

# 浏览量与点击率

## 目录

### 浏览量与点击率

#### 一、浏览量

##### 1.什么是浏览量

##### 2.浏览量的分类

#### 二、点击率

##### 1.什么是点击率

##### 2.点击率的影响因素

#### 三、沙盘案例分析

##### 1.沙盘中点击率的影响因素

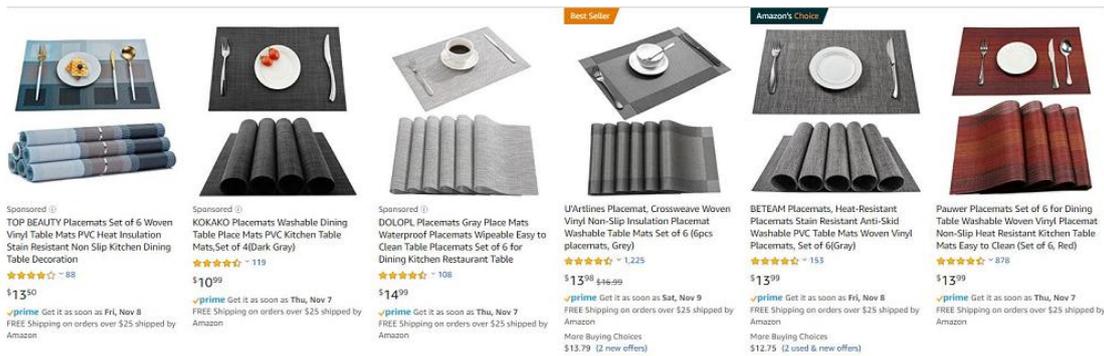
##### 2.数据分析

## 一、浏览量

### 1.什么是浏览量

电商平台浏览量，即商品页面访问量或点击量。用通俗的话来说，就是在网上购物时看到一个正在展示的商品，那么这就叫做是曝光，若是点击进入了这个界面，那么在统计数据的时候，就把这种行为称之为一个浏览，浏览量越多就表明这个商品越受人们的喜爱，对于优化商品界面有重要的影响。

如下图所示，在真实 Amazon 平台搜索商品关键词 *placemats*（西餐垫），平台会展示正在售卖的西餐垫的商品列表，这个就相当于商品的曝光，一般搜索结果越靠前的曝光量相应的就会越高，尤其前几页的更是占据了该类商品的大部分曝光。



当买家看到搜索结果，根据实际需求点击其中一个商品进入到商品详情页，如下图所示，那么这时就完成了第一次点击，并且记做一个浏览量。



## 2.浏览量的分类

电商平台的流量一般分为站内流量和站外流量。

站内流量：一般包括自然流量，站内广告流量，店内流量（关联流量）。

①自然流量：一般指商品在平台发布之后，平台自然分配给商品的流量，也可以理解为不付费的流量都属于自然流量。

②站内广告流量：一般是卖家在针对商品做了平台营销推广，买家看到了平台内推送的广告的曝光之后点击进入商品页面的流量，站内广告流量一般是价高者得，竞争激烈。如上图所示的带 *Sponsored* 标记的商品，平台推送的广告商品。

③店内流量：一般出现在有店铺流量加持的平台中，比如速卖通平台注重店铺性，一个商品的高流量会带动店铺其他商品的流量，也就是所谓的“爆款引流”。

站外流量：一般包括社交网络营销流量。

社交网络营销包括 SNS 营销，社交媒体营销等等，通过在社交媒体上发布商品广告，从而获得大量的外部流量。近几年来走红的“网红带货”、“网红同款”、“直播购物”，活跃在互联网的每个角落，说明社交媒体的广告深受网购者的喜爱，而且效果是相当显著的，同时这也就意味着它的价格是很昂贵的。

---

## 二、点击率

### 1.什么是点击率

每个商品的浏览量除以曝光量得到点击率，

$$\text{点击率}=\text{浏览量}/\text{曝光量}$$

例如，如果一个商品有 100 次曝光和 5 次点击，那么这个商品的点击率为 5%。

其实，点击率只是通过曝光量和浏览量反算出来的一个数据。虽然说流量代表着买家点击浏览的数量，但是流量本身的数据可能难以对比，就比如我们无法判断 5 次的点击是多是少，但是试想一下，一款商品 100 次曝光有 5 次点击和一款商品 1000 次曝光有 5 次点击，它们的点击率则是 5%和 0.5%，通过对比点击率可以更直观的了解 5%的商品比 0.5%的商品更具有吸引力。

因此可以说点击率直接反映出该商品在平台搜索结果页面是否足够吸引买家，点击率的高低也是判断这个商品是否需要优化的依据。

### 2.点击率的影响因素

自然流量得出的点击率可以反映商品发布的质量，这里不是指商品质量，而是指商品在电商平台的展示页面，包括定价、图片以及好评等等。一个优质的商品页面，才能受买家的喜爱，被买家所点击并浏览。

以真实 Amazon 平台的 *placemats*（西餐垫）为例，商品列表展现的信息包括主图，标题，付费点击广告（*Sponsored*），价格，*Prime* 会员，最快交付时间以及是否包邮，这些要素就直接或者间接地影响商品的点击，而且对不同偏好的买家的影响效果也各不相同。

①主图：主图是对商品最直接的视觉呈现，迅速的让买家知道商品的外观，颜色，尺寸，材质，特性以及功能等等，是否符合自身的需求，同时清晰、准确并且美观的主图会大大提升买家的点击欲望。



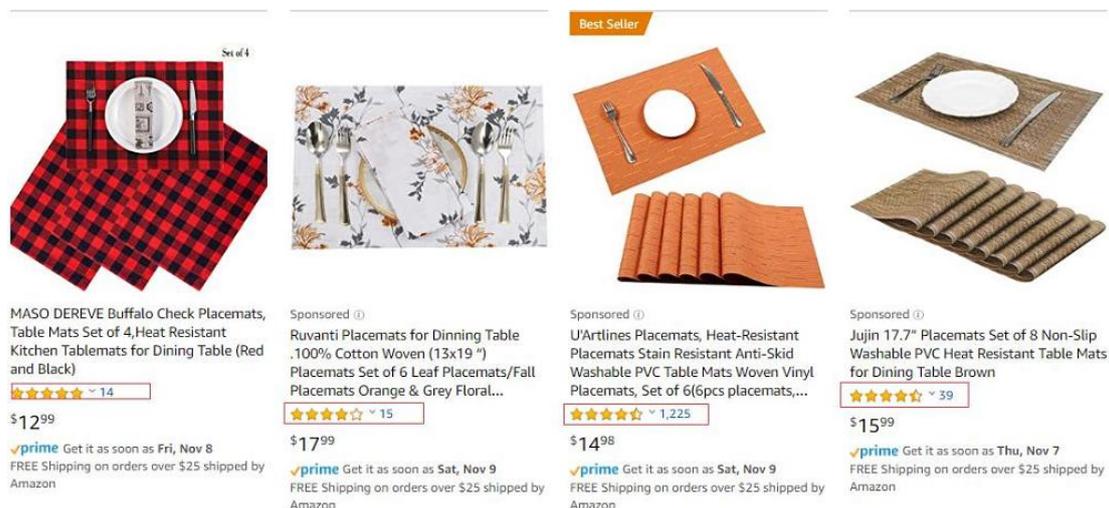
②广告：在首页主图下方出现了 *Sponsored* 的标记，说明这类商品使用了付费点击广告，买家可以知道这款商品是广告商品。使用平台广告的商品，曝光排名会提升，因此获得更多的浏览量。付费点击广告直接影响曝光量和浏览量，对点击率的影响并不大。

③标题：商品标题包含了展现商品特点的关键词，比如西餐垫，四件套，防水，隔热，*PVC* 材质等等，买家可以根据关键词结合自身需求选择是否要进一步了解商品。如果在上架商品的时候堆砌关键词，滥用高热度的词，那么就很容易因为搜索到的商品与关键词不符或者无关，导致带来的一部分曝光不能转化为点击，从而降低点击率。



④评价：买家下单之后即可对商品进行评价，*Amazon* 以五星的形式呈现。评价综合数量和质量，比如下图第一款商品有五星的评价，但是评价数只有 14 个，

第三款商品有四星半的评价，评价数有 **1225** 个，说明第三款商品的评价更有普遍性，更有参考价值。好评可以体现商品的质量，店家服务或者物流等等，综合评价过低的商品，对买家的吸引力也会很低，通常觉得这类商品质量差，缺乏保障。



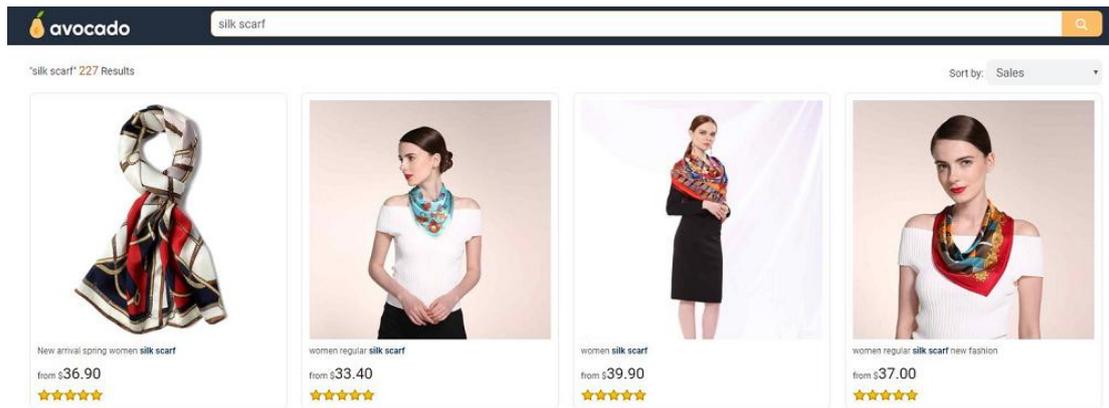
⑤价格：商品价格往往是比较重要的信息，还可以看到商品的折扣情况，通常平台中会有价格筛选的功能，比如选择 **10** 美金到 **20** 美金的区间，也可以按照价格升序或者降序的方式筛选商品。价格敏感的消费者在点击商品的时候会受价格的影响较大。

⑥Prime 会员：对于 Amazon 最特殊的就是 Prime 会员服务，Prime 会员权益丰富，包括快速配送，免费配送，折扣优惠等等特殊权益，大大提升在线购物体验。在搜索结果页面可以直接看到哪些是属于 Prime 会员的商品，可以享受更多的特殊服务。因此，Prime 标记的商品会更受 Prime 会员买家欢迎。

⑦邮费及送达时间：在搜索结果页面还展示了商品的最快送达时间以及是否包邮的信息。消费到达一定金额可以包邮，还有送达时间是否能满足买家的需求，这也会影响买家点击。

## 三、沙盘案例分析

### 1. 沙盘中点击率的影响因素



如上图，在模拟沙盘中搜索 *silk scarf*，右上角可以根据 *sales*，*price* 筛选排序商品，可以看到商品的主图，价格，标题以及好评。综合以上，影响点击率的主要因素大致可以总结为以下几点：

- ①商品展示是否美观：主图会影响第一印象，好的主图博人眼球，会吸引更多的点击；
- ②商品价格是否诱人：买家购买商品的时候很重视价格，会有一个心理预期价，通常会寻找物美价廉的商品，越便宜的商品被浏览的可能性会越大；
- ③商品的需求情况：比如在冬天 T 恤商品往往不会有太高的点击，因为此时 T 恤是低需求的商品，相反冬天的毛衣就是高需求的商品，会有更高的点击；
- ④商品的好评：买家在网上购物通常会参考商品的评价，商品的好评越多评价越高就越受欢迎。

## 2.数据分析

优化商品之前，我们可以先分析数据，比如“运营结果—订单分析—商品流量和订单”，继续以 *Avocado* 为例，从此表可以看到，这三款商品的曝光量，浏览量，订单数量，转化率以及订单总额。

首页 / 运营结果 / 订单分析

### 商品流量和订单

R02 Avocado 全部地区 全部类目

品名	类目	曝光量	浏览量	订单数量	转化率	订单总额
 Fall new fashion lace up of commuter women's short sleeve and all-around solid color straight tube Shirt Top Women <b>PFB-1930</b> <a href="#">查看来源</a> <a href="#">查看店铺商品</a>	鞋衫	23,783	21,656	50	0.23%	\$ 1,125.00
 Spring and autumn new gradual multi-functional scarf summer women air conditioning scarf sunscreen all-around shawl silk gradual scarf <b>PFB-8148</b> <a href="#">查看来源</a> <a href="#">查看店铺商品</a>	围巾	53,471	2,062	47	2.28%	\$ 1,715.50
 Travel essential sunglasses framed women's sunglasses gradually anti-ultraviolet network red <b>PFB-8638</b> <a href="#">查看来源</a> <a href="#">查看店铺商品</a>	太阳镜	72,166	1,930	35	1.81%	\$ 875.00

通过曝光量和浏览量计算出商品 *PFB-1930* 的点击率是 *91.06%*。然后，查看“运营结果—订单分析—商品流量来源”，这里显示了商品的流量来源。

首页 / 运营结果 / 订单分析

### 商品流量来源

R02 Avocado 全部地区 全部类目

品名	类目	站内	平台营销工具	社交网络营销工具	店内	合计
 Fall new fashion lace up of commuter women's short sleeve and all-around solid color straight tube Shirt Top Women <b>PFB-1930</b> <a href="#">查看来源</a> <a href="#">查看店铺商品</a>	鞋衫	747	0	20,909	0	21,656
 Spring and autumn new gradual multi-functional scarf summer women air conditioning scarf sunscreen all-around shawl silk gradual scarf <b>PFB-8148</b> <a href="#">查看来源</a> <a href="#">查看店铺商品</a>	围巾	1,740	0	322	0	2,062
 Travel essential sunglasses framed women's sunglasses gradually anti-ultraviolet network red <b>PFB-8638</b> <a href="#">查看来源</a> <a href="#">查看店铺商品</a>	太阳镜	1,930	0	0	0	1,930

这里显示 *PFB-1930* 商品流量来源包括站内流量 *747*，社交网络营销工具流量 *20909*，说明这款商品使用费用较高（*\$3000*）的网红广告，这个引流本身是做的很不错的，在市场占有最高的国家做了网红广告，引入了大量的站外流量。商品本身的曝光量没有变化，因此得出了 *91.06%* 的点击率，这不是一个自然的点击率。而且由于这是一个低转化的商品，转化率只有 *0.23%*，所以最后只获得 *50* 个订单，订单总额为 *\$1125*，远不够广告费用，说明这个商品是投资回报率为负的商品。

品名	类目	费用
 Fall new fashion lace up of commuter women's short sleeve and all-around solid color straight tube Shirt Top Women 978-1930 <a href="#">查看货源</a> <a href="#">查看店铺商品</a>	服饰	\$ 3,000.00

再使用该商品的站内流量除以曝光量得出一个自然点击率，即  $747/23783=3.14\%$ ，这个自然点击率属于正常范围，只是由于低转化引起的订单少。