# 影响淘宝店搜索排名的七大因素

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-09-04

*第一篇：影响淘宝店搜索排名的七大因素影响淘宝店搜索排名的七大因素1.店铺信誉。信誉不是说要特别高，只需要3钻以上就可以，当然高信誉的店铺会有更多的优势.其实按照我的个人理解就是：淘宝好比生活中很多家相同性质的公司在争夺同一个顾客，谁的信用...*

**第一篇：影响淘宝店搜索排名的七大因素**

影响淘宝店搜索排名的七大因素

1.店铺信誉。信誉不是说要特别高，只需要3钻以上就可以，当然高信誉的店铺会有更多的优势.其实按照我的个人理解就是：淘宝好比生活中很多家相同性质的公司在争夺同一个顾客，谁的信用好，谁就能中标。

2.店铺好评率。这个必须要高，低于98%的话就会大大的扣分，导致很难排上。

3.产品成交量。这里的成交量是指最近30天的成交量，这个成交量是与产品的类别相联系的，要排上的话需要在该类别或用该关键词的产品中排名靠前。而且这里需要近30天每天都有稳定的成交。30天卖出600件一般都能排上，但某几天集中卖出600件就一定无法排上。

4.产品和店铺的收藏量。这2个是分开计算的，但每项都是累计的，没有30天的限制。

5.产品和店铺的浏览量。这里说的当然不是简单的刷屏获得的流量，淘宝系统计算的是不同地区IP的独立IP访问量和点击量。

6.产品和店铺支付宝交易量。这个指的是单个产品和整家店铺最近30天的支付宝交易总量。与产品成交量一样，这里也需要近30天每天都有稳定的成交。

7.产品带字好评。这点是非常重要的，淘宝官方和买家都非常看重，因为这能大大提高买家的信任程度。

**第二篇：淘宝SEO：影响淘宝搜索排名的因素**

这个是我一年前做的一个笔记，当时我们一起讨论罗列出来的几十条，感觉很有用，然后一直到现在也是看到的或者突然想到的一直在不停地往里面补充，没事经常翻翻，最近淘宝改版，改规则，大家也都在一直不停地研究，现在分享出来，希望对大家有所帮助。

据淘宝说影响排名的因素有200-300条，没有一一考究，以下罗列出来的都是一些感觉很重要的因素然后进行了同类整理，当然还有一些小的无关紧要的没有研究价值就不浪费时间写了。下文重要性与先后顺序无关，也欢迎朋友们补充。

1.上下架时间

这个在淘宝搜索中占有一定的权重，不过对于天猫影响不大，个人理解：淘宝卖货的，天猫是品牌塑造，所以不鼓励天猫商家精力耗费在小的技巧上面，要用心做产品和服务，而且现在淘宝也切断了天猫的流量入口，这个可能只是短暂的，防止小卖家出淘，也为了上市IPO好看。

2.橱窗推荐

这个基本上淘宝给的位置大部分都够用，就不解释了，如果有不懂的，百度下他的定义，就明白是怎么回事了。

3.标题优化丶相关性和属性

标题优化这个网上一搜一堆干货，友情提示：如果你挨个看完了，谁也救不了你，找两三篇差不多的，综合起来研究下人家教的方法即可，然后实操。

有人也许会说：我很迷茫，我都看了，我也都操作了，为什么流量还是那么多呢？ 如果谁要是单靠标题优化就把淘宝做的很好，教教我，多少钱都愿意出！相关性和属性

这里说的是标题里面的，建议新品标题优化的时候参考属性，奉劝一句：不要忽略任何的小细节。

举个栗子：我要买男士衬衣，淘宝搜“衬衣”，搜到的宝贝都是女生的，翻了几页也是，但是直通车前两页全是男士的，一般情况下默认是女装权重高些，现在估计会有人耍小聪明，故意放错类目，只能奉劝一句：千万别，有梦想走正道。

4.店铺DSR

这个希望大家注重起来，而且淘宝天猫对这个的权重一直在增加，这个也是你店铺综合服务的结果体现。淘宝这次首页改版的优化很大程度上就是在注重客户体验。

5.收藏丶人气丶好评率丶产品评价

收藏和人气，单从这两个方面来看可以反映你产品的受欢迎程度，当然只局限在图片，详情和标题等方面。具体为什么人家收藏率很高，没有购买，这个具体问题要具体分析了。

好评率和产品好评：好评率是买家对你产品的认可率，而且大家可以发现你产品评价上面，淘宝提取出来的一些关键词，这个也会影响买家的购买。产品好评：主要是一些字数上和评价关键词上。

6.宝贝主图

这个大家都知道，淘宝天猫都要求白底，不能有牛皮癣，这个具体还要看类目吧，如果被抓是要被处罚的。也有朋友问：我是做手机的，我的图片没牛皮癣，为啥人家牛皮癣那么多都在豆腐块位置呢？这个问题跟你做标题优化一样，不等于说你做好标题优化你一定就做的很好，都只是影响排名的一个因素，占的权重有 限。产品主图原来不让做动态图片，现在鼓励做简短视频，这个就是优胜劣汰了，越有实力的做得越好。

7.退款

原来退款占的权重还是很高的，但是很多大卖家就很吃亏，他们拍摄设计包括营销做的都很厉害，但是产品质量不一定让买家满意，小店整体运营水平不是很 高，买家买产品都有一个预期值，所以前者退款率很高，后者就很低，而且小店也容易做售后，这样就对大卖家不是很公平，最终淘宝做出的调整是在行业平均水平之内，对店铺权重影响都不大，已经被弱化了。

投诉和纠纷

纠纷率这个影响相对来说要大些，纠纷是指淘宝小二的介入，这样的算是纠纷，然后就有一些恶意的买家估计申请小二介入以逼迫卖家做出让步来实现他们肮 脏的目的，具体什么样的纠纷算在权重里面，影响多大，没有深入研究，没哪个老板愿意让我拿他们的店试这个，能避免就尽量避免，官方也是只给一个模糊的定 义。

8.旺旺在线和回复

这个大家都知道，要求好你们的客服同志及时回复很重要，这个可以在体检中心自查。

9.产品动销率丶滞销率丶滞销宝贝

动销率计算公式为：商品动销率=动销品种数 仓库总品种数\*100%。

这个也作为淘宝考核店铺的一个指标，也是计算在权重里面

同理，滞销率也可以算出，滞销宝贝这个大家可以根据情况删除。

10.宝贝属性的完整度

属性的正确与完整这个很大程度上还会影响到直通车的质量得分。

11.访问深度丶宝贝停留时间和跳失率

访问深度越深说明买家在你们家点击其他单品的次数越多，跳失率越低，说明买家对你们店铺兴趣比较大，如果人家看一眼就走了，访问深度就很低，跳失率很高，说明你们家产品可能不适合他们也可能真的很烂。同理停留时间也是这样。

12.降权丶处罚

降权分为很多了，有刷单降权，售假，关键词堆砌，乱用关键词，淘宝不让写的词非写，放错类目，违背承诺等，每个降权都会影响店铺权重，而且会延伸很长一段时间，所以虽说是处罚7天或者30天，负面影响还是会延续一段时间的。你要是老老实实的，淘宝处罚你干啥，既然处罚你了，肯定会对你有影响，不过是负面的。

13.产品客单价

淘宝为了避免大家恶意的打价格战，这个就跟传统行业里面倾销的概念一样，你直接在别人成本价之下去卖，肯定扼杀中小卖家，等没人跟你竞争的时候，你 再涨价来垄断市场，这个就直接损害整个市场的多样性，完全与商业化的本质相违背。所以淘宝也把这个考虑在权重范围之内，所以大家看豆腐块的位置价格都是在 市场平均价格以上，或者跟市场平均价格差不多，太低的首页都不好找到。

14.支付宝使用率

支付宝使用率=（实际使用支付宝的金额/买家拍下商品的总金额）\*100%

特别要说明的是，交易关闭对支付宝的使用率有极大的影响。卖家手动关闭的会计算在内，但是买家自己关闭和买家没有及时付款由系统自动关闭，不会计算 在内的。所以，对于买家的拍下不买，或是新手的拍错了，卖家不要去点关闭交易，等待买家自己关闭或者系统关闭，这样就不会计算进入支付宝使用率。

15.转化率

这个大家都很熟悉，转化越好淘宝会越喜欢

16.点击率

大家都很熟悉直通车或者钻展的点击率，但是产品也有点击率和展现量，这个在量子里面早就给出来了，很少人去关注。

17.店铺成长值丶销量成长值丶单品成长值和单品销量

成长值大家听到最多的是7天丶14天丶30天的，无论是多少天，你要看清楚淘宝采取这个措施的本质是什么？如果上面的你仔细看，你就会知道我想说什么。销量也可以理解为大家常说的爆款，权重被弱化了很多，不过比起其他影响还算大些。

18.回访客丶老客户

这个大家可以在量子里面看，回访客里面量子有这类的数据统计，大家也重视起来，回访率越高说明你店铺越具有吸引力，这部分人群的转化率也很高，不过淘宝没有给出具体的回访客转化率，没办法做深入研究。更多淘宝SEO文章关注微信公众账号：chaixiao2020

老客户：这个大家很容易忽视，而且大部分商家根本就没重视，维护一个老客户的成本是开发一个新客户的成本的十分之一，这个大家根据自己的类目和产品做一些措施吧，方法有很多，就不一一列举了。

19.消费者保障丶正品保障丶24小时发货等

消费者保障这个基本上大部分店铺都开了，大家都有的就没什么稀罕的了。

20.举报

这个的权重就不是很高了，也基本上是被边缘化的。

21.上新

上新速度和上新率，这个也是一个权重的因素，不过几乎不被重视，做了那么多店，大卖家还是会重视这个的，当然也跟类目有关，根据实际情况来安排吧。

22.付费推广

貌似只有直通车的影响大些，钻展或者其他的小很多，主要还是直通车的本质，就是一个淘宝在自己搜索引擎开发的一个BUG。

23.第三方活动

据不完全统计，大部分活动销量都不计入搜索排名权重，大家会说我上完折800丶卷皮活动之后，去搜索可以看到计入销量排名啊，是计入销量排名不假，不过他扣掉的分远远大于这些销量带来的权重，所以搜索排名也找不到你，而且后面还有很多售后差评问题，销量权重又被弱化了很多，所以大家权衡利弊。下面群友补充，在此特别感谢：

24.金牌卖家（小丁）

更多淘宝排名文章可关注SEO研究协会网

25.公益宝贝（lulu）

这些因素同样适用于手机店铺，所以当我罗列出来这些因素的时候，你还在钻标题优化吗？你还在纠结上下架时间吗？你还在苦恼直通车不会开吗？别傻了！别人教的是方法，自己用的时候是经验，看下方法学习下思路去动手就好，别傻不拉几的追着问：我为啥按你的方法做，却做不好？鬼知道！

看问题就看他的本质，你如果把上面的问题研究透彻，给你个好的产品，很容易做好，而你却一直在迷恋技术。举个我朋友做的一个店，很具有代表性：他做 一个家居类目的店，做的很好，老板找理由把店拿走了，他又做了一个比上家更有实力的店，同样的类目，相似的产品，推广费比上家店给的还多，但是却怎样做都 没做到上家店的那个程度，为什么？

吐槽一下，最近大家研究直通车千人千面的人很多，这个消息5月几号的时候我们就知道淘宝六月份结束千人千面的内测，将全面推行千人千面，有没有研究 的必要性？有！那千人千面的本质和目的是什么？个性化搜索的本质和目的是什么？知道这些再回过头做填空就好，之前文章已经提到：淘宝在内测另外一个：标签 化。你伸着手等别人研究结果，别人早闷着头发完财了。

**第三篇：影响淘宝搜索排名的三个潜在因素分析**

影响淘宝搜索排名的三个潜在因素分析

关于影响淘宝搜索排名的因素，有些方面是众人皆知的，好比如：标题相关性、上下架时间等等，像这些因素可以说是相对表面的，我们可以比较直观的去看得到的因素。那实际上，这些因素你考虑到了，其他人也考虑到了，所以很可能他们不会是影响淘宝搜索排名的主要因素，相反，会有一些相对隐藏的因素，它们并不是所有的人都有关注到的，如果你能把这些都考虑的很好，或许对你的宝贝在淘宝当中的搜索排名会有相当的帮助。

这里在实际的操作当中，也确实发现有这么一些因素的存在，大家也可以看看是不是有去做到这些：

1、退款率

退款其实是一个售后的操作，很多人都不会想到的是这个数据会对搜索排名产生什么影响，然而事实却是这个数据对排名的影响很大。

在前段时间，我们店铺的一些宝贝，原本是有很不错的排名的，但在突然之间排名掉的非常夸张，甚至有些被降权，原本我以为，这是淘宝在调整平衡做的人工干预，所以特地致电给了淘宝搜索方面的小二，从他们口中得到的信息是我们的那几个宝贝，退款率超过10%，所以排名才受到影响。

所以退款率这个一定会是影响宝贝排名很主要的一个因素，至于上面说的10%是不是一个临界点，这个还有待于考量。

2、投诉率

这个因素对排名的影响是很直接的，投诉率高，评分自然就低，评论也会更差，转化率也会受到影响。而这些都是会对排名产生很大影响的因素，所以控制

投诉率是非常重要的。

3、纠纷完结率

不可避免的，我们会把一些用户的投诉最后变成淘宝的纠纷，如果我们没有及时的解决这些纠纷的话，宝贝的排名也是要受到影响的对于这点，笔者也是有很直观的看到，我们最开始操作淘宝的时候，一开始纠纷是很多的，当时由于我们处理的不是非常的及时，我们发现宝贝的排名一直受压制，之后我们特地加大了对这些纠纷的处理，之后也是有看到排名的良性上升。（小贴士：网站没有流量、网站转化率低就上推一把论坛）

此外旺旺的响应率、响应速度、无货退款的次数等都是会影响到宝贝的排名的，这些都是相对潜在的因素，很多人都没有太多的注意到，实际上把这些东西处理好，排名是一定会有很良性的表现的。

**第四篇：影响淘宝排名的因素**

影响淘宝排名的因素解读

（一）------让你的宝贝排名靠前

淘宝搜索排名因素之一

因素1：宝贝是否遭受处罚降权

宝贝被降权，在所有宝贝里可以看到，但是在单维度（销量，价格，人气，信用）中是找不到的。在销量中看自己的销量，如你的销量是200，找一下第几页是200的，在这个位置看看有没有你的宝贝，如果没有的话就是被降权了。

因素2：类目属性相关

买家在搜索关键词的时候，淘宝可以判断买家搜索关键词愿意购买类目相关商品，淘宝就优先展示哪个类目下的商品。

因素3：标题相关

标题尽可能多的出现买家搜索的关键词，要多渠道的挖掘宝贝本身包含的关键词，关键词的分析是否适合宝贝。

因素4：主图质量

主图像素够不够，有没有放大镜功能，主图上不要有过多的促销信息，主图尽量用白色或纯色。

因素5：描述页质量

描述页要图文结合，是可复制的文字信息，关联销售不要太多，4-8个最合适。

因素6：DSR三项综合评分

宝贝详情页，旺旺，客服提醒，发货包裹（感谢信，提示引导买家给5分的卡片）提示比不提示要好。

因素7：宝贝的真实销量，及增速 因素8：宝贝的来源转化 因素9：真正有用的收藏 因素10:橱窗推荐及上下架 因素11：市场规则类

因素12：其他某因素也很重要

**第五篇：影响搜索排名的77种因素**

影响搜索排名的77种因素

这里是一个会影响您在谷歌、MSN、雅虎、百度和其他搜索引擎排名的部分因素清单。名单包含了正面、负面和中性因素，因为它们都确实存在。该清单中的大部分因素，主要适用于谷歌和部分适用于MSN、雅虎、百度以及所有次要的其他搜索引擎。提供了关于关键词、链接、标签、Metatags、Visual Extras等的部分解释。以下是其中16条因素:

关键词网页Title中出现关键词

这是一个关键词最重要的地方，因为标签的内容显示的是您在搜索结果中的网页标题。Title标签要短(最多6到7个单词)并且关键词要与文章开头相关。

+3URL中出现关键词

URL中出现关键词也起到很大的帮助-例如-，这里 “SEO services”的短语能帮你取得好排名，但是如果文章没有关于“SEO SERVICES” 关键词的内容，不要将关键词出现在URL。

+3关键词在网页的密度

关键词密度也是很重要的因素，关键词的密度在3%到7%为最佳，1~2%显得少了点。但是如果密度超过10%，看上去显得可疑，更像关键词堆积，而不是自然的文本。

+3导入链接中出现关键词

也很重要,尤其是外链接出现关键词，因为你在从其它网站链接过来的链接中出现关键词，一般就不仅会为你的网站投一票，特别是为关键词。+3关键词用[\_TAG\_h1][\_TAG\_h2]标签标记

多一个出现关键词的地方有很大的帮助，但是你的页面内容要确实包含这些关键词。

+3在页面的第一段中出现关键词

虽然不像 锚文字、title标签或者headings这么重要。不过，有一点，开始了文件不一定是第一段 – 例如，如果你使用表格的话，第一段文字可能出现在表格的下半部分。

+2Alt标签中出现关键词

蜘蛛不是人不会分辨图片，所以如果你的页面有图片的话，最好在图片的ALT标签标注一些于图片相关的关键词。

+2Metatags中出现关键词

虽然已经不是很重要了，特别是Google。但是Yahoo和Msn还是有影响。如果你打算在Yahoo和Msn优化，标注Meta 标签的关键词，对你并没有什么坏处。

+1关键词的相近性

关键词相近性-关键词在文中词于词关联密切性。例如（诺基亚手机）这里诺基亚和手机中间没有其他词组，关联密切。如果诺基亚在第一段，手机在第三段落，就显得不够相近。关键词相近性对于2个和两个以上的词组比较有用。10 关键词短语

除了关键字，你还可以优化的关键字短语，包含数个词。例如: “ SEO技术服务”，是很受欢迎的流行词组，所以你可以得到不少的精确匹配搜索结果。但有时优化2个或3个独立的关键词(简称“SEO”和“服务”)是有道理的，因为他比1个关键词，更可能得到精确匹配。

+1次要关键词

优化次要关键词可能是金矿，因为大家优化最热门的关键词，次要关键词会有更少的竞争者（可能更多的点击）。例如，“杭州酒店预订”的搜索次数远远少于“酒店预订”，但是如果你针对的是杭州市场的话，你的流量会更有价值。+1同字根关键词

对于英语不能说是因素，因为词都是源于同根的。例如(dog, dogs, doggy, 等)这些词都被认为是相关的，如果有 “dog”在你的页面。“dogs” and “doggy”都能带来搜索流量，但对于其他语言可能是一个问题，因此源于同根的不同词，你都需要去优化

+1同义词

除了目标关键词，优化目标关键词的同义词也是好办法。在英语搜索引擎能聪明的判断同义词，返回相同的搜索结果。在其他语言同义词排名和关联性就不计算在内。

+1关键词拼写错误

拼写错误是十分频繁的，如果你知道你优化的关键词经常会拼错为什么词(例如，代理记帐和代理记账），你可能回去优化他。不错，这可能会给你带来流量，但是你的网站会给用户产生不好的印象。因此最好不要用，要用也用在meta标签内。关键词稀释

当你优化了过量的无关关键词，这会影响你优化的目标关键词，甚至使你的目标关键词从文本中稀释。

-2关键词堆积

任何人为的增加关键词密度（10%甚至更高）都会被认为关键词堆积，随时会被搜索引擎给踢掉。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找