对于没有找专业团队代运营，自己摸索运营网店的商家来说，如果店铺没有流量，是非常不乐观的。好不容易开了网店，结果店铺没有流量，苦心经营生意也没多大起色，这跟当初兴致勃勃地开店，希望能通过网上的流量获得更多生意的期望背道而驰。

网店的运营模式是区别线下实体店，可能线下店管理的得心应手，但遇上网店却因没经验碰了壁。商家开网店最怕的就是没有流量了，因为流量是产生销量的前提。对于店铺来说，如果想要引流是可以通过很多方面去操作的。

以京东店铺为例，在这里，为大家分享几点京东店铺运营的引流技巧。

01：借助搜索流量入口，提升排名

通过京东店铺的关键词搜索流量规则，获取免费搜索流量，对商家来说是最划算的，但也是最难操作的一种引流方式。影响你商品搜索流量的主要是搜索权重，你商品的搜索权重越高，那么对应的你商品的搜索排名就越靠前，那么自然能获取到的免费搜索流量也就越多。

要知道，手机端前六页 是最好的搜索流量池，用户通过搜索浏览最有可能在前六页产生下单交易行为，如果输入关键词后，你的商品连前六页都没进入，就很难被消费者看到，何谁有流量呢。大家都说：“做好京东，先做搜索”，纷纷商家去抢占搜索的主要关键词位置，平台也对目前商品展现做了很多规则限制，产品想要展示要经过搜索规则的层层把控后，才能展示到前几页，如果是一个新店铺的商家，建议可以先做中小词开始稳住搜索位子，不要一开始就投入大词。

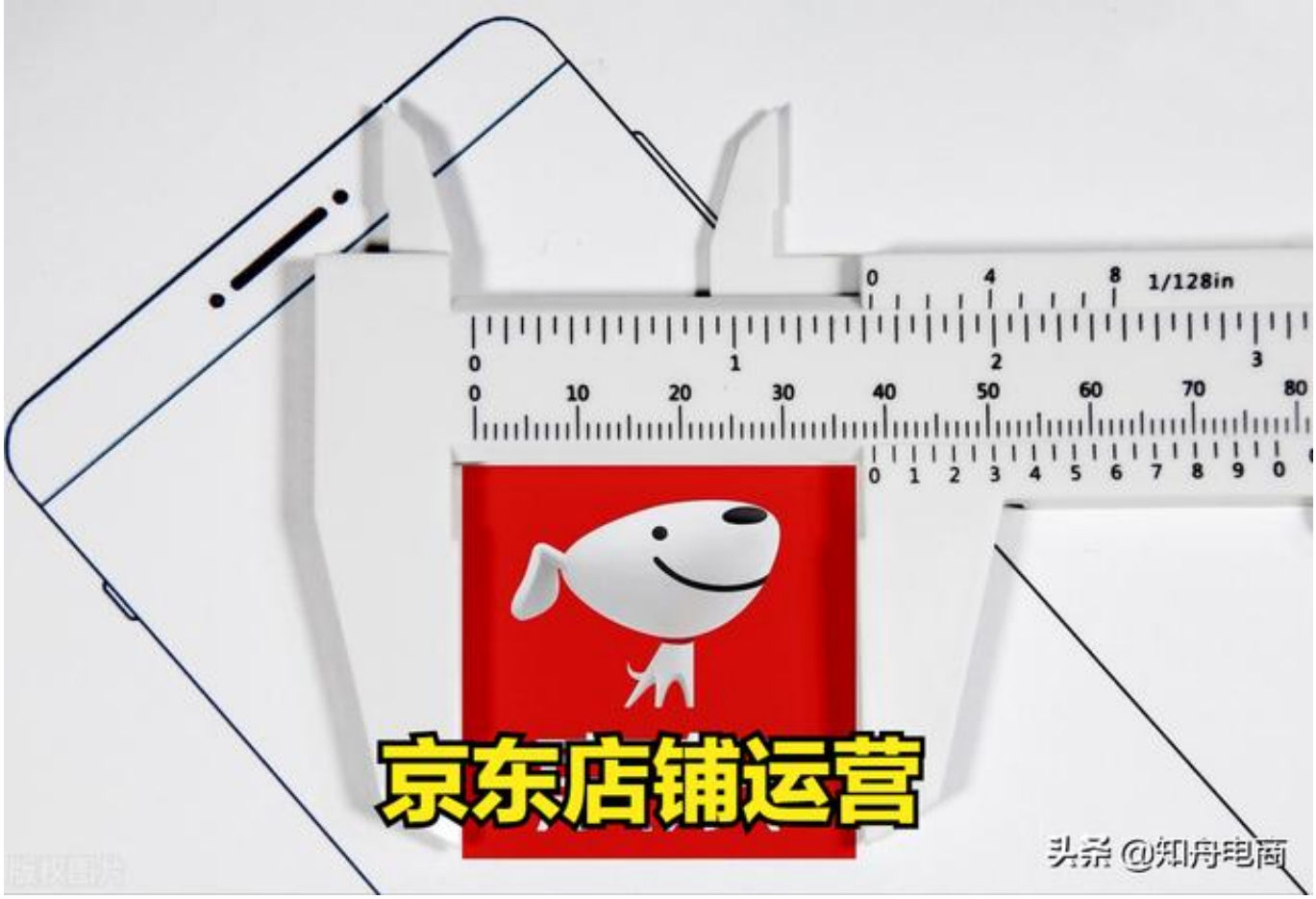
02：京东提升量、优化搜索

按照京东平台现在的流量运营规则：当商家想提升某一款商品排名，但商品综合数据都落后于同行，所以这个时候可以把各个维度数据都提升到行业平均线上，那么平台就会给你的排名会比平均线上的竞争对手高。按照这个思路，提升数据“量”的方式是有效的。

需要注意的是，推荐大家去做京东优质提升量数据，必须按一个周期一个周期去提升，只有这样才是会产生效果的。同时还要保障，店铺上架的产品都有基数数据，且这个基础数据要不低于同类目的平均线，如果基础的数据都没有做好，即使你怎

么操作也不会有效果。

还有要注意，做提升量数据一定不能用软件，因为很多软件都是采用假的ip去做的，现在平台对虚假数据的过滤规则也更加完善了，虚假数据都会被识别出来，在高风险的情况下，如果你还执意去提升，一旦被平台查出来，可能会被平台判定为违规操作，严重的话会被关店清退，那么就前功尽弃了。很多商家就是遇到这种情况来找到知舟，询问有没有解决方案。



03：快车推广

京东快车是京东推出的一款推广工具，类似于京东直通车。商家可以按照不同的频道或关键词竞价取得不同的展位展现自己的商品。

快车只是一种付费引流工具
，对于一些对推广费用有预算和压力的，不能把这种方式当成主要引流的来源。

处于上升阶段的店铺它都有一个共通点，自然搜索流量占比在60%以上，直通车在10%-20%。这也是京东平台的趋势，因为各个平台都是考验店铺综合运营能力，

只有能力好的才会获得更多的流量，另外对于一些新店、新品，建议用京东提升量的方法把基础做好再去通过这种付费引流的方式来拉动店铺流量，先充分利用好平台分发的自然流量，打好店铺的基础权重标签。

可以靠快车迅速树立起精准标签，以精准流量词为主，注意相关性，选20个左右就可以，正常出价，根据行业均价去做，看产品的基础选择合适的位置，然后控制好投放时间和投放地域，根
据数据反馈，分析它的点击率、ROI、展现量、转化率、成交额
、投入产出比等等，或加词或删词，或提价或降价的去有针对性的优化，这样才能匹配更多精准付费流量，以达到提升自然搜索流量的目的。

04：促销店铺活动，老客户维护

在618、双11等各种大促活动，或者是一些节假日、主题期间，店铺可以策划一些促销活动，比如满多少送小礼品，送优惠券、满减等方式，增加潜在用户下单转化的吸引力。

注意事项：开发十个新客户，不如维护一个老客户，对待自己的客户要坦诚相待，

让客户对你的产品和服务价值了解多一点，

同时要充分运营好已经在店铺产生过交易店铺的老客户，这些用户群体已经对店铺商品产生过认知，有复购的可能性，同时这部分人群也是潜在的“广告人”，可能会把店铺推荐给身边人。所以可以定期对单品打折促销，加价购，赠品促销，套装促销，满减等等，对经常购买的客户设置vip，享受vip特权。这样客户转介绍出去的价值也会更多，不要轻视老顾客人脉的力量，可以拟订老客户服务计划，设计一个回馈客户的方案，是吸引更多客户转介绍的好方法。

这些都是很不错的能为店铺带来生意机会的引流办法，如果你想自己的京东店铺流量做起来，那么这些办法都是很实用，可以按照这些办法一步步去落实。如果现在还遇到有其它店铺运营难题的，或者想借助专业力量让店铺生意出现明显增长的，都可以来找小舟咨询解决。