

怎么计算竞争对手外卖单量占比拼多多怎么看同行竞争对手的数据？-股识吧

一、淘宝运营技巧：如何截取竞争对手的流量

做好店铺的优化，关键词优化，首页优化这些，有钱的话你可以去参加直通车和钻展这些活动---望采纳

二、像饿了么，美团外卖，淘点点外卖的核心竞争力是什么

表面上（或者说C端）没有太明显的核心竞争力，但分析深层次的话，竞争力大概是如下几点：对于商户的后台与产品的支持（包括商家操作简便程度，打款速度，BD关系维护程度）流量的支撑（商家无忠诚度，哪个流量多，就喜欢哪个）除订餐以外的相关业务支持（如配送）原因如下：大前提：用户的转移成本非常低，而且大多数用户看优惠选择平台（只要具体分析几大平台的活动力度与相应的订餐数量，就能看出该问题，当都没活动的时候，才看习惯程度）其次我们要知道：商家是很难建立忠诚度的，看多了商家后发现，商家最后会趋近于几个平台一起上，就和团购时期一样，这不是一个独家性的事情，但当上了多家店铺后，后台的重要程度就凸显出来了，哪家店上菜单比较方便，哪个网站的BD来的勤快关系比较好，哪个网站压得款少打钱快，都是最终决定商户使用情况的。

这和千团大战时候美团的获胜之道其实是很相似的，所以在这一点上，美团的经验也非常非常足。

流量的支撑：这个更好理解，就像你开实体店，一家开在闹市区，一家开在城乡结合部一样，对于店铺的整体影响差别巨大，哪家能给商户更好的流量支持，才能决定其生命力，美团外卖背后是一个每天访问量巨大的美团团购在支撑，再加上线下各种渠道铺设，饿了么在线上的流量源看起来比美团弱一些，不清楚其依托于点评的效果如何，线下渠道应该与美团外卖不相上下。

除订餐外的相关业务支持：这个非常重要，商户在开店的时候，会遇到无数多的问题，举几个栗子~配菜的问题，原材料供应的问题，配送的问题，对账的问题等等，每一个问题都会制约店铺的发展。

这些东西也是我觉得未来这些外卖平台能够切入的点之一，哪一家能够最快的铺完市场，然后提供更牛逼的剩余配套服务，就越能圈住商户。

现在饿了么和美团都喜欢找商户签那个没什么效益的“独家协议”，但当有一套完整配套服务体系的时候，那玩意儿才是一个实打实的“独家协议”结论：我觉得他们的核心竞争力最后都会不断转化在后端体现，抓住商户了，才能有效打击对手，

不然只是永远无休止的补贴大战，关于这个道理也可以看一下最近滴滴喜欢抛出来的“滴米”案例，我觉得是一个道理，内功永远比花拳绣腿来的实在，当然也更难。

三、美团外卖如何计算客单价的115%

就是在客单价上面再加15%。

四、拼多多怎么看同行竞争对手的数据？

你可以用多多聚宝，是为拼多多商家提供精细化数据分析服务平台，功能包括【市场分析】查看不同类目的热销产品top榜；

【监控分析】监控竞品店铺、单品实时销量数据、类目排名、关键词排名；

【插件工具】拼多多详情页、拼多多批发、拼多多推广、竞品分析等。

五、一般做餐饮的店，美团的销售单数一般占这个店总销量的比重是多少？

需要看您店里的营业额，若是生意火，提前预约才会有位，若是快餐或是生意不那么火，可以不用预约。

营业额来自美团的占百分之十~。

六、如何利用亚马逊查询竞争对手销售量

有一个方法预测日销量。

今天下一个订单，记下对方库存数；

第二天同一时段再下订单，记下对手的库存数。

七、客单量怎么算？

【客单量计算公式】客单量=货品销售数量/成交笔数【客单量】

即商场或超市平均每个客户购买货品的数量。

是店铺营运重要衡量指标，这个数据是在规定时间内有效（一般店铺一天一个数据），超过这个时间规定，没有任何意义。客单量和客单价是店铺营运重要衡量指标，两者密不可分。

八、饿了么，美团外卖，百度外卖竞品分析

饿了么、美团外卖、淘点点、百度外卖四家平台瓜分外卖市场规模的近八成。

饿了么、美团外卖两者瓜分外卖近六成市场，持续领跑，优势明显。

饿了么份额破三成，占据明显优势，但与美团旗下的美团外卖差距不大，两者竞争激烈。

饿了么、美团外卖、淘点点、百度外卖四家平台瓜分外卖市场规模的近八成。

饿了么、美团外卖两者瓜分外卖近六成市场，持续领跑，优势明显。

饿了么份额破三成，占据明显优势，但与美团旗下的美团外卖差距不大，两者竞争激烈。

饿了么的用户主要集中在北京、上海、广东、浙江等地；

美团外卖的用户主要集中在北京、广东、浙江、江苏等地；

百度外卖的用户主要集中在北京饿了么和美团外卖有多达70%的用户在20-29岁之间，主要是以大学生为主的学生群体，这类群体接受新事物快，需要在外边吃饭，追求方便、便宜百度外卖有约51%的用户在20-29岁之间，有约48%的用户在30-39岁之间，以学生和白领为主三款APP的男性均多达80%，女性用户较少，男性群体不喜欢出门、饭量大，对外卖的需求更大饿了么

；

虽然三款APP都可以订早餐，但饿了么的早餐是在首页上显示的，而美团外卖和百度外卖是在线下推广，用户在线上输入早餐自己搜索，不是很方便，有些在线下没有看到的用户不知道有早餐这个功能。

这是饿了么的一个特色，可以提前预定，满足了用户不爱起早、上班上学没时间做早餐，但又想舒服的吃早餐的需求夜宵也是一个特色，晚上好多线上商家都休息，好多实体店铺也关门了，这个功能解决了用户晚上想要吃东西又不想自己做的的问题夜猫店是其它两款app没有的，主要针对大学生而制定的功能，只在21点-23点之间开放，商品是来自学生寝室开的店，主要是一些以泡面和香肠为主的小零食，配送方便，从一个寝室送到另一个寝室。

也给大学生提供一个兼职开店的机会饿了么可以拼单，有些美食是够一定钱数才给送，拼单好处是不够钱数和其他人拼单也可以买。

但拼单功能的位置不明显、按钮小，不容易被用户发现，更没有明确的提示。

美团外卖

甜点饮品是一个特色，有很多像咖啡、奶昔这样的饮品，让用户不出门就可以享受到美味美团外卖的特色并不多，基本上没有突出的特色百度外卖百度外卖的吃啥是一个特色，根据你的喜好为你推荐高质量的美食，解决用户饿了但不知道吃啥的问题，推荐也引起用户购买的欲望下午茶也是一个特色，是其他两款app没有的，休闲、时尚，满足了用户下午休闲的需求

参考文档

[下载：怎么计算竞争对手外卖单量占比.pdf](#)

[《拿一只股票拿多久》](#)

[《拿一只股票拿多久》](#)

[《股票一般多久买入卖出》](#)

[《吉林银行股票多久上市》](#)

[《股票一般多久一次卖出》](#)

[下载：怎么计算竞争对手外卖单量占比.doc](#)

[更多关于《怎么计算竞争对手外卖单量占比》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/subject/26888639.html>