

拼多多开店与运营





目录
Contents

- 一、拼多多开店基础知识
- 二、拼多多开店流程
- 三、拼多多商家后台介绍
- 四、拼多多重点规则介绍
- 五、拼多多防骗知识
- 六、拼多多货源选择
- 七、商品图片拍摄、保存与处理
- 八、拼多多商品发布和管理
- 九、拼多多订单管理
- 十、拼多多运营与推广
- 十一、拼多多店铺装修
- 十二、拼多多客服技巧

01
PART



拼多多开店基础知识

1、拼多多简介

2、消费者购物路径



(一) 拼多多简介



★拼多多成立于2015年9月，是一家**专注于拼团的第三方社交电商平台**，用户通过发起和朋友、家人、邻居等的拼团，可以以更低的价格，拼团购买优质商品。

★创立宗旨：拼多多凝聚更多人的力量，用更低的价格买到更好的东西。

★2018年7月，拼多多在美国纳斯达克证券交易所正式挂牌上市。

★创立近5年，拼多多平台已汇聚**5.852亿**年度活跃买家和**510多万**活跃商户，平台年交易额突破万亿大关，达到人民币**10066亿**元，迅速发展成为中国第二大电商平台。



(二) 消费者购物路径





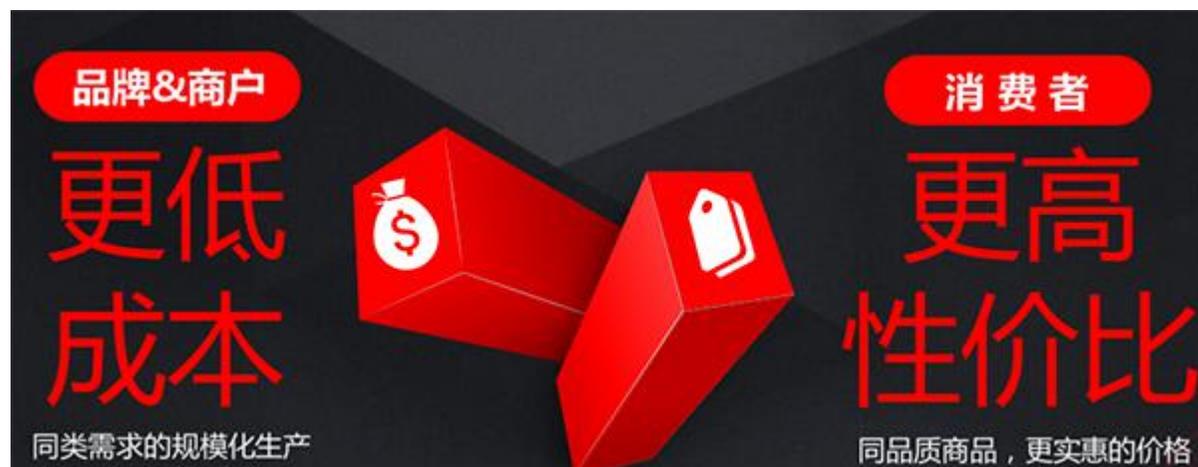
(二) 消费者购物路径

1、“与众不同”的拼多多

1.1、“流量红利”--高投产比

5.852亿年度活跃买家和510多万活跃商户

1.2、“多实惠”--高性价比



1.3、开店难度低

首先拼多多的开店流程极其简单

其次拼多多承诺商家0元入驻、0扣点!

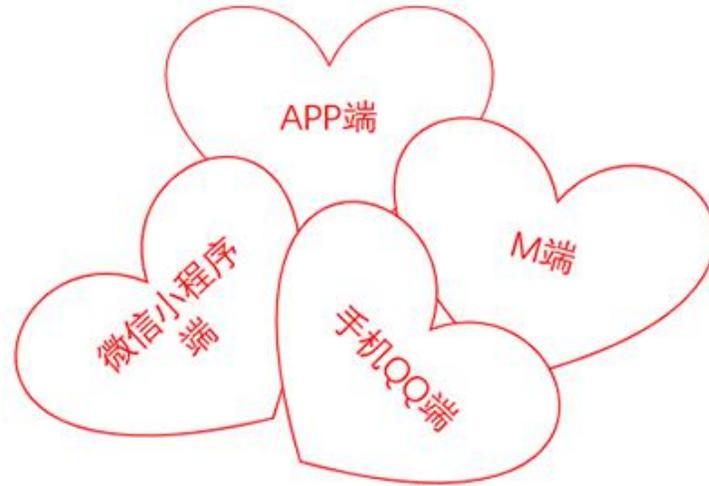


(二) 消费者购物路径

2、拼多多前台端口类型

2.1、APP端：安卓、苹果

2.2、微信小程序端



入口1：微信首页小程序搜索“拼多多”

入口2：【微信】-【我的】-【钱包】-【第三方服务】-【拼多多】

2.3、手机QQ端

入口：【手机QQ】-【QQ钱包】-【拼多多】

2.4、浏览器端

<https://www.pinduoduo.com>

02
PART



拼多多开店流程

- 1、店铺类型介绍
- 2、个人店铺升级为企业店铺
- 3、更改主营类目
- 4、开店流程实操
- 5、类目资金规则



拼多多开店流程





(一) 店铺类型介绍

优势：门槛低，需要提交的手续简单

个人店铺

个人商户 (需提供身份证信息)

个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，如自产的特产农产品：湖南特产酸辣萝卜等

个人利用自己的技能从事依法无法取得许可证的便民劳务活动，如提供画像、修图等服务

个人从事零星小额交易

其他依照法律、行政法规不需要进行登记的情况

个体工商户 (需提供身份证信息和个体工商户营业执照)

店铺类型

优势：1, 缴纳保证金少 2商品选择范围广 3报名活动优先考虑

企业店铺

旗舰店 ⊖ 一级独占授权，商标权利人A可开店铺类型

专卖店 ⊖ 二级以内授权，从A手上取得授权的B可开店铺类型

专营店 ⊖ 三级以内授权，从B手上取得授权的C可开店铺类型

普通店 ⊖ 尚未注册自有商标，也没有授权品牌

四种企业店铺的资质要求

店铺类型 \ 资质要求		企业三证	质检报告	商标注册证	授权书	银行开户许可证
旗舰店	品牌方	√	√	√	×	√
	被授权方	√	√	√	√	√
专卖店		√	√	√	√	√
专营店		√	√	√	√	√
普通店		√	×	×	×	√



(二) 个人店铺升级为企业店铺

路径：【拼多多管理后台】 - 【店铺管理】 - 【店铺信息】 - 【店铺升级】 提交升级材料。

店铺信息

基本信息 主体信息 品牌资质 店铺经营许可证 **店铺升级**

① 店铺升级是在不影响正常经营的情况下,将店铺的经营主体由个人变更为企业,同时保留店铺的经营数据

升级步骤

✓ 选择类型 ———— ✓ 填写资料 ———— ✓ 审核通过

需要满足的条件

申请人保证其不存在因违规被拼多多平台清退的情况。同时,截至店铺主体变更申请提交时,目标店铺满足以下条件:

● 条件不足,不能继续 ● 最终提交时必须满足,但当前能继续

状态	条件	是否满足	建议
●	店铺类型为个人店	满足	
●	当前店铺状态满足店铺升级	满足	
●	无审核中的品牌资质	满足	
●	没有发起退店	满足	
●	没有因违规被限制提现	满足	
●	无提现中的资金	满足	

申请人个人信息

*店铺名 孔子创业

入驻人姓名 张

*身份证号 422126*****7511

选择类型

*您与企业的关系 法人 股东

*工商局开具的法人证明 请上传工商局/市场监督管理局盖章的机打读档证明或包含法人信息的公司章程图片,请勿上传营业执照等

+ 点击上传 查看示例

*店铺接受同意书 请上传图片格式的扫描件

+ 点击上传 下载



(三) 更改主营类目

1、**操作路径**：拼多多商家【管理后台】-【店铺管理】-【店铺信息】-【基本信息】，点击“更改主营类目”。



2、**修改主营类目需要满足什么条件？**

- (1) 已缴纳店铺保证金；
- (2) 无任何销量；
- (3) 无商品数据（如有上架、待审核的商品将在确定修改主营类目后全部下架禁售）；
- (4) 店铺不是待审核状态（【店铺管理】-【店铺信息】-【主体信息】中可查看店铺状态）。



(四) 开店流程实操：个人店铺

- 1、百度搜索“拼多多”或直接输入网址
- 2、进入首页，选择“商家入驻”，点击“0元入驻”

- 3、选择店铺类型：
- 4、填写相关信息
- 5、认证通过
- 6、微信绑定店铺
- 7、选择发货地
- 8、下载客户端

1 身份信息 2 店铺信息 3 审核通过



恭喜您的店铺【孔子创业】编号【348017761】审核通过

登录账号：pdd34801776132 绑定手机：18672525252 登录网址：mms.pinduoduo.com

一键登录

快去发布商品，开始赚钱吧

如果你有第三方平台店铺，请先去绑定第三方店铺 立即查看



(五) 类目资金规则

1、店铺保证金

路径：【商家管理后台】 - 【账户资金】 - 【保证金】 - 【店铺保证金】 - 充值。

注意：店铺保证金在提交退店申请一个月后通过审核即会退回至商家银行账户

2、活动保证金

活动保证金缴纳途径：【商家管理后台】 - 【账户资金】 - 【保证金】 - 【活动保证金】 - 充值。



保证金覆盖活动种类

竞价 品质招标 秒杀 断码清仓

选择档位

- A档 (活动保证金5000.00元) 活动商品额度：1个
- B档 (活动保证金10000.00元) 活动商品额度：2个
- C档 (活动保证金50000.00元) 活动商品额度：无限制

03
PART



拼多多规则介绍

- 1、诱导非官方交易
- 2、商品发布规则
- 3、发货规则
- 4、假货
- 5、知识产权
- 6、低价引流
- 7、店铺限制



拼多多规则介绍

※拼多多规则中心:

<https://mms.pinduoduo.com/other/rule>

※拼多多规则分为: **招商规则**、**运营规则**、**服务规则**、**处理规则**





(一) 诱导非官方交易

1、什么是诱导非官方交易？

商家主动诱导拼多多用户（以下简称“用户”）或接受用户的要求，通过**非拼多多官方渠道进行交易或收付款，或者实施其他提高交易风险、可能损害消费者合法权益的类似行为**。被判定诱导非官方交易后果非常严重，会有**补缴10万元的保证金**等一系列处理措施。

2、哪些情形属于诱导非官方交易？

(1) 线上或线下与用户通过非拼多多平台提供的渠道收付款。

如银行账号、第三方支付工具、支付二维码、购物链接、第三方平台店铺或商品信息等

(2) 线上或线下与用户交换任何非拼多多平台的账号

第三方应用账号、第三方网站账号、电子邮箱、网盘账号、第三方订阅号、公众号信息等



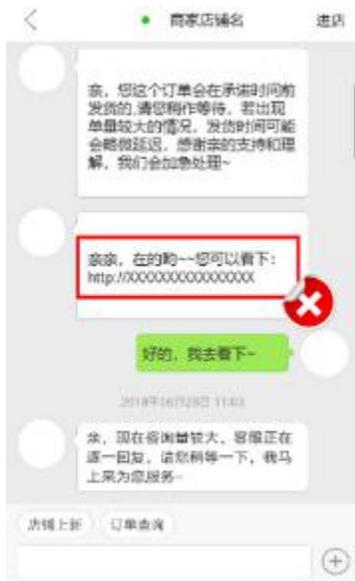


(一) 诱导非官方交易

(3) 线上或线下引导用户浏览、下载非拼多多平台提供的、并且非正常交易或服务所必需的网站、内容或应用。如给用户发自家店铺的公众号或粉丝群号

(4) 商品包装上或包装中附带任何非正常交易或服务所必需的第三方网站或店铺信息等，如：好评返现卡。

(5) 为通过非拼多多官方渠道进行交易或收付款的目的，线上或线下与用户交换手机号、座机号或其他联系方式。（正常需求下交换联系方式不属于诱导非官方交易范畴）。





(一) 诱导非官方交易

3、平台对“诱导非官方交易”违规行为的处理

拼多多发现商家存在诱导非官方交易的违规情形后，将立即采取下列一项或多项措施，并通知商家：

- 1) 对存在交易风险的订单作关闭交易处理；
- 2) 限制店铺账户部分或全部资金提现；
- 3) 店铺所有商品下架或禁售、禁止上新、禁止上架；
- 4) 提高店铺保证金标准，增幅为10万元。

4、平台如何判定“诱导非官方交易”行为违规？

拦截并警示

人工核查并复核

通知并处理

5、防范技巧

- (1) 利用“小额打款”功能
- (2) 利用“发红包功能”
- (3) 利用“补差价收款卡片”功能



(二) 商品发布规则：重复铺货、描述不符

1、重复铺货

(1) 什么是重复铺货？

当同一店铺发布的两个及以上商品ID或商品链接中的商品属同款商品。被平台判定重复铺货会被要求在一定期限内进行整改，情况严重的话会采取降权、下架等措施哦。

(2) 哪些情形属于重复铺货？

A、同款商品不同颜色分别发布。

例如：主要属性相同的T恤，颜色不同只能发布在一个商品链接里。

B、同款商品不同规格分别发布（服饰配件、箱包类目除外）

例如：食品类有多种口味时，建议发布在一个商品链接中。

C、通用型商品按照不同适用车型、机型等分别发布

例如：通用型坐垫，适用于不同车型，是不允许分开发布的。

D、同款商品附带不同附赠品或附带品分别发布

例如：一个主要属性相同的自拍杆，单独发布一次和赠送手机贴膜发布一次，属于重复铺货。

E、同款商品使用不同主图角度等不同发布形式分别发布



(二) 商品发布规则：重复铺货、描述不符

2, 描述不符

(1) 什么是描述不符?

描述不符指商家实际发货的商品与达成交易时的商品描述不相符。

(2) 常见违规情形：见右图

(3) ABC类违规的认定

平台按照不同的商品种类，根据商品不符合描述或不符合相关质量标准程度，对**抽检不合格**的情形进行分类。

类型	举例
材质不符	蚕丝被描述称填充物为100%桑蚕丝，经实测填充物为100%聚酯纤维
品牌不符	描述为某品牌正品，实际收到商品无任何与该品牌相关的信息或标识
规格/功能不符	某手机描述为全金属一体机，电池容量为3800毫安，实际收到的商品，后盖为塑料且可随意拆卸，实测电池容量为1000毫安
尺寸不符	上衣描述胸围尺寸为100cm，经实测，实际收到的商品的胸围为92cm，比描述少8cm
重量问题	苹果描述总重为2500g，抽检样本实测重量为2000g，比描述少500g，差异占比20%，超出《描述不符认定及处理标准》规定的3%的允差范围

存在下列情形之一的，认定为A类：

- 1) 《拼多多抽检标准及实施细则》（以下简称“抽检标准”，具体内容见附件）规定为A类；
- 2) 经与商品描述比对，存在严重影响消费者正常使用或严重影响消费者购买决策的差异；
- 3) 违反法律、法规强制性规定；
- 4) 与相关质量标准严重不符的其他情形。

存在下列情形之一的，认定为B类：

- 1) 抽检标准规定为B类；
- 2) 经与商品描述比对，存在较大差异，可能影响消费者正常使用或影响消费者购买决策；
- 3) 与相关质量标准不符但情节较轻。

存在下列情形之一的，认定为C类：

- 1) 抽检标准规定为C类；
- 2) 经与商品描述比对，存在微小差异，不影响消费者正常使用且不影响消费者购买决策。



(三) 发货规则：延迟发货、虚假发货、欺诈发货、缺货

1、延迟发货

指商家**未在发货时限内**完成发货。

2、虚假发货

商家上传至拼多多后台的发货物流单号对应的物流信息存在**明显的物流轨迹放缓**等异常情形，及/或商家上传物流单号后消费者在**合理期限内**未实际收到所购商品。

[常见场景](#)

3、欺诈发货

商家在发货过程中向消费者**发送空包裹**或**与商品描述明显不符**的其他物品，或者实施其他情节严重的欺诈行为。

[常见情形](#)：

[几种案例](#)：

商品类型	发货时限
常规商品	48小时
直邮、直供商品	120小时
预售商品	显示的发货时限





(三) 发货规则：延迟发货、虚假发货、欺诈发货、缺货

4、缺货

(1) 什么是缺货？

用户购买商品后，商家主动联系拼多多平台或消费者告知**无法在发货时限内完成发货**，或者商家发生**延迟发货或虚假发货后在规定时限内仍未发货**，相关订单将被拼多多平台判定为缺货订单。

(2) 常见情形：

案例1

案例2

(3) 防范缺货小技巧

A：合理设置库存

B：注意发货时限，如果出现缺货的情况，首先联系补货，如若在时限内无法正常发货，立即联系拼多多平台。

序号	情形
1	商家主动联系拼多多平台或消费者告知无法在发货时限内完成发货
2	订单发生延迟发货后3天内仍未发货，即发货时限届满后3天内仍未发货
3	作虚假发货处理的订单在上传物流单号后5天内仍未真实发货

- 1) 当**缺货订单数 ≤ 10** 单时，可在【商家管理后台】-【订单查询】-【待发货】-【订单详情】直接申请；
- 2) 当**10单 < 缺货订单数 < 100单**大时，可在“拼多多商家服务”[微信公众号](#)，右下角点击“联系客服”，在弹出的菜单栏中选择“缺货退款”进行缺货登记；
- 3) 当**缺货订单数 ≥ 100** 单时，在“微信公众号”按照提示添加QQ备注处理。



(四) 假货

1、什么是假货？

假冒商品及盗版商品。假冒商品包括假冒注册商标或假冒他人厂名、厂址的商品。

2、处理条例

- (1) 该商品永久下架；
- (2) 限制店铺资金提现；
- (3) 扣除商家保证金及/或商家账户货款余额作为消费者赔付金，用于对假货订单消费者进行赔付；
- (4) 根据售假程度以及销售历史，平台有权对售假店铺采取包括但不限于商品移除资源位、禁止上资源位、移除广告、降权、屏蔽、下架、禁售，或禁止上新、禁止上架的限制措施；
- (5) 根据售假程度以及销售历史，平台有权终止与该商家合作；
- (6) 若涉及刑事责任的，平台有权移交公安、司法机关处理。



(五) 知识产权

1、知识产权的投诉

如果遇到知识产权侵权，可以登录知识产权保护平台 (<https://ipp.pinduoduo.com/>) 进行投诉。

2、各类知识产权投诉理由

知识产权侵权投诉理由主要分为三大类，即**商标权**、**专利权**和**著作权**。具体侵权投诉理由汇总如下：

3、知识产权侵权申诉

如果商家被投诉知识产权侵权，有材料证明自己没有侵权也可以进行申诉。

4、知识产权投诉整改说明

若核实存在侵权行为，平台会以站内信形式通知商家在指定期限内进行整改，若商家在规定期限内未进行处理，平台将对商品采取下架措施。





(六) 低价引流

1、低价引流的情形

低价引流是指商家通过在同一商品ID或商品链接中设置一到多个不合规的低价sku，在前端展示该低价sku的价格，但与商品图片、标题描述不匹配，达到骗取消费者点击的目的的行为。例如：

- (1) 不同品类或品牌的商品放置在一个商品ID或商品链接中售卖；
- (2) 不同材质、规格等属性值对应价格不同的商品放置在一个商品ID或商品链接中售卖；
- (3) 将价格差距较大的常规商品和商品配件放置在一个商品ID或商品链接中售卖；
- (4) 将不存在的SKU（指这个SKU的商品实际并不存在，如价格为0.1元标示“拍错不发货”的SKU）与常规的SKU发布在同一个商品ID或商品链接中售卖；
- (5) 将常规商品和非常规商品（如二手、样机、模型、瑕疵品、一只鞋等）放在一个商品ID或商品链接中售卖。

2、低价引流违规处理措施

若经平台核实商家存在低价引流的行为，会有相应的违规处理措施：

对于商品的处理：平台有权要求商家在指定期限内进行整改；或者视情况对相应商品或信息采取降权、屏蔽、删除、下架、禁售等措施。



(六) 低价引流

对于店铺的处理：平台除对违规商品或信息采取相应处理措施外，将视违规情节轻重，对店铺采取下列一项或者多项处理措施：

- (1) 限制店铺的资金提现功能，包括但不限于店铺保证金、活动保证金、货款等；
- (2) 商品降权、屏蔽、删除；
- (3) 商品移除资源位、禁止上资源位、移除广告；
- (4) 商品下架、禁售；
- (5) 店铺禁止上新、禁止上架；
- (6) 解除协议、终止合作，清退商家。

3、低价引流防范措施

低价引流防范小技巧：定期体检

路径：拼多多商家【管理后台】 - 【商品管理】 - 【商品体检】



(七) 店铺限制

路径：拼多多【商家管理后台】-【店铺管理】-【违规信息】-【店铺限制】查看被限制的原因，也可以查看站内信通知核实。

这里可以看到店铺限制的限制等级、限制原因以及限制起止时间。

店铺违规管理 店铺限制 商品限制

序号	限制等级 等级说明	限制原因	限制开始时间	限制结束时间	当前进度
	<p>店铺限制等级有三种，根据违规的程度不同可能被不同等级的店铺限制惩罚。三种限制等级说明如下：</p> <p>一级限制：商品移除资源位、禁止上资源位、移除广告；</p> <p>二级限制：商品移除资源位、禁止上资源位、移除广告、禁止上新、禁止上架；</p> <p>三级限制：商品全部下架、禁止上新、禁止上架；</p>				

04
PART

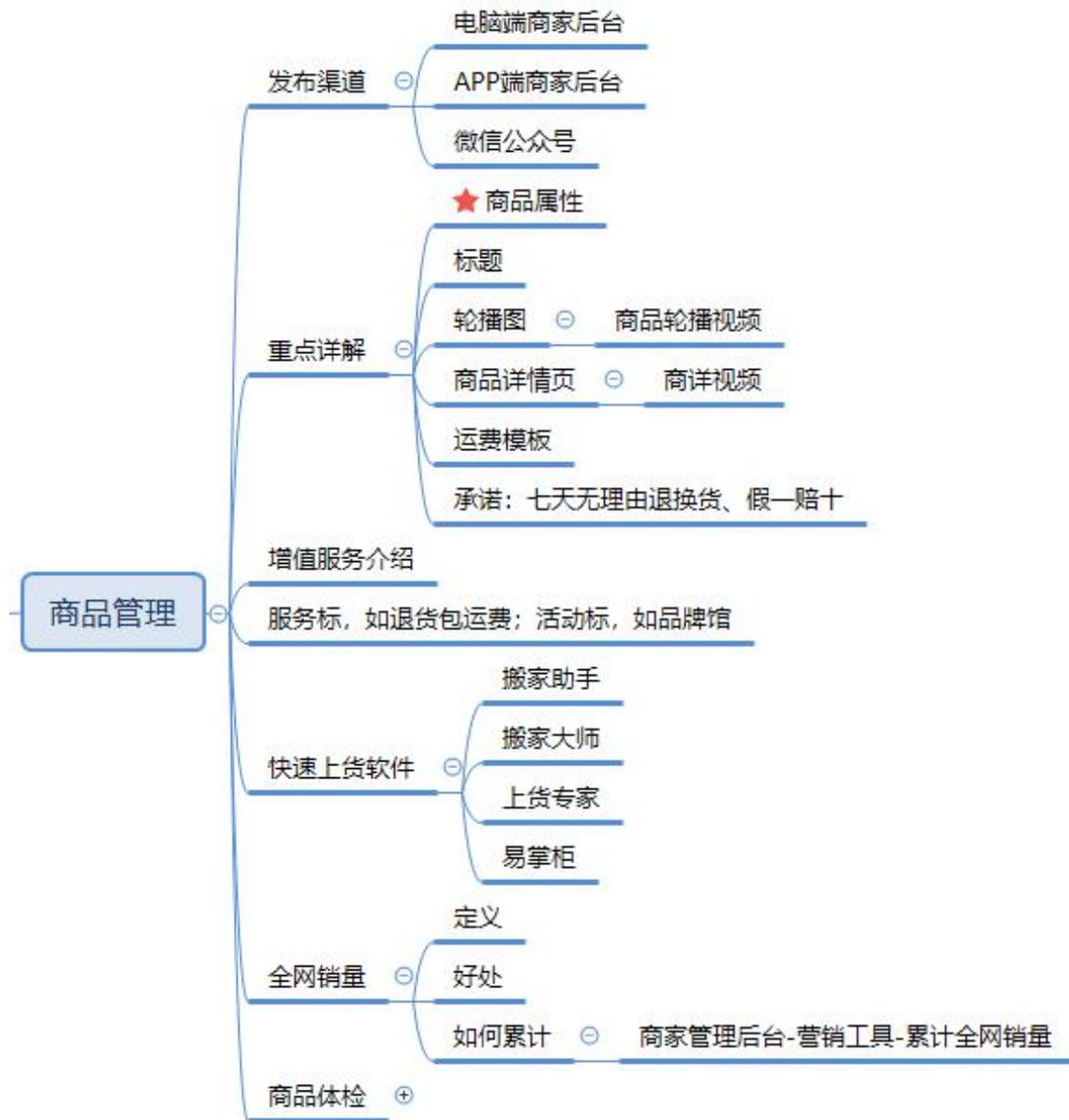


拼多多商品发布和管理

- 1、商品发布渠道
- 2、商品发布重点详解
- 3、图片下载软件
- 4、快速上货软件
- 5、累计全网销量
- 6、商品体检



拼多多商品发布和管理





(一) 商品发布渠道



(一) 电脑端

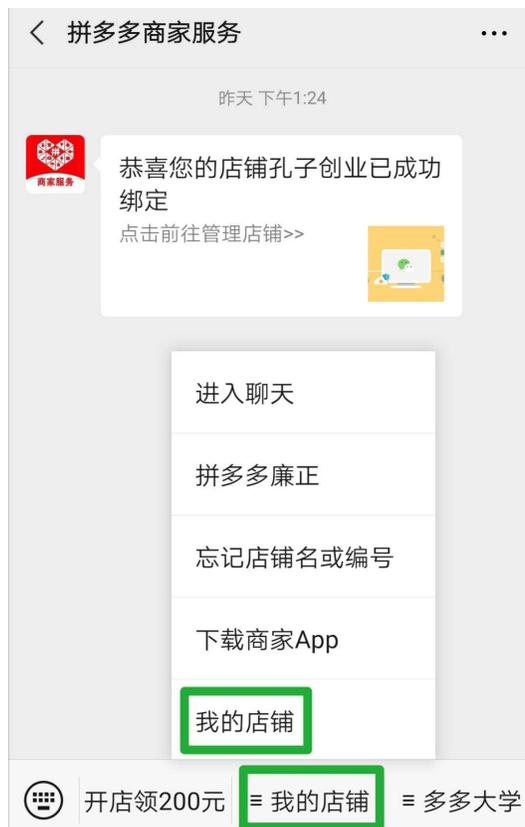
网址: <https://mms.pinduoduo.com/>

(二) 拼多多商家版APP: [图片1](#)、[图片2](#)

(三) 微信公众号

1、拼多多商家服务

2、[拼多多](#)





(二) 商品发布重点详解

1、**商品属性**：提高搜索时权重，将商品更精准地推荐给适用消费人群，提高转化

平台的流量匹配逻辑是**精准化匹配**：人群会细分打标签，商品也会按照不同维度打标签。算法会在商品的所有文字信息中进行重要信息的抓取，包括商品的标题信息、属性信息、买家评价信息，甚至是经常浏览商品的买家端的信息，来帮助商品更好地匹配给消费者。

商品属性是最系统且是结构化的信息，不管是抓取和匹配，算法端的应用度都会更高。

注意：

(1) 商品属性要尽可能写全、写准确。不仅可以增加精准流量还有利于活动报名，一定要填写哦！

(2) 商品涉及保质期、生产日期等，是必填项目，一定要注意发出商品与所填日期是否相符，避免售后问题。

不同类目商品对应需填写的商品属性不同

如：[发布半身裙](#)



(二) 商品发布重点详解

2、**商品标题**：好标题可以带来更大曝光，切中目标用户，提升点击。

发布助手 ^

商品标题

a.中文按照2个字符计算，最多填写30个汉字（60个字符）。

b.商品标题=商品描述+相关属性，需与当前商品的分类、属性一致。

c.错误填写可能会引起流量减少甚至商品下架，请准确填写！

新建商品

1 商品基本信息

* 商品分类 家庭/个人清洁工具 > 卫浴/置物用具 > 非便携式用镜 > 浴室镜 修改分类

* 商品标题 商品标题组成: 商品描述+规格

商品属性 请准确填写属性，有利于商品在搜索和推荐中露出，错误填写可能面临商品下架

属性填写率 0% 低

注意：

- (1) 非品牌的产品不能出现品牌信息。
- (2) 不能出现价格敏感词，例如跳楼价、劲爆价、血价、亏本甩卖等词语。
- (3) 不允许出现拼多多以外的其他电商平台、网站或者线下店铺的任何信息。



(二) 商品发布重点详解

3、**轮播图**：轮播图是商品的“门面”，跟点击率息息相关！

注意：

- (1) 充分利用轮播图位置，尽量不空置，有10个位置就放10张图片。
- (2) 把重要卖点放位置靠前的轮播图。
- (3) 一张图片中不要堆砌太多卖点，尽量让用户能第一时间抓住主要卖点。

(4) **轮播视频**

如图，点击左下角的播放按钮即可进行视频播放，可以多维度展示产品优势，提升商品转化。

针对部分类目主轮播图可使用视频。

轮播视频：点击“勋章馆”可以看到轮播视频，满足“近30天新增8个活跃商品”，点亮轮播视频勋章就可以开通权限啦





(二) 商品发布重点详解

4、[商品详情图](#)：好的详情页可以让用户浏览过后立马下单，提高转化率！

小技巧：

(1) 展示内容以**用户痛点为宗旨**，用户关心什么就展示什么。

(2) 可以考虑浏览习惯去布置图片顺序：

建议：首页主屏→卖点→产品展示（功能、信息、场景图等）。

(3) 可以考虑放置**优秀买家秀**，消除用户顾虑，获取用户信任。

注：商家朋友们也可以进行**商详视频**的添加--找对接运营申请发视频，若审核通过，则发布商品时，可在商品基本信息-商详视频处，点击上传按钮进行上传。

请确保该商品中含有所选材质

成分含量 %

请核实您选填的内容，此处会涉及到描述不符相关规则

* 商品轮播图

 + 点击上传 (1/10)

主轮播图

商品轮播视频

商品描述

商详视频

商品详情图  + 点击上传 (1/20)



(二) 商品发布重点详解

5、**运费模板**：可选已有模板或点击右侧“新建运费模板”进入到【拼多多商家管理后台】-【发货管理】-【物流工具】-【运费模板】进行新模板设置

注意：目前只支持偏远地区付费配送，偏远地区是指新疆、宁夏，西藏，青海，内蒙古，海南，甘肃，其他地区只能选择包邮或者不配送。

物流工具

[运费模板](#) [地址管理](#) [加运费发顺丰模板](#)

i 默认模板由系统根据现有商品的信息自动生成，可以修改，未被使用的模板可以删除

新建运费模板

二级地址不配送

模板名称	计费方式	最后编辑时间	操作
非偏远包邮默认模板-20200515184131	按件计费	2020-05-15 18:41:31	复制 编辑 删除 使用情况
包邮默认模板-20200515184131	按件计费	2020-05-15 18:41:31	复制 编辑 删除 使用情况



(二) 商品发布重点详解

6、**承诺**：七天无理由退换货、假一赔十

特别强调：如果商家选择了“预售”，设置预售时间，需要商家在预售时间当天的23:59:59前完成发货，商家设置的预售时间即该预售商品的承诺发货时限。预售时间到期后，您需要根据发货时间承诺履约。请关注承诺的发货时效，并尽量在预售到期前修改为非预售或延长预售时间，避免触发延迟发货规则。

注意：平台会根据商品分类、特性等因素，决定是否向消费者展示该服务承诺，但服务承诺是否展示不影响商家对该项承诺应承担的义务与责任，也就是如果涉及假货，就算没有勾选假一赔十，也需承担该项义务。

(一) 增值服务介绍

“假一赔十”、“7天无理由退换”、水果类目可勾选“坏果包赔”、“顺丰包邮”、送货入户、上门安装

(二) 服务标 (退货包运费) 和活动标 (品牌馆)

服务标和活动标有助于商品从众多同类型商品中脱颖而出，同类型的商品这样的标签能让消费者产生信赖感，推动消费者下单。



(三) 图片下载软件

西西电商图片下载器-1.8版 支持-淘宝|天猫|1688|京东|拼多多|苏宁易购

填写商品网址: 清空

开始下载

关于

图片保存位置:

选择目录

打开目录

填写 Cookie:

保存设置

已注册

标题:新品卡通七彩摇摆上链鱼鱼发条摇摆儿童玩具地摊热卖批发

网页保存成功!

1688主图一共有5张

正在下载主图第1张

1688主图第1张下载完毕!

正在下载主图第2张

1688主图第2张下载完毕!

正在下载主图第3张

1688主图第3张下载完毕!

正在下载主图第4张

1688主图第4张下载完毕!

正在下载主图第5张

1688主图第5张下载完毕!

网页保存成功!

1688详情图一共有29张

正在下载详情图第1张

1688详情图第1张下载完毕!

正在下载详情图第2张

1688详情图第2张下载完毕!

正在下载详情图第3张

1688详情图第3张下载完毕!

属性图

主图

详情图

视频

京东秀

保存网页



(四) 快速上货软件

1、常用软件：“搬家助手”、“搬家大师”、“上货专家”、“上货助手”、“甩手上货助理”等

2、入口：**【拼多多商家管理后台】 - 【服务市场】 - 【第三方合作软件】**

The screenshot displays the Pinduoduo Merchant Management Backend interface. The top navigation bar includes '拼多多管理后台', '站内信', '客服平台', '商家社区', '联系拼多多', '规则中心', '帮助中心', '多多大学', and '下载客户端'. The left sidebar lists various management functions: '发货管理' (Order Management), '售后管理' (After-sales Management), '商品管理' (Product Management), and '店铺营销' (Store Marketing). The main content area is titled '第三方合作伙伴' (Third Party Partners) and shows a list of recommended software applications. A yellow banner at the top of this section reads: '如需创建应用,可前往拼多多开放平台创建,立即前往'. The applications listed are:

- 搬家助手** (Moving Assistant): 将淘宝, 1688, 天猫, 京东等平台宝贝一键搬家到拼多多, 快速上货。杭州码斌软件技术有限公司。
- 超级运营** (Super Operation): 帮助商家解决微信流量, 将商品推广至: 微信群、朋友圈、公众号等渠道, 让商品获取更多曝光。深圳市小清新网络科技有限公司。
- 超级流量** (Super Traffic): 帮助商家解决店铺运营难题, 一键解决无订单、起单难, 助力店铺迅速提升访问量、收藏量, 打造爆款! 赣州市惠通建筑材料有限公司。
- 搬家大师** (Moving Master): 一键将淘宝, 1688, 天猫等平台宝贝搬家到拼多多平台, 为商家快速铺货保驾护航! 赣州市汇丰橡塑制品厂。
- 易打单** (Easy Order): (限时优惠) 打单发货, 多平台, 多物流电子面单, 订单获取、批量打印、自动发货、短信营销、发货提醒。深圳丰速科技有限公司。



(五) 累计全网销量

1、什么是累计全网销量？

商家可以通过绑定第三方平台店铺，将同款商品的销量累计展示在拼多多平台。

即：第三方平台销量+拼多多已拼销量=全网累计销量。

2、累计全网销量的好处？

(1) 全网销量可以提升商品权重和搜索排名，增加商品的曝光和流量，且能提升您商详页的转化。

(2) 第三方平台店铺表现好的商家还将获得小二直接对接的机会。

3、如何累计全网销量？

路径：【商家管理后台】-【营销工具】-【累计全网销量】。

The screenshot shows the Pinduoduo merchant management backend interface. The top navigation bar includes '拼多多管理后台', '返回首页', '站内信', '客服平台', '商家社区', '联系拼多多', '规则中心', '帮助中心', '多多大学', and '下载客户端'. The left sidebar contains various management categories: '发货管理', '售后管理', '商品管理', '店铺营销', and '数据中心'. The main content area is titled '营销工具' (Marketing Tools) and features several promotional tool cards. A red box highlights the '累计全网销量' (Accumulated Total Sales) tool, which is described as: '只需要绑定第三方店铺，就可以累计同款商品的全网销量，马上提升商品权重和排名'. A red arrow points from the '拼单返现' (Split and Return) tool to the '累计全网销量' tool.



(六) 商品体检

- 1、**疑问**：流量莫名其妙减少？商品突然被下架/禁售？明明是同款，为什么他家卖的比我家好？
- 2、**后果**：导致流量降权、禁报平台活动、消费者投诉、转化下降、商品处罚、商品禁售等
- 3、**商品体检入口**：拼多多商家【管理后台】-【商品管理】-【商品体检】，点击“立即体检”按钮即可进行体检。
- 4、[修改与反馈](#)

商品体检 体检结果于2019-10-14生成

67.22分

您的商品状况很差，请立即处理！
本次体检共检测到 3 项问题，发现 6 个问题商品

重新体检

商品问题

商品分类有误

商品将受到流量限制，无法报名活动

待处理商品数：4

立即处理

未上传白底图

商品将无法获得搜索、分类入口流量，无法报名部分活动

待处理商品数：6

立即处理

重要属性未填写

商品将受到流量限制，无法报名活动

待处理商品数：1

立即处理

05
PART



拼多多商家后台介绍

1、APP商家管理后台

2、电脑端商家管理后台

3、windows端商家工作台



(一) APP商家管理后台

根据功能划分为五个界面：**店铺、消息、工具、成长、我的**

- 1、**店铺**：[交易数据](#)、[订单管理](#)、推广中心、营销活动、多多进宝、多多直播、商品管理（添加商品、商品搬家）、平台考核指标、多多大学、经营手册
- 2、**消息**：聊天消息、重要通知、订单通知、店铺通知、商家成长、其他通知、消息订阅、快捷回复、更多...
- 3、**工具**：商品（商品搬家、选词推荐、商品热搜词、商品体检、商品评价等）、营销（同款竞价、拼单返现、优惠券、短信营销、多件优惠、限时限量购、分期免息、分享店铺、多多直播、先用后付）、服务（快捷回复、电子面单、运费模板、退货包运费、极速发货、售后小助手、极速退款等）、其他（地址管理、违规管理）
- 4、**成长**：关注、推荐（官方课程、官方答疑、经营干货、近期热帖、话题广场、社区达人、权益中心、每日打卡）、问答、官方
- 5、**我的**：切换账号、店铺管理、账户资金、能力认证、勋章馆、多多大学、商家客服、廉正举报、聊天管理、设置



(二) 电脑端商家管理后台：标题栏、导航栏、主页面

★标题栏（站内信、客服平台、规则中心、商家成长、下载客户端）

★导航栏：11个主菜单

- 1、发货管理:订单查询、发货中心、物流工具
- 2、售后管理：售后工作台、商家举证、小额打款、退货包运费、极速退款
- 3、商品管理：发布新商品、商品列表、商品体检、商品素材、评价管理
- 4、店铺营销：营销活动、竞价活动（类似淘宝直通车）、短信营销、营销工具
- 5、数据中心：经营总览、商品数据、交易数据、售后服务等
- 6、账户资金
- 7、多多客服：消息设置
- 8、多多进宝
- 9、推广中心
- 10、店铺管理
- 11、商家服务市场



(三) windows端商家工作台

★优点：一站式店铺管理后台，可登陆多个店铺账号进行信息回复，大幅提升客服效率

★下载：



1、聊天

2、订单

3、商品

4、数据

5、应用中心

6、权益

7、社区

8、通知

9、更多 (设置、意见反馈)

06
PART



商品选款、定价与货源选择

- 1、商品选款**
- 3、货源选择**

- 2、商品定价策略**



(一) 如何选出潜力爆款? - “市场即正义”

选出能迎合市场的款就已成功了一半!

1、**利用可以反映市场情况的渠道信息去选款** (适用选择上架商品和主推款)

(1) 首页/竞价活动

(2) 多多进宝首页

(3) 其他平台 (如短视频平台和电商平台) :

2、**利用后台数据信息去选款** (主要适用于在店铺上架商品中选择主推款)

【商家管理后台】-【数据中心】-【商品数据】-【商品明细】查看数据, 从**商品浏览量、商品点击量、客户咨询量、订单数量**等这四个数据来看潜力爆款

另外, 客户咨询最多的商品或者询单转化率较好的商品都可以作为我们的选款依据。

总得来说, 要想商品在市场中脱颖而出, 一定要把握两点:

(1) **紧跟市场, 寻找当下市场喜爱的流行属性。**

(2) **打造产品的差异性**, 可以从一开始的选款时就注意产品的差异性, 也可以在选款之后在商品详情页和推广上突出产品的差异性。

STEP2:

商品浏览量

商品点击量

客户咨询量

订单数量



(二) 商品定价策略：“定好价格≠一味压低价格”

1、参考同行价格

参考同行对商品的价格设置，以同行的价格区间作为定价的参考依据。

2、参考其他商品价格

选择**销量较高竞品的定价**作为参考，这是比较基础的定价方法，但需要注意的是，不仅仅是关注竞品的销售价格，还需关注他们报活动、上资源位的价格，以及店铺优惠券的因素也得考虑。切忌违反价格规律、陷入价格战。

3、根据消费者心理定价

4、反向定价

在成本价的基础上，根据未来的活动规划和营销工具的使用去定价，留下报名活动和店铺日常营销的操作空间。如大促8折、秒杀9折、限时限量购9.5折方向倒推出商品定价。

5、明确店铺货品结构后再定价：引流款和利润款

定价不仅需要考虑商品的成本，还需考虑**包装费用**、**破损成本**（如水果生鲜会存在正常的破损率，需考虑这部分成本）、**快递费用和日常开支（人工开支、租金等）**，若有**推广计划**，则可以在定价时就考虑算入推广费用，为后续的推广保驾护航。



(三) 货源选择

1、线上货源渠道

(1) [网上代销进货](#)：1688

(2) [搜索引擎](#)

(3) [电视购物广告](#)

2、[线下货源渠道](#)

(1) [批发市场进货](#)

(2) [厂家直接进货](#)

(3) [从批发商处进货](#)

(4) [品牌代理商](#)

(5) [身边的货源](#)：水果、小商品、土特产

一、线上货源渠道

优势

无需库存，商家提供现成的资料和图片。

劣势

质量不好把关，库存不好把握，价格会比批发进货要高些。

注意

货源的稳定与库存充足，商品的质量与服务，提高防骗意识。

切记

忌一味的找低价、忌只要大牌正品、忌贪小便宜、忌太心急。



(三) 进货前的准备

与供货商的沟通

与供应商建立好关系，在关于调换货的问题上要与批发商说清楚，以免日后起纠纷。

同时可以观察到市场的动态。

产品来源

供货商不一定就只做一家，可以有多家供货商来做。

了解平台

了解拼多多的商品风格来确定产品，不要盲目进货。还需要考虑到日后的运营销售及盈利问题。

07
PART



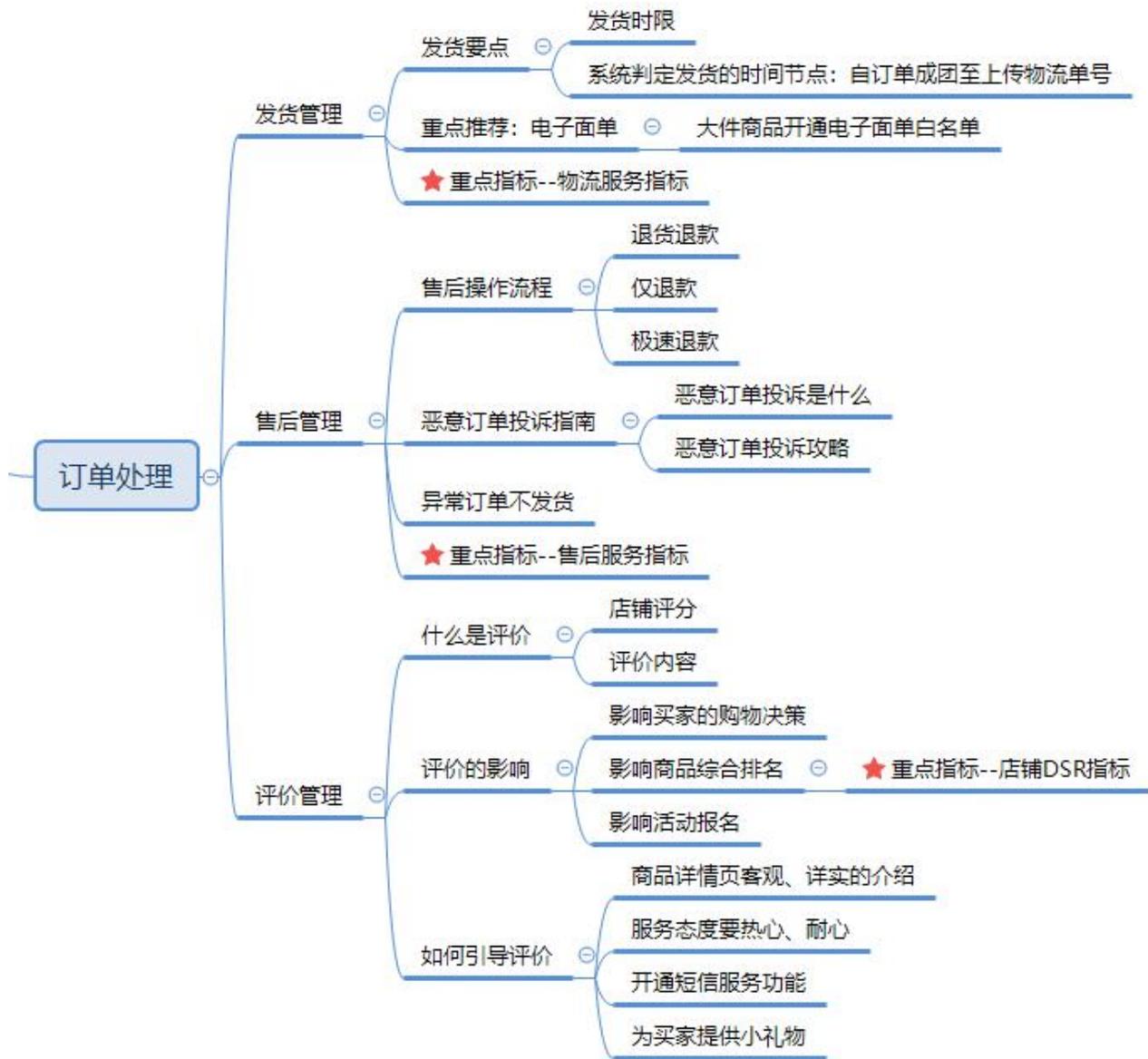
拼多多订单处理

- 1、发货管理**
- 3、评价管理**

- 2、售后管理**



拼多多订单处理





(一) 发货管理

1、发货要点

★重点关注：[发货时限](#)，是自订单成团之时算起，到上传物流单号后结束。因此，商家一定要记得关注订单成团的时间，别计算错误了发货时限，同时，请务必仔细无误认真上传物流单号！

2、重点指标--物流服务指标

★物流服务异常订单数：**近30天虚假发货、物流时效异常、发生有效物流投诉、售后退款原因与物流相关或物流服务DSR为1分的订单总数**（收件地为新疆地区订单，除虚假发货外其余类型订单不计物流服务异常订单）。

★物流服务异常率：近30天物流服务异常率=近30天物流服务异常订单 / （近30天物流服务异常订单*100 + 近30天店铺成团订单量）

数据查看入口：商家可以在【管理后台】首页右侧直接点击“物流服务”查看相应的数据。





(二) 售后管理

1、售后操作流程

- (1) **退货退款**：当用户发起退货退款，商家得在**48小时内**处理，可选择[同意](#)或者[驳回](#)。
- (2) **仅退款**：用户发起仅退款售后时可分为两种情况，一种是用户未收到货，还有一种是用户已收到货，因此商家在遇到用户申请仅退款时，一定要多了解情况，如果属于用户未收到货或收到货就已破损，则可以找物流索赔，并做好用户的安抚工作。如果用户在收到货后申请仅退款，则可以联系用户了解原因，面对无理诉求，驳回即可。
- (3) **极速退款**：面对极速退款的售后单，如果没有收到退货，商家可在7天内进行申诉，如果收到异常退货，比如是空包裹或者非售卖商品、影响二次销售等，商家可及时取证后续提交申诉。

2、恶意订单投诉指南

(1) 恶意订单投诉是什么？

恶意订单投诉为当商家遇到买家敲诈、同行报复时可以用来申诉解罚、维护自身权利的工具。

(2) 如何进行申诉？

进入【电脑版商家管理后台】-【店铺管理】-【订单申诉】-【我要申诉】-【恶意投诉解罚】-【去申诉】。

- (3) 如果恶意订单投诉成功，则：
①该笔订单不会记入品质退款率、物流服务异常率。
②恢复1次投诉机会，该笔投诉不计入店铺每个月10次的恶意投诉机会中。



(二) 售后管理

3、重点指标--售后服务指标

售后服务指标是商家在经营过程中需要关注的重点服务指标，具体影响售后服务指标的有四项细分指标：**平台介入**、**纠纷退款**、**品质退款**、**退款时长**。

★平台介入：有平台介入的订单。

★纠纷退款：平台介入、退款成功且判定为商家责任的退款订单。

★品质退款：因商品质量问题而发生的退款，1、质量问题；2、货物与描述不符。

★退款时长：近30天退款成功的总时长除以近30天退款成功的订单数。

可以在【拼多多管理后台】-【数据中心】-【售后服务】中查看纠纷退款率、介入率和品质退款率。



(三) 评价管理

1、什么是评价？

★买家基于真实的交易在订单确认收货后15天内对交易商家进行评价。

★包括“店铺评分”和“评价内容”两个部分。

★查看路径：进入【APP端后台】-【工具】-【商品评价】。或进入【电脑端后台】-【商品管理】-【评价管理】。

★店铺评分：买家对交易商家给出的动态评分，注意：店铺评分剔除系统默认评价，只统计有效评价产生的评分哦，而且店铺评分一旦做出无法修改。

★评论内容：指“文字评论”，评价内容可不填、图片可不填（最多6张）。

2、评价有什么影响？

(1) 影响买家购物决策。95%的买家购物之前都会参考评价。好评会增加买家购买信心，差评会让买家放弃这个商品。

(2) 影响商品综合排名。商品的排名是由综合数值决定的，包括商品品质、DSR、销量等。





(三) 评价管理

重点指标--**店铺DSR指标**：由**描述相符评分**、**物流服务评分**和**服务态度评分**三部分组成，会影响到店铺权重、商品流量哦~

DSR查看路径：

- 1) 【电脑版商家管理后台】 首页右侧。
- 2) 【电脑版商家管理后台】 - 【商品管理】 - 【评价管理】。
- 3) 【电脑版商家管理后台】 - 【数据中心】 - 【售后服务】 - 【售后评价】。

(3) **影响活动报名**。每个活动对商品和店铺的要求各不相同，但对于有效评价数量和DSR都有要求。以【限时秒杀】为例，活动要求涉及到：店铺近90天评价数量（仅统计有效评价）需大于等于50；店铺近90天的描述/服务/物流评分（仅统计有效评价）需大于等于活动要求的评分。

3、如何引导评价呢？

首先，在商品详情页描述客观详细。

其次，服务态度要热心，耐心。

再者，我们可以开通短信服务功能：发货及签收提醒、节日问候

最后，我们可以为买家提供小礼物

08
PART



拼多多新人活动报名

- 1、平台活动概览
- 2、新手活动推荐
- 3、如何提升活动报名成功率



拼多多新人活动报名





(一) 平台活动概览

四大类：**营销活动、社交活动、竞价活动和大促活动**

1、**营销活动**的定位是帮助店铺快速推广，每个活动会聚焦一定的主题，譬如**9块9特卖**是帮助小商品快速冲销量，秒杀聚焦大额折扣商品协助店铺促销，爱逛街重点针对服饰箱包类目等等。

2、**社交活动**是平台**通过游戏化设计鼓励用户边玩边逛**，同时有一定的策略激励用户分享商品链接，此活动的曝光率也是非常可观的，但其报名要求较高，建议商家在积累了一定的销量，在平台站稳脚跟后报名参与。

3、**竞价活动**是拼多多独有的特色活动，其亮点在于“0销量也有可能上首页！”平台会定期发布全网热销商品在竞价页面，如果你的商品在样式、规格、材质等方面基本相同，并且报价更低，就可以参与竞价。一旦竞价成功，将替换参考商品所有的资源位！

4、**大促活动**是平台对应于相应的时间节点推出的活动，比如**周年庆、11.11、12.12、年货节**等等。

根据报名门槛，建议新手商家优先考虑在入驻初期报名**9块9特卖、限时秒杀、领券中心、爱逛街、新衣馆、竞价活动、大促搜索池**。



(二) 新手活动推荐

1、9块9特卖

(1) 小商品聚集地，参与活动的商品价格不可高于29.9元，以居家百货小商品为主。

(2) 9块9特卖有哪些优势？

9块9特卖其入口为**首页频道下第5个icon**，**坐拥百万级流量**，其必抢超低价资源位流量集中可帮助活动商品在1小时内迅速冲千单，是新商家、新品冷启动宝地。同时，**9块9特卖频道提供48小时反馈审核机制**，商家可以在较短时间内得知自己的商品是否通过，投入时间成本低。最后，**9块9特卖是一个长期活动**，每一个参与活动商品都将获得个性化推荐首页，只要商品销量表现好，可以一直留在9块9特卖的商品池子中。

(3) 9块9特卖有哪些资源位？

看右图





(二) 新手活动推荐

2、领券中心

(1) 什么是领券中心?

★领券中心是“暗券”聚集地，也就是只在领券中心开放的资源位展示，不展示在详情页、搜索页、分类页及其他资源位，适用于需尽快上活动、有一定基础销量且价格全网最低的商品。

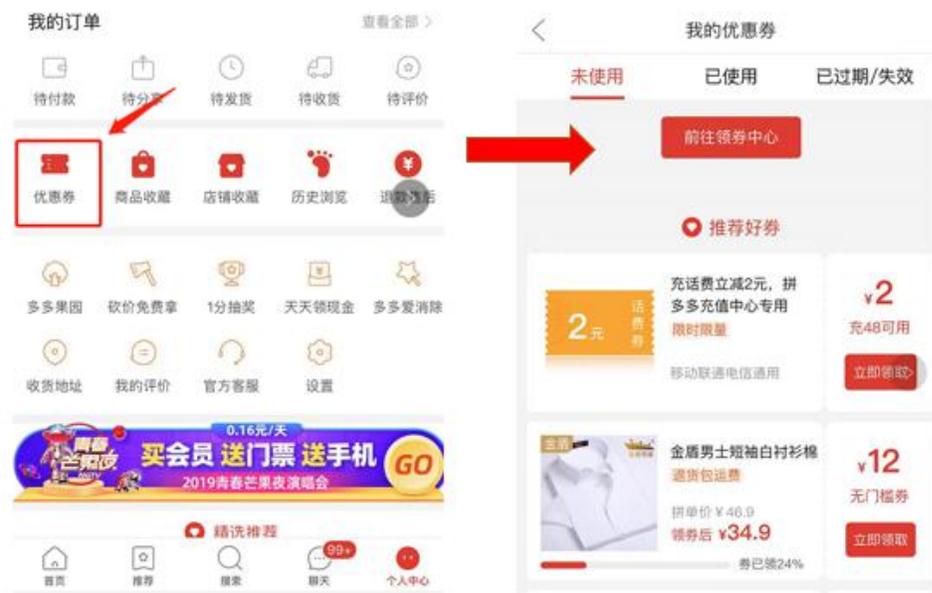
★使用拼多多购物平台的消费者都是对价格非常敏感的人，更青睐于性价比高的商品，所以商家们不用担心消费者无法察觉到优惠券的位置

(2) 领券中心有什么优势?

1) 可获精准流量：帮助商家把券推送给目标人群的，而不是对所有的消费者广撒网

2) 保留利润空间：只把优惠让给了对优惠最敏感的人群，而不是对所有人都降价

3) 无需等待排期：领券中心活动只要报名审核通过，无需等排期，直接上资源位获得流量





(二) 新手活动推荐

3、限时秒杀

(1) 什么是秒杀?

秒杀资源位主要分为限时秒杀和品牌秒杀。正如其名，秒杀活动是帮助商品快速出货的活动。卖完即止，先到先得。

(2) 秒杀有什么优势?

- 1) 快速冲销量：秒杀时间短，见效快。分分钟几万单出货量
- 2) 曝光量大：APP首页icon的第一个位置，坐拥千万级流量
- 3) 提升商品搜索排位

(3) 需要注意的点

- 1) 秒杀虽然流量大，但是**对商品的审核比较高，并且需排期**。能报名上秒杀活动，说明平台对你的商品有足够的信心，能放心大胆将千万级流量灌给你，例如大促、首页等。
- 2) **秒杀和领券中心是互斥的**，同一个时间段，报名了秒杀就不能报名领券中心；报名了领券中心就不能报名秒杀。





(二) 新手活动推荐

4、爱逛街

(1) 什么是爱逛街?

爱逛街是针对女装、女鞋、箱包、男装、男鞋、内衣裤袜、服饰配件、腕表眼镜、美妆、运动等类目开放的活动，主推流行款，提升日销。

(2) 爱逛街有什么优势?

- 1) 首页入口，轻松带来巨大流量。
- 2) 商品打活动标【爱逛街】，增加搜索权重，有效提升在全站所有大场景的点击和转化。
- 3) 千人千面，精准流量，促进转化。

爱逛街首页--为你精选，从爱逛街全品类商品中针对用户个性化推荐，千人千面。





(二) 新手活动推荐

5、大促搜索池

根据不同的时间节点，平台会推出一些特色的大促活动，其中搜索池门槛低，报名商品很多，是个大的商品池。

★查看入口：拼多多商家【管理后台】-【店铺营销】-【营销活动】-【我能参加的活动】中查找或者在右侧查询栏直接输入“**大促搜索**”关键词进行查找。

所有活动 **我能参加的活动** 我收藏的活动 请输入活动名称 查询 三↑

活动特点 不限 大流量 爆款 高回报 清库存 更多筛选 v

10月14日好物推荐榜 5天19小时
10.14好物推荐榜
关键词: 跨店满返 好物推荐
回报指数 ☆☆☆ 关注人数 133 收藏 去报名

大促搜索池 报名长期有效
双十一大促搜索推荐专区报名
参加活动即可拥有官方营销标签和活动横幅! 在大促会场、搜索位、推荐专区优先展示! 点击立即报名~
关键词: 双十一大促 全类目报名 推荐加权 流量巅峰 专属标签
回报指数 ☆☆☆☆ 关注人数 14268 收藏 去报名

9块9【9.9尝鲜模块报名通道】 报名长期有效



(三) 如何提升活动报名成功率

★首先，在报名活动时，应了解如何查看每个活动的[报名门槛](#)。

★一般商家无法报名成功活动有三点原因：**店铺DSR评分不达标、店铺近90天有效评价数不够、报名活动商品的基础销量不够。**

★店铺的DSR是指在消费者确认收到商品后对**物流服务**，**商品描述相符**，**服务态度**做出的评分均值，注意需在近90天达到50个评价才会显示评分，否则就会显示暂无。

★要想报名成功活动：

首先，我们要积累基础销量

其次，便是提高好评率

- 1、如实描述产品：“月瘦30斤”与“月瘦3斤”
- 2、物流服务中的小细节：快递小哥，辛苦啦！这个收件人十分重要.....
- 3、客服态度好，售后问题处理得当

发表评价

霜 敏感肌专用 40g

描述相符 ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

物流服务 ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

服务态度 ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

DSR

亲，您对这个商品满意吗？您的评价会帮助我们选择更好的商品哦~

评价

上传图片

提交评价

09
PART

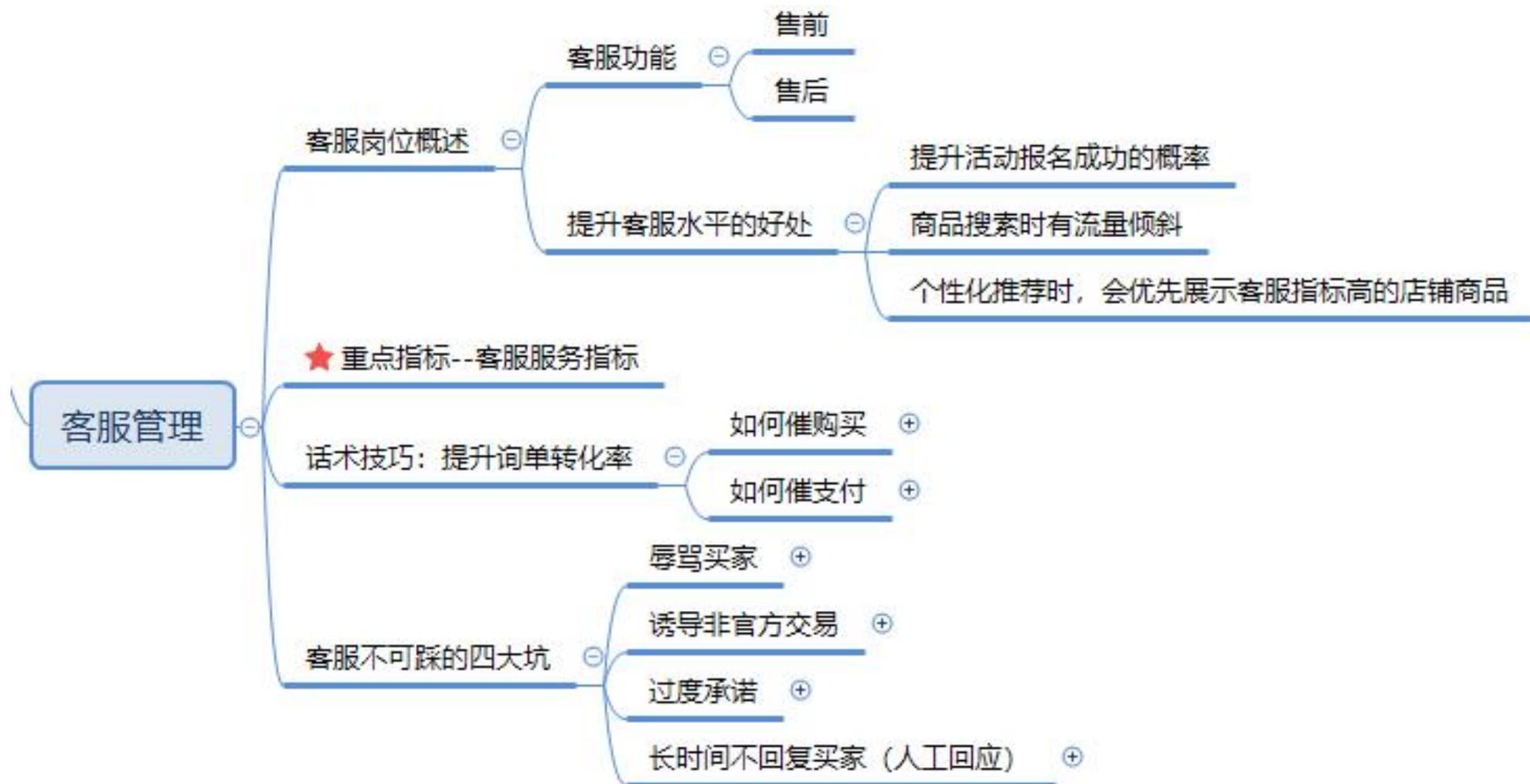


拼多多客服技巧

- 1、客服岗位概述**
- 2、重点指标--客服服务指标**
- 3、客服话术技巧**
- 4、商家客服不可踩的四大坑**



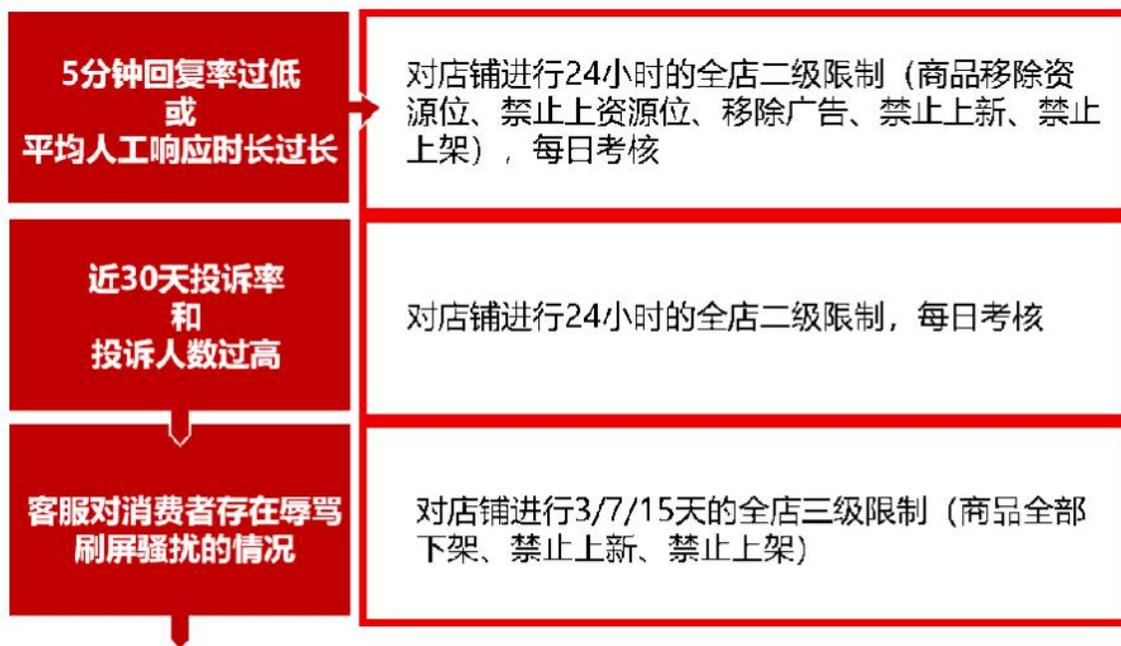
拼多多客服技巧





(一) 客服岗位概述

- 1、客服按功能分为：[售前客服和售后客服](#)
- 2、拼多多平台针对店铺的商家客服也有相应的考核指标，对服务差的，将进行店铺限制，而表现优异的店铺，也将给予流量扶持。





(二) 重点指标--客服服务指标

★客服服务指标涉及**店铺限制**和**全店商品降权限制处罚**，直接影响到商家参加**新品上新**，**9块9特卖**，**爱逛街**等所有资源位活动。

★查看：【管理后台】-【多多客服】-【客服数据】-【客服绩效数据】查看客服服务数据。



5分钟回复率 = (咨询人数 - 5分钟未回复累计) / 咨询人数。

注意：

- 1、仅计8:00-23:00的咨询；
- 2、用户有一条消息超过5分钟未回，则该用户计入5分钟未回复累计。



(三) 客服话术技巧-如何提升询单转化率?

★面对询单的用户，新手商家总会遇到两个令人焦灼的场景：他来问我家商品了，咋还不下单呢？他都下单了，咋还不支付呢？

★关于催下单，我们需要掌握的原则是：努力强调商品的卖点、稀缺性！

1、**4大话术技巧**：见右图

2、**买家下单后长时间不支付，怎么办？**

别紧张，买家未支付，很多时候跟店铺无关，有的时候网速不好也会影响到支付呢，碰到这种场景，我们大大方方地提醒就好！

价格优惠活动	暗示库存紧张	强调可及时发货	强调售后保障
<p>价格实惠是吸引买家消费的绝招，屡试不爽！ 可以适当利用优惠信息委婉催单。</p>	<p>针对销量高的商品可适当利用饥饿营销的策略提醒买家货源不足，刺激买家下单购买。</p>	<p>商家发货速度往往也是吸引买家下单的因素。另外，及时发货也缩短了买家反悔退款的时间。</p>	<p>退货包运费、7天无理由退货、极速退款等售后服务和服务，可以消除买家下单的后顾之忧，提高转化率。</p>
<p>参考示例 亲亲，商品活动期间价格优惠哦，机不可失时不再来。偷偷帮您申请了一张3元优惠券哈，拍下后可以优惠呢</p>	<p>参考示例 亲亲，商品很受欢迎的，正在热销，容易断货哦。您喜欢的话，这就是拼手速的时候啦！</p>	<p>参考示例 亲亲，今天拍下，今天就可以发货哦，商品就可以飞到您身边啦！</p>	<p>参考示例 亲亲，您还在选购吗？这边支持7天无理由退换货的，而且还帮您购买了运费险，包您满意呢！</p>
方式一：客服聊天界面提醒		方式二：短信营销工具提醒	
<p>通过原来的客服聊天界面提醒买家。记得，态度要真诚！</p> <p>参考提醒</p> <p>亲亲，后台提示您有一笔订单拍下未付款哦。如果超过时限，订单可能会被取消，造成您与商品失之交臂的哟~</p>		<p>另外，您也可以通过短信营销工具提醒买家，可以实现精准有效的信息抵达。具体操作方式为：</p> <p>step1. 登录商家管理后台 step2. 找到左侧栏中“店铺营销” step3. 点击“短信营销”，再点击进入“提醒买家付款”就可进行设置啦</p>	



(四) 商家客服不可踩的四大坑

1、第一大坑：辱骂买家

作为客服，辱骂用户是大忌，一旦客服辱骂骚扰用户，轻则影响店铺评分，重则平台将终止合作！当用户语气不佳时，客服该怎么做？

(1) **让买家意识到骂客服是不能够解决问题的，给出解决问题的方案。**

参考方法：

第一步：让买家冷静。例如：您好，您的心情我们也非常理解，我们开门做生意，也很希望可以为您妥善解决问题，和气生财。

第二步：表达尊重理解。例如：我为您遇到的问题感到抱歉。

第三步：商量解决方案。例如：您觉得我们该如何解决这个问题才合适呢？

第四步：提供解决方案。例如：我们可以提供.....

第五步：及时行动，解决问题。

(2) **遇到无理取闹的买家，可以在客服聊天页面拉黑或者举报该买家。**

举报成功后，该买家发送的消息不计入您的回复率；拉黑后，该买家的消息将不会发送给店铺的任何客服，统计系统将不再统计其信息

怎么着，也不能骂客户呀





(四) 商家客服不可踩的四大坑

2、第二大坑：诱导非官方交易

此坑已在我们的规则课中反复强调，诱导非官方交易即商家主动诱导拼多多用户或接受用户的要求，通过非拼多多官方渠道进行交易或收付款。一言以蔽之，我们**所有的交易都要通过平台完成**。平台也为针对此项规定，推出了“小额打款”与“发红包”功能。

3、第三大坑：过度承诺

如果你的商品/服务没有办法达到买家的要求，可千万别向买家承诺呀。譬如，例如买家购买**定制商品**，平台规则不支持退货，但如果你自己承诺可以退，那.....这锅还得你自己来背啊！

一旦出现了上述类似场景，买家在售后申请平台介入时，平台客服会站在用户这一边，给予相应的判决，后果由商家自行承担哦！





(四) 商家客服不可踩的四大坑

4、第四大坑：长时间不回复买家

★我们在询单话术技巧中有提到，对于新店而言，每一位顾客都非常宝贵，因此，如果面对前来咨询的客户，我们不能第一时间回复，直接的损失就是客户流失。

★平台对商家客服也有“五分钟回复率”考核，影响了客服数据指标，将影响店铺权重，从而影响店铺的曝光率哦！并且回复不及时对于用户购物体验也是非常不好的，影响转化率。

★解决方案：设置自动回复



谢谢大家

