



扫描二维码加订阅号

获取价值**288**元
超值大礼包

电商 淘金

爆款打造

提升网店流量与转化率全攻略

恒盛杰电商资讯◎编著



机械工业出版社
China Machine Press

电商 淘金

爆款打造

提升网店流量与转化率全攻略

恒盛杰电商资讯◎编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

电商淘金：爆款打造：提升网店流量与转化率全攻略 / 恒盛杰电商资讯编著. — 北京：机械工业出版社，2015.10

ISBN 978-7-111-51572-2

I. 电… II. 恒… III. 电子商务—商业经营 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 222732 号

爆款不仅能给卖家带来可观的利润，还能拉动全店的流量和商品的转化，有效提升网店的竞争力和品牌知名度，使网店的运营形成稳固的良性循环。可以说，爆款为网店注入了源源不断的活力，因此，大大小小的淘宝卖家都想将自己店铺中的商品做成爆款。但是市场就只有那么大，爆款这块香甜可口的蛋糕究竟如何才能收入囊中？不要着急，本书就能告诉你答案。

本书从提升网店的流量和转化率这两大核心问题出发，系统地讲解了爆款打造全流程的知识和技能，主要内容包括前期的市场调研、选款与定价，实战中的引流策略、促销活动、详情页设计、上架预热、客服引导、库存掌控，后期的维护工作等。

本书的内容编排循序渐进，既有浅显易懂的理论讲解，又有可操作性强的实例解析，尤其适合淘宝创业人员学习，同时也是电商行业从业人员的极佳参考书。

电商淘金——爆款打造：提升网店流量与转化率全攻略

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码：100037）

责任编辑：杨 倩

印 刷：北京天颖印刷有限公司

版 次：2015 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开 本：170mm × 240mm 1/16

印 张：15.25

书 号：ISBN 978-7-111-51572-2

定 价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379426 88361066

投稿热线：(010) 88379604

购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

前言

PREFACE

淘宝的推荐策略是“单品为王”，即主推的是商品，而不是商家。有人对此做过一个形象的比喻：实体店铺的顾客都是从店门进来的，而淘宝的顾客则是从橱窗进来的。因此，在淘宝中，单品入口的流量通常超过店铺首页的流量，进而导致了“爆款”比“名店”更容易出现的现象。这也是淘宝卖家无论大小都热衷于打造爆款的主要原因。

天上不会掉馅饼，爆款的成功靠的不是运气，而是一套行之有效的策略，本书就是以此为出发点而编写，系统地讲解了爆款打造全流程的知识和技能。

★ 内容结构

本书的内容可分为3个部分，共9章。

第1部分为前期准备，包括第1～3章。第1章讲解了爆款的基本概念和作用，以及成功的经验和失败的教训。第2章讲解了如何分析市场行情，找到需求大、竞争小的商品类目。第3章讲解了如何在第2章的基础上一步步缩小范围，挑选出潜力爆款商品，并定出最能吸引买家下单的价格。

第2部分为实战操作，包括第4～8章。第4章讲解了如何在分析流量数据的基础上确定商品标题和上架时间，并灵活运用各种推广工具，让商品在电商平台中崭露头角。第5章则讲解了促销活动的知识，告诉卖家如何利用促销活动来推动商品的销售。第6章详细讲解了如何设计商品的图片、文案和页面，以最大限度地吸引买家浏览商品并最终下单，提升



商品的转化率。第7章着重讲解的是爆款销售初期的细节完善，包括上架后的预热及客服引导。第8章讲解了如何合理安排爆款商品的库存量，做到既不压货又不耽误销售。

第3部分则是后期维护，包括第9章，讲解了如何通过分析各方面信息查缺补漏、扬长避短，为爆款的销售锦上添花。

★ 编写特色

本书的内容编排循序渐进，从爆款的前期准备到后期维护层层展开，既有浅显易懂的理论讲解，又有可操作性强的实例解析，让读者能够清晰而全面地掌握爆款打造的核心知识与技能。

全书处处渗透了当前最火热的“大数据”思想，能够帮助读者养成数据收集与分析的良好习惯，更加理性、客观地运用数据进行爆款的策划和运营。

★ 学习资源

在微信的“发现”页面中单击“扫一扫”功能，打开“二维码/条码”界面，扫描本书封面上的二维码，即可关注我们的微信公众号。关注公众号后，回复本书书号的后6位数字“515722”，公众号就会自动发送本书附赠学习资源的下载地址及相应密码。在计算机浏览器的地址栏中输入并打开获取的下载地址（输入时注意区分字母大小写），然后在文本框中输入下载地址附带的密码，并单击“提取文件”按钮即可将云端资料下载到计算机中。

★ 读者对象

本书适合网店创业人员、管理人员、兼职人员阅读学习，同时也可作为学校电子商务、经济管理等专业的教材，或电子商务职业技能培训用书。

由于编者水平有限，在编写本书的过程中难免有不足之处，恳请广大读者指正批评，除了扫描二维码添加订阅号获取资讯以外，也可加入QQ群 111083348 与我们交流。

编 者

2015年9月

目 录

CONTENTS

前言

第 1 章 爆款概念全解析

- 1.1 抽丝剥茧看爆款2
 - 1.1.1 爆款到底是什么.....2
 - 1.1.2 爆款能为店铺带来什么5
 - 1.1.3 爆款选款那些事儿.....6
 - 1.1.4 循序渐进推爆款.....9
- 1.2 爆款成功的必备因素.....12
- 1.3 爆款失败原因总结.....16

第 2 章 做好市场调研，不怕没有买家

- 2.1 进行市场调研的目的.....19
- 2.2 让百度数据告诉你网民的关注动向20
 - 2.2.1 网民最近在关注什么商品20
 - 2.2.2 网民对商品的关注度变化21
 - 2.2.3 媒体对商品市场的影响24
- 2.3 让阿里指数告诉你进货市场的动向24
 - 2.3.1 淘宝卖家的进货趋势25
 - 2.3.2 淘宝卖家的关注趋势27
- 2.4 让淘宝指数告诉你销售市场的动向29
 - 2.4.1 淘宝买家在关注什么商品29
 - 2.4.2 商品在淘宝类目市场中的分布...32
- 2.5 让淘宝排行榜告诉你什么商品市场最乐观33
 - 2.5.1 掌握淘宝买家的搜索动向33
 - 2.5.2 掌握某类商品的市场动向34
- 2.6 利用生e经更加灵活地分析市场35
 - 2.6.1 在生e经中了解市场行情35
 - 2.6.2 下载并整理所需数据38
 - 2.6.3 根据数据找出市场容量最大的商品.....41
 - 2.6.4 判断市场的竞争程度42



第3章 精确定位商品，选择细分属性

- 3.1 爆款商品的客户定位及选款48
 - 3.1.1 通过百度指数为客户画像48
 - 3.1.2 通过淘宝指数为客户画像50
 - 3.1.3 通过店铺数据为客户画像52
 - 3.1.4 根据客户定位快速选款58
- 3.2 找准让商品大卖的属性59
 - 3.2.1 快速分析商品受欢迎的属性59
 - 3.2.2 如何更全面地分析爆款属性60
- 3.3 爆款商品高级定价策略67
 - 3.3.1 3个定价时必须考虑的基本要素67
 - 3.3.2 6个抓住买家的基本定价法70
 - 3.3.3 3个技高一筹的定价高招74
 - 3.3.4 全盘分析商品价格，合理定价...77

第4章 分析数据，稳抓流量

- 4.1 店铺流量数据解读81
 - 4.1.1 流量概况81
 - 4.1.2 流量地图83
 - 4.1.3 访客分析85
- 4.2 单品流量数据解读87
 - 4.2.1 单品流量来源及趋势分析87
 - 4.2.2 单品的访客分析89
- 4.3 商品标题组成关键词的推敲89
 - 4.3.1 关键词对流量的重大影响90
 - 4.3.2 去什么地方寻找关键词91
 - 4.3.3 如何进行关键词筛选98
 - 4.3.4 如何进行关键词组合效果验证...99
- 4.4 从引流的角度合理设置商品上架时间103
 - 4.4.1 在生e经中分析行业时段数据...104
 - 4.4.2 在生e经中分析店铺时段数据...106
 - 4.4.3 准确查看竞争商品的上架时间...108
- 4.5 直通车引流分析111
 - 4.5.1 直通车地域引流分析111
 - 4.5.2 直通车引流质量分析113
- 4.6 钻石展位和淘宝客推广114
 - 4.6.1 钻石展位推广114
 - 4.6.2 淘宝客推广117

第5章 必不可少的促销活动

- 5.1 打造爆款一定要知道的促销准则120
 - 5.1.1 做好促销活动的4个要点120
 - 5.1.2 参加淘宝活动要避免的8大误区123



5.1.3 PC 端和手机端活动页面的 设计区别	126
5.2 常见的促销活动的理由 和做法	130
5.2.1 促销活动的常见理由	130
5.2.2 节假日促销的方法	132
5.2.3 限时打折的促销方法	135
5.2.4 回馈老客户的促销方法	136
5.2.5 其他常见的促销方式	138
5.3 商品促销案例	141

第 6 章 爆款高转化率页面设计法则

6.1 一张图厘清爆款详情页 设计思路	146
6.2 设计好主图这张“脸蛋”	146
6.2.1 掌握好清晰度中的“度”	147
6.2.2 掌握好商品的拍摄背景	149
6.2.3 掌握好商品卖点的表现	151
6.3 雕刻好详情页排版这副 “骨架”	153
6.4 把握好详情页的“身材”	157
6.4.1 不同商品详情页的设计侧重点 初探	157
6.4.2 分析买家需求，确定详情页 内容	159
6.4.3 详情页重要元素优化要点	164
6.4.4 详情页文案的写作	168

第 7 章 爆款销售的细节完善

7.1 爆款销售的预热工作	174
7.1.1 吊足买家的胃口	174
7.1.2 估计买家的购买指数	176
7.1.3 采用营销手段来预热	177
7.2 客服基本功培训	178
7.2.1 客服必备沟通礼仪	178
7.2.2 客服谈单八大禁忌	182
7.3 让询单转化率暴增的 客服技能	184
7.3.1 客服团队的形象打造	184
7.3.2 优秀客服为爆款“助攻”	186
7.3.3 见招拆招搞定买家	190

第 8 章 合理的库存量是爆款的坚强后盾

8.1 了解商品的生命周期	197
8.1.1 普通商品的生命周期	197
8.1.2 特殊商品的生命周期	198
8.2 利用数据分析商品生命周期 ...	200
8.2.1 下载商品销售数据	201
8.2.2 整理商品销售数据	202



8.2.3 从数据中看商品生命周期	204	8.4.2 用卖家工具设置补货预警	213
8.3 利用平台分析商品生命周期 ...	208	8.5 商品不同属性的库存把握	215
8.3.1 淘宝指数	208	8.5.1 同类目、不同属性商品的 库存把握	215
8.3.2 阿里指数	210	8.5.2 同款、不同属性商品的 库存把握	218
8.3.3 百度指数	212		
8.4 一键设置补货预警	212		
8.4.1 周全考虑补货周期	212		

第9章 利用销售信息进行爆款维护

9.1 利用商品销售信息让爆款 好上加好	221	9.2 分析竞争对手商品信息 为我所用	234
9.1.1 分析商品退货的原因	221	9.2.1 从生意参谋中收集商品信息	234
9.1.2 分析退货商品的地区	224	9.2.2 从淘宝指数和排行榜中收集 商品信息	235
9.1.3 分析退货商品的快递	226		
9.1.4 分析商品交易信息	229		
9.1.5 分析商品评价信息	232		

第 1 章

爆款概念全解析

淘宝上的每一个卖家都希望自己的店铺拥有几件爆款商品，也有不少卖家对打造爆款颇有心得，一些新手卖家说起爆款更是摩拳擦掌、跃跃欲试，但若问起什么样的商品才算是爆款商品、爆款商品的打造思路是怎样的，相信没有几个卖家能完整、准确、清晰、详细地给出答案。

要想成功打造爆款，对这些基本问题的探究必不可少。本章就来详细讲解究竟什么样的商品才能称为爆款商品，淘宝店铺打造爆款商品的目的是什么，打造爆款过程中又有哪些成功的经验和失败的教训。相信卖家掌握了这些必要的理论基础后，会对淘宝爆款有一个全面的认识，从而提高爆款打造的成功率。



1.1 抽丝剥茧看爆款



1.2 爆款成功的必备因素



1.3 爆款失败原因总结



1.1 抽丝剥茧看爆款

爆款是每一个淘宝卖家的“梦中情人”，是卖家们日思夜想、苦心经营想要摘取的果实，但是很多卖家都不能如愿以偿，于是爆款在很多卖家的眼里成了谜一样的存在，只闻其名不见其身。实际上，爆款一点也不神秘，下面就来抽丝剥茧，为你揭开爆款的面纱。

1.1.1 爆款到底是什么

所谓爆款，笼统来说就是淘宝店铺的人气商品。爆款商品无论是流量、销量还是人气、排名均十分靠前，可以说是为淘宝店铺创造最大利益的商品。很多时候一个淘宝店铺只需拥有一件爆款商品，就能为店铺注入大量新鲜血液，让卖家赚钱的同时带动全店的运营。

那么判断一款商品是否为爆款有没有固定的标准呢？先来看一个例子。图1-1是某商品的部分成交记录，可以看到其中的付款时间点比较密集，可见这款商品在短时间内就售出了很多件。再看累计评论数和成交记录数都是比较大的数字，这样的商品无疑就是爆款商品。

宝贝详情		累计评论 679	成交记录 15547	专享服务
买家	淘宝价	数量	付款时间	款式和型号
舒**艳 (匿名) 等	专属优惠	1	2015-07-27 11:59:02	颜色分类:天蓝色 尺码:L
小**8 (匿名) 等	专属优惠	1	2015-07-27 11:55:14	颜色分类:天蓝色 尺码:M
m**6 (匿名) 等	专属优惠	1	2015-07-27 11:53:08	颜色分类:天蓝色 尺码:S
清**1 (匿名) 等	专属优惠	1	2015-07-27 11:52:42	颜色分类:天蓝色 尺码:M
s**2 (匿名) 等	专属优惠	1	2015-07-27 11:45:34	颜色分类:天蓝色 尺码:XL
z**1 (匿名) 等	专属优惠	1	2015-07-27 11:43:55	颜色分类:天蓝色 尺码:M
m**1 (匿名) 等	专属优惠	1	2015-07-27 11:26:59	颜色分类:天蓝色 尺码:L
l**1 (匿名) 等	¥ 149	1	2015-07-27 11:24:39	颜色分类:天蓝色 尺码:M

图 1-1 爆款商品的成交记录



但是如果让淘宝卖家们说说他们心目中的爆款，相信得到的答案会是五花八门的。之所以出现这种情况，是因为卖家们经营的商品类目不同、店铺的规模不同。

对于销售低单价商品的卖家来说，一款商品销量要达到成千上万件才能被称为爆款，如单价在10元以下的文具商品；但是对于销售高单价商品的卖家来说，一款商品销量达到几件、几十件就能被称为爆款了，如单价在10000元以上的钻戒商品。

如图1-2和图1-3所示，即为单价在10元以下的文具商品和单价在10000元以上的钻戒商品按销量从高到低排序的结果。比较两张图可以发现，文具商品的最高销量超过了10000件，而钻戒商品的最高销量仅仅是36件，因此，商品的类目不同，爆款的定义也不同。



图 1-2 低单价商品中的爆款商品



图 1-3 高单价商品中的爆款商品

电商淘金——爆款打造：提升网店流量与转化率全攻略

就算卖家们经营的是同一类目下的商品，对于不同规模的卖家来说，爆款的定义也不相同。对于皇冠级别的大型卖家来说，一款商品销量至少要达到5000件才能算是爆款。而对于钻级别或心级别的中小卖家来说，一款商品销量有几十件就能算是爆款商品了。

如图1-4和图1-5所示，分别为一家3冠店铺和一家2钻店铺中的商品按销量从高到低排序的结果，比较两张图可以发现，3冠店铺的商品最高销量达到了7870件，而2钻店铺的商品最高销量则只有10件。



图 1-4 3 冠店铺中的商品销量排序结果



图 1-5 2 钻店铺中的商品销量排序结果

上述例子说明，不同类目的商品、不同级别的卖家对爆款的定义都不相同。明白了这一点后，卖家就可以在爆款商品的市场分析、选款时作出客观的判断。例如，卖家想要打造的爆款商品是连衣裙类目的商品，那么卖家就要去分析连衣裙的市场究竟有多大、卖家凭自己的实力又能在其中获取多少市场份额，从而准确地预估爆款商品的销量。关于这个问题将会在第2章中详细介绍。



1.1.2 爆款能为店铺带来什么

相信大部分卖家都知道爆款不仅可以赚钱，还可以引流，然而爆款为店铺带来的并不只有这些。卖家应该全面地认识爆款商品为店铺带来的诸多好处，才能在制定爆款打造计划时增强目的性，做到有的放矢。

爆款商品能为店铺带来实实在在的利润

爆款商品对店铺销售业绩的提升功不可没。哪怕价格降低一些，爆款商品也可以凭借可观的销量为店铺带来不错的利润。

爆款商品能为店铺注入新鲜流量

进入爆款商品页面的买家流量是很大的，卖家可以充分利用这个机会，将这股流量引导、分散到其他商品的页面，让新鲜的流量带动全店的运转。

爆款商品能提高全店商品的转化

正如上一点所述，爆款商品可以为店铺的其他商品带去流量，这些商品有了更多的流量，就有机会获得更多的转化。此外，如果将爆款商品与店铺的其他商品组合在一起进行关联销售，也可以提高关联商品的销量。

爆款商品能提高店铺的信誉和口碑

一款成功的爆款商品能获得不少买家的好评，这样一来就可以为店铺的信誉和口碑添砖加瓦。尤其是在爆款商品的带动下，又成功打造出了另外几款“小爆款”商品，那么店铺整体的评价就会提高，从而增加店铺中每一件商品的搜索权重。

总结一下，爆款商品可以为店铺带来的好处如图 1-6 所示。

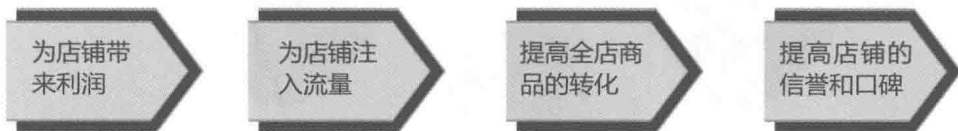


图 1-6 爆款商品为店铺带来的好处



1.1.3 爆款选款那些事儿

并非所有类型、任意款式的商品都可以在经过一番策划经营后成长为爆款，如果商品本身就是“扶不起的阿斗”，卖家的经营能力再强、倾注的心血再多，也只能是白费工夫。因此，选款是爆款打造的头等大事。要想挑选出具备爆款基因的“种子”商品，卖家需要考虑以下几个因素。

考虑商品的属性

如今的淘宝市场越来越讲究个性化销售，买家们可以在淘宝首页搜索商品关键词，然后选择商品的属性进行商品筛选。商品的不同属性对应的买家数量自然也不同。

如图 1-7 所示为牛仔衣商品的部分属性，不同的属性会吸引不同类型和数量的买家。假设今年关注“休闲”属性的买家比较多，而关注“复古”属性的买家比较少，那么从理论上来说，具备“休闲”属性的牛仔衣商品更有成为爆款的潜质。

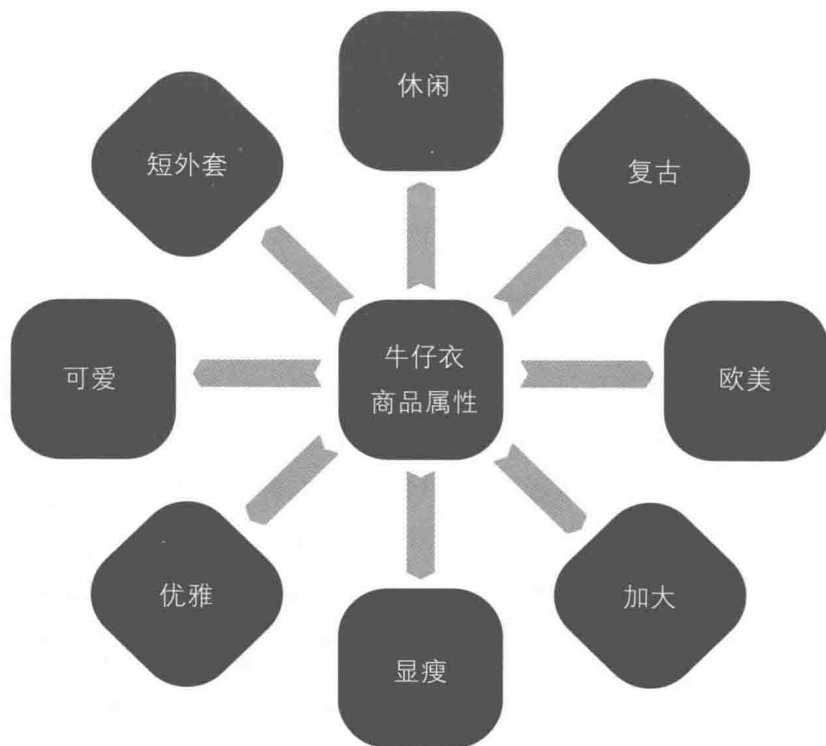


图 1-7 牛仔衣商品属性举例



考虑商品之前的销售情况

很多时候，卖家会考虑从店铺中已经销售了一段时间的商品中选择一款商品朝着爆款的方向进行重点培养。之所以这样做，是因为这些商品的历史销售情况更有助于卖家客观地判断商品的销售前景。

那么又要如何判断已经销售了一段时间的商品中，哪些商品是潜力爆款呢？是不是选择那些流量大、销量也大的商品就可以了呢？下面来看一个简单的例子。

分析店铺中商品的销售情况，通常必须从商品的流量、转化率、销量等多个维度的数据入手，这里以流量、转化率、销量三个维度的数据为例进行讲解。

如图 1-8 所示，为某店铺卖家根据店铺中 5 款爆款候选商品的流量、转化率、销量数据绘制的气泡图，其中横坐标轴为流量，纵坐标轴为转化率，气泡的大小则代表销量的大小。如果卖家因为商品 E 的销量最大就认为它是最具爆款潜质的商品，那就太轻率了。商品 E 除了销量最大外，流量也是最大的，说明它的引流能力较强，或者说卖家为它采取了不少引流措施，但是它的转化率却不是很高，也就是说如果卖家选择商品 E 进行打造，可能会遇到瓶颈，很难再有销量上的突破。

经过上面的分析，现在我们知道了打造爆款要选择有增长空间的商品。例如，商品 C 就很不错，它的流量不大，但是它的转化率却很高，销量也比较大，也就是说这款商品在流量不太给力的情况下还能有可观的销量。如果卖家再在这款商品的引流方案上下点工夫，为它引入更多的流量，极有可能大幅度提升销量，打造出爆款。

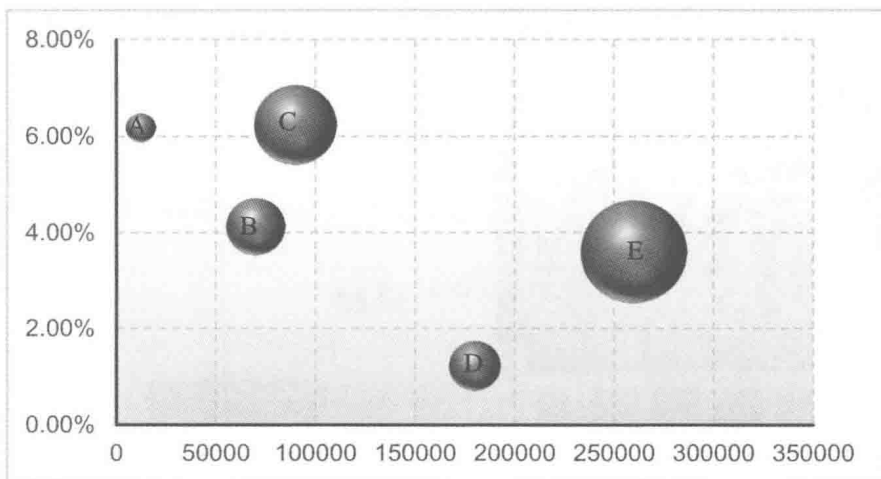


图 1-8 店铺商品的历史销售情况分析



考虑商品的人气因素

从店铺中已经在售的商品中挑选潜力爆款商品时，还需要分析商品的人气因素。一款商品的人气可以根据商品的流量、收藏量、转化率这三方面的数据来判断。如果某一款商品的销量不大，但是人气很高，就说明这款商品对买家有较大的吸引力，从而能保证商品具有一定规模的市场需求。

一旦找出人气很高但是销量平平的商品，卖家需要接着分析买家关注了商品却没有下决心购买的原因，然后以此为突破点进行推广，往往会事半功倍。

例如，买家可能本来是想要购买这款商品的，但是觉得价格略贵，在这种情况下，卖家的爆款打造策略就要以优惠、降价为核心思路，来引导买家下单。

又如，买家可能想要购买某款商品，但是看到购买的人数太少，于是在从众心理的影响下，买家先收藏了商品而没有立即购买。在这种情况下，卖家的爆款打造策略可以是这样的：让商品参加淘宝试用，多获得一些会员级别高的买家的好评，然后再针对这款商品搞一些优惠促销活动，从而促使之前收藏商品的买家购买商品。

如图 1-9 所示，是一款很典型的人气高但是销量少的商品。它的收藏量达到了 36122，销量却只有几十件。这就说明关注这款商品的买家大有人在，但是买家们出于某种原因没有购买。假如卖家改进销售策略，就算只转化 3% 的收藏买家，也可以卖出至少 1083 件商品。可见将本身人气就比较高的商品打造成爆款，是一件较容易的事情。



图 1-9 收藏量大、销量小的商品