1. 类目的说可以多推几个链接引流对于小类目竞品的实力都不是太强推得速度会快很多。操作速度要快每天增单前期尽量用长短词等主词进来了就要更换主刷词
2. 当市场利润空间不错，一定要警觉价格战的到来，一般如果切入一个利润还不错的新市场，当价格战到来，一定要压缩产品成本，降低销售价，去跟竞品对打。如果不对打，等竞品实力越来越强，再想降价PK那就已经迟了
3. 消费者需求很重要，项目操盘的时候往往很容易忽视掉，消费者需求抓不到位，从一开始方向就会是错的，后面操作的一切动作都将会是事倍功半，所以消费者需求要狠抓，要了解透彻
4. 每个类目都有天花板，当触顶天花板的时候，意味着下滑，这时候不能花太多精力在原有的产品上，而是要把精力花在产品的升级迭代上面，重新挖掘消费者潜在需求，将潜在需求转化升级成新产品，才能在类目多存活一段时间。或者将精力转移到开发新的蓝海市场，平摊风险，提高投产比！
5. 统筹项目的时候一定要每天关注市场的变动，自身宝贝数据的波动很多时候是受整个市场影响的，有数据异常先看市场，市场看完再检查自身宝贝各个细节，找出数据波动的原因
6. 新品推广需要做数据递增，体现在展现量、点击率、收藏、加购、成交等几个重要指标，通过直通车、钻展等推广手段来实现这几个指标的快速增长，从而快速积累权重和快速建立人群标签，在官方新品考核的时间段内数据太平淡没有持续的增涨，官方是不可能持续给你更多优质的流量的，因此新品操作速度要快，节奏要对。
7. 做项目要有规划性，提前进行有规划的布局，可以让项目灵活应对变化，因此做好半年/一年规划是很多必要的，多跟商家沟通，提前做好准备方案