

抖音POI门店认领与同城投放：本地商家必看

抖音运营 8分钟阅读2026-08-15

抖音POI门店认领流程、门店页优化、同城流量获取方法和本地推投放策略，附预算分配和ROI优化建议，帮本地商家精准引流到店。

POI是抖音本地生活的基础设施

POI (Point of Interest) 就是抖音上的门店位置页面。用户刷到你的视频时点击地址标签，就能看到你的门店信息、团购套餐、客户评价，还可以直接导航到店。没有认领POI，你的视频就像没有挂门牌号的店铺，客户找不到你。

这篇文章讲POI认领、门店页优化和同城投放的完整方法。

一、POI门店认领

认领条件

- 已认证抖音企业号（蓝V）
- 有实体门店地址
- 营业执照地址与门店地址一致（或提供租赁证明）

认领步骤

- 打开抖音来客APP（商家版）或life.douyin.com
- 登录企业号，进入“门店管理”
- 搜索你的门店名称——如果客户已创建过POI，直接点击“认领”
- 如果没有，点击“创建门店”，填写门店信息
- 上传门店照片：门头照（必须含招牌）、内景照、环境照
- 提交营业执照和法人身份证
- 等待审核（1-3个工作日）

多门店管理

连锁品牌可以认领多个门店POI，每个门店独立管理团购和评价。在抖音来客后台可以创建多门店账号组，统一查看数据。

二、门店页优化

POI页面就是你的“抖音上的门店”，优化得好直接影响到店转化。

模块	优化要点
头图	最有吸引力的门店环境图或招牌菜，尺寸1280×720
门店名称	品牌名+地域+品类，如“XX火锅（东城店）”
地址	精确到门牌号，自动关联地图导航

营业时间	准确填写，节假日及时更新
电话	填写能接通的座机/手机
团购商品	至少上架3个套餐（引流款+利润款+形象款）
门店相册	至少10张高清图：环境、产品、服务、细节
评价管理	回复所有评价，差评48小时内处理

关键：让客户帮你发内容

到店客户发布带POI的视频，是门店页内容的重要来源。每个带POI的视频都是你的免费广告，而且会推给视频发布者的本地好友。

- 在门店显眼位置放抖音号和POI引导："拍视频带定位送XX"
- 服务员主动提醒："拍个抖音@我们，可以送一份甜品"
- 定期查看门店POI下的客户视频，点赞、评论、转发到自己账号

三、同城免费流量获取

1. 视频带POI位置

发布视频时一定要添加门店位置。带POI的视频会被优先推荐给周边3-10公里的用户。

2. 同城话题标签

使用# 城市名+品类 的话题标签，如# 东莞美食 # 东城火锅 # 东莞美发。同时使用# 同城热门 # 本地生活 等流量标签。

3. 口播和文案中提到地域

"在东莞的朋友注意了""东城这家店"——AI语音识别会提取地域信息，辅助同城推荐。

4. 同城直播

在门店直播，直播画面自带地理位置标签，会推送给同城用户。直播时挂载团购套餐，用户边看边买。

5. 同城热点参与

关注抖音同城榜的热点话题，及时创作相关内容。比如本地举办活动、节日、天气变化等，借势获取同城流量。

四、本地推（同城付费投放）

本地推是抖音针对本地商家的广告投放工具，可以精准定向周边人群。

投放目标选择

目标	适合场景	计费方式
门店引流	让周边用户看到门店信息	CPM（千次曝光）
团购成交	直接卖团购券	CPA（按成交）/ CPS
视频加热	让短视频获得更多同城播放	CPM/CPV
直播间引流	给门店直播间拉人	CPM

私信咨询	高客单价服务（装修/教育）	CPM/oCPC
------	---------------	----------

定向设置

- **地域**：门店周边3-10公里，根据城市大小调整。一线城市3-5公里，二三线城市5-10公里
- **年龄**：根据你的目标客户设置，如餐饮18-45岁，养老服务45-70岁
- **兴趣标签**：选择与你的品类相关的标签（美食/火锅/美容等）
- **人群包**：可以定向到过你门店的人群（老客）和相似人群（Lookalike）

预算建议

阶段	日预算	策略
测试期（1-2周）	100-300元	同时投2-3条视频，找出数据最好的
增长期（3-8周）	300-1000元	放大表现好的素材和人群
稳定期	根据ROI调整	ROI达标就加预算，不达标就换素材

ROI目标：本地推团购成交ROI做到1:3以上算合格。即每花1元广告费带来3元以上团购销售额。按60%毛利计算，广告成本占比不超过33%就有利润。

五、效果追踪和优化

在抖音来客后台查看以下核心数据：

指标	说明	优化方向
POI浏览量	多少人看了门店页	优化视频内容和头图
团购曝光→点击	商品点击率	优化套餐标题、价格、头图
团购销量	卖出多少份	价格、文案、评价
核销率	实际到店比例	套餐设计、到店体验
评价分	门店综合评分	产品和服务质量
广告ROI	投入产出比	素材、定向、落地页

优化循环

1. 每周看一次数据，找出表现最好和最差的视频/套餐
2. 对表现好的：加投本地推、拍续集、引导更多客户拍同款
3. 对表现差的：分析原因（封面不吸引人？价格太高？评价不好？），改进或下架
4. 每月做一次全面复盘，调整套餐结构和内容方向

六、常见误区

- **不认领POI**：客户发了视频带位置但门店信息空白，白白浪费流量
- **不回复评价**：特别是差评，不回复比差评本身更影响其他用户

- **门店照片随便拍**：昏暗模糊的照片让客户直接划走，花200元请人拍一组好图
- **只投免费流量不做付费**：抖音是商业平台，适当付费才能获得稳定流量
- **只看销量不看核销率**：卖了1000份只核销200份，会被算法降权

写在最后

POI和同城投放是本地商家在抖音上最精准的获客方式。你的客户就在门店3-5公里范围内刷抖音，**关键是让他们在刷到你的那一刻就有进店的冲动。**

先认领POI、完善门店页，再开始发视频带位置，数据好的视频投本地推放大——这是最稳妥的起步路径。

如需具体方案，可以联系我们（13266110769）。