

>> 阅读前，请点击右上角【关注】口袋电商课，让你少走一年弯路！

我们在做店的过程中，可能会发现原本没流量的时候愁着没有流量。那有了流量之后会发现我们的收藏，加购，转化，这几项指标感觉就是很低，跟同行比差很多，然后本身也特别的差。

那这个时候，我们是什么原因导致我们这些数据都特别差呢？其实有很大的一部分原因是因为我们店铺或者说产品人群标签不太精准导致的。那么我们该如何判断自己店铺的人群标签是否精准呢？

一、通过人群特征查看

我们在生意参谋

流量纵横下面有一个人群特征，也就在流量看板的中下位置有一个人群特征，可以看到进店的人群和这个转化人群的一个对比。那我们先看一下进店人群，比如说这个店铺进店人群访客数来讲的话，女性占了84%，然后男性占了13%；大概是一个偏女性购物的一个人群。

在年龄的分布上，大家可以看到是26-30，31-35这个年龄段是最高的，其次是18-25岁。像36岁以上，几乎就比较少了，那么在城市的分布中？我们可以看到像广州；石家庄；济南；临沂；郑州；深圳；广东；这些城市相对是比较多的。

在淘气值

的分布上我们可以看得到，大概是600-800这个淘气值是最多的。那城市，年龄，性别这里？

大家都好理解，那这个淘气值是什么呢？其实我们可以理解为淘气值是淘宝对于买家账户，一个活跃度和贡献度的一个综合估值。如果你这个账户，买的东西比较多，频次比较多然后参与评价，分享等等行为比较多的话，你的淘气值是相对就高一点的。那么在600-800这个范围是一个什么概念？就是可以理解为买东西相对比较频繁的一些客户；买东西比较多的一些活跃用户。

从这个地方那我们再去看看一下，下面一个转化人群的一个效果。从性别和年龄来看，基本上和进店的人群是高度接近的。那从城市上可能有几个不一样，但是在淘气值上也差不多，那么在这个位置我们可以看到，也就是说。通过人群特征这个版块

的数据我们发现。这个店铺中的进店人群和转化人群基本就是一类人，所以可以得到一个结论，就是这个店铺的人群标签相对来说比较精准。那这是第一个方法。

二、通过未支付买家数与支付买家数查看

第二个方法就是我们通过未支付买家数与支付买家数的一个对比，在流量纵横中的访客分析中的有一个访客对比，这个地方我们可以拉30天的数据，因为数据越大，它的相应的数据基数越高，就越稳定，越具备参考的价值。这里我们来看一下，这重点就是未支付的访客数。这个店铺有55515人。最近30天有55000人没有支付，然后，支付的新卖家有3178个。支付的老买家有2069个。通过这个数字数据我们可以得到两个结论；

第一个是支付的访客数加起来的总和大概是5000约占整个未支付里面的10%左右。可以理解为这个店铺的转化率能在10%左右。第二个信息就是可以看到这个店铺中老买家的支付还是很多的，已经达到了整个支付人数的百分之三四十左右。新客户大概是在3000人。这是第二个信息。

三、从消费层级划分查看

第三个信息是，我们可以看到，从消费层级这个划分中。可以得到一个结论，就是未支付的访客大概是0-75，占整个占比的76%。然后支付的买家数和支付的老买家数，他们的人群也都在这个消费层级。

那么从这个地方，我们给到的一个结论就是，至少在价格带

在于这个消费层级这个角度上来看的话。都是进店人群和成交人群是差不多的。可以理解为这个店铺的人群相对比较精准，有很多店铺尤其是标签不精准的。他往往是进店人群，可能是0-75的，占了百分之七八十，然后占比很高，但未知支付的买家数当中反而是200-300这个价格带特别的高。这就导致你进店的人相对就比较低廉，而真正买你的客户他们的价值相对来讲就比较高，人群不一样，所以导致转化率收藏加购率会比较低。

其次，我们可以看一下性别，从性别这个地方，就可以判断你的店铺是什么样的人群在浏览和什么样的人群在购买？当我们在投放推广的时候，你可以考虑优先去投放这个性别，那个性别就可以不用做了。其次是年龄，从年龄上来看，基本上也相差的不算很大。那么这是第二个去分析店铺标签是否精准的地方。

我们开通直通车之后，一定要注意找精准人群，这样才能提高转化率，大大降低推广成本。不过，刚开始的时候，溢价可能需要高一些，同时，找精准人群不是一朝一夕的事情，需要慢慢积累。

口袋电商课里《710爆款直通车》帮你从0开始正确创建推广计划，降低点击花费，快速提升点击率，帮你快速纠正人群不精准问题！

我是王子明，7年电商创业

如果我的经验分享，对你有帮助或启发

请点赞、收藏，感谢你的支持。

如果你正在电商创业，一定要看我的主页置顶，有惊喜！！！！

电商知识，就在口袋电商课。关注我，让你少走一年弯路。