

抖音生活服务

让每次心动都值得

抖音生活服务

搜索运营手册

2024 | 精华版

Search

Operations Manual

2024





生活服务搜索价值

体量**大**, 增速**快**, 占比**高**

用户“多”	成交“好”	增长“快”
搜索月活跃用户超过 5.5 亿 生活服务相关搜索数量超过 100 亿	商城每千次搜索带来 60次成交 到店搜索转化量年同比 +92%	近半年生活服务搜索流量增长 207% 近半年生活服务搜索GMV增长 213%

用户**多样**, 场景**丰富**, 需求**多元**

从兴趣到兴趣	从兴趣到记忆	从兴趣到交易
57% 用户打开 APP 30 秒后 先浏览后搜索	27% 用户会因 “在抖音种草过这家店 想找出来看”而搜索	75% 的搜索 GMV 来源于视频或 POI 浏览后被种草

精准**识别**, 精准**触达**, 精准**匹配**

精准的需求识别	直观的结果展现	可成交的精准供给
78% 的搜索流量来自 抖音猜测用户想搜的搜索词	认为抖音对商品的呈现 直观清晰 的用户 高于同类平台 2倍	91% 的搜索GMV 来自搜索推荐系统的精准识别

*数据来源: 抖音平台, 截止2021年6月; 搜索数据, 截止2023年4月《2023年引擎大会》; 生活服务数据, 截止2023年3月。

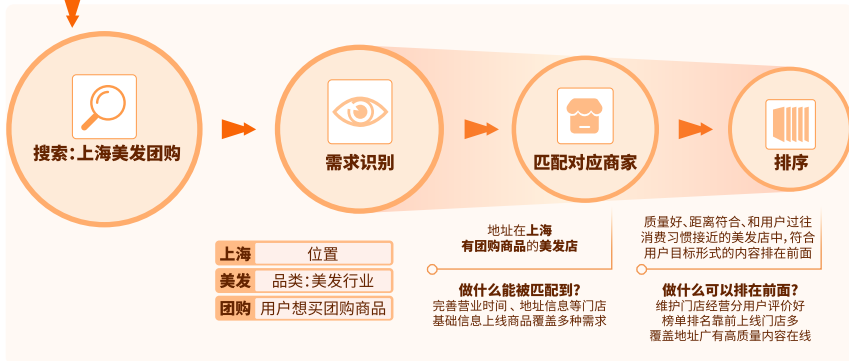


理解用户搜索需求

搜索, 是用户完全「主动」发起的动作行为, 自然也最能「直接」呈现用户的真实需求。
想要掌握如何利用搜索带来新的交易增量, 就要从了解用户的搜索需求开始。

搜索**机制解析**

搜索场景 被猜你想搜 猜中搜 看到大家都在搜 在同城页搜 看视频时搜 看POI时搜 点#话题#搜 看评论时搜 看到相关搜索词 有兴趣搜



多体裁展现



用户想购买团购商品
排序最前门店会以多个【商家名+商品列表】
的形式展示在最前

搜索场景呈现



3大运营策略

01扩流量

让潜在用户搜到你

- ✓ 门店名称准确, POI信息丰富
- ✓ 优化商品标题, 覆盖热搜词
- ✓ 参与平台活动, 利用活动流量

02促转化

让精准用户购买你

- ✓ 提升在线商品丰富度
- ✓ 提升商品价格的竞争力
- ✓ 根据消费场景优化商品

03埋需求

让目标用户记住你

- ✓ 持续更新视频
- ✓ 增加达人投稿
- ✓ 视频标题增加**#品牌名/门店名**

「扩流量」+「促转化」:核心目的是让已有需求的用户在这里下单。

「埋需求」:核心目的是让还没有产生需求的用户,被种草新的需求而下单。

单店丰富商品, 连锁多发视频。商品名称拉“流量”, 视频标题带#品牌。

「扩流量」:让潜在用户搜到你

用户搜什么	搜门店、搜商品	搜品类、搜地点	搜热点、搜话题	搜活动
商家做什么	品牌名称正确 在线商品完善	丰富 POI 信息 匹配用户消费习惯	优化标题覆盖搜索热词 通过内容打造话题	积极参与平台活动 借助活动流量

「促转化」:让精准用户购买你

用户需求		商品消费需求	内容消费需求
决策因素	不同消费场景有不同类型的需求。例如:用户搜索鲜花,可能是母亲节、情侣约会、生日等。	用户出于消费需求的搜索有 强比价 目的,会在不同商家、不同平台之间比价。	用户的内容需求主要来自两个方向: ① 无明确目标时,用户会被评论引起兴趣进行搜索; ② 有消费想法时,封面清晰、重点突出的内容能帮助搜索用户更好转化。
	商家做什么	丰富商品;并根据品类特征丰富商品类型	在同品类、多平台中,保持价格优势

「埋需求」:让目标用户记住你

目标	引起注意	增加信任	留下记忆
触达方式	足够的内容触达引起用户注意。	多种角色触达用户,增加用户信任。	清晰的视频文案,有效带来观看后搜索。
商家做什么	保持视频发布频率	达人视频与商家视频结合	视频标题中增加#品牌名/门店名

04 6大运营动作

1.基建:关注“门面”,完善基础信息

用户会用人均价格(如人均 200 左右的餐厅)、地址(酒仙桥附近美食)、营业时间(24 小时餐厅)等信息进行搜索,信息完善的商家更容易在泛搜中匹配到用户的个性需求(喜欢烧烤的用户,消费人均在 200 左右的用户等),商家需完善以下信息:

商家名	商家封面	类目	地址	人均消费、电话
-----	------	----	----	---------

2.商品:锚定“品类”,优化商品信息

1 丰富商品品类

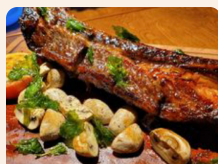
在平台上,包含丰富的商品品类可以提高商户在搜索场景下的展示机会。

2 优化商品标题和封面

商品标题

- ✓ 用简洁的文字突出商品内容及对应特色
- ✓ 核心内容集中在前15个字

- ✗ 无意义字符过多,如商家名、地址等POI信息中已经包含的内容
- ✗ 描述简单无特色
- ✗ 错别字、图文不符



低温慢烤牛小排招牌



聚会 6 人餐



[过瘾三汁焖锅]149
元购超值鸟巢焖锅2-...



商品封面

- ✓ 高清图片、突出主体
- ✓ 图片与文案相符
- ✓ 套餐内商品展示完全

- ✗ 不同商品使用同一图片
- ✗ 低质量图片(带水印、显脏黑、无食欲等)
- ✗ 主体不突出(如只有logo/套餐只展示一道菜等)



深圳云海酒店
高级山景房



[福利爆款] 精品
足疗60分钟



经典Spa60分钟



冰粉



3 保持商品价格竞争力

搜索是强比价场景,保持商品的价格竞争力,是最有效提升下单转化率的方式。

3.内容:聚焦“内容”,沉淀稳定流量

1 持续创作 + 达人投稿 = 稳定的搜索流量

过往经验表明,商家稳定地投稿且拥有多元化的作者来源,更容易获得稳定的搜索流量。

2 第一屏信息清晰，提升搜索转化

视频封面：吸引注意力 + 直入主题，让用户快速知道核心信息“什么类型的商家、在哪个位置、有什么特色”。停留时长：1-2 秒

画面：可用商家招牌、店内环境特写、亮点画面拼接作为底图，如有封面文字，背景也可虚化

文字：一句话概括特色亮点（5-12 个字）



直播间画面：简洁突出重点。直播间画面清晰，无太亮或太暗，无噪点

画面：直播商品、品类展现明确

文字：在展示画面中，露出“有吸引力”的活动信息，比如：主推品、折扣、秒杀、福袋（霸王餐）等。推荐用贴片进行展示，也可以通过布置现场、手举牌等进行信息展示



4.工具:承接“热搜”，三步上新引流

①选商品

寻找品类下用户热搜商品词
优化套餐内容、选择主推商品

②找热词

寻找品类下用户热搜内容词
优化内容方向、选入视频标题

③出内容

上新商品和内容

两个产品帮助您追踪热点

通过巨量算数寻找行业热点。



通过生意经查看同城美食热搜榜单。



5.种草:站稳“点位”，激发搜索需求

商户可以把视频评论区当成一个运营“点位”，让点开评论的用户产生搜索的意愿：

【激发用户兴趣】例如：“3小时畅饮，各位曼玉彦珍们可以喝几杯”

【引导搜索交易】例如：“小店地址：肖家河家常面”

6.营销:利用“产品”，组件能力加持

抖音生活服务规划了多种营销活动，商家可以结合自身不同的营销需求，利用平台活动资源，触达更多用户群体。此外，营销活动也可帮助商家在用户中，树立品牌形象，匹配用户的消费偏好，并创造热门搜索话题。

餐饮行业搜索案例

粤式茶饮-茶救星球「低价秒杀+达人矩阵,引爆搜索支付新增长」

茶救星球是一家主打蔬果茶的连锁茶饮品牌,门店主要分布在广佛深莞地区,其招牌产品为「全国首创 苦瓜柠檬茶」。茶救星球以周年庆为契机,通过超低价多时段秒杀和达人矩阵的营销策略,成功引爆周年主题活动,迅速提升POI详情页PV,拉动POI&搜索支付的有效增长。搜索支付GMV增长占整体增长的40%以上。

茶救星球

JO's CHA 蔬果茶

【锚定品类】优化活动商品信息

优化商品标题、POI页面文案和商品内容图文,突出商品特色及优惠信息,对用户下单决策产生积极影响。

- 优化活动商品在POI页的呈现,通过标题和图片强调「首创苦瓜柠檬茶」「0.01元秒杀」「茶救周年庆」等相关信息。
- 以0.01元秒杀品撬动主推品的售卖,秒杀品杠杆力达1:7.3,很多消费者即使没抢到秒杀品。也会在POI页购买其他主推品。

【聚焦内容】沉淀稳定搜索流量

通过招募达人批量产出高质量探店视频和补量视频,并根据活动周期确定推广节奏,有效种草的同时沉淀稳定的搜索流量。

- 矩阵达人「一号多发」,917位达人共投稿1,474条,降低招募费用的同时有效提高GMV产出。
- 根据总片量制定排期表,按照6:3:1的节奏发布,确保覆盖产品上线期流量。
- 达人视频引爆POI,搜索承接热度流量,搜索支付环比增长28万以上。

综合行业搜索案例

日用商超-好特卖「品牌声量,引爆POI&搜索支付新增长」

好特卖于2020年4月创立,定位于汇聚全球好物的宝藏折扣店,着眼于过剩资源,打造低价连锁折扣体系,开辟了零售折扣店的全新赛道。以3周年庆为契机,创造优质内容带动裂变式分享,将种草心智透过欢乐的购物体验植入消费者内心。结合达人矩阵和大场直播的营销策略,成功将高品质内容引爆,迅速提升POI详情页PV,拉动搜索GMV增长40倍。

【聚焦内容】沉淀稳定搜索流量

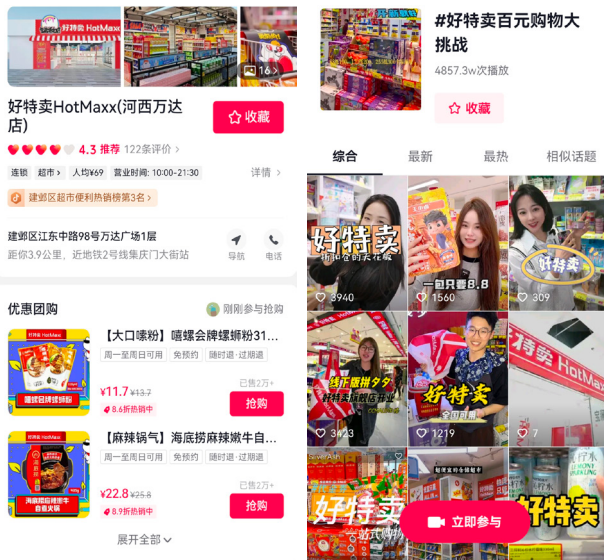
通过周年庆活动招募达人,批量产出高质量探店视频和补量视频。

- 结合周年庆活动开展大场直播,登上交个朋友直播间,助力品牌持续破圈,培养买家心智。
- 在达人招募需求中,要求必带话题和品牌/品类关键词。头中尾达人以最优比例结合,参考比例二八分。

【UGC话题活动】购物挑战赛激发品牌热度

通过UGC话题活动,打造品牌热门搜索词,承接搜索带来的流量,并形成转化。

- 话题#好特卖百元购物大挑战,累计播放4000万+。
- 周年庆开启专属团品,大额代金券折扣激发用户下单兴趣。
- 搜索页面POI门店及团品,统一设计装修,提升终端用户品牌认知,打造品牌影响力。



酒旅行业搜索案例

游玩行业案例-西宁新华联童梦乐园「围绕搜索热词，支付环比提升406%」

西宁新华联童梦乐园是集海洋世界、石榴籽园、丝路小镇、陆地乐园、童梦水世界、童梦王国、酒店群等大型室内外游乐设施为一体。含世界海拔较高的海洋世界、我国西北亚热带风情海洋主题度假酒店、大型情景化室内水乐园、以一路一带为主题的丝路迷你小镇、含56个民族建筑及民俗特色的民族风情街、内容丰富的陆地室外乐园及室内儿童乐园。西宁新华联童梦乐园以五一节点为契机，结合商家“烟花”特色，整体围绕精搜和泛搜两种模式进行铺设热搜关键词在本地搜索产生了活动相关的展示，并高效刺激了搜索访问次数达1.39万次，搜索支付占比66%，搜索GMV增长406%。



【五一节点高效运营】

以五一节点为契机，围绕精搜和泛搜两种模式进行铺设热搜关键词，搜索关键词均出现“五一”字样，并结合商家“烟花”特色，对于搜索用户产生出行积极影响。

【员工号矩阵协同】

准备前期，童梦全员进行UGC关键词铺设的培训，仅通过员工账号铺设“童梦、五一”关键词，搜索端的小卡片中在搜索关键词均出现了“五一”字样，高效承接搜索流量并有效促进转化。

扫码查看完整内容 >>>

《抖音生活服务搜索运营手册》



餐饮版



综合版



酒旅版

抖音生活服务

让每次心动都值得