

优秀运营的核心技能 2：有技术含量的付费推广

有人会问：「如果免费推广做得很好，难道还要使用付费推广吗？」

回答：「当然是！」

如果说免费推广是以经验换销售额，那么付费推广就是以金钱换销售额。**付费推广的本质就是以金钱换金钱。**

对于免费推广，最重要的是把握好节奏；对于付费推广，最重要的是做到精准。只有掌握节奏，才能走好；只有做到精准，钱才花得值。

免费推广是打牢基础，付费推广是锦上添花。

然而，这里都是实践层面的内容，只要动手，99% 的读者都能够学会。更重要的是卖家要体会思维层面的内容，包括每一个点的作用、点和点之间的关系、点点连线后的脉络等。只有这样，实践才能升华。

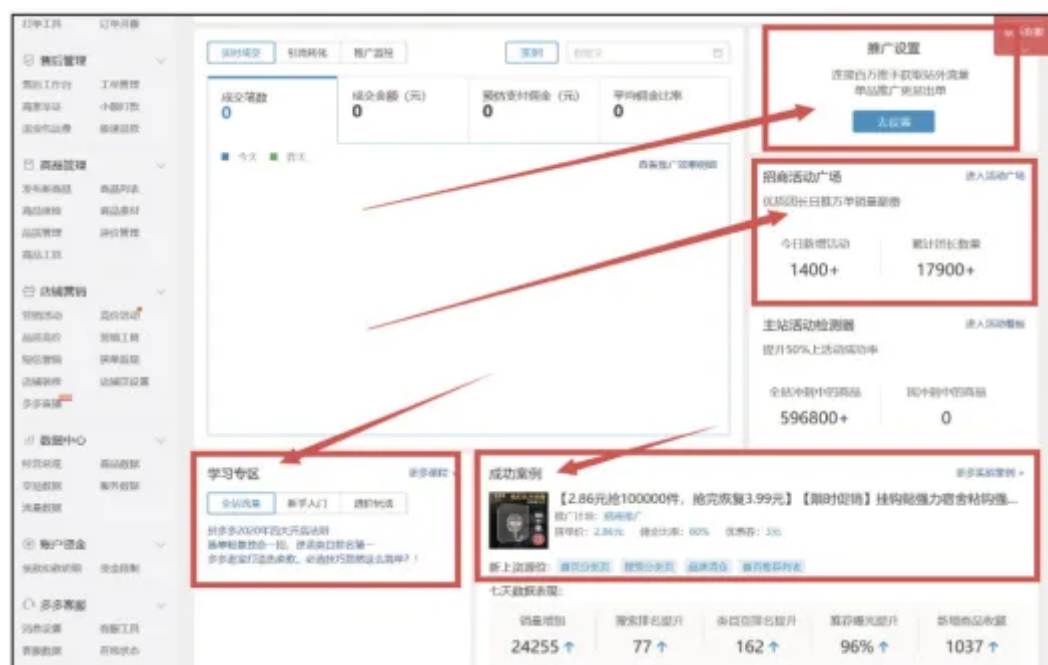
下面，让我们深入了解几个有技术含量的付费推广策略。

一、神奇的「多多进宝」

「多多进宝」是拼多多的成交付费推广功能，类似于淘宝的淘宝客，其模块在拼多多的后台。

「多多进宝」模块下有 4 个菜单，分别是进宝首页、推广设置、推广效果及推广助力。「进宝首页」和「推广设置」是其中的重点内容，「推广效果」和「推广助力」是只需要了解的内容。

从「进宝首页」进去，有 4 项重要的内容，如图 1 所示。



加载中...

图 1

在图 1 中，红框框出的「推广设置」和「招商活动广场」是卖家需要掌握的内容，这两个是参加多多进宝推广的设置入口。

「推广设置」是卖家把产品的活动（优惠信息）设置好，第三方推手主动来抓取产品信息并进行推广的一种方式；「招商活动广场」相当于所有的第三方推手在一个广场摆摊，卖家主动

去他们的摊位挂自己产品的广告。「推广设置」推广方法的优点是卖家使用起来省事简单，缺点是卖家对效果无法追踪；

「招商活动广场」推广方法的优点是卖家对活动效果能充分了解，知道活动的转化效果，后续还可以继续报名参加效果好的活动，缺点是每天都要报名，比较累。

图 1 中靠下的位置有两个红框，一个是「学习专区」，另一个是「成功案例」。这两项内容都是卖家学习拼多多实践经验的入口，开店卖家多去这两个区域学习有助于增强自己的运营功底。

图 1 第一个红框的左边有 4 个数值，分别是成交笔数、成交金额、预估支付佣金、平均佣金比率，这 4 个数值显示了参加多多进宝推广后的效果。其中，成交笔数是指成交了多少订单；成交金额是指买家付了多少钱；预估支付佣金是指未确认收货并且假设买家不退货的订单，卖家需要支付给第三方推手的佣金；佣金率的计算公式如下。

$$\text{佣金率} = \text{佣金收入} / \text{成交量}$$

$$\text{单个产品的佣金率} = \text{单个产品的佣金收入} / \text{单个产品的成交量}$$

$$\text{平均佣金率} = \text{多个产品的佣金收入} / \text{多个产品的成交量}$$

以上内容是卖家学习图 1 后需要掌握的基本知识。如果现在有一款产品需要用多多进宝推广，卖家应该如何操作？单品推广设置方法如下。

第一步，添加商品。

依次点击「推广设置」和「立即开通」；点击商品后方形外框将变红。靠下的位置是设置佣金比率模块（必填），比率范围为 2%~80%。也就是说，最少要填写 2%。填写后填写处处变成蓝框，右边的「下一步」变成高亮蓝色，提示可以继续操作，点击下一步。

第二步，推广设置。

「推广设置」页面有 3 个重要操作，分别是设置佣金比率、软件服务费比率、添加优惠券。「佣金比率」已经设置过了，但此时还可以修改数值。「佣金比率」右边的「软件服务费比率」是什么意思呢？移动鼠标到「软件服务费比率」后的

「？」号上，红框下自动出现注释：自 2018 年 9 月 17 日起，多多进宝收取佣金 10% 作为软件服务费。下面自动出现数值：0.2%。如果佣金比率设置 10%，那么软件服务费比率就是 1%。

如果这时候点击「确认」（就是不设置添加优惠券），页面会出现红色字的提示：商品价格大于 10 元，请设置优惠券（价格超过 10 元强制设置优惠券）。点击「添加优惠券」，跳转到创建优惠券页面。带红星的栏目都要填写，如名称、时间、面额、张数、每人限领。

添加优惠券时，卖家可以根据自己产品的特性自由设置面额。拼多多后台有温馨提示功能，它会适当提示卖家应该填写多少比较合适。这个功能是一把双刃剑，对卖家有利的地方在于能够引导卖家提高转化率，不利的地方在于它总是让卖家做出最大幅度的优惠。

第三步，创建成功。

点击「发布」，显示要添加的优惠券。点击「确认」，页面跳转显示添加优惠券成功。

「全店推广」的设置方法和「单品推广」的设置方法一样，但是更简单。

关于「招商活动」，分别有招商活动广场、资源位绿色通道、帮你上 618。「招商活动广场」菜单下有「全部活动」和「我报名的活动」两个子菜单，卖家主要使用「全部活动」功能。

「全部活动」下有「活动类型」选择菜单，活动类型可以选择「普通招商」或「超级招商」。「全部活动」下面占据了大部分位置的区域是很多招商团长发出的活动信息，活动信息分为标题、近 30 天招商活动数据、活动时间、营销要求四部分，并且后面有「立即报名」的蓝色按钮。卖家需要报名哪个活动，点击「立即报名」，并且满足招商团长设置的要求即可。

二、推广必上「直通车」

拼多多的直通车进入路径如下。

卖家找到「推广中心」模块（在「多多进宝」模块下方），能看到 5 个菜单：推广概况、推广计划、推广报表、推广账户及推广工具。卖家主要使用的是「推广概况」和「推广计划」两个菜单，较少使用其他三个菜单。

点击「推广概况」后，进入的页面中有多多搜索、多多场景、聚焦展位、直播推广 4 个子菜单。卖家使用付费推广的前提是

需要先充值，充值后才能进入后台使用。卖家进入「推广概况」后，即可看到充值的位置。系统提示单笔充值 100 元起。

「多多搜索」的优势就是精准。由于「多多搜索」是关键词推广，所以「多多搜索」只能被搜索关键词的买家看到，这些买家的需求很明确，即找到「准确」的商品。因此，「多多搜索」的转化率很高。卖家在新建搜索推广计划的过程需要注意以下关键点：1.分时投放，不同时间要有侧重点；2.关键词准确及关键词溢价合理；3.精准人群的溢价；4.能提高点击率的创意图。卖家把握好这 4 个关键点，搜索推广计划就基本能做到高产出。

「多多场景」展示方式是拼多多平台根据一定的算法，计算买家的收藏、加购、人群属性、浏览路径后综合得出的判断结果，从而给买家匹配适合其需要购买的产品。「多多场景」和「多多搜索」新建推广计划过程一样，唯一的区别在于「多多搜索」是关键词出价，需要添加关键词，而「多多场景」则是选择资源位。

「多多搜索」和「多多场景」两种推广方法搭配使用，效果更好。在传统电商中，「多多搜索」和「多多场景」是最主要的两种推广方式。传统电商时代是标品的天下，社交电商时代则或许是所有非标品的天下。

「聚焦展位」目前主要推广位置为 App 首页图片轮播，收费方式为千次展现收费（CPM）。

「直播推广」目前主要标识位置在标题的前面，系统会展示「直播中」3 个红底白字，表明这个产品正在直播。

「直播推广」可以更直观形象地展示产品的材质原料。例如，对食品、衣服、手表、特产、工艺品、化妆品、儿童玩具等的推广，就没有比直播更好的推广方法了。

传统电商的网页展示，无论如何也做不到这一点。直播电商比传统电商更有代入感、场景感、互动感。主播在镜头前直播，访客可以留言、吐槽、送礼物，也可以对比其他任何平台的价格。直播将产品展示的方式立体化，打破了传统的平面展示。过去所有的产品推广方式没有哪一种能像直播具有这么强的娱乐性和互动性。内容是最好的广告，广告兼具娱乐性。直播融合了内容、广告、娱乐，三位一体，将产品推广发挥到了极致。

这是一种划时代的购物方式，绝对不是有些人所说的「电视购物手机化」。5G 时代的来临即将开启全民直播。凡是需要互动、体验、场景化、有代入感的产品推广，从目前看来，直播都将是首选。