

TMAIL天猫

玩转天猫 系列宝典

立足**天猫**

高效打造 全能运营

天 猫◎编著

TMAIL天猫

天猫
·出品·

品牌运营必读宝典

帮你构建体系化运营知识

◎ 运营基础框架 ◎ 店铺营销策划 ◎ 数据化运营



清华大学出版社



玩转天猫 系列宝典

高效打造 全能运营

天 猫©编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是由天猫平台组织编写的一本关于天猫店铺日常运营操作基础的指导手册,以帮助电商从业者完善电商运营知识体系、夯实电商从业知识、构建精细化运营思路。

本书共6章,第1章讲解天猫运营的重要性并以案例的方式介绍天猫新商家成长过程。第2章从市场分析、产品定位、价格定位、视觉定位等维度讲述店铺定位的方法。第3章从店铺后台基础设置、常用工具软件使用、商品发布流程及注意事项、岗位职能与分工等角度介绍店铺运营前期的基础准备工作。第4章讲述店铺数据常用指标、店铺视觉、客服管理、会员关系管理等方面的核心要素以及运营要点。第5章从店铺年度营销规划、单品运营、节假日营销、平台活动等方面阐述运营思路。第6章通过店铺单品数据分析、店铺整体数据分析、竞店和行业数据分析等维度讲解数据化运营的常见指标。

本书从实际运营的角度出发,介绍店铺运营的基础知识和体系化的运营思维,适合天猫商家和即将入驻天猫平台的传统企业及处在瓶颈中的网商阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

高效打造全能运营 / 天猫编著. — 北京: 清华大学出版社, 2017 (2017.7重印)

(玩转天猫系列宝典)

ISBN 978-7-302-47468-5

I. ①高… II. ①天… 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 (2017) 第 121431 号

责任编辑: 秦 健 薛 阳

封面设计: 杨玉兰

责任校对: 胡伟民

责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×240mm 印 张: 17.5 字 数: 405 千字

版 次: 2017 年 7 月第 1 版 印 次: 2017 年 7 月第 2 次印刷

印 数: 10001 ~ 20000

定 价: 69.00 元

产品编号: 074355-01

编委会

主 编：天 猫

编委人员：（以下人员排名不分先后）

杨 强 孙 健 江 源 曾鹏升

易 丹 吴 康 高 鸿

序言 PREFACE

天猫自成立之日起始终以阿里巴巴“让天下没有难做的生意”这一使命作为初心而奋力前行，一路走来，全球商家以及阿里生态系统中的合作伙伴不离不弃、风雨同舟，与天猫一起创造了一个又一个的奇迹，打破了一个又一个的纪录。

今天的天猫已经成为新零售领域中万众瞩目的首选平台。天猫也持续地从商家经营全链路赋能的各个方面完善商业基础设施建设，不断在商家经营生态环境的范畴进行调整、创新、改革。在2016年推出了天猫直播、内容运营、天合计划等一系列的新玩法、新形态及运营策略，为商家“立足天猫平台，玩转阿里生态，赢在全球市场”打下了坚实的基础。

在这个充满变革和挑战的时期，众多天猫商家迫切需要全面且深入地了解平台规则及运营方法论。与此同时，全球商家也正在加速进入天猫这个大家庭。虽然各国生意环境及运营方式存在着多样性，但对于正在快速进入平台的商家，平台期望他们能及时适应平台的商业环境，快速进入常态化的运营，实现业绩的飞跃式增长。

在这一背景下，天猫运营中心编写了“玩转天猫系列宝典”丛书，将从商家需求出发让商家全面了解天猫、认识天猫、玩转天猫；为商家入驻、经营提供全方位运营指导，帮助商家有针对性地制定运营和推广策略，提升运营效能，优化全盘生意。

本丛书包含三个系列共九本，具体如下。

“走进天猫”系列共两本，包含《天猫规则宝典》（电子书）和《天猫工具大全》。《天猫规则宝典》主要围绕开店、运营、续签、退出的各个环节，将天猫经营全链路中涉及的规则、所需资质、流程进行了系统性、全方位的深入解读。《天猫工具大全》则详细解读了天猫商家经营过程中使用的天猫出品的工具产品知识。本系列旨在为帮助商家更快、更好地走进天猫提供规则解读和工具使用查询。

“立足天猫”系列包含《高效打造全能运营》《巧妙玩转精准引流》《轻松搞定店铺视觉》《快速养成金牌客服》四本。分别从运营、流量、视觉、客服四个角度阐述立



足天猫需要具备的各种技能，如店铺运营体系如何搭建，如何获得免费流量，推广直通车怎么开，店铺粉丝如何运营，如何运用视觉营销和客服技巧提升转化率和客服体验等，为商家运营天猫店铺提供系统完整的知识，为立足天猫打下坚实的基础。

“赢在天猫”系列包含《全链路运营解析》《营销实战解密》《进阶引流揭秘》三本，既有从商家精细化运营思路角度的深入阐述，也有各类目运营关键点及玩法介绍，更有商家经营过程中的精彩案例深入剖析解读，为店铺进阶提效指明运营方向，提供借鉴参考。

“玩转天猫系列宝典”丛书是天猫为商家提供的一整套平台经营链路玩法指南，将从系统性角度为天猫商家运营提供落地执行全方位的指引。新入驻及入驻时间尚短的商家不仅可以通过本丛书深入浅出地了解专业的运营知识，更能深切体会到电商团队组建的核心要义。而入驻天猫时间较长、有一定体量的商家则能更好地通过本书梳理团队的运营节奏、玩法，并通过对书中行业有建设性内容的理解，更好地推动企业电商业务在本行业中的迅速发展与崛起。本丛书不仅可以作为天猫商家经营指导丛书，对电商从业者而言更是一套科学的建构电商思维的实用学习手册，将助力电商从业人员迅速构建对电商的体系化认知，夯实电商从业人员的运营知识基础，促进电商从业人员整体电商运营能力提升。另外，本丛书对于电子商务专业的院校学生而言，则摒除了以往电商书籍中空洞的理论知识内容，更多地融入实操性、实战性内容，更好地将理论与实践、学校与社会相衔接，让大学生学有所得、学有所用、学以致用，是一本真材实料干货满满的实践教科书。

天猫作为全球品牌运营主阵地，将充分与商家进行更多深度、生动且良好的合作与互动，不断通过诸如“玩转天猫系列宝典”丛书的赋能方式及商家成长赋能方法论，帮助商家更快速地融入天猫生态体系，从而使商家获得最佳商业收益，并将与商家一道将天猫打造成为全球消费者挚爱的品质购物之城！

靖建

阿里巴巴集团副总裁

2017年6月

前言 FOREWORD

电子商务产业发展至今，已经深深融入人们的日常生活中，成为一种全新的“生活方式”。天猫作为中国地标性的线上综合购物平台，不断地从产品、赋能、服务等多个层面完善商业基础设施建设，更新运营服务模式，促进商家能力提升，助力商家成长。天猫正与商家合力一处，共同努力将天猫平台打造成为全球消费者挚爱的品质购物之城。

原生态天猫商家正处于蓬勃发展阶段，大量国内外知名品牌相继入驻天猫，众多品牌商家面临着人才短缺和快速匹配合适方法以谋求良好发展的困惑。天猫想商家之所想，急商家之所急，规划并整理出“玩转天猫系列宝典”丛书，旨在帮助商家提升店铺实操运营人员的核心运营能力。

本书由电商讲师和一流运营实操团队共同编写，是一本天猫店铺日常运营基础操作流程指导手册。能够全面助力电商从业者及电商专业学生梳理、搭建运营知识体系，夯实电商从业基础，掌握精细化运营方法论知识。内容涉及从日常实操运营问题的解决到精辟案例分享中锻炼与提升人才的整体运营思维。本书从实际运营的角度出发，分6章介绍店铺运营的基础知识和体系化的运营思维。

第1章讲解天猫运营的重要性并以案例的形式解读天猫新商家的成长过程，让读者了解店铺在不同阶段的运营重点。

第2章从市场分析、产品定位、视觉定位几个维度讲述店铺定位的方法、步骤以及对日后店铺经营的意义。

第3章从店铺后台基础设置、常用工具软件使用、商品发布流程与注意事项、岗位职责与分工等角度介绍店铺运营前期的基础准备工作。

第4章讲述店铺数据常用指标、店铺视觉、客服管理、会员关系管理等方面的核心要素以及运营要点。

第5章从店铺年度营销规划、单品运营、节假日营销、平台活动等方面阐述常见活

动的营销与运营思路。

第6章通过店铺单品数据分析、店铺整体数据分析、竞店和行业数据分析等维度讲解数据化运营的常见指标。

需要提醒各位读者的是，本书涉及的付费工具使用仅供参考，商家读者可以根据实际情况自行选择是否购买或使用。书中二维码请用淘宝或天猫客户端扫描查看。电商环境瞬息万变。本书部分内容以及页面截图可能在读者阅读时已发生变化，但是并不影响对本书核心内容的解读，请读者知悉并谅解。商家后台工具的更新内容请在天猫商家成长平台中查询了解，网址：<https://zhiku.tmall.com/>。

另外，本书部分图片来自互联网，有出处的均已注明，无法找到出处的图片，如果您发现，请及时联系我们，邮箱地址：tmallbaodian@list.alibaba-inc.com，我们将在下一版中及时注明或者更正，谢谢理解！

本书由天猫主编，并对本书及“玩转天猫系列宝典”丛书中的其他分册做了整体规划指导和内容逻辑的把关，及对全部初稿做了修改和定稿。

参加本书编写的有：杨强（华丽依秀）、孙健（勤奋的欢哥）、江源（风骑士）、曾鹏升、易丹、吴康、高鸿（海驭日出）等。



目录 CONTENTS



第1章 运营的奥秘

1.1 店铺运营的重要性.....	2
1.2 新店铺运营流程.....	3
1.2.1 准备期	3
1.2.2 开店初期	3
1.2.3 正式运营期	4
1.3 运营人员日常工作内容.....	4
1.4 天猫新商家成长案例.....	5
1.4.1 案例店铺定位思路	5
1.4.2 案例店铺设置	7
1.4.3 案例店铺运营重点工作	9
1.4.4 案例店铺运营日常工作	12
1.4.5 案例店铺数据分析与优化	12
1.5 天猫运营术语解释.....	13
1.5.1 基础术语注解	13
1.5.2 数据相关术语注解	15
1.5.3 营销相关术语注解	17



第2章 店铺定位

2.1 店铺定位的目的和意义.....	19
2.1.1 店铺定位是联系店铺形象与目标市场的纽带	19
2.1.2 店铺定位是确立店铺品牌个性的重要途径	19

2.1.3	店铺定位是店铺占领市场的前提之一	19
2.1.4	店铺定位是品牌传播的基础	20
2.2	市场分析.....	21
2.2.1	类目分析	21
2.2.2	竞店分析	28
2.3	产品定位和价格定位.....	38
2.3.1	产品定位	38
2.3.2	价格定位	44
2.4	视觉定位.....	48
2.4.1	视觉定位原则	49
2.4.2	视觉定位流程	50



第3章 开店准备

3.1	店铺基础设置.....	53
3.1.1	子账号设置	53
3.1.2	物流设置	58
3.1.3	天猫营销工具设置	65
3.1.4	千牛设置	77
3.1.5	平台推荐工具	80
3.2	商品管理.....	89
3.2.1	淘宝助理（天猫版）	89
3.2.2	商品发布与流程	92
3.2.3	商品发布注意事项	94

3.3 基础岗位配备.....	98
3.3.1 运营部门.....	98
3.3.2 视觉设计部门.....	99
3.3.3 客户服务部门.....	100
3.3.4 仓储物流部门.....	101



第4章 天猫店铺运营

4.1 店铺数据常用指标.....	103
4.1.1 流量.....	103
4.1.2 转化.....	105
4.1.3 客单价.....	109
4.2 店铺视觉.....	109
4.2.1 商品拍摄.....	109
4.2.2 店铺装修.....	111
4.2.3 视觉优化参考.....	137
4.3 客服管理.....	145
4.3.1 售前客服的基本要求.....	145
4.3.2 售前客服的沟通技巧.....	146
4.3.3 售前客服提升询单转化的方法.....	147
4.3.4 客服的常见问题.....	147
4.3.5 售后客服的基本职责和要求.....	148
4.3.6 客服考核的几大重要指标.....	149

4.4	会员关系管理.....	151
4.4.1	会员管理的意义	151
4.4.2	店铺会员管理工具	151
4.4.3	店铺会员分析	151
4.4.4	店铺会员等级设置	156
4.4.5	会员分组管理	162
4.4.6	客户分群	165
4.4.7	会员营销	166
4.4.8	智能店铺千人千面	176



第5章 天猫店铺营销

5.1	天猫店铺营销规划.....	181
5.1.1	制定原则	181
5.1.2	制定店铺运营计划	181
5.1.3	店铺规划分解与实施	183
5.1.4	年度销售目标分解	183
5.1.5	营销规划实施	184
5.1.6	小结	185
5.2	日常营销.....	185
5.2.1	单品运营	185
5.2.2	关联营销	187
5.3	节日营销.....	189
5.3.1	节日营销要点	190

5.3.2	节日营销的执行流程	190
5.4	平台活动介绍	191
5.4.1	天猫“双十一”活动	191
5.4.2	聚划算	192
5.4.3	淘抢购	215



第6章 数据化运营

6.1	数据分析的重要指标	230
6.2	数据分析重要工具	231
6.3	单品数据分析	232
6.3.1	单品流量数据分析	232
6.3.2	单品销售数据分析	234
6.3.3	单品访客特征分析	235
6.3.4	单品转化数据分析	235
6.3.5	单品视觉数据分析	236
6.3.6	单品服务数据分析	237
6.3.7	竞品数据分析	239
6.3.8	每日单品数据收集	241
6.4	店铺数据分析	242
6.4.1	店铺数据构成	242
6.4.2	店铺流量数据分析	243
6.4.3	店铺访客特征分析	244
6.4.4	店铺交易数据分析	245

6.4.5	竞店数据分析	246
6.4.6	店铺数据的记录	248
6.5	行业数据分析.....	248
6.5.1	行业数据直播	249
6.5.2	行业粒度分析	249
6.5.3	行业搜索词的挖掘	250



附录 运营的奥秘

附录A	新商家0~90天运营工作规划表	253
附录B	天猫店铺运营规划表	256
附录C	天猫店铺人员KPI考核参考表	258





第1章
运营的奥秘



近年来快速崛起的电子商务作为一种全新的商业运营模式，给很多传统企业注入了新的活力，涌现出大批优秀的网络品牌。电子商务是通过电子化的方式来完成商务活动，也就是通过现代信息技术的应用来更好地完成商务活动，具有低成本、高效率、全球化和交互性等特点。

就传统商务而言，电子商务是将传统商业活动中物流、资金流、信息流的传递方式利用网络科技进行整合，企业将重要的信息以全球信息网、企业内部网或外联网直接与分布各地的客户、员工、经销商及供应商连接，创造更具竞争力的经营优势。在电子商务迅猛的发展态势之下，天猫作为中国地标性的线上综合购物平台也随之吸引了众多创业者的加入。

运营^①指的是对运营过程的计划、组织、实施和控制，是与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称。从另一个角度来讲，运营管理也可以指为生产和提供公司主要的产品和服务而系统进行设计、运行、评价和改进的管理工作。

从广义的角度上说，一切围绕着天猫店铺经营进行的人工干预都叫运营。本书所指的运营，既指运营工作，也把参与运营工作的人员简称为“运营”。



1.1 店铺运营的重要性

早在十几年前，随着全球外贸金融行业的高速发展，电商的热潮便在国内迅速蔓延，传统企业纷纷开拓线上业务，希望通过互联网来助力企业发展。

这些年在天猫平台涌现了一大批表现优秀的电商品牌，同时我们也看到了传统线下品牌在天猫平台上取得了惊人的成绩。但也有部分商家由于运营能力的不足，无法应对大数据时代互联网的竞争浪潮。今天依然有很多电商企业正面临着各种瓶颈，改革创新、提升自身运营能力已经迫在眉睫。

有些企业由于运营能力的不足，在产品宣传时，常常会用低价来吸引消费者眼球，从而导致陷入低价竞争的恶性循环，不仅自身运营能力不能得到很好的锻炼提升，还容易损害品牌在广大消费者心目中的形象，也不符合天猫“全球消费者挚爱的品质购物之城”的发展理念。

如今做好电商，要回归商业本质，在注重产品品质，关注消费者的需求与服务质量

① 本定义来自百度百科“运营”词条。

的基础上，提升企业的运营能力，才能持续健康发展。



1.2 新店铺运营流程

本节将讲述新店铺从准备到正式运营期间运营需要关注的工作内容及运营流程，让读者对于运营工作有个大致的概念。

1.2.1 准备期

1. 店铺定位及运营策略确定

入驻天猫平台的企业需要未雨绸缪，直面竞争之时不打无准备之仗，唯此才能立于不败之地。首先需要明确品牌及店铺定位，从市场行情、目标人群、产品价格、竞争对手等角度进行全面而深入的分析，最终确定整店的运营方向、产品策略、价格策略等。

只有先明确店铺定位及运营的方向，才能为之后的工作指明方向。如美工对店铺页面的视觉呈现贴合目标消费人群喜好的把控；产品研发团队对产品的属性把控；产品定价是否符合目标人群的消费需求；营销活动的策划和主推产品的选择等都应紧密围绕店铺定位展开。有关定位的详细内容可参考第2章。

2. 组建及培训运营团队

店铺的运营离不开各岗位人员的支持，招募员工组建及培训运营团队也是店铺准备期的重点工作。天猫运营团队的配备架构详见3.3节，具体需要招募的人员可以根据实际情况调整。

完成招募后，应制定员工培训方案，包括学习天猫平台规则、行业特殊标准、常用工具功能、视觉营销知识、客服基本操作和技巧、营销活动策划等。需要建立规范业务流程，明确员工职责，设立各岗位的绩效考核制度。具体客户培训详见第4章和“玩转天猫系列宝典”丛书中的《快速打造金牌客服》。

1.2.2 开店初期

1. 完成店铺基本设置

这个阶段的主要工作是店铺的呈现，在客户进店之前完成店铺各项准备工作，包括店铺页面装修、店铺子账号设置、物流设置、发布商品、店铺营销设置、千牛工具使用