



# 淘宝店铺 经营管理 一册通

Q | 葛存山 著

-  超级畅销书作者、金冠卖家、淘宝大学讲师联手打造的实用宝典。
-  从运营管理、营销推广到客户服务，最全面的淘宝网经营秘籍。
-  深入解答网店管理和客户服务过程中的细节问题，从入门到精通。

 人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS



014042715

F724.6  
55

# 淘宝店铺 经营管理 一册通



Q | 葛存山 著

F724.6  
55



北航

C1728980

人民邮电出版社  
北京



217520210

## 图书在版编目 (CIP) 数据

淘宝店铺经营管理一册通 / 葛存山著. — 北京 :  
人民邮电出版社, 2014.4  
ISBN 978-7-115-34861-6

I. ①淘… II. ①葛… 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(2014)第041108号

## 内 容 提 要

本书基于多家淘宝金冠卖家多年来开店的经验,针对淘宝管理和客服进行了全面、系统的讲解。本书共15章,主要介绍了网店日常运营管理、网店经营中的定价与进货技巧、网店经营中的常见促销策略、培训资深客服人员提升询单转化率、招聘客服人员、学会倾听并解答问题、客服首先要把握顾客心理、客服售前打消买家的疑虑、说服买家成功达成交易、处理买家的抱怨与交易纠纷、绩效管理与员工管理、客户关系管理、管理好客户、网店的财务管理、超级大卖家管理运营经验。掌握并活用这些管理运营经验,能让店铺在众多网店中脱颖而出,把生意做大做强。

本书不仅适合经营网店的个人卖家及企业卖家阅读,而且适合对网店经营感兴趣的读者阅读,同时还可以作为各大中专院校、培训机构网络零售推广的教材。

- 
- ◆ 著 葛存山  
责任编辑 赵 轩  
责任印制 程彦红 焦志炜
  - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号  
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
北京鑫正大印刷有限公司印刷
  - ◆ 开本: 800×1000 1/16  
印张: 17.5  
字数: 355千字  
印数: 1—4 000册
- 

定价: 45.00 元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

## 前 言

据最新数据, 淘宝和天猫超1万亿交易额占社会消费品零售总额的5.35%, 该交易量甚至远远超过同期北京、上海等一线城市的消费品零售总额。其中仅2013年“双十一”淘宝交易额350.19亿元, 超内地日均零售总额一半。淘宝网购物人数达到7.67亿。如此诱人的市场让不少人决定网上开店。越来越多的人将创业的目光瞄准了网络开店, 尤其是一些年青人更是视其为就业的另一条出路。

虽然近年来在网上开店的用户越来越多, 但管理服务知识的欠缺, 在很大程度上阻挡了这种创业梦想的实现。据统计, 大部分网店卖家月收入为1000~3000元, 6000元以上的只有2%。这一切都源于店铺的管理和售后服务等不到位, 或用不合理的方式与顾客沟通。为了更好地帮助卖家在网上开店, 管理运营好网店, 我们编写了本书。

### 本书主要内容

本书以网店的运营管理和客户服务为主线, 全书共15章。

第1章是网店日常运营管理, 主要介绍了宝贝标题优化、优化宝贝描述、页面中的图片应用、商品发布、店铺设置、网店日常管理、网络安全常识。

第2章是网店经营中的定价与进货技巧, 主要介绍了网上商品的定价方法和技巧、网店的进货渠道、怎样找到物美价廉的资源。

第3章是网店经营中的常见促销策略, 主要介绍了什么时候最适合做促销、什么商品适合做促销、限时限量、网上赠品、集分宝积分、包邮促销、旺季和淡季的促销方法、节假日促销的策略。

第4章是培训资深客服人员提升询单转化率, 主要介绍了客服需具备的知识、树立端正的态度、与买家沟通的基本技巧、客服应避免的注意事项。

第5章是招聘客服人员, 主要介绍了招聘客服人员的策略和流程、招聘渠道、招聘的技巧。

第6章是学会倾听并解答问题, 主要介绍了倾听的目的和技巧、处理买家咨询的程序、回答买家问题的方法。

第7章是客服首先要把握顾客心理, 主要介绍了买家的购买心理、引导顾客购买商品的绝招和心理。

第8章是客服售前打消买家的疑虑, 主要介绍了与买家沟通的原则、与买家交流沟通的制胜法宝、打消买家的疑虑、打消买家的价格异议。

第9章是说服买家成功达成交易，主要介绍了成功达成交易的必要条件、说服买家的策略、说服各类型买家、说服买家下单的方法。

第10章是处理买家的抱怨与交易纠纷，主要介绍了尊重买家投诉、处理投诉的技巧、淘宝交易纠纷产生的原因、处理好中差评、警惕“职业差评师”。

第11章是绩效管理 with 员工管理，主要介绍了制定客服管理制度和绩效考核、员工的管理、“双十一”期间卖家如何管理好客服。

第12章是客户关系管理，主要介绍了如何做好客户关系管理、老客户具有哪些优势、影响客户回头率的因素、客户关系管理工具、客户关系管理实操。

第13章是管理好客户，主要介绍了如何让新买家成为老顾客、服务好老顾客、维护好客户关系、把网店回头率做到100%的秘诀。

第14章是网店的财务管理，主要介绍了网店利润的控制、如何提高网店利润额。

第15章是超级大卖家管理运营经验，主要介绍了利用淘宝指数指导店铺运营、爆款究竟是如何练成的、量子恒道-店铺经营数据分析、提升转化率的秘诀。

## 本书的特色

无论你提供的是有形产品还是无形产品，服务都已经成为了赢得顾客好感和获取竞争力的方式之一，本书主要有以下特色。

●现在书店里有关网上开店的书籍虽然不少，但真正“实在”的并不多，很多都是初级开店的图书，关于网店的运营管理、客户服务方面都很少介绍，本书就是介绍这些运营管理和客户服务方面的技巧。

●本书收录的都是作者在日常开店过程中积累的经验总结，涵盖了网店管理和客户服务过程中遇到的许多细节问题。

●本书把目前世界上最流行的管理运营理念运用到淘宝这个平台。这些经验都在淘宝店铺中得到过实际验证，已经获得了巨大的成功，并且目前还在持续创造着惊人的效益。

●本书按照2014年最新改版的淘宝界面进行教学，让读者不会有过时或找不到界面的困扰。

●本书还从心理方面来帮助卖家分析了解买方的心理动态，更好地帮助卖家轻松赚钱。

●沟通技巧情景化，以实际客服工作中出现的情景，通过情景对话引出每一环节可能用到的沟通技巧，直接呈现沟通过程，以便快速而有效地提升客服人员的沟通技能。

## 本书适合读者

本书适合想在网上开店创业的初学者，包括在校大学生、寻求兼职的人员、自由职业者、小企业管理者、企业白领等想在网络中寻求商机的不同职业的人阅读；同时也适合已经开办了网店，想进一步提高淘宝各方面技能，要获得更大的市场和更多的利润，把网店生意做大做强的店主选用；还适用于网上店铺的发展陷入瓶颈阶段，正在谋求转型的朋友。

本书由北京印刷学院葛存山老师主持编写，在本书编写的过程中，得到了淘宝多个部门小二的支持，给出了大量专业的建议。同时，本书也获得了多位淘宝大学讲师的帮助，他们贡献的大量心得，使得本书在编撰时获得多次的提炼。感谢他们的无私帮助。

编 者

# 目 录

## 第1章 网店日常运营管理

|                               |    |                                |    |
|-------------------------------|----|--------------------------------|----|
| 1.1 宝贝标题优化 .....              | 1  | 1.3.1 商品图片的重要性 ...             | 12 |
| 1.1.1 宝贝标题的结构和规则 .....        | 1  | 1.3.2 商品图片的诚信原则                | 12 |
| 1.1.2 在标题中突出卖点的技巧 .....       | 2  | 1.3.3 使用模特实拍,增加商品的直观视觉效果 ..... | 13 |
| 1.1.3 如何选择合适的关键词让店铺流量翻番 ..... | 4  | 1.3.4 打造爆款广告图片 ...             | 14 |
| 1.2 优化宝贝描述,让成交量飞涨 ...         | 7  | 1.3.5 详细的商品细节图,更好地留住顾客 .....   | 15 |
| 1.2.1 做一个精美的宝贝描述模板 .....      | 7  | 1.4 商品发布 .....                 | 16 |
| 1.2.2 吸引人的开头,快速激发客户的兴趣 .....  | 7  | 1.4.1 商品发布流程 .....             | 16 |
| 1.2.3 突出卖点,给顾客一个购买的理由 .....   | 8  | 1.4.2 商品名称 .....               | 20 |
| 1.2.4 通过购买者的评价,打消客户疑虑 .....   | 9  | 1.4.3 商品图片 .....               | 20 |
| 1.2.5 商品信息介绍准确详细 .....        | 9  | 1.4.4 商品分类 .....               | 21 |
| 1.2.6 引导顾客购买搭配商品 .....        | 10 | 1.5 店铺设置 .....                 | 22 |
| 1.2.7 注意售后服务和规避纠纷 .....       | 11 | 1.5.1 给店铺起个好名字 ...             | 22 |
| 1.2.8 展示相关证书证明 ...            | 11 | 1.5.2 设置店铺风格 .....             | 22 |
| 1.3 页面中的图片应用 .....            | 12 | 1.5.3 设置店标 .....               | 25 |
|                               |    | 1.5.4 设置店铺介绍 .....             | 26 |
|                               |    | 1.5.5 设置店铺公告 .....             | 27 |
|                               |    | 1.5.6 为店铺添加计数器 ...             | 29 |
|                               |    | 1.5.7 添加广告轮播效果 ...             | 31 |
|                               |    | 1.6 网店日常管理 .....               | 33 |
|                               |    | 1.6.1 商品管理 .....               | 33 |
|                               |    | 1.6.2 交易管理 .....               | 34 |
|                               |    | 1.6.3 评价管理 .....               | 37 |
|                               |    | 1.7 网络安全常识 .....               | 38 |
|                               |    | 1.7.1 交易账号安全 .....             | 38 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 1.7.2 防骗知识 .....           | 39 |
| 1.7.3 网上银行交易防骗<br>技巧 ..... | 42 |

## 第2章 网店经营中的定价与进货技巧

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 2.1 网上商品的定价 .....                  | 44 |
| 2.1.1 商品定价必须考虑的<br>要素 .....        | 44 |
| 2.1.2 网上商品定价方法 .....               | 45 |
| 2.1.3 网上商品定价的<br>诀窍 .....          | 47 |
| 2.1.4 商品涨价有哪些<br>技巧 .....          | 49 |
| 2.1.5 商品降价有哪些<br>技巧 .....          | 50 |
| 2.2 网店的进货渠道 .....                  | 51 |
| 2.2.1 依靠大型批发市场 .....               | 51 |
| 2.2.2 厂家货源 .....                   | 52 |
| 2.2.3 外贸尾单货 .....                  | 53 |
| 2.2.4 拿到国外打折商品 .....               | 54 |
| 2.2.5 寻找品牌积压库存 .....               | 54 |
| 2.2.6 寻找换季、节后、拆迁与<br>转让的清仓商品 ..... | 55 |
| 2.2.7 网络代销 .....                   | 58 |
| 2.2.8 搜寻民族特色商品 .....               | 59 |
| 2.2.9 二手闲置与跳蚤<br>市场 .....          | 59 |
| 2.2.10 B2B 电子商务批发<br>网站 .....      | 60 |

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 2.3 进货时怎样保证利润最大化...                      | 62 |
| 2.3.1 在批发市场进到<br>更便宜的货 .....             | 62 |
| 2.3.2 批发市场的潜规则 .....                     | 62 |
| 2.3.3 与批发商建立良好关系,<br>保证足够的利润<br>空间 ..... | 63 |
| 2.3.4 如何让你的宝贝卖<br>高价 .....               | 63 |

## 第3章 网店经营中的常见促销策略

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 3.1 促销的作用 .....              | 65 |
| 3.1.1 促销有什么好处 .....          | 65 |
| 3.1.2 什么时候最适合做<br>促销 .....   | 66 |
| 3.1.3 什么商品适合做<br>促销 .....    | 68 |
| 3.1.4 店铺促销中常见的<br>误区 .....   | 70 |
| 3.2 限时限量促销商品 .....           | 72 |
| 3.3 网上赠品促销 .....             | 73 |
| 3.4 集分宝积分促销 .....            | 75 |
| 3.5 打折促销 .....               | 76 |
| 3.6 活用淘宝包邮促销策略 .....         | 78 |
| 3.7 在销售旺季大卖特卖的<br>促销方法 ..... | 79 |
| 3.8 让销售淡季不淡 .....            | 81 |
| 3.9 节假日促销策略 .....            | 82 |
| 3.10 实施促销活动实战 .....          | 84 |

## 第4章 培训资深客服人员提升询单转化率

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 4.1 客户服务的意义 .....                    | 88 |
| 4.2 客服需要具备的知识 .....                  | 89 |
| 4.2.1 电脑网络知识 .....                   | 89 |
| 4.2.2 商品专业知识 .....                   | 89 |
| 4.2.3 淘宝交易规则 .....                   | 89 |
| 4.2.4 付款知识 .....                     | 90 |
| 4.2.5 物流知识 .....                     | 90 |
| 4.3 树立端正的态度 .....                    | 90 |
| 4.3.1 微笑是对买家最好的<br>欢迎 .....          | 90 |
| 4.3.2 保持积极态度, 树立顾客<br>永远是对的观念 .....  | 91 |
| 4.3.3 礼貌待客, 多说<br>“谢谢” .....         | 91 |
| 4.3.4 坚守诚信 .....                     | 91 |
| 4.3.5 凡事留有余地 .....                   | 91 |
| 4.3.6 处处为顾客着想,<br>用诚心打动顾客 .....      | 92 |
| 4.3.7 多虚心请教、多听听<br>买家声音 .....        | 92 |
| 4.3.8 要有足够的耐心与热情 .....               | 92 |
| 4.3.9 做个专业卖家, 坦诚介绍<br>商品的优点与缺点 ..... | 92 |
| 4.4 与买家沟通的基本技巧 .....                 | 93 |
| 4.4.1 使用礼貌有活力的<br>沟通语言 .....         | 93 |
| 4.4.2 遇到问题多检讨自己少责<br>怪对方 .....       | 93 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 4.4.3 表达不同意见时尊重<br>对方立场 ..... | 94 |
| 4.4.4 认真倾听, 再做<br>判断和推荐 ..... | 94 |
| 4.4.5 保持相同的谈话<br>方式 .....     | 94 |
| 4.4.6 经常对买家表示<br>感谢 .....     | 94 |
| 4.4.7 坚持自己的原则 .....           | 94 |
| 4.5 淘宝客服如何提高<br>沟通技巧 .....    | 95 |
| 4.6 淘宝客服的注意事项 .....           | 98 |

## 第5章 招聘客服人员

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 5.1 招聘客服人员的策略 .....           | 100 |
| 5.1.1 客服人员对店铺<br>发展的影响 .....  | 100 |
| 5.1.2 怎样做好客服人员的<br>招聘工作 ..... | 100 |
| 5.2 网店客服的基本工作流程 .....         | 101 |
| 5.3 招聘客服人员的渠道 .....           | 103 |
| 5.3.1 现场招聘 .....              | 103 |
| 5.3.2 网络招聘 .....              | 104 |
| 5.3.3 校园招聘 .....              | 105 |
| 5.3.4 传统媒体广告 .....            | 105 |
| 5.3.5 人才介绍机构 .....            | 106 |
| 5.3.6 行业专业网站及<br>论坛 .....     | 106 |
| 5.3.7 员工推荐 .....              | 107 |
| 5.4 如何选择合适的客服 .....           | 107 |

## 5.5 招聘技巧 ..... 107

5.5.1 知人善用, 选对员工... 108

5.5.2 弃人之短, 用人之长... 109

## 第6章 学会倾听并 解答问题

## 6.1 倾听的目的 ..... 111

6.1.1 准确了解买家的需求... 111

6.1.2 与买家之间建立  
信任 ..... 111

6.1.3 避免向买家  
重复发问 ..... 112

## 6.2 倾听的技巧 ..... 112

6.2.1 站在买家的立场  
倾听 ..... 112

6.2.2 正确地回应买家  
谈话 ..... 113

6.2.3 摘要复述买家的  
话意 ..... 113

6.2.4 倾听买家的话外  
之音 ..... 114

6.2.5 重要的地方做好  
笔录 ..... 114

## 6.3 处理买家咨询的程序 ..... 115

6.3.1 记录问题 ..... 115

6.3.2 分析问题 ..... 116

6.3.3 立即回答 ..... 116

6.3.4 等待解答 ..... 117

6.3.5 配合处理 ..... 117

6.3.6 买家满意 ..... 117

6.3.7 整理记录 ..... 118

## 6.4 回答买家问题的方法 ..... 118

6.4.1 巧妙地否定 ..... 118

6.4.2 巧妙地肯定 ..... 119

6.4.3 附和式应答 ..... 120

6.4.4 报告式回答 ..... 120

6.4.5 感性式回答 ..... 120

## 第7章 客服首先要把握 顾客心理

## 7.1 分析买家的购买心理 ..... 121

7.1.1 理智动机 ..... 121

7.1.2 感情动机 ..... 122

7.2 用真诚敲开买家紧锁的  
心门 ..... 123

7.3 让买家的借口说不出口 ..... 124

7.4 恰当地运用赞美来  
讨好买家 ..... 126

7.5 “机不可失”能对买家产生  
巨大诱惑 ..... 128

7.6 引导顾客购买商品的绝招 ... 130

7.7 激发买家害怕买不到的  
紧迫心理 ..... 130

7.8 摸透买家心理, 把询问的顾客变  
成购买的顾客 ..... 132

## 第8章 客服售前打消买 家的疑虑

## 8.1 与买家沟通的原则 ..... 134

A vertical decorative border featuring a stylized, winding vine with small, light-colored flowers and leaves, set against a light background. The vine is dark and elegant, with several small, five-petaled flowers and buds interspersed along its length. The leaves are simple, oval-shaped, and light-colored. The overall design is delicate and artistic, typical of traditional book ornamentation.

|                     |     |                                |     |
|---------------------|-----|--------------------------------|-----|
| 9.3.4 从众型买家 .....   | 156 | 10.2.7 避免与买家争执 .....           | 175 |
| 9.3.5 贪婪型买家 .....   | 158 | 10.3 淘宝交易纠纷产生的原因 .....         | 176 |
| 9.3.6 稳重谨慎型买家 ..... | 158 | 10.4 处理好中差评 .....              | 177 |
| 9.3.7 VIP 型买家 ..... | 159 | 10.4.1 有效预防中差评 .....           | 177 |
| 9.3.8 冲动型买家 .....   | 159 | 10.4.2 正确处理买家的<br>差评 .....     | 178 |
| 9.3.9 挑剔型买家 .....   | 160 | 10.4.3 引导买家把中差评改为<br>好评 .....  | 179 |
| 9.4 说服买家下单的方法 ..... | 160 | 10.4.4 对于无法解决的中<br>差评的处理 ..... | 180 |
| 9.4.1 优惠法 .....     | 160 | 10.5 怎样处理买家要求退货 .....          | 180 |
| 9.4.2 保证法 .....     | 161 | 10.6 警惕职业差评师 .....             | 181 |
| 9.4.3 从众法 .....     | 162 | 10.6.1 如何辨别职业差<br>评师 .....     | 181 |
| 9.4.4 最后机会法 .....   | 163 | 10.6.2 如何应对职业差<br>评师 .....     | 181 |
| 9.4.5 赞美肯定法 .....   | 164 |                                |     |
| 9.4.6 步步为营法 .....   | 165 |                                |     |
| 9.4.7 不断追问法 .....   | 166 |                                |     |
| 9.4.8 用途示范法 .....   | 167 |                                |     |

## 第 10 章 处理买家的投诉 与交易纠纷

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 10.1 尊重买家投诉 .....   | 169 |
| 10.1.1 调整情绪 .....   | 169 |
| 10.1.2 表示歉意 .....   | 170 |
| 10.1.3 表示理解 .....   | 170 |
| 10.1.4 表示感谢 .....   | 171 |
| 10.2 处理投诉的技巧 .....  | 171 |
| 10.2.1 敢于承认错误 ..... | 171 |
| 10.2.2 巧妙做出承诺 ..... | 172 |
| 10.2.3 提出解决方案 ..... | 173 |
| 10.2.4 给予买家鼓励 ..... | 173 |
| 10.2.5 征询买家意见 ..... | 174 |
| 10.2.6 寻求上级帮助 ..... | 175 |

## 第 11 章 绩效管理 与员工管理

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 11.1 制定客服管理制度 .....         | 183 |
| 11.1.1 客户投诉管理流程 .....       | 183 |
| 11.1.2 客服管理制度 .....         | 184 |
| 11.2 绩效考核 .....             | 185 |
| 11.2.1 绩效考核的原则 .....        | 185 |
| 11.2.2 绩效考核的注意<br>事项 .....  | 186 |
| 11.2.3 如何考核淘宝网<br>店客服 ..... | 186 |
| 11.2.4 客服工作考核表 .....        | 187 |
| 11.3 员工的管理 .....            | 188 |

|                                 |     |                                       |     |
|---------------------------------|-----|---------------------------------------|-----|
| 11.3.1 让你的客服提升客户<br>体验 .....    | 188 | 12.2.2 淘宝开发平台中的客户<br>关系管理软件 .....     | 204 |
| 11.3.2 调动员工积极性的<br>有效手段 .....   | 190 | 12.2.3 淘宝店铺动态 .....                   | 204 |
| 11.3.3 怎样避免客服人员<br>跳槽 .....     | 192 | 12.2.4 淘宝帮派 .....                     | 206 |
| 11.3.4 怎样缓解客服人员<br>压力 .....     | 192 | 12.2.5 阿里旺旺群 .....                    | 210 |
| 11.3.5 提高转化率, 网店的<br>成功秘诀 ..... | 194 | 12.3 客户关系管理实操 .....                   | 212 |
| 11.3.6 怎样打造优秀的网络销售<br>团队 .....  | 196 | 12.3.1 数据收集 .....                     | 212 |
| 11.4 “双十一”期间如何管理好<br>客服 .....   | 197 | 12.3.2 等级设置 .....                     | 213 |
| 11.4.1 售前预备方案 .....             | 198 | 12.3.3 客户分组 .....                     | 213 |
| 11.4.2 催付急中有序 .....             | 198 | 12.3.4 客户关怀与营销 .....                  | 214 |
| 11.4.3 售后关怀跟上 .....             | 199 |                                       |     |
| <b>第 12 章 客户关系管理</b>            |     | <b>第 13 章 管理好客户, 让<br/>你在网上获得永续财富</b> |     |
| 12.1 客户关系管理基础 .....             | 200 | 13.1 如何让新买家成为老顾客 ..                   | 215 |
| 12.1.1 什么是客户关系管理 ..             | 200 | 13.1.1 善意地多为买家<br>着想 .....            | 215 |
| 12.1.2 如何做好客户关系<br>管理 .....     | 201 | 13.1.2 介绍适合的商品给新<br>买家 .....          | 217 |
| 12.1.3 老客户具有哪些<br>优势 .....      | 202 | 13.1.3 建立买家对卖家的<br>信任度 .....          | 217 |
| 12.1.4 影响客户回头率的<br>因素 .....     | 202 | 13.2 服务好老顾客, 留住<br>回头客 .....          | 219 |
| 12.2 客户关系管理工具 .....             | 203 | 13.2.1 建立会员制度 .....                   | 219 |
| 12.2.1 淘宝网店后台会员关系<br>管理 .....   | 203 | 13.2.2 定期举办优惠活动 ..                    | 220 |
|                                 |     | 13.2.3 重视老顾客, 留住<br>回头客 .....         | 221 |
|                                 |     | 13.2.4 针对老顾客的二次<br>营销策略 .....         | 222 |
|                                 |     | 13.3 维护好客户关系 .....                    | 223 |
|                                 |     | 13.3.1 为买家做好分类 .....                  | 223 |

- 13.3.2 有效地管理顾客资料 ..... 223
- 13.4 让客户收到货后及时确认并进行评价的绝招 ..... 225
- 13.5 把网店回头率做到 100% 的秘诀 ..... 225
- 13.6 制造口口相传的品牌效应 ... 226

## 第 14 章 网店的财务管理

- 14.1 网店利润的控制 ..... 229
  - 14.1.1 网上开店的成本与利润分析 ..... 229
  - 14.1.2 进货管理与控制成本 ..... 230
  - 14.1.3 降低快递费用的妙招 ..... 231
  - 14.1.4 利用发平邮节省邮费的技巧 ..... 232
  - 14.1.5 正确进行记账 ..... 233
- 14.2 如何提高网店利润额 ..... 235
  - 14.2.1 投资预算分析 ..... 235
  - 14.2.2 提高店铺的营业额 ... 235
  - 14.2.3 实现目标利润 ..... 236

- 14.2.4 加强现金管理 ..... 237
- 14.2.5 巧用余额宝, 不知不觉钱生钱 ..... 238

## 第 15 章 超级大卖家管理运营经验

- 15.1 利用淘宝指数指导店铺运营 ..... 240
- 15.2 爆款究竟是如何练成的 ..... 247
  - 15.2.1 打造爆款的意义 ..... 247
  - 15.2.2 打造爆款前的策划准备工作 ..... 248
  - 15.2.3 轻松打造爆款实战 ... 250
- 15.3 淘宝量子恒道 - 店铺经营数据分析 ..... 253
  - 15.3.1 什么是量子恒道 - 店铺经 ..... 254
  - 15.3.2 流量分析了解店铺的流量状况 ..... 254
  - 15.3.3 销售分析诊断店铺经营 ..... 256
  - 15.3.4 推广效果 ..... 261
- 15.4 提升转化率的秘诀 ..... 262

## 第1章 网店日常运营管理

很多人觉得现在网店已经很难开了，一方面是因为开的人太多，竞争激烈了；另一方面是买家网络购物经验越来越丰富了，要求也越来越多。所以，如果现在开网店，你的起步晚了，这就需要你付出更多，做好网店日常运营管理，并使得你的网店有自己的特色。本章重点介绍如何在日常运营中对自己的网店进行管理。

### 1.1 宝贝标题优化

为了尽可能多地增加被搜索中的概率，需要一个好的宝贝标题，这个标题不仅能吸引人，也能让买家一目了然地知道商品的特性，还能利于关键字搜索。

#### 1.1.1 宝贝标题的结构和规则

宝贝标题的原则是尽量符合用户的各种搜索习惯，把用户可能会搜索的各种词综合起来最好。

一个完整的宝贝标题应该包括3个部分：

第一部分是“商品名称”，这部分要让客户一眼就能够明白这是什么东西。

第二部分是由一些“感官词”组成，感官词在很大程度上可以增加买家打开你的宝贝链接的兴趣。

第三部分是由“优化词”组成的，你可以使用与产品相关的优化词来增加宝贝被搜索到的概率。

这里举一个宝贝标题的例子来说明，比如：“热销万件 2013 冬季新款男士短款鸭绒外套 正品羽绒服”，这个词会让客户产生对产品的信赖感。“鸭绒外套”、“男士短款”、“羽绒服”这3个词是优化词，它能够让你的潜在客户更容易找到宝贝。

在宝贝标题中，感官词和优化词是增加搜索量和点击量的重要组成部分，但也不是必须出现的，唯独商品名称是雷打不动的，必须要描述出你的产品名称。

当然，宝贝标题也不是随便什么文字都可以填的，必须严格遵守淘宝的规则，不然很

容易遭到处罚。比如,宝贝标题需要和商品本身一致,不能干扰搜索。宝贝标题中出现的所有文字描述都要客观真实,不得在宝贝标题中使用虚假的宣传信息。



一般宝贝标题主要有下面几种组合方式:

- 品牌、型号+商品名称
- 促销、特性、形容词+商品名称
- 地域特点+品牌+商品名称
- 店铺名称+品牌、型号+商品名称
- 品牌、型号+促销、特性、形容词+商品名称
- 店铺名称+地域特点+商品名称
- 品牌+促销、特性、形容词+商品名称
- 信用级别、好评率+店铺名称+促销、特性、形容词+商品名称

这些组合不管如何变化,商品名称这一项一定是其中的一个组成部分。因为买家在搜索时首先会使用到的就是商品名称关键字,在这个基础上再增加其他的关键字,可以使商品在搜索时得到更多的入选机会。至于选择什么来组合最好,要靠我们去分析市场、商品竞争激烈程度和目标消费群体的搜索习惯来最终确定,以找到最合适的组合方式。

### 1.1.2 在标题中突出卖点的技巧

在网店经营中,如何能够吸引买家点击商品是一个比较重要的问题,这和宝贝标题的编写密切相关,如果你的标题比较吸引人,那么被点击的次数就越多,由于点击次数比较多,那么买家浏览的页面也就比较多,必然就会使买家的购买量增加的几率变大。

宝贝标题编写时最重要的就是要把商品最核心的卖点用精练的语言表达出来。你可以列出四五个卖点,然后选择最重要的三个卖点融入宝贝标题中。下面是在宝贝标题中突出卖点的一些技巧。

#### 1. 标题应清晰准确

宝贝标题不能让人产生误解,应该准确而且清晰,让买家能够一扫而过的时间内轻松读懂。

#### 2. 标题的充分利用

淘宝规定宝贝的标题最长不能超过60个字节,也就是30个汉字,在组合理想的情况下,包含越多的关键字,被搜索到的概率就越大。

#### 3. 价格信号

价格是每个买家关注的内容之一,也是最能直接刺激买家,形成购买行为的因素。所以,如果店里的宝贝具备一定的价格优势,或是正在进行优惠促销活动,如“特价”、“清

仓特卖”、“仅售××元”、“包邮”、“买一赠一”等，完全可以用简短有力的词在标题中注明。如图1-1所示标题中包含了“特价包邮”价格信号。



图 1-1 标题中包含了“特价包邮”价格信号

#### 4. 进货渠道

如果店铺的商品是厂家直供或从国外直接购进的，可在标题中加以注明，以突出商品的独特性。

#### 5. 售后服务

因在网上不能面对面交易，不能看到实物，许多买家对于某些宝贝不愿意选择网上购物，因此，如果能提供有特色的售后服务，例如，“无条件换货”、“全国联保”等，这些都可以标题中明确地注明。

#### 6. 店铺高信誉度记录

如果店铺的信誉度较高，如皇冠、金冠级等，可以在宝贝标题中注明网店的信誉度，这些都会增强买家与卖家的交易信心。

#### 7. 卖品超高的成交记录

如果店中某件商品销量在一段时间内较高，可以在标题中注明“月销上千”、“明星推荐”等文字，善用这些能够调动人情绪的词语，对店铺的生意是很有帮助的。这样会令买家在有购买意向时，极大降低对此商品的后顾之忧。

#### 8. 适当分割以利于阅读

如果30个字的标题一点都不分割，会使整个标题看上去一塌糊涂，比如“全场包邮2013秋冬新款冬裙羊绒毛呢加厚短裙半身裙包臀裙子”，这么多字没有一个标点符号，完全不分割，虽然有利于增加被搜索到的概率，但是会让买家看得很辛苦甚至厌烦，所以，