直通车像一个金库，**本书就是打开这个金库的钥匙！**

淘宝直通车推广全攻略

夕　阳◎著

荟萃直通实战兵法，小白到车手的进阶之路

经验多：	实操多：	技巧多：	案例多：	干货多：
凝聚笔者6年淘宝运营经验，极大提升爆款效果	书中列举了4种直通车推广的实操方法	多种投放时间、投放地域、关键词、ROI优化技巧	结合服装鞋帽等多个品类案例	新的无线直通车拖价技巧，新的直通车爆款打造技巧

中国工信出版集团　電子工業出版社

淘宝直通车推广
——全攻略——

夕　阳◎著

電子工業出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内 容 简 介

为了帮助广大的淘宝创业者和求职者开好淘宝直通车，本书全面阐述了淘宝直通车的功能模块、常用工具、数据类型、推广方式、时间与地域的优化方式、关键词的查找方法，通过实战演示的方式讲述如何对应产品进行直通车推广，由浅入深地讲解关键词的优化方式、搜索人群的推广作用，结合最新的无线直通车推广热点详细阐述了点击率、投入产出比、质量得分的优化方式，最后结合 5 个常用且经典的直通车推广方法将之前讲述的内容完全融会贯通，让淘宝创业者和求职者既学到了直通车的知识，又学到了直通车的推广方法，可按照书籍操作直通车。

本书实用性强，既是求职者的操作宝典，又是淘宝店主的实用助手，更是淘宝天猫推广人员的直通车推广实战宝典。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

淘宝直通车推广全攻略 / 夕阳著. —北京：电子工业出版社，2017.5
ISBN 978-7-121-31131-4

Ⅰ. ①淘… Ⅱ. ①夕… 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 057526 号

责任编辑：张 毅
印 刷：三河市兴达印务有限公司
装 订：三河市兴达印务有限公司
出版发行：电子工业出版社
北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036
开 本：720×1000 1/16 印张：20.25 字数：397 千字
版 次：2017 年 5 月第 1 版
印 次：2017 年 5 月第 1 次印刷
定 价：49.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系。联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：（010）57565890，邮箱 meidipub@phei.com.cn。

前 言

本书的特点

- 循序渐进，由浅入深，让你对直通车知识从入门到精通。
- 结合案例，从零开始，让你可以跟着书把直通车操作好。
- 通过不同的方法结合不同的类目，从实战出发讲解适合不同类目的直通车操作方法。
- 结合原理述说直通车推广，让你知其然并知其所以然。
- 通读全书你可以从一个直通车推广“小白”成为个中高手，掌握多种常用的直通车推广方法。

本书的内容安排

第 1 章　零基础学直通车

本章介绍了直通车的产品原理、产品优势，围绕直通车的展现形式详情介绍了不同位置的直通车展示方式和直通车的展示位置，通过对直通车展示规则的说明引出直通车的扣费公式和质量得分。

第 2 章　直通车后台介绍

直通车后台是一个方便快捷的操作后台。在直通车后台可以查看每日账户数据的详情和趋势、推广计划数据与活动计划数据及通过账户对直通车进行自动充

值和提醒，同时还可以查看日常操作的记录。

第 3 章　直通车报表解读

数据化推广的前提是具备完备的数据查看与分析工具。本章介绍直通车的报表系统、数据列表形式与定向报表的数据查看。

第 4 章　直通车工具解读

直通车之所以有这么完善的操作方式，是因为具备非常好的工具。本章介绍直通车的账户诊断、抢位助手、优化中心、流量解析和行业解析等工具的作用和使用方式。

第 5 章　直通车推广方式

直通车由关键词推广、定向推广和店铺推广组成。本章介绍直通车的关键词推广、定向推广和店铺推广的原理与推广方式。

第 6 章　直通车时间与地域的优化

直通车的分时折扣和投放地域是计划设置时必不可少的环节。本章介绍分时折扣的 2 种优化方式与地域优化的 2 种方法。

第 7 章　直通车推广关键词的查找

直通车的推广关键词是一切推广的基础。本章介绍几种查找关键词的方法，分别是系统推荐词、淘宝搜索下拉框、生意参谋、TOP20 万选词。

第 8 章　如何新建一个宝贝推广

一个宝贝推广计划是直通车推广的开始。本章从新建推广计划开始，经过选择推广商品、推广创意、设置推广标题、添加推广检查、设置关键词出价等过程阐述如何新建一个宝贝推广。

第 9 章　如何对关键词进行优化

直通车推广关键词是基础，关键词优化是核心。本章介绍如何对关键词进行价格调整、打标签、更改匹配方式、查看数据等。

第 10 章　直通车推广精选人群

搜索人群是直通车发展的趋势。本章介绍搜索人群的功能、界面及搜索人群的溢价结算方式。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第 11 章　质量得分的提升

质量得分是影响推广质量最重要的因素之一，关乎直通车的点击单价。本章介绍质量得分是什么，影响质量得分的因素是什么及质量得分的提升技巧。

第 12 章　无线直通车

无线直通车是直通车推广的趋势。本章介绍无线直通车的原理、展示规则和优化技巧。

第 13 章　如何提升直通车点击率

点击率是影响质量得分最重要的因素之一。本章介绍点击率的影响因素、创意图片的优化方式和点击率的优化方法。

第 14 章　如何提升直通车的 ROI

直通车 ROI 是直通车推广的最终目的之一。本章介绍直通车 ROI 的组成与影响 ROI 的主要因素及如何提升直通车 ROI。

第 15 章　广撒网直通车投放法

广撒网是直通车推广中一种低价引流推广方法。本章介绍广撒网推广宝贝的设置方式及关键词的查找方法，并详细介绍广撒网推广方法在不同时期的优化方式。

第 16 章　新版无线拖价法

新版无线拖价法是基于 400% 移动拖价法而言的，一种基于新的无线出价方式衍生出来的推广方法。本章介绍新版无线拖价法的计划设置方式与操作方法和效果。

第 17 章　直通车搜索人群玩法

直通车搜索人群是趋势。本章介绍搜索人群的未来趋势与当前直通车推广的矛盾，阐述如何利用搜索人群优化直通车。

第 18 章　直通车精准养词法

直通车精准养词法是针对少词类目和少词操作的一种直通车推广方法。本章介绍直通车精准养词法的计划设置方式与数据查看优化方法及关键词的拖价方法。

第 19 章　直通车爆款打造法

直通车推广永远都是为了打造爆款服务的。本章介绍如何通过直通车选品、测图，提升质量得分、引爆销量、优化 ROI 的直通车爆款打造方法。

本书由浅入深，由理论到操作，结合实际案例综合阐述了直通车的推广方法与应用方式。尤其适合在淘宝或天猫新开店的店主和刚进入淘宝或天猫运营推广领域的新手。

适合阅读本书的读者

- 在淘宝或天猫开店的店主
- 淘宝或天猫的运营推广人员
- 品牌企业的电商部门人员
- 直通车推广专员
- 互联网推广专员
- 初级产品经理

目 录

第 1 章 零基础学直通车 …… 1

1.1 直通车是什么 …… 1

1.1.1 产品原理 …… 1

1.1.2 产品优势 …… 1

1.2 直通车的展现形式 …… 2

1.2.1 显著位置展示创意图、创意标题、价格、销量 …… 2

1.2.2 展示位置打上掌柜热卖标签 …… 3

1.2.3 无线展示显示“HOT”标 …… 3

1.3 直通车的展示位置 …… 4

1.3.1 关键词搜索结果页【右侧】掌柜热卖 12 个 …… 5

1.3.2 关键词搜索结果页【底部】掌柜热卖 5 个 …… 5

1.3.3 首页搜索文字点击后搜索结果页【中部】掌柜热卖 5 个 …… 6

1.3.4 爱淘宝页面位置 …… 7

1.4 直通车的展示规则 …… 8

1.4.1 关键词搜索页面排名原理 …… 8

1.4.2 什么是质量得分 …… 8

1.4.3 无线和 PC 质量得分 …… 9

1.5 直通车的扣费公式 …… 10

1.5.1 扣费方式 …… 10

1.5.2 扣费公式 …… 10

第 2 章 直通车后台介绍 …… 11
2.1 首页 …… 11
2.1.1 数据查看 …… 11
2.1.2 数据趋势 …… 12
2.1.3 待办事项 …… 12
2.1.4 今日早知道 …… 19
2.2 推广计划 …… 19
2.2.1 标准推广 …… 19
2.2.2 活动推广 …… 21
2.3 账户 …… 22
2.3.1 充值 …… 22
2.3.2 自动充值和提醒 …… 22
2.3.3 财务记录 …… 23
2.3.4 操作记录 …… 24
2.3.5 违规记录 …… 25
2.3.6 资质管理 …… 27
第 3 章 直通车报表解读 …… 29
3.1 直通车报表 …… 29
3.1.1 数据类型 …… 29
3.1.2 查看数据 …… 31
3.1.3 数据趋势 …… 32
3.1.4 数据占比 …… 33
3.2 数据列表 …… 34
3.2.1 推广计划列表 …… 34
3.2.2 推广单元列表 …… 35
3.2.3 创意列表 …… 36
3.2.4 关键词列表 …… 37
3.2.5 地域列表 …… 38
3.3 定向报表 …… 39
3.3.1 推广类型 …… 39
3.3.2 设备来源 …… 40

3.3.3 查看数据……40
第 4 章 直通车工具解读……42
4.1 账户诊断……42
4.1.1 出价提醒……42
4.1.2 关键词提醒……45
4.1.3 创意诊断……46
4.2 抢位助手……47
4.2.1 策略管理……47
4.2.2 效果统计……49
4.3 优化中心……50
4.3.1 质量分占比和变化趋势……50
4.3.2 优化建议……52
4.4 流量解析……53
4.4.1 市场数据分析……53
4.4.2 推广词表下载……54
4.4.3 数据透视……56
4.4.4 线上推广排名……58
4.5 行业解析……58
4.5.1 行业排名分析……58
4.5.2 行业市场概况……60
第 5 章 直通车推广方式……61
5.1 关键词推广……61
5.2 定向推广……61
5.2.1 定向推广的原理……62
5.2.2 定向推广的展示位置……63
5.2.3 如何开启定向计划……65
5.3 店铺推广……69
5.3.1 店铺推广原理……69
5.3.2 店铺推广的展示位置……70
5.3.3 如何创建店铺推广……71
第 6 章 直通车时间与地域的优化……74

6.1 如何设置时间折扣 …… 74
6.2 根据什么来设置时间折扣 …… 77
6.2.1 访客时段 …… 77
6.2.2 成交时段 …… 80
6.3 如何设置地域 …… 82
6.3.1 直通车地域数据 …… 82
6.3.2 生 e 经深度分析数据 …… 85
第 7 章 直通车推广关键词的查找 …… 88
7.1 系统推荐词 …… 88
7.1.1 热搜词 …… 88
7.1.2 潜力词 …… 88
7.1.3 同行词 …… 89
7.1.4 飙升词 …… 90
7.1.5 手机标 …… 91
7.1.6 质优词 …… 92
7.1.7 锦囊词 …… 92
7.1.8 扩展词 …… 93
7.1.9 联想词 …… 93
7.1.10 置左词 …… 94
7.2 淘宝搜索下拉框 …… 94
7.2.1 下拉框推荐词 …… 94
7.2.2 推荐词扩展词 …… 95
7.3 生意参谋 …… 96
7.3.1 热搜搜索词 …… 96
7.3.2 热搜长尾词 …… 98
7.3.3 热搜核心词 …… 99
7.3.4 热搜品牌词 …… 100
7.3.5 热搜修饰词 …… 101
7.3.6 热搜词查询 …… 102
7.3.7 商品店铺榜 …… 105
7.4 TOP20 万选词 …… 106
7.4.1 潜力词表 …… 106

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

7.4.2 计算机端 TOP20 万词表 …… 107
7.4.3 移动端 TOP20 万词表 …… 108
7.4.4 首页热搜词表 …… 109
7.4.5 O2O 无线新词表 …… 109

第 8 章 如何新建一个宝贝推广 …… 111

8.1 新建一个推广计划 …… 111
8.1.1 平台的选择 …… 111
8.1.2 日限额的设置 …… 112
8.1.3 设置投放时间 …… 113
8.1.4 设置投放地域 …… 114
8.2 选择要推广的商品 …… 114
8.2.1 优选宝贝 …… 115
8.2.2 优选流量 …… 115
8.2.3 优选转化 …… 116
8.3 选择推广创意 …… 117
8.3.1 添加创意 …… 117
8.3.2 流量分配 …… 118
8.4 设定好推广创意标题 …… 119
8.4.1 标题的要求 …… 119
8.4.2 书写方式 …… 120
8.5 添加想要推广的关键词 …… 121
8.5.1 添加系统关键词 …… 121
8.5.2 手动添加关键词 …… 123
8.6 关键词出价的设置 …… 123
8.6.1 默认出价 …… 123
8.6.2 自定义出价 …… 124
8.6.3 市场平均出价 …… 125

第 9 章 如何对关键词进行优化 …… 127

9.1 如何对价格进行调整 …… 127
9.1.1 单个关键词修改出价 …… 127
9.1.2 批量修改出价 …… 129

9.2 如何给关键词打标签 130
9.2.1 单个关键词打标签 130
9.2.2 批量打标签 131
9.3 如何优化关键词的匹配方式 133
9.3.1 单个关键词修改匹配方式 133
9.3.2 批量修改关键词的匹配方式 134
9.4 如何查看关键词的数据 136
9.4.1 设定数据类型 136
9.4.2 选择查看日期 138
9.4.3 选择排序方式 138
第 10 章 直通车推广精选人群 140
10.1 什么是精选人群 140
10.1.1 功能介绍 140
10.2 精选人群页面介绍 141
10.2.1 优质人群 141
10.2.2 节日人群 142
10.2.3 同类店铺人群 143
10.2.4 付费推广/活动人群 143
10.2.5 天气人群 144
10.2.6 人口属性人群 145
10.2.7 修改溢价 146
10.2.8 参与推广和暂停推广 147
10.2.9 删除 148
10.3 精选人群溢价计算方式 149
10.3.1 计算公式 149
10.3.2 精选人群和定向投放的区别 149
10.3.3 QA 说明 150
第 11 章 质量得分的提升 151
11.1 什么是质量得分 151
11.1.1 质量得分概述 151
11.1.2 质量得分全方面查看 152

11.1.3 质量得分分计划查看 …… 152
11.2 影响质量得分的因素 …… 153
11.2.1 创意质量 …… 153
11.2.2 相关性 …… 154
11.2.3 买家体验 …… 154
11.3 质量得分提升技巧 …… 155
11.3.1 创意质量优化 …… 155
11.3.2 测图 …… 156
11.3.3 类目相关性 …… 157
11.3.4 属性相关性 …… 158
11.3.5 文本相关性 …… 159
11.3.6 地域设置 …… 162
11.3.7 时间折扣 …… 163
11.3.8 10 分带 10 分 …… 163
第 12 章 无线直通车 …… 165
12.1 无线直通车的原理 …… 165
12.1.1 扣费原理 …… 165
12.1.2 展示原理 …… 166
12.1.3 展示位置 …… 166
12.1.4 无线工具 …… 167
12.2 无线直通车展现规则 …… 171
12.2.1 首屏展现机会 …… 171
12.2.2 无线混排机会 …… 172
12.2.3 无展示机会 …… 172
12.2.4 无线首屏与自然搜索冲突 …… 173
12.3 无线直通车优化技巧 …… 173
12.3.1 无线关键词 …… 173
12.3.2 无线出价 …… 174
12.3.3 无线质量得分影响因素 …… 175
12.3.4 无线时间折扣 …… 176
12.3.5 无线地域优化 …… 178

第 13 章 如何提升直通车点击率 …… 180
13.1 点击率的影响因素 …… 180
13.1.1 创意标题 …… 180
13.1.2 宝贝图片 …… 181
13.1.3 宝贝排名 …… 182
13.1.4 宝贝销量 …… 182
13.1.5 宝贝价格 …… 183
13.1.6 关键词与宝贝的相关度 …… 183
13.2 创意图片的优化 …… 184
13.2.1 是否真人穿着 …… 184
13.2.2 模特数量多少 …… 185
13.2.3 是否正反两面 …… 185
13.2.4 场景的重要性 …… 185
13.2.5 创意的测试 …… 186
13.3 点击率的优化 …… 186
13.3.1 低销量宝贝不开车 …… 186
13.3.2 选择适合的关键词 …… 187
13.3.3 创意的标题 …… 188
13.3.4 选择点击率高的区域进行投放 …… 188
13.3.5 选择合适的投放时间 …… 189
13.3.6 添加精选人群溢价 …… 189
第 14 章 如何提升直通车的 ROI …… 191
14.1 直通车 ROI 的组成 …… 191
14.1.1 账户 ROI …… 191
14.1.2 计划 ROI …… 192
14.1.3 平台 ROI …… 193
14.1.4 投放类型 ROI …… 194
14.1.5 关键词 ROI …… 195
14.2 影响 ROI 的主要因素 …… 196
14.3 如何提升直通车 ROI …… 197
14.3.1 提升转化率 …… 197

14.3.2 降低点击单价……199
14.3.3 提升计划 ROI……200
14.3.4 提升宝贝 ROI……200
14.3.5 提升类型 ROI……200
第 15 章 广撒网直通车投放法……201
15.1 多计划的建立……201
15.2 推广宝贝的设定……205
15.3 关键词的查找……209
15.4 广撒网的优化……218
第 16 章 新版无线拖价法……222
16.1 效果展示……222
16.1.1 计划情况……222
16.1.2 点击价格……224
16.2 计划设置……225
16.2.1 时间折扣……225
16.2.2 地域设置……229
16.2.3 日限额设置……232
16.2.4 关键词出价……234
16.2.5 关键词的选择……235
16.3 操作方法……236
16.3.1 测试创意……237
16.3.2 创意的来源……239
16.3.3 计划拖价……240
16.3.4 限额提升……242
16.3.5 添加关键词……243
16.3.6 新的拖价循环……244
16.3.7 最终呈现……245
第 17 章 直通车搜索人群玩法……246
17.1 方法背景……246
17.1.1 无线购买越多来越多……246

17.1.2 点击成本越来越高 247
17.1.3 转化越来越低 248
17.2 搜索人群介绍 249
17.2.1 搜索人群解释 250
17.2.2 搜索人群的发展趋势 250
17.3 如何利用搜索人群优化直通车 252
17.3.1 设置搜索人群 252
17.3.2 观察搜索人群数据 258
17.3.3 人群组合 259
第 18 章 直通车精准养词法 264
18.1 设置推广计划 264
18.1.1 设置投放平台 264
18.1.2 设置投放时间 265
18.1.3 设置投放地域 267
18.1.4 选择投放关键词 269
18.1.5 设置投放价格 271
18.2 数据查看与优化 272
18.2.1 创意数据 272
18.2.2 关键词数据 274
18.3 关键词拖价 276
18.3.1 卡排名拖价 276
18.3.2 统一拖价 277
第 19 章 直通车爆款打造法 279
19.1 选择合适的产品 279
19.1.1 测款 279
19.2 测试优化创意图 284
19.2.1 直通车创意图 284
19.3 提升直通车质量得分 285
19.3.1 质量得分 285
19.3.2 钱少的推广方式 286
19.3.3 钱多的推广方式 288

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com