就要有高点击的图片作支撑，可以通过不断优化图片来提

高图片点击率

2、相关性：关键词与宝贝类目、属性、文本等信息的相符程度

它是一个静态值，因此推广的关键词一定要与产品、类目、属性等相关，这样关键词的初始分会比较高一些，而增加关键词的相关性，我们一般可以把关键词加到我们产品标题和创意标题中

3、买家体验：根据买家在店铺的购买体验给出的动态得分

这里想买家体验分高，就要让买家在你店铺感觉到“爽”，那么这里就涉及到多方面的因素了，如：转化率，收藏加购率，二次回购率、跳失率、客服旺旺响应时间，页面访问深度等.....

因此现在要做好直通车需要多纬度的综合数据都要OK，单一纬度的增长数据是没用的

3、质量分的拆分

<1>计算机质量分

<2>移动质量分

移动端展示逻辑：（建议无线端主推关键词要优化到6分以上）

4、防止arp攻击质量分常见问题：

暂停推广或是预算不够会影响质量得分吗？

答：短时间不会，如果过夜了或时间较久是会影响到质量分的

六、快速认识直通车各个区块：

接下来 芷若为您介绍一下我们直通车的各个区块，为了便于大家更便捷的去了解，所以用脑图为大家整理了出来，下面直接看脑图吧！

七、直通车如何找词

接下来，再让 芷若帮您来认识一下直通车如何找词，直通车赤子之心什么意思啊车找词是我们做直通车的第一步，选词的好坏直接关系到后面直通车的推广效果，因此这一步也至关重要

首先，让我们来了解一下，词的分类有哪些？

其次，让我们来看一下直通车在哪里找词的？

八、读懂直通车报表

直通车报表的解读可以很好的帮助我们去分析直通车各个阶段的情况，有效地根据数据反馈情况及时作出策略性应对，因此学会看直通车数据报表也显示极其重要，在这里芷若就根据直通车显示的区块，要关注哪些东西，用脑图表示出来

九、如何添加与制作高点击创意图

直通车创意图的作用主要是为了提高直通车的点击率，它对提高质量分降低PPC起到了决定性的作用，那么如何来制作一张高点击的直通车创意图呢？

1、好的直通车图要求

2、高点击直通车图片思路：

3、如何测图

在芷若看来，测图的主要核心点是：永远都换下点击率低的那张图，款在，优化不止

十、定向推广基础知识

关于直通车定向，在个性化搜索下也显得至关重要，在这里芷若先为大家普及一下直通车定向的一些基础知识，让后面更深入的了解定向打好基础

1、定向推广的定义解析：

定向推广：在非搜索的展示位置上，包括淘内/外、无线/PC多个优质资源位，采用人群多维度定向匹配的算法，来精准定位广告展现在哪些人群面前，以达到最佳的推广效果。

670分能上清华吗智能投放：系统自动在细分类目里抓取特征与买家兴趣匹配的宝贝 简爱 读后感展现

搜索重定向：将宝贝投放给搜索过该宝贝设置的关键词推广的买家

1、定向推广的操作：

2、优化小技巧

十一、大类目与小类目的推广之道

我们在操作直通车时，一定要学会灵活应变，根据自己的实际情况来调整策略，要学会活学活用，切不可墨守成规

最后再来一张全篇文章脑图：

*****分割线*****

好了，今天就为大家介绍到这里，对于从未接触过直通车的小伙伴，一定要去熟悉一下直通车的各个区块，以及直通车的一些相关术语，为我们后面学好直通车打好基础哦！请继续关注 芷若 后面的文章！

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