

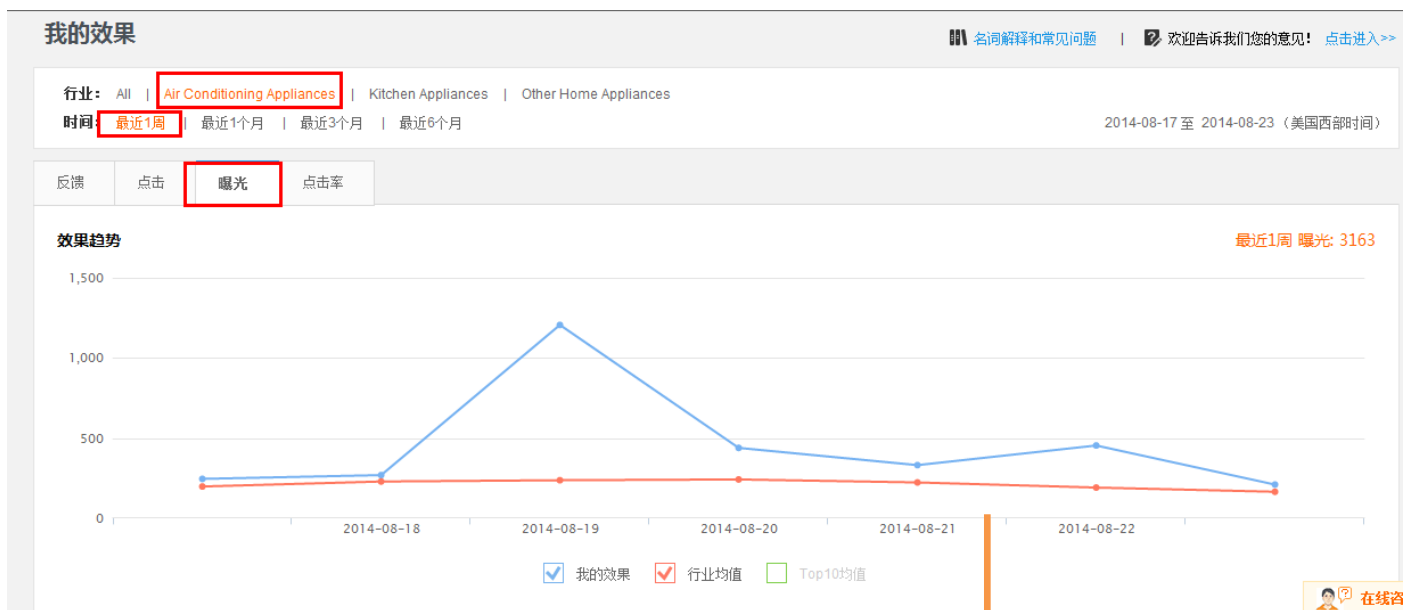
数据管家攻略宝典

我们在使用平台产品时，如果结合数据管家的功能可以更加全面的了解平台的推广效果，实时把握买家动向。咱们围绕曝光→点击→反馈这条线一起看看如何提升整体效果。

一、曝光

Step1 我的效果总览

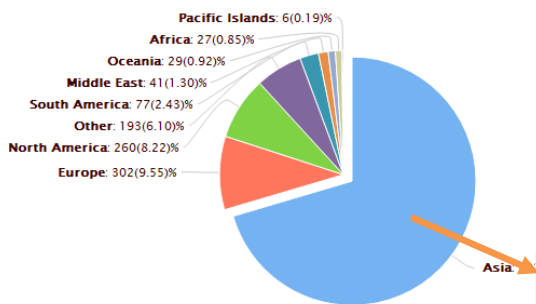
登录 My Alibaba → [数据管家](#)，进入默认的效果统计页面，我们以某供应商数据做为案例分析：



该客户最近一周空调配件行业下的曝光总量高于行业均值，曝光相对来说还是比较好。平时只要做简单的维护保证产品的热度即可，可以将重点放在点击跟反馈上。

通常情况下我们可以将 Top10 均值关掉，直接对比“我的效果”和“行业均值”的差距，结合产品优化和旺铺装修将整体效果提升。

效果区域来源



Asia: Top 5 国家或地区	曝光量	曝光占比
China	1796	54.39%
Hong Kong	90	2.73%
South Korea	74	2.24%
Japan	73	2.21%

曝光主要来自亚洲、非洲、北美，如果以上市场刚好是重点开发市场，可重点关注该市场的买家采购习惯、市场动向，有针对性提高曝光率。

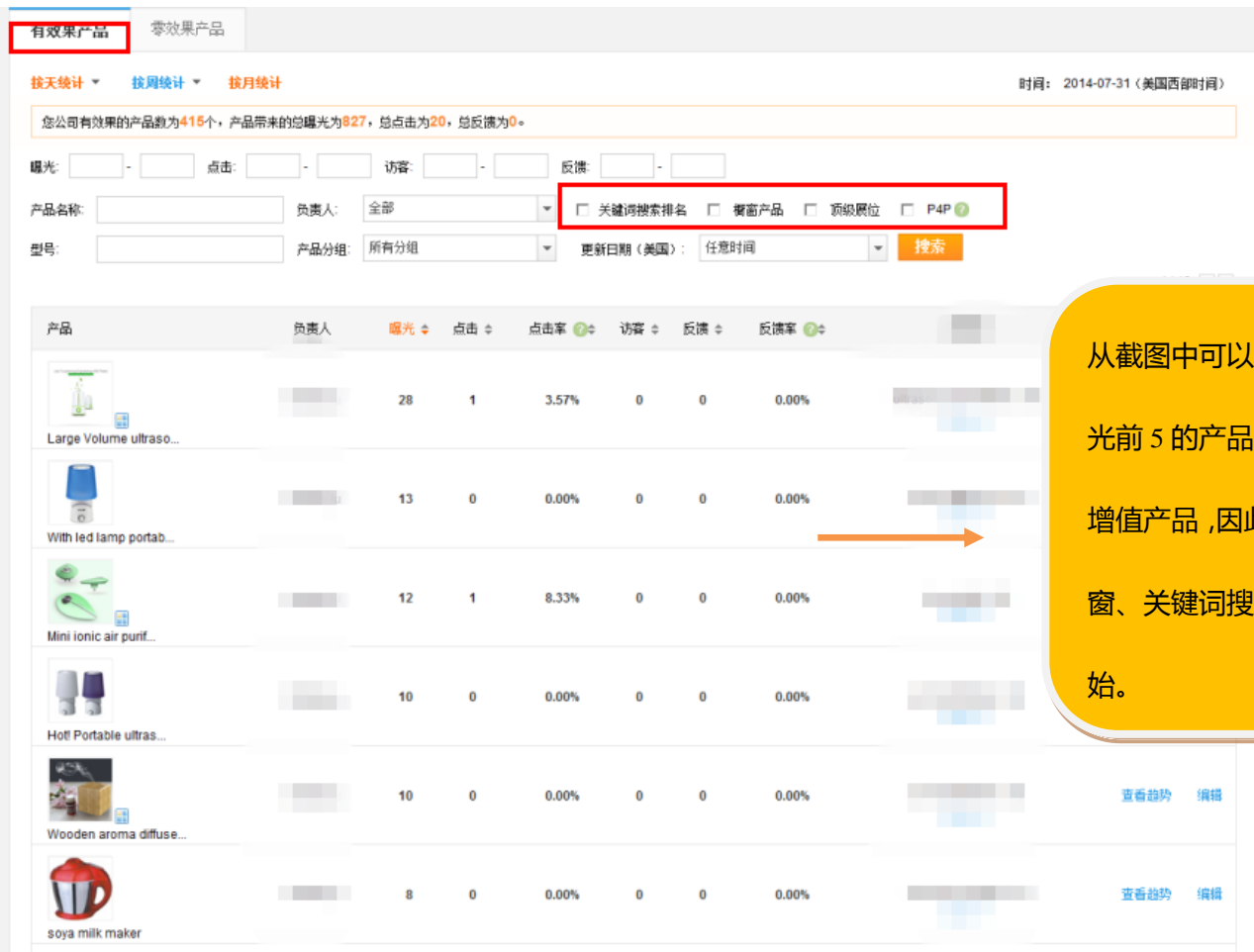
效果 Top 产品：

产品	负责人	曝光量	曝光占比
1		102	3.09%
2		97	2.85%
3		92	2.71%
4		45	1.35%
5		41	1.22%
6		33	0.99%
7		26	0.78%
8		26	0.78%
9		23	0.70%
10		23	0.70%

橱窗产品有先天的排名优势，关注公司效果 top10 的产品，如果橱窗产品占比低于 50%，或者排名靠后，说明该公司的橱窗位置没有充分利用，需要对橱窗产品整体优化。

Step2 产品效果

在第一步分析后，我们认为该公司单个产品曝光量偏低，因此我们切换到我的产品功能，进一步确认我们的判断，建议查看最近一个月有效果产品的曝光，橱窗和关键词搜索排名是否位于前列：



从截图中可以看到, 该客户曝光前5的产品, 只有3个属于增值产品, 因此建议从优化橱窗、关键词搜索排名产品开始。

Step3 解决方案

根据上面两步的分析, 该公司在曝光环节存在明显问题。曝光的提升可从优化现有的曝光渠道、增加曝光渠道两个途径来实现。

1) 优化现有渠道:

✓ 定位问题产品:

1. 进入 My Alibaba-我要销售-[搜索诊断工具](#), 将问题产品按提示进行优化;

有类目错放和重复铺货问题的产品会降低您公司整体的信息质量, 进而影响公司产品排名, 因此请您务必关注!

产品诊断

问题产品：问题产品会影响贵公司的产品专业度，进而影响买家对产品的选择意向，请您务必关注！



截止 2014-01-20 您通过审核的产品总数：366 个，问题产品数：40 个，
问题产品会降低您公司的整体信息质量，进而影响到公司产品的排名，请您务必关注！

类目错放

截止 2014-01-22 18:33，
您有 1 个产品错放了类目

立即处理

重复铺货

截止 2014-01-22 00:33，
您有 39 个产品涉及重复

立即处理

2. 查看我的产品，将零效果产品及时优化：（零效果的含义是指访客、曝光、点击、反馈均为零的产品）

我的产品

[名词解释和常见问题](#)

有效果产品

零效果产品

欢迎告诉我们您的意见！[点击进入 >>](#)

参考[零效果产品优化技巧](#)

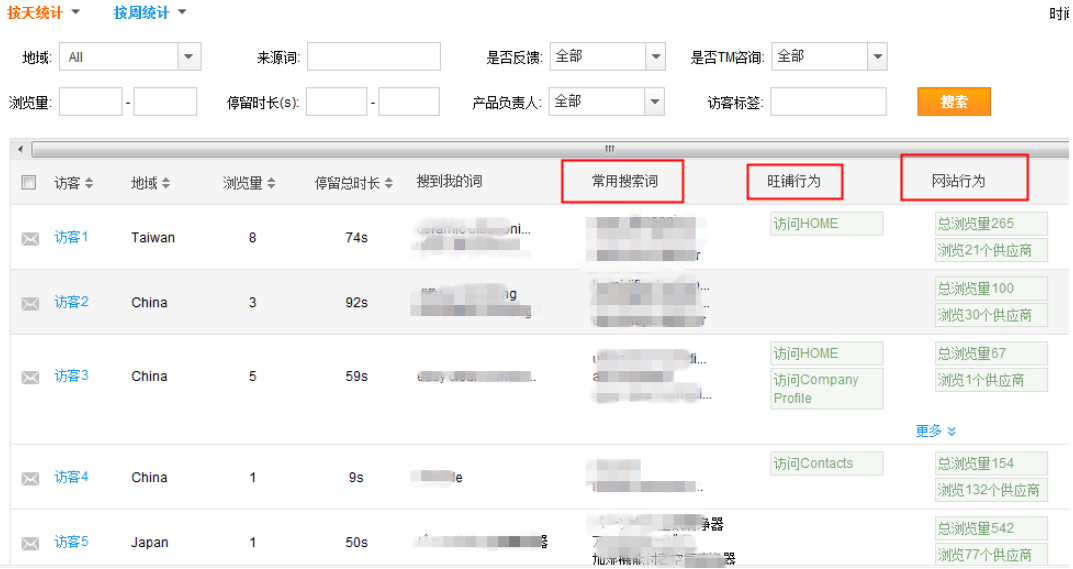
✓ 优化思路：

1. 可结合热门搜索词、行业视角-热搜词、以及零少词获取关键词。例如通过查看[我的词](#)，及时调整已设置的无曝光的词；
2. 关注增值产品效果,例如 P4P 的**曝光**和**点击结算**，以及**零效果产品**是否包含橱窗产品；具体方法可参考[如何发布高质量橱窗产品](#)；[P4P 操作，如何省钱又省心](#)
3. 综合提升：[产品信息质量提升攻略](#)

2) 增加曝光渠道：

✓ 通过了解买家行为入手：

了解**访客详情**，常用搜索词以及访客的行为来设置公司、产品信息，更利于获得曝光。



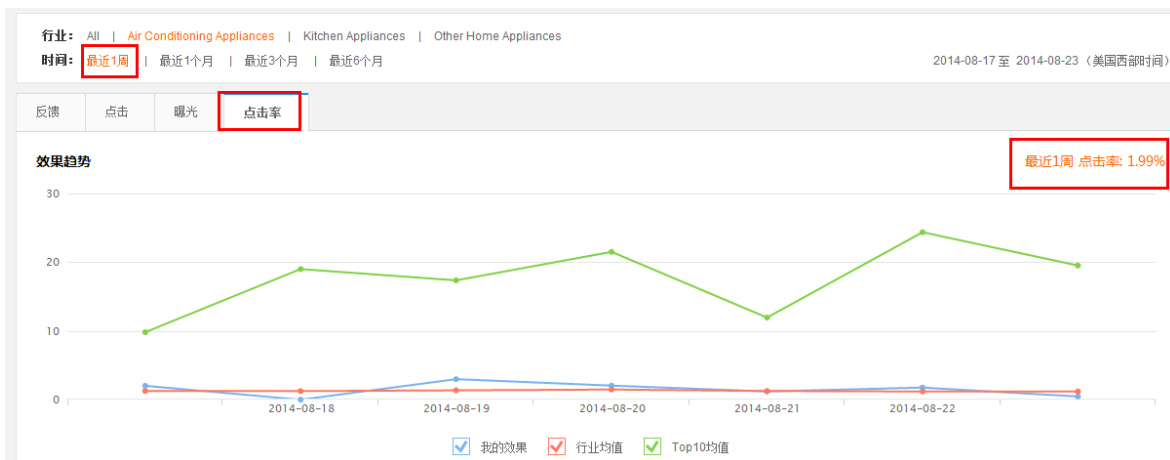
✓ 使用网站产品多渠道发布获得曝光：

1. 发布多语言产品：充分利用五大原发市场：西班牙语、法语、日语、俄语、葡萄牙语获取更多商机。点此查看[多语言产品攻略一本通](#)
2. 通过发布在线批发产品，不仅有机会获得在国际站首页专区曝光的机会，还可以轻松消化小额订单。点此查看[在线批发产品攻略一本通](#)

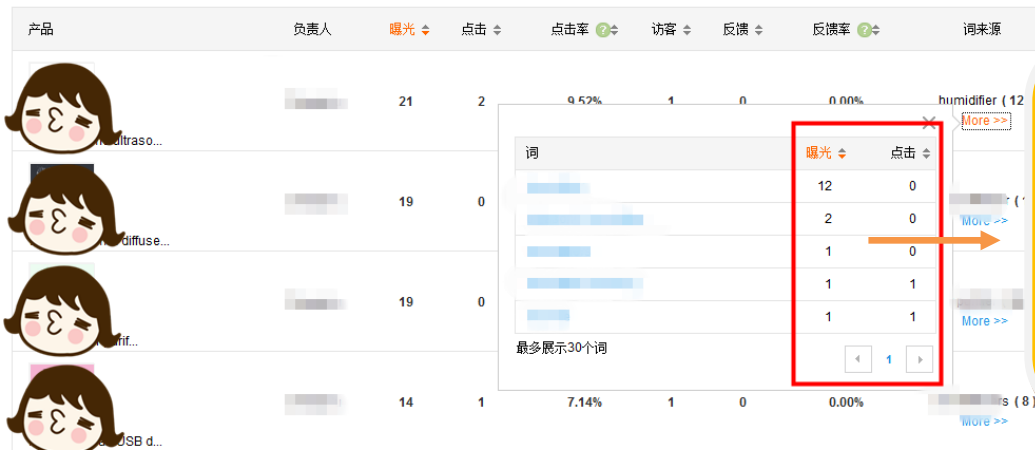
二、点击率

我们先看下点击率的含义：点击率=点击量/曝光量，具体查看方法如下图所示：

方法① 我的效果-选择行业-指标-时间



方法② 查看我的产品-有效果产品



该数据提供了给产品带来曝光的词及词的点击，并且可以通过计算点击的转化率来确定词的设置。

以上数据可以反映出您的产品或公司在搜索结果页面是否足够吸引买家，在初步获得曝光的技巧后，提升产品和公司的点击率就成为当务之急了。

分享数据：

买家需求明确度



超过 60%的买家在搜索时带有明确的产品需求！

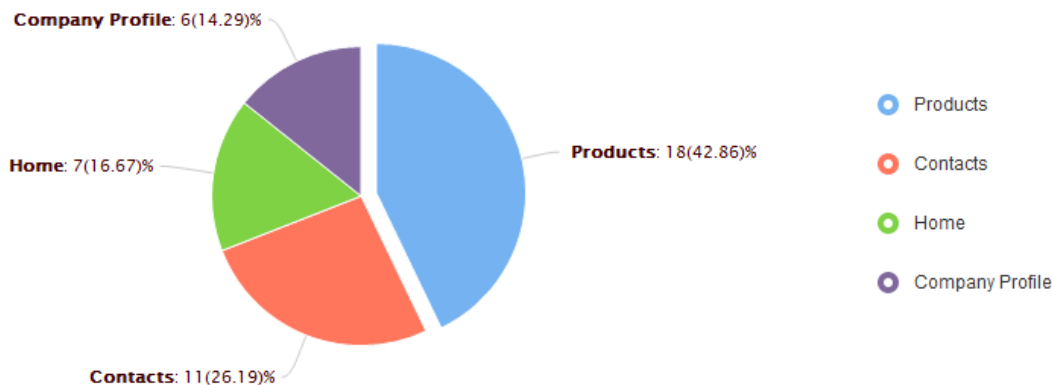
这提醒我们供应商的产品信息必须足够专业和完整才能被买家快速识别，激发其进一步点击的欲望。

提升方案：[产品信息质量提升攻略](#)

及时掌握我的全球旺铺数据：

1) 查看访客页面来源：

首先看哪些页面给我带来了客源，客源就是机会；带来客源最多的页面需要重点关注。



例如上图客户访问产品页面的比例是最大的，除了维护好产品页面的内容吸引客户点击，其他页面的内容一定程度上决定着买家是否下单。点击查看[自定义页面设置技巧](#)

2) 查看旺铺页面访问详情：

旺铺页面访问详情

页面类型	访客数	TM咨询访客数	反馈数	点击次数	点击详情
Home	14	1	1	12	点击查看详情
Products	22	0	0	71	点击查看详情
Company Profile	7	0	0	9	点击查看详情
Contacts	19	0	0	12	点击查看详情

a) 访客多的页面是主战场，你可能要在产品图片上或产品的内容上，给予买家足够的诱惑。

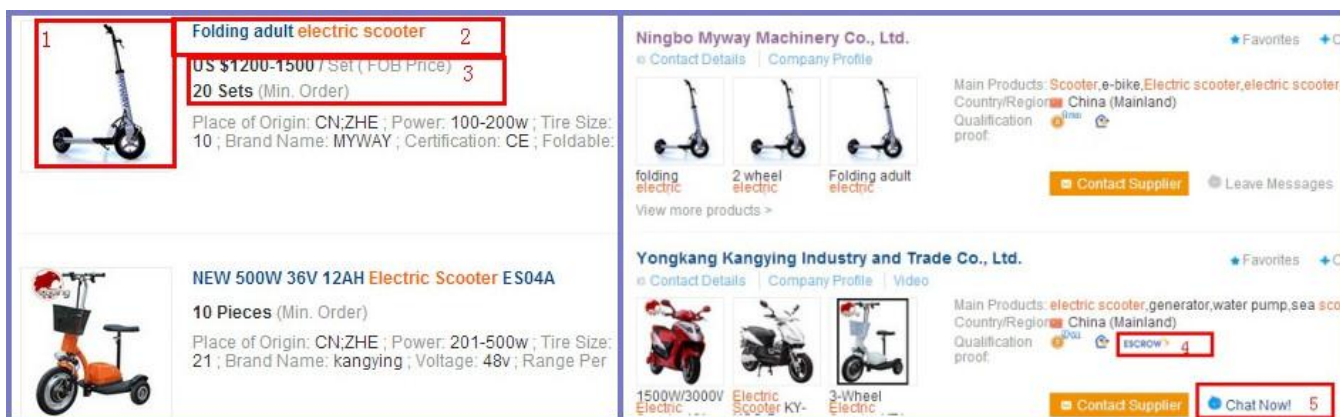
b) 访客多，但点击少的页面，需要重点优化页面内容。

查看详情里面可以展示具体页面有哪些模块需要重点关注，通过产品页面的模块可以了解你的客户都点击了哪里。

您也可以选择让专业人士帮助您装修旺铺！ 点击查看[旺铺第三方服务](#)

分析国际站搜索结果页面

当网站整体产品信息的丰富程度一定时，我们就需要关注不同的搜索结果对买家的吸引力了。在 supplier 和 products 的搜索结果页面，买家最关注的 5 个地方如下：





掌握了买家关注点，接下来就得马上行动起来啦！

三、 反馈

海外买家到达产品详情页面后的路径分析：

在完成点击动作后，买家进入产品详情页面

海外买家到产品详情页面后的下一步走向



海外买家在不同阶段对供应商的关注要素分析：

关注度级别		一级	二级	三级
筛选阶段	具体关注字段	诚信相关 MOQ	•产品和公司信息 •价格、支付方式相关	•专业性 •工艺管理 •外贸能力
联系阶段	具体关注字段	•网站行为-询盘回复相关 •质量控制	•工艺管理 •生产能力 •基本信息 •外贸能力	—

优化建议：

按照上面的数据总结，从买家整体来看，最关注的为商务条款、质量控制，其次为供应商企业基本信息、网站行为与专业性；以及工艺管理能力和外贸能力。建议如下：

1) 展示及时回复率赢得买家信任：[点此查看您是否开通线上展示](#)

线上展示及时回复率，让更多买家选择您，三大优势：

A:产品详情页面-企业名片中增加展示。

彰显您的企业服务能力。更快得到买家青睐。



B:全球旺铺-Company Profile信息

及时回复率已成为企业的重要能力指标之一。

Response Rate (last 30 days)

87.6% of buyers that have contacted this supplier or TradeManager)

C:网站Supplier搜索结果页面

显著展示及时回复率，买家更多青睐！.....



建议参考[如何提升买卖沟通能力](#)提高二次回复率

2) 从被动获取角度，具体建议如下：

参照买家关注要素补足产品信息及相关商务条款；

点此查看[行业优秀模板](#)；[如何 360°show 公司](#)

3) 从主动获取商机的角度：

a) 充分发挥采购直达市场，订单之路、快人一步的优势，主动积极报价，抓住买家需求，已报价客户也可以持续跟踪，将潜在客户转化为合作客户。

您可以通过以下渠道主动报价哦！①[采购直达专区](#) ②数据管家—知行情—[RFQ 商机](#)，③通过阿里卖家及时进行报价，点击下载[阿里卖家](#)

点此查看[采购直达进阶攻略](#)

b) 在线批发产品通过详尽的交易信息，合理的运费设置等是可以促进买家直接下单的。

点此查看[在线批发订单获取技巧](#)