

# 阿里巴巴实战运营

## 14招玩转

聂志新◎著

## 诚信通

## TrustPass

# 阿里巴巴实战运营

14招玩转

聂志新◎著

诚信通

TrustPass

图书在版编目 (CIP) 数据

阿里巴巴实战运营: 14 招玩转诚信通/聂志新著. —北京: 企业管理出版社, 2017. 7  
ISBN 978-7-5164-1502-3

I. ①阿… II. ①聂… III. ①电子商务 - 商业企业管理 - 经验 - 中国 IV. ①F724. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 090287 号

---

书 名: 阿里巴巴实战运营——14 招玩转诚信通

作 者: 聂志新

责任编辑: 张 平 程静涵

书 号: ISBN 978-7-5164-1502-3

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 编辑部 (010) 68701638 发行部 (010) 68701816

电子信箱: [qyglcbs@emph.cn](mailto:qyglcbs@emph.cn)

印 刷: 三河市文阁印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米 × 240 毫米 16 开本 18.75 印张 278 千字

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

定 价: 66.00 元

---

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

近两年来，伴随着“大众创业、万众创新”口号的提出以及电子商务的迅猛发展，越来越多的商家涌入电商大军，准备在电商大浪潮中捞一笔，一时电商成了人们茶余饭后讨论的热门话题。

而当你真正闯入电商行列中，就会发现这行业水很深，必须掌握一定的技巧和规律，但自己摸索好像又没有门路，怎么办？自己去学习会花费很多的时间与金钱，且又不能保证学习后的效果。基于这种环境，为了让大多数电商人少走弯路，秉承“正念、利他，帮助别人成就自己”的悍蒙电商学院理念，此书应运而生。

听说朋友在阿里巴巴工作，一年赚了几百万元甚至上千万元，但是自己的店铺却一直在亏钱，为什么自己不懂阿里巴巴，为什么自己的店铺赚不到钱！有些人为了做好阿里巴巴，不惜花大价钱去报名学习，但执行力没有到位，最后钱花出去了东西却没有学会！有人听信阿里巴巴托管人的话，花钱让别人去做，但依然没有结果。怎么办？自己学！

本书主要为大家解决以下几个问题：

- 第一，即便你没有进入过阿里巴巴，也能让你明白如何去操作阿里巴巴，如何做好阿里巴巴的“内功”；
- 第二，让你的排名可以升至阿里巴巴的首页；
- 第三，让你的店铺不再是僵尸店；
- 第四，全面提升你的团队工作效率。

专  
家  
推  
荐

我在《快营销：互联网时代营销方法论》中提出：“天下武功，唯快不破。”关键是如何快？在互联网战场的商家尤其要修炼快功夫。本书凝聚了作者近5年的阿里平台电商经验和操盘技巧，是国内少有的详细介绍阿里巴巴批发电商的实操总结，值得推荐和学习。

——孙巍 快营销

本人很少给其他书写推荐语，是因为真正值得推荐的“干货书”太少，更多的只是浮于表面。但是，当我看过聂志新老师此书的前几页后，就被它深深吸引。

电子商务不仅是一个行业、一个主题、一个事业，在三千万传统企业的市场转型需求下，也成了最重要的课题。特别是当传统企业像敢死队员一样前赴后继地冲向电商前线而大批失败后，“不做电子商务注定无商可务”的流行语已经过时，升级成了“不做电子商务等死，做了电子商务找死”。

强者称王、适者生存是市场规律，弱者称臣、败者退让也是亘古不变的竞争法则。任何一个成功的企业，都有着一个光芒四射又极具说服力的故事，会收到无数的鲜花、掌声，成为闪光灯和社会的焦点，会被更多的

企业效仿。

已然消亡的企业，虽亦有着众多原因，但是结果只会黯淡无光又鲜为人知。太多企业在营销战争中被流弹击沉，却没有人愿意去追根寻源防止重蹈覆辙。没有媒体会宣传、没有事件评论，因为在我国永远只有成功者才是社会的宠儿。目前，我国 99% 以上从事网络营销的企业都还处在不稳定、不成熟的萌芽期，时刻飘摇在风云变幻的网络环境中。

成功只能代表过去，很难再度复制。失败却是需要时刻提防，极易反复出现。必须要认清的是，中国只有 20% 的中小企业开展了电子商务。

一方面，无数新加入电商行列的企业和个人，为互联网经济注入了新鲜的血液，带来了资金、人才、商品、资源、物流、渠道等商业要素；另一方面，必须强调的是，很多创业型电商、中小型电商的投资者和创业者，由于来自传统行业，完全不明白电子商务经济发展规律就盲目进入，经营意识极其混乱。

聂志新老师的这本书，是真正的电商干货。从本质上告诉了企业如何进行电子商务转型，实现电子商务渠道扩张、品牌打造、市场推广，能够最大化地避免转型失败。

——所志国 实战电商学院院长

清华大学总裁班特聘讲师

北大 EMBA 高级总裁班特聘讲师

在信息爆炸、知识快速更新的时代，一本电商实战书的面市让人耳目一新。我们从不缺理论的教条，也不缺超高、超远的预见，真正缺的是来自一线真正实践的声音，此书正是时候。在转型、重构、创业的大潮中，我们遇见了一本来自阿里巴巴的电商实战书籍，是时代的礼物。我相信，此书的面市，会让我们对电商渠道了解得更全面更系统，从而让更多人

受益。

作者用自己的经验总结汇聚出本书，其目的非常明确，希望帮助更多的人，帮助更多的创业小伙伴。让我们一起在互联网时代，与时代同行。

——秦国伟 著名营销专家  
畅销书《销售轨迹》作者

在商品经济高度发展的现代社会里，在热闹非凡的电子商务圈里，在新经济、新常态、最耀眼的行业里，“互联网”成为这个时代的标志。本书首次解密互联网时代下的电商本质与特征，给读者创新的现实实践和应用，让读者看得明白，值得仔细阅读。值得一提的是，这是作者几年实战经验的结晶。

——王志刚 新实战营销媒介撰稿人  
原汇源果汁营销高管  
营销咨询顾问

与聂志新兄弟相识，是通过杰·亚伯拉罕老师的营销交流。大家在网上相谈甚欢，神交已久。当时就确信聂志新兄弟是阿里电商系的资深实战派高手。

2015年11月，第一次和聂志新兄弟见面，我在上海参加杰·亚伯拉罕老师中国最高端的终极策略行销咨询顾问班。课后，聂志新兄弟热情地邀请我们几个朋友一起吃饭，其中一个恰好是做阿里店铺的小袁。他把自己的困惑跟聂志新进行沟通，通过2个小时的交谈，大家受益匪浅。回去后，小袁本来一个月仅仅成交20~50个客户。在运用聂志新兄弟的实战策略后，小袁每月竟然突破到60~100个客户！整整翻了2倍，聂志新是实

至名归的电商实战派高手！

——胡兴都 人生赢家商学院创始人  
深圳人生赢家教育培训有限公司董事长

聂志新是我见过电商圈里少有的实战派高手。虽然我们只见过一次面，但通过短短 10 分钟交流，他那独具一格的领导魅力、缜密的思维及对电商市场敏锐的洞察力都让我惊叹不已。他总是能够在竞争中不断创新，在细节上寻找突破，在思维上快人一步。都说现在电商不好做，我想说的是不是电商不好做，是你的思维方式不对、方法过时了。如果你现在正在为做电商销量不畅而苦恼，不知道电商未来的路在哪里，在这里我隆重向你推荐聂志新老师的最新力作！一定会让你受益匪浅！

——蔡晓吉 信用卡资深理财顾问  
移动支付、O2O 营销实现战专家  
广州纳禧网络科技有限公司董事长

聂志新是我见过最具实力的电商专家之一，欣闻其即将出版汇聚几年的实战干货新书《阿里巴巴实战运营——14招玩转诚信通》甚是欢喜，特此先祝贺新书大卖。我也是几本书的作者，也是实战派，也喜欢实战派，聂志新就是我认识的实战派之一。读他的书，你会发现“小白”也能秒懂、也能在此书指导下变成实战派电商高手。

——陈建英 中道文化创始人  
《解密社群粉丝经济学》《互联网+大数据》《掌控微力》作者

电商和网购——当下生活息息相关的话题。这领域出过很多专家、富



翁，当然也有“混水”。聂老师是我见过最具实战经验的电商专家、营销策划高手。他博学多才，所经营过的领域都能做得风生水起。值得一提的是：具备实战能力的高手少，愿把自己实战经验分享给大家的就更少，而他就是这样一个人。

——丁然 猪八戒网副总裁

很多年前，我在上海见过聂志新一面，当时就觉得这小伙子有想法也很接地气。他瞄准了一个很狭小却很有潜力的领域：阿里电商，并且做得风生水起。我经常去他的微信群闲逛，发现他拥有很多铁杆粉丝。这些粉丝每天在群里聆听他的电商操作经验分享，如今他又把这些心得编写成书，实在可喜可贺！聂志新，一个有思想又很务实的电商实战高手，“80后”的牛人代表！

——沈坤 中国横向思维创新营销创始人  
深圳双剑破局营销策划有限公司董事长

听聂兄告诉我说要将自己5年的研究心血全部写出来，我非常为广大网商高兴。因为聂兄是我所见过的为数不多的实战派电商高手，对于广大的电商朋友来说，这算是一个重大利好信息。这本书实战有料，值得互联网人、实战人学习。

——刘雷 新实战派营销专家  
萌书法创始人  
著有《快消品营销人的第一本书》

和聂志新认识时间不算很长，但他非常睿智非常阔达，对事情有独

到的见解，在我们朋友圈里有很好的口碑。欣闻其第一本书要出版非常高兴。这本书我看后异常兴奋，因为我一个“电商小白”看完都理解了其中很多奥秘。这是我国电商史上为数不多的实战书籍，值得各位认真研读。

——张荣 中国商务部研究院研究员

在风云变化的今天，做一家企业真的不容易，到处都在谈电子商务、O2O、传统企业转型，但是又有多少企业能真的持续增长？这本书可以帮助你从国内 B2B 电商“菜鸟”到网络专家。但是勤奋是第一，没有勤奋执行，再好的方法，也只是空谈，我们一起加油。

——魏强 阿里巴巴 B2B 事业部资深经理

常有朋友请我推荐电商方面的好书给他们，这确实是件为难的事情。正能够从行业高处着眼，又能从前沿出发的电商好书委实不多。聂老师分享了近 5 年电商从业经验。看后感慨颇多，对许多观点和思想都有很大的感触。虽然说的是电商，可很多做法放在做生意这件事上都很有行得通：成本意识、深入底层、实业做电商归零的心态、为客户实现价值为导向……

——小博 微信吸粉教父

沧州市博众网络科技有限公司董事长

我视野所及，聂志新是电商行业功底深厚的营销高手。谈笑间，他独到的见解和长远的眼光，彻底颠覆了我对电商以往的认识。我将他传授的策略和方法分享给身边从事电商的朋友们，可喜的是，他们网店的业绩得

到了逐步改善和持续增长。这些成就都离不开聂志新辛勤的探索与实践，而本书总结了他多年的电商实战精髓，是电商人必读的经典之作！

——金诚义 实体行业营销破局者  
芝麻投资联合创始人

7月1日早上10:30，收到了远在中国的聂志新的邀请，他希望我为他的新书作序。

在互联网时代，谁能快速有效地利用互联网，谁就更有可能获得成功。

这本书更多体现了电商的分享精神。和现在市面上许多经过高度包装、大肆宣传、言过其实的书有所不同，这是一本接地气、化繁为简的电子商务书籍。它可能不是百里挑一的营销案例书，也可能不是一本面面俱到的策略宝典，而是一本朴实生动、通俗易懂、毫无距离感甚至让人倍感亲切的电商行销实操手册，教会你如何一步一步学会电子商务具体的操作方法。其中既有经验也有教训，正反面的经历都是有价值的分享。

让我们一起跟随聂志新，走在阿里巴巴电商的道路上！

——朱景鸿 Nick Albert Choo【熊猫老师】  
马来西亚尼克艾伯特教育服务总裁  
马来西亚移动电子商务协会副秘书长

和聂志新结识是因为他在营销策划领域小有名气，没想到他在电商领域更有名。听说这本书汇集了他几年的实战电商精华，且是阿里巴巴电商史上少有的以实战为主的书，值得大家去认真研读，我相信不用等你读完你就爱上“她”了。认真阅读，细细体会你一定会是这个领域的高手。

——李庆华 汇源果汁市场部总经理

和聂老师相识是在博瑞森群里，聂老师是个非常认真且守信之人，他的头衔很多但是他总说：“头衔是浮云，一切按事实说话，有效果才是最真实。”《阿里巴巴实战运营》是我见过的受益最大且最实战的电商书之一！书中汇聚了聂老师多年实战经验，熟读本书你可少走5年电商弯路。

——孙曙光 《销售与市场》杂志社社长助理  
《免费营销》《突破营销困境》畅销书作者

和老聂认识是在几个群里，他是营销实践者也是一个电商高手。这次他说要把所有的电商经验都写出来让广大网友少走弯路，我很是赞同。电商界“专家”很多，但实战的电商专家却少之又少。老聂是我见过的最实战的电商专家，这本书我仅仅阅读了大纲和目录就深深被吸引，把以前对电商的理解加深了N倍。我作为一个电商门外汉都受益，你看完一定会成为高手。来吧，此书值得一看。

——杨江涛 广州无形营销机构总经理  
《对号入座》《快消化》畅销书作者

## 要说的话：为何你要做好电商

随着网络的日益发展，电子商务被越来越多的消费者接受。传统交易局限于线下，交易范围小，而电子商务就不同。它面向全国甚至全球的消费者，客户群体广，适用范围也广，不再受地区限制，而且线上交易资金回笼快，买家付款，卖家发货，方便且快捷。

### 什么是电子商务呢？

电商即电子商务，是指以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化。

电商不是简单的一台电脑、一条宽带、一杯茶和一张桌子就行了，Internet 是虚拟的生活空间，同时也是虚拟的市场，因此，虚拟服务“现实”化很重要。那如何将电商做好呢？这就需要我们学习一些做好电商的秘诀。

为什么还要进行学习呢？社会在变，人在变，所有的事情都在进步，如果你还是在原地踏步，那么你就已经在退步了。比你差的人在学习，你不去学习，他就能赶上你甚至超越你；比你好的人在学习，人家已经超过你了，你不去学习，那么优秀的人将会更优秀，而你和他们的差距就会越来越大，所以我们要努力学习！

取得客户信任是网上营销是否成功的关键；

网站内容宜客观，忌花哨；

利用多媒体技术手段将服务或产品真实地再现在因特网上。

### 做电商之前要做什么准备？

一是必须要有一个好的团队。这里面包括美工、运营、推广等及老板是否真正认可网络这个渠道和模式。如果得不到老板的支持或者得不到他长期的支持，电商运营都会灰飞烟灭！

二是必须要产品。产品是否好，不是说产品价格最低，而是打破了线下的经营思维。产品的价值与价格是相符的，这款产品要受到大众喜爱并具有市场竞争力。

先根据想法进行产品定位，再找用户数据进行分析，这样的方法不靠谱。我们要先分析市场，对我们的目标客户群体及市场进行定位。定位的最高境界并不是基于产品的定位，而是基于心智的定位。可口可乐、百事可乐的经典案例是我们学习的经验。

### 如何操作？

**数据分析。**利用问卷调查和电话回访，做好我们客户群体、产品的分析。

**产品定位。**我们要定位好我们的客户，定位好我们的产品。了解客户的心智模式，定位好客户和产品，就可以装修店铺了。

**店铺装修。**一家店铺，必须要有一个好的店招。好的店招就相当于好的门面，高端大气的轮播图就相当于豪华的装修。

**选关键词。**一款好的产品，还得配上一个正确的关键词。找关键词的方法有很多，如阿里巴巴下拉框、生意参谋、网销宝、阿里指数、站长工具、爱站等。不同的工具有不同的展示，我们不能把里面的词全部用上，只能去选择一些适合我们产品的。

选择关键词，你要知道客户的搜索习惯，知道客户一般都是怎么查找产品的，不选热门词，不选冷门词，一般是1~2个关键词。

**写标题。**标题写起来就是小菜一碟了，一条好的产品信息标题等于

“属性+优点+形容词+诱惑词+产品名字(关键词)。”标题要清楚、完整、形象，简洁，关键词要切中买家习惯，标题的关键词切忌罗列堆砌，不要使用特殊符号，注意过滤敏感词，合理搭配，尽量写满30个字。

**好的详情页。**有了好的标题，也要有好的详情页。好的详情页可以让客户下单，顺利地促成订单。要做好产品的关联，图文并茂，写出产品的特点、产品的优势、我们的特色、我们的优惠。

**爆款。**一家店铺要运营好，必须要有属于它的拳头产品，就是我们说的爆款。爆款不仅能为我们带来丰厚的利润，还可以给我们带来很高的人气，引来较大的流量。

**推广。**一款好的产品，不应该只局限在一个平台上，要让更多的人看到、用到。做推广可以让更多的消费群体知道、了解，免费推广就是费时间，但是大家要有耐心。当你了解之后，你会发现其中乐趣无穷，当你的免费推广给你带来了订单的时候，那种开心是从心里蔓延到整个身体的。

付费的推广，虽然可以让大家更为广泛地知道你、看到你，但是有点烧钱，做品牌的可以利用这种方法。

#### **做电商的前期心理准备：**

我们每位电商人建立起自信心，告诉自己这是最好的选择，选我所爱，爱我所择。

做电商会每天面对电脑看一些枯燥的文字，我们要有耐性、耐心。特别是想放弃时，一定要三思而后行。

电商人要不断学习，拥有勤学好问的精神。电商和运营在我看来都是很深奥、需要源源不断学习的东西，所以我们一定要谦虚好问。

电商人要有贵在坚持的精神。简单的事重复做，重复的事认真做，不可为失败找借口，做电商懒惰毛病一定要不得。

聂志新

2016年7月

# 目录

## 第一章 店铺及产品 GPS 无敌定位系统

- 一、产品的发展与差异化 / 003
- 二、客户与竞争对手 / 006
- 三、自我产品 1688 市场定位技巧 / 011

## 第二章 排名因素抄底大揭秘

- 一、产品搜索排序规则介绍 / 027
- 二、公司搜索排序规则和优化建议 / 038
- 三、阿里巴巴中国站搜索反作弊规则介绍 / 038

## 第三章 阿里巴巴店铺诊断

- 一、店铺及产品定位明确 / 049
- 二、产品信息数量 / 049
- 三、在线接待能力 / 050
- 四、我们的脸：店招 / 051
- 五、轮播图 / 051
- 六、网站布局 / 051
- 七、标题 SEO / 052
- 八、产品分类 / 053
- 九、产品主图 / 054
- 十、是否使用五星级产品信息模板 / 055



- 十一、产品的属性是否完整 / 058
- 十二、是否参加了阿里巴巴的活动 / 059
- 十三、产品详情页 / 060
- 十四、关联营销 / 061
- 十五、客服及培训 / 062

#### **第四章 店铺装修“乾坤大挪移”**

- 一、做好阿里巴巴店招核心点 / 065
- 二、专业店铺的核心因素 / 066
- 三、专业的旺铺店招进入渠道 / 066
- 四、店招打造核心技法 / 070
- 五、无敌轮播图制造公式 / 074
- 六、文案提炼秘籍 / 083

#### **第五章 推广图与主图“六脉神剑”**

- 一、推广图设计技巧 / 087
- 二、主图设计捷径 / 090

#### **第六章 关键词的查找与选择**

- 一、关键词的查找 / 105
- 二、关键词选择 / 112

#### **第七章 首页标题 SEO“尚方宝剑”**

- 一、产品标题的构成 / 121
- 二、挖掘和确定产品标题中的关键词 / 122
- 三、写产品标题的原则 / 123
- 四、写产品标题要注意什么 / 125
- 五、如何优化产品标题 / 126
- 六、标题写法技巧 / 127

#### **第八章 详情页留客“吸心大法”**

- 一、产品详情页制作三个主要的因素 / 131