

# 如何做好淘宝

## 淘宝从零做到年销千万

作者30岁，创业10年，大量互联网创业成功失败记录

蒋晖 著



人民日报出版社

# 如何做好淘宝

## 淘宝从零做到年销千万

蒋晖 著

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何做好淘宝 / 蒋晖著. -- 北京: 人民日报出版社, 2016.10  
ISBN 978-7-5115-4316-5

I. ①如… II. ①蒋… III. ①电子商务—商业经营—中国  
IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第266170号

书 名: 如何做好淘宝

作 者: 蒋晖

---

出版人: 董 伟

责任编辑: 袁兆英

封面设计: 三鼎甲

---

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65363105

网 址: [www.peopledaily.com.cn](http://www.peopledaily.com.cn)

经 销: 新华书店

印 刷: 北京天宇万达印刷有限公司

---

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

字 数: 173千字

印 张: 9

印 次: 2016年11月第1版 2016年11月第1次印刷

---

书 号: ISBN 978-7-5115-4316-5

定 价: 49.00元

蒋 晖 蔺尚义 王子明

王 超 张 超 王沛聪

王泽群 徐 斌

著

## 序

很高兴这本书能够跟大家见面。

很久以前，粉丝们就希望我能够出一本书，分享自己淘宝创业的经验。

后来翻看了热卖的淘宝类的书籍，有一些书还不错，值得淘宝卖家学习。目前热卖的淘宝书中，的确把做好淘宝的“方方面面”都讲了，堪称“教科书”。但是作为一名一线的电商人，我的理解是：创业者要做的不是面面俱到，而是抓住重点。

所以我一开始就没有把这本书，定位成淘宝的“教科书”。在这本书中，你见不到太多的条条框框，我也尽量少的涉及细节。我是站在卖家的角度，带着卖家去看淘宝经营的本质。真正地把淘宝做好，其实抓清这些重点，就好了。而大多数卖家之所以做不好，往往是因为在做一些无效的细节。很辛苦，但是没有效果。

我们只有在抓住重点的基础上，再围绕这些重点，学习一些细节的内容，才是有效的。

所以，这本书分为三个篇章：淘宝运营的思路；淘宝运

营的常见细节问题；我个人的创业故事。

第一部分是讲解淘宝运营的思路，我相信部分内容会让大家对做淘宝有个系统的了解。

第二部分是详细讲解淘宝卖家常问的技术问题，这部分讲的都是细节问题。

第三部分主要是讲述我个人的创业，通过我的经历，让卖家少走弯路。我是从2006年开始创业的，2009年正式开始互联网创业，2012年开始做淘宝相关的项目。2016年开始定位于在线教育发展。淘宝经营本质上就是创业。所以，我在这里重点讲述了自己做淘宝的经历。

第一次写书，无法全面兼顾。如有不足，欢迎加我的个人公众号：aijianghui，相互交流。谢谢！

## CONTENTS 目录

第一章 淘宝运营的思路 .....	001
我的淘宝店流量怎么来的 .....	003
怎么让搜索排名靠前 .....	011
手机淘宝首页推荐流量怎么来的 .....	017
淘宝要不要投放广告 .....	024
淘宝直通车广告怎么投放 .....	028
电脑淘宝直通车与手机淘宝直通车的区别 .....	034
淘宝促销活动流量怎么玩 .....	039
网红达人的推广模式 .....	045
你想让淘宝客帮你推广吗 .....	050
现在还能刷单吗? .....	057
一流的淘宝运营的10种能力 .....	062
如何做到高点击率与高转化率? .....	067
淘宝上的产品应该怎样定价 .....	078
怎么发现淘宝市场里的新机会 .....	086
完全同质化产品如何长期赢 .....	092

卖家最重要的能力到底是什么 .....	097
做淘宝可以卖贵吗? .....	102
与高品质产品的供应商合作 .....	109
从“爆款”到“小爆款” .....	114
做成一家淘宝店的正确流程 .....	119
代运营值得合作吗 .....	126
<b>第二章 店铺运营常见问题 .....</b>	<b>135</b>
淘宝搜索排名常见问题 .....	137
店铺规则类问答 .....	153
直通车常见问题 .....	162
运营常见问题 .....	169
<b>第三章 创业经历 .....</b>	<b>177</b>
开始创业 .....	179
为什么我们的广告没人买单 .....	182
濒临倒闭 .....	185
选择互联网 .....	188
发现SEO的价值 .....	192
首次尝试付费阅读 .....	196
继续做SEO, 还是卖会员 .....	200
让出公司 .....	202



乌托邦 .....	205
2011年 .....	210
离开公司 .....	213
新公司 .....	218
我们的课程为什么卖爆了 .....	222
自己做电商 .....	225
女装电商 .....	227
卖掉十万台保险柜 .....	235
再做珠宝! 两年行业前三 .....	242
转型 .....	252
天使投资 .....	256
培训业务的用户体验 .....	264
未来机遇 .....	270
后记 .....	274

# 第一章

淘宝运营的思路



## 我的淘宝店流量怎么来的

我的淘宝店流量怎么来的？这个是我开始分享淘宝经验以来，被问得最多的一个问题。

理解淘宝店怎么做，首先不要认为淘宝是一个“商场”，它其实是一个“超市”。

这两个理解有什么不一样呢？商场是你去租个铺子开店，你自己去卖商品；而超市的概念是你给超市供货，超市帮你卖商品。两个经营逻辑是很不一样的。

第一，在超市的逻辑下，你要经营好，更应该考虑超市需要什么，而不是你有什么产品想卖？试想一下，我们在社区的超市卖挖掘机，你觉得会卖得好吗？超市根本没有摆这个产品的货架，你的产品再好也没用。

做淘宝也是如此，首先要研究淘宝里面哪类商品做得并不是足够好。然后你能提供更好的商品，这样才有机会胜出。而不是我有什么商品，就一定去卖什么商品，完全有可能淘宝连摆这个商品的货架都没有；或者是即使摆了，也没人来这个货架前浏览。



第二，超市里的产品，客户流量基本上不需要自己去获得，而是超市自带的。你要做的并非是吸引客流量，而是当客户走到这条道上的时候，拿起来看的是你家的产品，而不是别家的产品。

做淘宝也是一样，你要做的，不是吸引淘宝外的人来你的店里购买。而是吸引淘宝里面的人，而且是淘宝里搜索你的产品关键词的那小部分人。



第三，能做好超市的供应商，大多是拿一款最优秀的产品和超市合作。因为超市的位置寸土寸金。即便是你有好几个产品上架了，如果一个月下来其他产品销售业绩不好，超市也会将这些产品下架。把位置留给销售业绩最好的商品。

所以，做淘宝做得好，首先要有单品思维，向客户提供最好的单品。而不是一下子跟淘宝合作几十款产品。虽然淘宝没有上架费，但是你一下子这么多的产品，你可能就忽视了那款最重要的商品了。你的产品上架后，卖得越好，淘宝就会把你推送到更好的位置。

第四，超市会把最好的位置留给商品卖得最好的商家。让他们有足够的浏览量。你绝对不会看到一个三流产品占据超市里的重要位置。

记住：在淘宝也是这样，最好的商品获得最大范围的曝光量！

也就是：让你的产品成为全方位最闪亮的那个，就是你获得最大化流量的方法。



■ 最好的位置留给最好的商家

做淘宝，和线下开店不一样，但是和做超市的逻辑极度相似。超市的流量，不是你吸引来的，而是你配合超市，超市分配给你的。

所以，怎么获得淘宝店的流量呢？核心就是：了解淘宝具体是怎么分配流量的。



淘宝流量5种分配方法：

### 1. 最重要的就是搜索流量

消费者在搜索框中搜索想要的产品词，会出现一堆产品，他只会点击排名前面的产品。就如同超市的货架组，比如日化产品、食品，大多数产品的流量都是通过摆对货架而获取的。而淘宝，一个搜索词就是一个货架，所以可以把淘宝理解为一个有着上百万个货架的超市。比如“四件套”这个词，就是大量的四件套摆在一起的一个超长货架。

淘宝网  
Taobao.com



■ 淘宝搜索，就像你直接跑到超市某个货架前找产品

### 2. 淘宝促销活动流量

这就如同超市经常会有的促销区域，挑选最适合这个时间点促销的产品，引爆该产品的销售。在淘宝上，就像是：天天特价、淘抢购、聚划算这样的活动。



■ 每个频道一类主题促销



### 3. 广告

淘宝有各种广告产品，你出得起钱，就让你占据好位置。获得比别人更多的流量。这个类似于超市里好的货架位置，一般都会要求支付一笔高额的上架费。



■ 你出钱，让你上最佳位置

以上3个流量渠道，淘宝的逻辑和超市如出一辙。下面两个流量渠道是淘宝独有的。

### 4. 大数据推荐流量

在淘宝购物，都是凭借真实账号购买的，所以淘宝会有买家长期购买的数据。淘宝会给每个用户一些匹配的、独特的产品推荐。