

TMALL天猫



玩转天猫 系列宝典

走进天猫

天猫 工具大全

天猫◎编著

TMALL天猫

天猫
·出品·

品牌运营必读宝典

常用工具指南 全方位提升运营效率

◎ 店铺装修 ◎ 数据分析 ◎ 客户维护 ◎ 推广引流



清华大学出版社



玩转天猫 系列宝典

天猫 工具大全

天 猫©编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书由天猫运营中心联合天猫各工具方业务及产品小二和一线实操电商人员共同编写。本书属于“玩转天猫系列宝典”丛书中的“立足天猫”查询工具书系列,是针对所有天猫商家可看的工具指导用书,是天猫商家及电商从业者夯实运营基础的必备书籍。

本书重点梳理总结了商家经营全链路上使用到的各类天猫工具的功能及使用方法,贯穿天猫店铺运营始末,在天猫店铺运营的各个阶段,包括旺铺装修、店铺后台管理、店铺营销活动、店铺活动报名、店铺推广引流、店铺粉丝运营、数据分析、客户维护、店铺财务管理和维权工具等。希望通过本书,商家能更清晰更科学的使用这些工具,以此来为店铺提供良好的运营支撑。

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

天猫工具大全 / 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 978-7-302-47502-6

I. ①天… II. ①天… III. ①电子商务—商业经营—基本知识—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 117973 号

责任编辑: 张 敏

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: 22.25 字 数: 516 千字

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

印 数: 29801~34800

定 价: 69.00 元

产品编号: 073990-02

编委会

主 编：天 猫

编委人员：（以下人员排名不分先后）

倪 萍 段洪斌 郑海锋 王 刚 兰政荣

颜 希 刘 伟 李中妹 张肖翔

阿里巴巴集团天猫事业部

阿里巴巴集团商家事业部

阿里巴巴集团业务平台事业部

阿里巴巴集团阿里妈妈事业部

阿里巴巴集团数据技术及产品部

阿里巴巴集团集团客户体验事业群等部门小二

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奇迹，打破了一个又一个纪录。

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”系列丛书，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）以及《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系列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。而对于入驻天猫时间较长、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的提升。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

古人云：“工欲善其事，必先利其器”，面对激烈的竞争环境，了解并掌握天猫工具的使用是天猫商家必须要知晓的。随着天猫用户消费观念的升级，天猫工具也在不断迭代更新，一方面迎合天猫用户消费需求，另一方面给天猫商家多元化运营方式提供更多的便捷和帮助。

基于以上背景，天猫联合天猫各工具方业务及产品小二和一线实操电商人员共同编写了此书。本书重点梳理总结了商家经营全链路上使用到的各类天猫工具的功能及使用方法，旨在指导商家如何搭配运用各种工具来提高日常店铺运营工作效率。同时，本书从岗位角色的角度出发由浅入深地介绍了各项电商岗位从业人员需要了解的工具及内容，为提升从业人员的岗位职能及从业能力奠定基础。

本书是针对所有天猫商家可看的工具指导用书，是天猫商家及电商从业者夯实运营基础的必备书籍；本书分10章介绍各类天猫工具，系统且细致地阐述了各环节的工具与操作的翔实内容。

第1章：店铺装修是天猫店铺必不可少的内功，通过本章的学习您将掌握店铺装修旺铺智能版功能应用与操作，是实用版的店铺装修指南。

第2章：通过店铺后台管理、账号管理等功能的介绍，让您轻松了解商家线上入驻申请流程，电子凭证、商品发布流程与线下门店管理流程。

第3章：详细介绍了天猫促销工具，包含搭配宝、单品宝、店铺优惠以及优惠券等，为商家提供营销活动工具的支持。

第4章：通过平台活动规划、平台活动报名、大型平台活动介绍和商家自身店铺活动规划等的详细介绍，商家可以通过对本章学习有效提升活动规划和报名的效率。

第5章：流量工具部分，详细讲解天猫营销推广的方式，包括直通车、钻展、淘宝客、品销宝、分享+等工具内容，使商家通过引流工具的学习使用，更好地助力商家妥善安排推广及流量引入工作。

第6章：本章详细介绍微淘一粉丝运营操作后台与技巧。

第7章：了解店铺商品各个方面数据，更好地为商家提供流量、商品、交易等店铺经营全链路数据分析、预测等功能，更好地指导商家进行数据化运营。

第8章：通过了解客户运营平台，全方位管理店铺客户，针对店铺客户做好营销导入与服务承接工作。

第9章：介绍天猫后台账房管理功能，让商家更容易知晓店铺收支概况，从而在运营中合理控制花费，全面了解店铺财务状况。

第10章：详细讲解商家维权规则与流程，从而保障消费者和商家自身权益。

通过全书内容基本能覆盖到商家运营过程中的重点工具，帮助商家更合理地使用工具，做到高效运营店铺。

需要提醒各位读者的是：本书涉及到的付费工具使用仅供参考，读者可以根据实际情况自行选择是否需要购买或使用。本书中二维码请用手机淘宝、天猫客户端扫码查看。电商环境瞬息万变，天猫商家工具更新换代速度较快，本书部分内容以及工具使用页面截图，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。工具的更新内容请于天猫智库查询了解。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。特别感谢各工具产品团队对本书的大力支持。

参加本书编写的有：倪萍、段洪斌、郑海锋、王刚、兰政荣、颜希、刘伟、李中妹、张肖翔等。阿里巴巴集团天猫事业部、商家事业部、业务平台事业部、阿里妈妈事业部、数据技术及产品部、集团客户体验事业群等部门小二。

注：以上人员排名不分先后。

目录 CONTENTS



第1章 店铺装修工具

1.1 旺铺智能版介绍.....	2
1.2 旺铺智能版操作入口.....	7
1.3 PC旺铺智能版操作步骤.....	8
1.3.1 店招设计.....	8
1.3.2 全屏轮播使用.....	11
1.3.3 左侧悬浮导航.....	12
1.3.4 全屏宽图.....	14
1.3.5 详情页面和内页的装修.....	16
1.4 无线旺铺智能版操作步骤.....	21
1.4.1 无线旺铺智能版一键装修首页.....	21
1.4.2 旺铺智能版宝贝分类.....	23
1.4.3 无线旺铺智能版模块.....	24
1.5 旺铺智能版总结.....	31
1.6 旺铺智能版常见问题答疑.....	32



第2章 后台管理工具

2.1 橱窗推荐.....	35
2.1.1 橱窗工具.....	35
2.1.2 橱窗分类.....	36
2.1.3 精品橱窗.....	36
2.1.4 橱窗推荐工具使用建议.....	40



2.2	电子凭证管理.....	42
2.2.1	流程说明.....	43
2.2.2	商品发布流程.....	45
2.2.3	交易流程.....	47
2.2.4	交易报表统计.....	56
2.2.5	门店预约自提.....	57
2.2.6	管理后台操作说明.....	58
2.3	商户中心.....	59
2.3.1	商户中心工作台.....	59
2.3.2	门店管理.....	61
2.3.3	门店子账号管理.....	69
2.4	账号管理.....	70
2.4.1	子账号基本概念.....	70
2.4.2	管理子账号.....	72
2.4.3	设置旺旺分流.....	74
2.4.4	子账号实名认证常见问题.....	82
2.4.5	账号管理商家案例展示.....	84



第3章 店铺促销工具

3.1	搭配宝.....	90
3.1.1	搭配宝的类型和创建.....	90
3.1.2	搭配宝的展示形式.....	94
3.1.3	搭配宝案例参考.....	96

3.2	单品宝	98
3.2.1	单品宝的创建步骤	98
3.2.2	单品宝的活动形式	99
3.2.3	单品宝活动管理	101
3.2.4	单品宝展示形式	103
3.2.5	单品宝设置参考	103
3.3	店铺优惠	106
3.3.1	店铺优惠类型	106
3.3.2	店铺活动	107
3.3.3	商品活动	108
3.3.4	商品活动列表	109
3.3.5	店铺优惠的展示形式	109
3.3.6	店铺优惠的案例参考	110
3.4	优惠券	112
3.4.1	优惠券的创建	112
3.4.2	创建店铺优惠券	113
3.4.3	创建商品优惠券	114
3.4.4	领取与使用规则	115
3.4.5	优惠券的展示形式	116
3.5	天猫购物券	118
3.5.1	天猫购物券的类型	118
3.5.2	天猫购物券（翻倍券）的创建	119
3.5.3	天猫购物券（翻倍券）的展示	120



第4章 活动报名

3.6 优惠监控.....	121
3.6.1 优惠监控的概念和路径.....	122
3.6.2 优惠监控的功能.....	122
3.7 淘短链.....	127
3.7.1 淘短链的概念和优势.....	127
3.7.2 淘短链的设置.....	127
3.8 码上淘.....	129
3.8.1 码上淘的概念和优势.....	130
3.8.2 码上淘的入口及页面数据.....	130
3.8.3 创建码上淘二维码.....	130
3.8.4 管理码上淘二维码.....	133
3.8.5 分析码上淘扫码数据.....	134
3.9 淘口令.....	138
3.9.1 淘口令的概念及入口.....	138
3.9.2 淘口令设置步骤.....	139
4.1 平台活动规划.....	143
4.1.1 平台活动分类.....	143
4.1.2 日常节日表.....	144
4.2 平台活动报名.....	145
4.2.1 平台活动报名路径.....	145
4.2.2 平台官方活动案例分享.....	146

4.3	平台大型活动介绍.....	152
4.3.1	聚划算活动介绍.....	152
4.3.2	淘抢购活动介绍.....	155
4.3.3	淘金币活动介绍.....	158
4.3.4	清仓活动.....	160
4.4	商家活动.....	165
4.4.1	商家活动路径.....	165
4.4.2	商家活动中心.....	166
4.4.3	商家活动管理页.....	166



第5章 付费推广工具

5.1	直通车推广.....	172
5.1.1	直通车展示位置.....	172
5.1.2	直通车推广方式.....	173
5.1.3	店铺推广展现位置.....	176
5.1.4	定向推广展现原理.....	177
5.1.5	定向推广扣费规则及展现位置.....	177
5.1.6	定向功能解读.....	178
5.1.7	直通车准入条件.....	179
5.1.8	质量得分的影响因素.....	180
5.1.9	优化直通车数据.....	181
5.2	钻石展位推广.....	190
5.2.1	钻石展位的概念.....	191

5.2.2	钻石展位的展示逻辑.....	191
5.2.3	钻石展位的定向逻辑.....	192
5.2.4	钻石展位扣费原理.....	193
5.2.5	钻石展位准入规则.....	193
5.2.6	钻石展位基本操作.....	194
5.2.7	钻石展位优化思路.....	212
5.3	淘宝客.....	213
5.3.1	淘宝客的优势.....	213
5.3.2	淘宝客的开通步骤.....	214
5.3.3	如何设置计划佣金.....	216
5.3.4	如何设置类目和单品佣金.....	220
5.3.5	审核淘宝客.....	221
5.3.6	淘宝客投放建议.....	222
5.4	品销宝.....	229
5.4.1	展示位置及形式.....	230
5.4.2	收费方式及扣费逻辑.....	230
5.4.3	品销宝投放人群.....	230
5.4.4	新手操作指南.....	232



第6章 店铺粉丝运营工具

6.1	微淘产品介绍.....	241
6.2	微淘发布技巧.....	246



第7章 数据分析工具

7.1 生意参谋单店版功能介绍.....	253
7.2 生意参谋多店版功能介绍.....	257
7.3 生意参谋数据作战室.....	259
7.4 生意参谋市场行业.....	260
7.5 生意参谋竞争情报.....	261
7.6 生意参谋流量纵横.....	262
7.7 生意参谋装修分析.....	262
7.8 生意参谋订购流程.....	263
7.9 生意参谋多店功能绑定教程.....	264
7.10 生意参谋活动教程.....	267



第8章 客户维护工具

8.1 客户运营平台定义.....	278
8.1.1 人群标签.....	278
8.1.2 客户管理.....	281
8.1.3 千人千面.....	283
8.1.4 忠诚度管理.....	291
8.2 商家售后.....	297
8.2.1 客户之声.....	297
8.2.2 退款售后管理.....	308



第9章 财务管理工具

9.1 账房简介.....	312
9.2 账房主要功能.....	312
9.3 技术年费.....	316
9.4 收支查询.....	318
9.5 账户查询.....	319



第10章 商家维权产品

10.1 盗图举报.....	321
10.2 投诉管理.....	325
10.3 客户举报管理.....	327
10.4 行为类投诉.....	327
10.5 商品降权.....	330
10.6 虚假交易账户处罚.....	333





第1章 店铺装修工具
