

流量，是电商的第一重要要素。流量是淘宝店铺的命脉，作为电商平台，只有店铺有了流量，才能有以后的转化，才可能会产生销售额，才有这些数据产生，最后产生利润。淘宝的流量又分为很多类，按照流量付费与否，流量可以划分为两大类，一种是付费流量，也就是开直通车和钻展等等淘宝一系列掏钱获得流量；另一种就是免费流量，顾名思义，两种流量的本质区别就是花钱与否。现在免费流量获取有很多方式，我在这里分享的就是其中的一种，自然搜索流量。大家也可以关注我公众号，淘宝那点事儿，每天分享电商知识，现在关注送新品周流量上万的淘宝技巧。

自然搜索流量因为其是目标关键词搜索进店，反映的是客户最真实的需要，流量属性非常精准，所以许多卖家都想要自然搜索流量。流量精准就意味着店铺的转化高，进而就可以获得更多销售额，而且维护好的话，自然搜索流量就会像开源之水，源源不绝，对于店铺的长期发展是非常重要的。那么如何提升店铺自然搜索流量呢？

一、店铺的高权重是获取流量能力的关键要素

搜索权重并不是由单一因素影响的，它是由很多因素构成，大体有如下几点，大家重点看一下。

1、店铺本身的基础权重

店铺本身的基础权重基本是由店铺层级、DSR（动态评分）、动销率等因素决定。现在这些因素对于权重的影响很大。

1) 店铺层级

店铺层级决定着流量天花板。店铺层级按照店铺的成交金额进行计算，成交金额越高，店铺排名越靠前，层级排名也就越高。统计数据是从支付宝中提取，按照成交金额计算。不同行业满足一定的成交额条件及可以升级到对应的各个层级。相同层级内也是有排名的每天刷新一次，仅统计近30天的数据。店铺层级决定着你的流量的天花板，店铺层级越高，天花板越高，也就是获取流量的能力越大，你能够获得的流量的扶植就会越多，所以这一块是不容忽视的。而层级影响店铺综合质量得分只要集中在两方面，一个是层级的直接变化，另一个是同一层级内排名的持续变化，对于条件有限的中小卖家来说，直接提升层级达到一定高度后再想要上升是非常困难的，针对这种情况，不妨考虑如何在同一层级内维持排名的持续上升。大家也可以关注我公众号，淘宝那点事儿，每天分享电商知识，现在关注送新品周流量上万

的淘宝技巧。



图1（图片源于淘宝网，仅供参考）

2) DSR（动态评分）评分

DSR评分就是我们平常说的店铺动态评分，这个指标对店铺以及宝贝的搜索排名、转化等数据有很大影响，并且影响着很多活动的报名，因为很多活动，不论是站内还是站外都会对DSR有要求，所以怎么重视都不为过。



图2（图片源于淘宝网，仅供参考）

一般影响DSR的主要因素有：

客服素质；

快递问题；

产品图片和价格问题；

产品质量和售后问题。

3) 动销率因素

动销率计算方式：动销率=有销量的宝贝/在线销售的宝贝，同时动销率是跟滞销率有关的，滞销率=滞销商品数/全店宝贝数。淘宝对滞销商品目前的定义是：近90天，无编辑、无浏览、无成交的商品。这一类商品会被搜索屏蔽，不会进入搜索库，所以动销率的维护也非常重要。

2、宝贝本身权重

1) 新品期权重

任何类目，任何产品，上架以后都有一定的基础权重，这个叫做新品期权重，也就是所谓的新品加权。新品期一般28天，期间产品的权重会高一些。这里可能就有人问，是不是只有新品标才有新品权重？不是的，不管有没有打标，都是有新品期权重的。对于中小卖家来说，这段时期一定要利用好，增加新品的权重，至于方法就很多了，破零、收藏加购等等都是不错的方法。



图3（图片源于淘宝网，仅供参考）

2) 点击率

点击率即展现的利用率，淘宝给你展现，如果你利用好，他就会给得越多。点击率怎么去提高呢？这个跟产品的选款、价格、促销优惠以及主图等有着重大的关系，这里大家可以直接用直通车去测。

3) 转化率

转化率不用多说，淘宝给了你流量，如果你不能很好地利用，而是白白的浪费，那你以后想要再获得免费的流量更是不用想了。至于提高转化率的方法就很多了，可以优化自己店铺产品的图片，调整产品促销等等。

4) 收藏加购

提高收藏加购是增加宝贝人气权重的一个重要方式，而且现在还有了一个加深标签的功能。通过每天一定数量的收藏加购流量进行重复打标，这样卖家们在做单量的时候就会更好做一些，标签也不容易被打乱，可以获得更精准流量。

二、关键词优化

关键词优化也就是标题优化，标题优化这是一个老生常谈的问题了，虽然很多人都认为淘宝的千人千面推荐，已经脱离了标题优化，但是千人千面的个性化推荐也是依托关键词搜索的大数据，而且淘宝作为一个平台，搜索的流量永远是最重要的，而且是最精准的。

无数据不分析，标题优化离不开数据分析，标题优化最重要的就是选词，一定要选蓝海词，什么是蓝海词呢？就是宝贝数少，搜索量大的词，这个是我们选词的基础。之后我们再去考虑商城占比，转化率等数据。

关键词	在线商品数	搜索人气	直通车参考价	点击率	交易指数	搜索热度	点击人气	点击热度	搜索人数占比	商城点击占比	支付转化	竞争度
口水巾 婴儿	493062	32995	1.74元	108.93%	78107	80749	28326	84742	34.04%	63.2%	26.09%	0.07
婴儿口水巾	492725	16237	1.74元	110.57%	36995	40882	13952	43291	9.92%	65.35%	24.01%	0.03
口水巾纯棉 婴儿 新生	170891	11709	1.79元	106.94%	26273	28414	9996	29526	5.65%	70.33%	23.23%	0.07
婴儿口水巾纯棉	194057	8596	1.8元	108.89%	20918	21346	7320	22419	3.33%	65.11%	27.82%	0.04
宝宝口水巾 纯棉 婴儿	172772	8413	1.83元	108.33%	20054	21150	7245	22148	3.21%	62.45%	27.55%	0.05
口水巾纯棉 婴儿防水	90169	8372	1.7元	102.88%	20041	21445	7051	21799	3.18%	55.54%	28.01%	0.09

图4（图片源于淘宝网，仅供参考）

三、打标精准

为了提高UV价值，淘宝会把流量精准的推荐到最需要的买家面前，这就是千人千面的目的。

淘宝庞大的数据库会根据用户以往的搜索行为用标签化来区分，比如会区分人群白领、学生、工人等，根据年龄段来划分、消费水平等等纬度，最终每个人可能会成为一个这样的标签：性别、年龄段、收入情况、工作情况、喜欢的东西等等。

当你的产品标签和买家标签匹配度高，那么你的产品就会优先展示在买家面前，说直白点标签就是精准的人群，买家标签我们是无法控制的，唯一可以控制的就是产品标签，那如何让宝贝精准地匹配用户呢？

这个方法有很多，我简单讲几点，大家可以尝试操作下。

1、详情页属性

首先就是完善产品的属性，很多中心卖家往往会忽视这一块，以为不带星号就不用填，其实系统就是根据你宝贝的这些属性进行分类，然后推荐给合适的人群，举个最简单的例子，假如你是卖女装长裙的，顾客搜索“中长裙 吊带 圆领”，如果你没有填这些属性，那么系统推荐的时候自动会把你过滤的，所以宝贝属性这一块一定要填写正确而且完整。

产品参数：		
销售渠道类型：纯电商(只在线上销售)	风格：通勤	通勤：韩版
组合形式：单件	裙长：中长裙	款式：吊带
袖长：无袖	领型：圆领	袖型：常规
腰型：中腰	衣门襟：套头	裙型：一步裙
图案：纯色	流行元素/工艺：露背 螺纹	面料：针织
适用年龄：25-29周岁	年份季节：2018年秋季	廓形：H型
品牌：EXAMINEDU/甄度	货号：ZD16L051C	材质成分：棉91.2% 聚氨酯弹性纤维(氨...
尺码：155/80A/S 160/84A/M 165/88A...	颜色分类：长款-黑色 长款-灰色 长款-酒...	

图5（图片源于淘宝网，仅供参考）

2、老顾客回购

老客户是最精准的客户，所以他的标签也是最精准的。通过老顾客的回购可以加强店铺宝贝的标签，而且老顾客回购的权重也比较高，所以现在的店铺都越来越重视这部分人群。至于方法就很多了，可以发送优惠券或者赠送礼品什么的都是非常不错的方法。

以上就是我今天讲解的，通过权重、标题优化以及精准的店铺宝贝标签来提高店铺的自然搜索流量，当然方法还有很多，像直通车推广、参加活动等，这些都需要卖家根据自己的实际情况进行选择，俗语说的好：没有最好的，只有最合适的，希望大家可以互相交流借鉴，更上一层楼！