

后台设置，这些细节一定要做好

很多卖家在拼多多开店成功后，最急迫的事情是上架卖货。

可是，这样似乎还欠点火候，因为店铺名称、Logo、店铺介绍、发货地址、快递模板、优惠券都没有设置。

能提前做好这些，才是一个合格的拼多多运营人。

一、细节决定成败

开店成功后，有哪些事情是卖家必须要做的？

如果不理解什么是「卖家必须要做的」，可以反过来想一下：卖家做哪些事情，拼多多喜欢；做哪些事情，拼多多不喜欢？

如果卖家什么都不做，是不是拼多多不喜欢？

当然！

而如果卖家把拼多多后台的店铺管理、商品管理、售后管理、发货管理、店铺营销、多多客服、多多进宝、推广中心等模块，该填写的都填写好，是不是很讨拼多多的欢心？请牢记比别人多用心定律。

登录拼多多后台，卖家在后台左侧能看到不同的模块。

(1)店铺管理

后台左侧靠下位置，找到「店铺管理」模块，发现「店铺管理」模块下有 6 个菜单，分别是店铺信息、子账号管理、图片空间、违规信息、退店、及订单申诉。

如果店铺是由一两个人做（夫妻店、兄弟店），只需要一个账号就可以，这样管理起来方便且简单。如果是 2 个人以上的店铺，按照功能就要分为运营店长、美工、客服、发货员等职能岗位，每个人都会用到后台。为了防止后台管理混乱，子账号完美地解决了各司其职的问题。

关于图片空间，笔者要说的只有两个问题，分别是给图片起名和有序地存放图片。初学者最容易犯的毛病就是随便上传图片，能用的、不能用的图片塞了满满一屏幕。当图片很多时，你在里面找一张所需图片而找不到的时候，图片空间会让你欲哭无泪，这种感觉就像你 U 盘里保管的项目文件突然丢失而你要花一个星期的时间重做一遍一样。

违规信息分为四部分，分别是店铺违规管理、店铺限制、商品限制、直播违规。卖家要做的是一旦出现违规，就要及时申诉。不然，违规导致的处罚会让店铺没有流量，生意暴跌。

异常订单申诉包括两种情况，一种是异常订单不发货，另一种是恶意投诉解罚。这两种情况都是非正常买家含有恶意动机产生的订单。针对这种情况，卖家通过向平台申诉，可以避免买家恶意下单后受平台处罚而遭受损失。这个菜单告诉卖家，如

果利益受到损害了，有苦不用往肚子里咽，也不必心慌，直接申诉就可以了，有平台给你撑腰。

(2)发货管理

「发货管理」是拼多多后台左侧第一个模块，也是卖家在运营拼多多店铺时使用最频繁的模块之一。「发货管理」模块下有 8 个菜单，其中重点是「物流工具」。点击「物流工具」后有 3 个功能设置，分别是运费模板、地址管理及加运费发顺丰模板。

(3)售后管理

「售后管理」模块在「发货管理」模块下方，这是出单以后经常会使用的模块。

(4)店铺营销

「店铺营销」模块里最重要的是「店铺装修」菜单，「店铺装修」是卖家开店后肯定要用的模块。卖家要注意的是，店铺装修是一个技术活，有设计能力，就做得美观实用；没有设计能力，放一些高清美照和卖点文案也是可以的。这里笔者给卖家一个温馨提示：店铺装修的目的是为了美观实用，买家看了后对产品感兴趣以利于产品转化，并不是为了追求漂亮的页面而做得很漂亮，那样没有实用性。

(5)多多客服

「多多客服」也是卖家使用得最频繁的模块之一，其提供了 6 个菜单，卖家主要用到的是「消息设置」和「客服工具」。

「消息设置」菜单提供了 4 种功能，分别是开场白和常见问题、商品卡片自动回复、离线自动回复、订单自动回复。

看到这 4 种功能，我们就会发现，从用户体验的角度来说，拼多多是多么用心。拼多多在用户体验方面做了很多努力，笔者认为拼多多的用户体验是高于淘宝、天猫、京东的。

卖家可以设置更符合自己产品气质的开场白。其要么令人眼前一亮，要么让人听起来心情舒畅，总之，不让买家反感就行。

二、都是粗心大意惹的祸

拼多多或许是用户体验做得比淘宝、天猫、京东要好的平台，这或许可以从接下来笔者要讲的拼多多规则处罚力度上看出许多端倪。

不管是传统企业入驻拼多多，还是新人学习拼多多开店，有意无意间总是会忽视拼多多的通知和提醒，甚至无视平台规则。卖家违反平台规则，和拼多多对着干，轻则被警告降权，重则被禁售罚款，直至终止合作，清退关店，如图 1 所示。

-
- ① 商品降权、屏蔽、删除
 - ② 商品移除资源位、禁止上资源位、移除广告
 - ③ 商品下架、禁售
 - ④ 店铺禁止上新、禁止上架
 - ⑤ 解除协议、终止合作，清退商家
 - ⑥ 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

加载中...

图 1

下面是卖家经常遇到的一些实例，我们可以看看它的违规行为和处罚结果，以此为戒，少犯错误，少走弯路。

(1)辱骂消费者

这种情况往往发生在买家经过几个小时的咨询并表达非常强烈的购物意向后终于争取到卖家给予前所未有的优惠措施，结果买家放弃成交时。卖家（老板）在盛怒之下对买家展开了一系列的言语攻击。

拼多多平台对出现这种行为的卖家给予的处罚一般是罚款 100 元，直接赔付给消费者。

启示：卖家要保持良好的心态，不要和买家生气。

(2)延迟发货和虚假发货

买家下单后 48 小时之内，卖家必须上传物流单号，并点击发货。卖家上传单号后第一个 24 小时内，买家要能够在物流官网查询到订单的揽件信息。第二个 24 小时内，买家要能够在物流官网查看到中转站信息。任一环节未达要求，卖家都会被判处延迟发货或虚假发货。

拼多多平台对出现这种行为的卖家给予的处罚一般是罚款 3~10 元不等。

一般来说，卖家会在什么时候延迟发货？卖家在一天十几、几十单的情况下是不可能出现延迟发货的，一个人就能处理完。只有在做活动、突然爆单的情况下，卖家一天要处理几千单，而库房货物、包装盒紧缺，就只能延迟发货。这样延迟的结果就是一次性罚款数千元甚至上万元。

启示：第一，卖家要找到靠谱的物流公司发货；第二，卖家要规划好营销和生产供货的节奏。

(3)售假

在拼多多平台审核或消费者举报的情况下，如果发现卖家出售的是假货，那么卖家会收到涉嫌出售假货的通知，这种是可以申诉的。申诉未果时，卖家就会收到一张金额是售假累计销售量 10 倍的罚单。

启示：卖家要坚决不卖假货。

(4)引流站外

卖家在拼多多对话框给买家留微信、淘宝之类的联系方式，引导买家到微信或淘宝等其他平台成交，绕过拼多多支付。对于这种行为，拼多多是坚决不允许的，给予出现这种行为的卖家的处罚力度会非常大，例如，罚款 10 万元（具体金额视情况而定）。

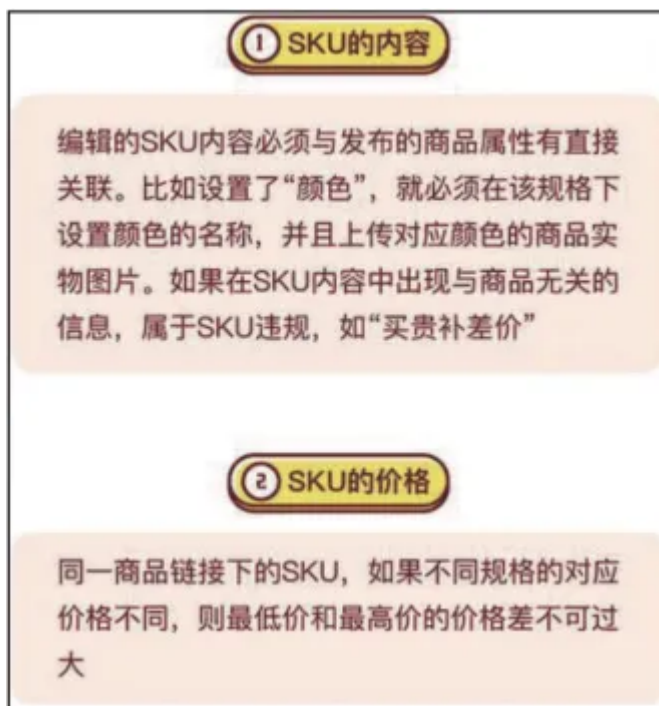
启示：卖家不要引导买家绕过拼多多到其他平台交易。

(5)SKU 违规

拼多多发布产品时需要填写 SKU，SKU 是库存量单位。这是产品的销售属性集合，供买家在下单时选择，可以是规格、颜色、尺码等搭配选择后的一个结果。所以，卖家一定要准确填写这个信息，不然会带来比较严重的后果。

那么，怎样计算 SKU 呢？例如，卖家出售一双拖鞋，颜色分白色和黑色两种，尺码分 41 码和 42 码两种，那么共有 4 个 SKU。

SKU 的违规主要在产品内容和产品价格上，如图 2 所示，这些都是卖家很容易想到积极操作却不知道已经违规的情况。



加载中...

图 2

下面是几种常见的拼多多发布 SKU 违规商品的案例，看看这些案例中的做法将会对卖家产生什么影响。

第一问：我在同一商品链接下既发布了一双拖鞋价格 6.9 元，为了让利消费者又发布了两双拖鞋优惠装 11.9 元，这样的情况属于不合理价格带吗？

答：是属于不合理价格带。

第二问：可以将单件和套装放在一个上链接的不同 SKU 中进行售卖吗？

答：不可以，因为这种情况会导致 SKU 价格存在较大差异，涉嫌 SKU 违规。

第三问：样品或试用装与正常商品在同一商品链接中发布，属于 SKU 违规吗？

答：属于 SKU 违规。

第四问：补差价属于非常规商品吗？为什么我发布补差价商品后收到店铺限制？

答：补差价属于非常规商品，补差价商品不是实物商品，不支持单独购买。如果消费者主动提出个性化需求，可告知消费者在聊天窗口通过「发红包」的方式进行补差价。

这里只提出了卖家做拼多多经常遇到的部分情况，不同商品的要求各不相同，卖家需要在后续过程中及时查漏补缺，避免违规，减少损失。

卖家需要深刻理解做好产品的「表面工作」，只要是买家能看到的消息，都要做到百分百重视，以追求极致的态度去完成那些不起眼的「边边角角」工作。