



淘宝大学

淘宝论坛  
bbs.taobao.com



BroadWell



网商的成功绝非偶然……

# 淘宝牛人的秘密

## 第2辑 小而美生存攻略

meyes 阿加加菲 树袋熊和桉树 zgyl\_2001 著



电子工业出版社  
Publishing House of Electronic Industry  
http://www.phei.com.cn

# 淘宝生人的秘密

## 第2辑 小而美生存攻略

meyes 阿加加菲 树袋熊和桉树 zgyl\_2001

著

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

## 内 容 简 介

如果说淘宝的变化是一场前所未有的“危机”；那么作为网店经营者，首先就得认清形势，而后适应变化，才能长远地立足于电子商务。

本书精选淘宝经验畅谈居近两年具有代表性的60个卖家的访谈实录，与《淘宝牛人的秘密》相比较，抛开了简单的创业故事分享的白描手法，更着眼于用重笔墨阐述在淘宝的大变化中如何去打造“小而美”的优质淘宝网店，是更全面的升级之作。

本书适用于所有想要在淘宝创业的初学者，也适用于正从事网店却不得其法的迷茫者。

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

淘宝牛人的秘密. 第2辑, 小而美生存攻略 / 刘秀伟等著. —北京: 电子工业出版社, 2014.6

ISBN 978-7-121-22791-2

I. ①淘… II. ①刘… 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 062641 号

策划编辑：林瑞和

责任编辑：徐津平

特约编辑：赵树刚

印 刷：北京中新伟业印刷有限公司

装 订：河北省三河市路通装订厂

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：787×980 1/16 印张：22.25 字数：569.6 千字

印 次：2014 年 6 月第 1 次印刷

定 价：59.00 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。

质量投诉请发邮件至 [zlbs@phei.com.cn](mailto:zlbs@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：(010) 88258888。

# 前 言

---

---

“变化永远充满多变性，必须不断对灾难降临的可能性进行预测，即使没有灾难时也要做好准备。东西方哲学的核心思想就是拥抱变化、创造变化。形势好的时候要为形势不好做准备，形势不好的时候，我会调整心态，对自己说：‘机会来了。’我们面对的是明天，要利用危机改变自己，改变社会。不能为度过危机感到骄傲，更不能为度过目前的灾难而欣喜。如果我们没有从中学到什么，从而改变自己，继而创造未来，那么充其量只是度过了眼下的财务危机，心理上的‘危机’并没有解决。”马云这个商业界怪才，高瞻远瞩，3年前就断言电子商务必须适应变化。2013年的淘宝，变化可谓翻天覆地：“双十一”活动，350.19亿元销售收入，刷新全球网购单日销售记录……淘宝如今妇孺皆知。

如今，在淘宝千变万化的大局势之下，网店生存立足点不断提高。“蜻蜓点水”般的经营理念，根本不能适应这“万变”之淘宝。《淘宝牛人的秘密第2辑》由此诞生，本书指引现今的网店经营者如何适应变化，怎样立足新时代的淘宝。如果说《淘宝牛人的秘密》是开网店前的必修读本，那么《淘宝牛人的秘密第2辑》则犹如在此基础上，阐述更高深度的实用经验之干货分享。

本书是继《淘宝牛人的秘密》之后，第二部卖家经验访谈录。作者收集《淘宝牛人的秘密》诸多读者的反馈意见，从更深更广的角度，采访淘宝诸多金冠及皇冠卖家，传授淘宝经营之“秘密”。全书详细描述淘宝一代“牛人”网店经营的酸甜苦辣，是一本关于网店经营的上乘佳作。

本书精选淘宝经验畅谈居近两年具有代表性的60个卖家的访谈实录，与《淘

宝牛人的秘密》相比较，抛开了简单的创业故事分享的白描手法，更着眼于用重笔墨阐述在淘宝的大变化中如何去打造“小而美”的优质淘宝网店，是更全面的升级之作。

参与本书编写的人员有：孟晓宇（网名：阿加加菲）、周胡平（网名：zgyl-2001）、刘秀伟（网名：meyes）、韩军燕（网名：树袋熊和桉树）。

本书的编写团队来自于淘宝，从事淘宝经营，因此能更透彻深入地解读淘宝理念，掌握最新的淘宝动态。历时整整一年的编写工作，精心打造这一本实用的经营网店之干货分享。

# 目 录

## 第1卷 独

- 1.1 昊天饰品：授人与鱼不如授人与渔，5皇冠店干货分享..... 2
- 1.2 陆昱：4皇冠店月销100万元，推广零支出..... 8
- 1.3 赵赵的家：细化直通车，不花钱宝贝上淘宝首页..... 12
- 1.4 毅江南：亦商亦儒，天猫淘宝创双赢..... 18
- 1.5 禾雪旗舰店：三伏天热销千件羽绒服，反季大促有绝招..... 28
- 1.6 斜阳巷里：海归店主亲解小众优势，独树一帜方可决胜..... 38
- 1.7 林艳清：一年半俩皇冠，她是淘宝舞者..... 43
- 1.8 ttmix：以视觉营销为帆，以推广作桨，淘宝航海一路领航..... 50
- 1.9 小墨：20岁小伙优化直通车，专业是关键..... 59
- 1.10 洁必康：单品冲皇冠，行业领头羊塑传奇..... 67

## 第2卷 立

- 2.1 立业淘宝..... 77
  - 2.1.1 原村味：学子弃高薪回乡，原汁原味成就完美皇冠..... 77
  - 2.1.2 威廉的告白：瑜伽教练勤修内功，稳扎稳打达三皇冠..... 84
  - 2.1.3 梓茵堂：身负巨债淘宝重生，一年四钻坚强如她..... 91
  - 2.1.4 叶扬明：二战淘宝，两年浅尝电子商务甘甜..... 99
  - 2.1.5 刘奇：高富帅弃10万元年薪，淘宝卖大米..... 106
  - 2.1.6 优衣上品：美女主持勇闯淘宝皇冠路，主副两业齐辉煌..... 111
  - 2.1.7 乐悠家居：为梦想打拼，8个月成就皇冠..... 115

2.1.8	女总监：辞职闯淘宝，准妈变身4钻掌柜	121
2.1.9	张平波：逆境150天销售16万元	126
2.1.10	李勇喜：韩国老外开店的酸甜苦辣咸	130
2.2	不破不立	135
2.2.1	北京红太狼：三皇冠选款秘籍“他山之石可攻玉”	135
2.2.2	格格屋：初中文化而立男疯狂冲冠，频频爆款背后的秘密	139
2.2.3	华元田田：日成交2000千单，淘宝卖狗窝铸金皇冠	142
2.2.4	皂美舍：5皇冠海归借微博营销卖光店铺所有产品	151
2.2.5	魅力坊旗舰店：懂得取舍3个月达4钻，打造爆款有绝招	157
2.2.6	薇思花园：压力变动力，小投入如何做成皇冠店	162
2.2.7	羊小美：老太参透孙子兵法之势，淘宝路红红火火	168
2.2.8	欧阳：90后女子15天悟透流量飙升秘诀	174

### 第3卷 特

3.1	特殊群体	183
3.1.1	黄丽君：失聪女孩淘宝梦，无声世界话传奇	183
3.1.2	汪云：一纸诊断失爱人，还原真实，誓不改中差评	190
3.1.3	冰雪：高位截瘫却拥皇冠店，轮椅上的传奇	194
3.1.4	清幽崖：两年学习生涯90后残疾人，淘宝两月入正轨	198
3.1.5	骆润法：以弱胜强，无腿哥完美蜕变	204
3.1.6	鹿址：钟情淘宝月2000元，折翼天使有奇招	210
3.1.7	刘涛：小学文化玩转淘宝有技巧，年纯利百万梦成真	215
3.1.8	监狱哥：10年铁窗忆往昔，今朝淘宝奋起斗志昂扬	220
3.2	特殊行业	224
3.2.1	青青：绝密分销路，看我另类“瑜伽”营销法	224
3.2.2	万堂讲师：月销6000条女裤，创30万元业绩	228
3.2.3	飞速小羊：西北小伙销枸杞2000斤，回乡帮就他最牛	233
3.2.4	陆建翀：把发型屋搬上网，淘宝还能烫头发？	237
3.2.5	紫冰花逝：专业导购师，网店职业推广武器	241
3.2.6	泉凤荣：夜店地摊走出淘女郎，淘宝相伴梦成真	246
3.2.7	小昭：淘女郎玩出明星店，辣妈辣事业	250

## 第4卷 行

4.1 我行我素.....	257
4.1.1 鲨鱼小姐：80后小女子善用微博营销升5钻.....	257
4.1.2 名古绣艺：“小而美”用精致与特色说话.....	262
4.1.3 秋水一色：想要在竞争中突破，唯有坚持个性化.....	269
4.1.4 纳兰格：1年两皇冠，全靠爆款“魔法棒”.....	273
4.1.5 译予：从零到月销14万元，富二代淘宝风雨路.....	280
4.1.6 郑长青：用人品博信任，用诚信赢顾客.....	285
4.1.7 迷糊的宝贝：免费也能造爆款？月销百件.....	289
4.1.8 公主的选择：大手笔美国外景实拍，如何平衡收入与支出.....	294
4.2 行走江湖.....	299
4.2.1 小Q女鞋：1年半3皇冠年销300万元，小夫妻赤手空拳写神话.....	299
4.2.2 魅幻名妆：小丫头从单枪匹马到坐拥3个皇冠加3个分店.....	305
4.2.3 妮妮一百：坐客央视《小崔会客》，何惧尿毒症淘宝追梦.....	313
4.2.4 乐淘电子：成就淘宝两个皇冠，着重学问.....	317
4.2.5 傅建龙：半年熬成皇冠，实习大学生月销20万元.....	323
4.2.6 菲儿：80后女研究生，3个步骤玩转小而美3钻店.....	327
4.2.7 Miss叶：“重体验，强引流，造爆款”三剑合璧踏实淘宝路.....	332
4.2.8 陈让坤：引免费流量，新店每天轻松50单.....	337
4.2.9 魅力内依：看媒体人如何玩转淘宝，创自主品牌.....	342



享代幾干古玩皇已，些以人對破不魚以人對，品備天吳

# 第1卷 独

引领电子商务飞速发展的佼佼者们，是什么让他们的网站茁  
壮成长？独树一帜的皇冠店铺背后到底有什么秘密？



## 1.1 昊天饰品：授人以鱼不如授人以渔，5皇冠店干货分享

本篇导读：电子商务时代的到来，让不少实体店商家找到了避风港。他们投身电子商务，放弃实体生涯，或从中感受欢乐，或饱尝忧愁艰辛。每一个商家的背后蕴藏着成功的故事，也包含了失败的经验……

嘉宾 ID：昊天饰品

店铺名称：昊天饰品

店铺主营：饰品

店铺信誉：★★★★★

店铺链接：<http://ht720.taobao.com>

记者：malei685369

嘉宾简介：她，昊天饰品的当家人，因为自信，用5年时间让淘宝店铺走到了今天的5皇冠，她的成功并不简单！（见图 1-1）



图 1-1

### 创业自述:

昊天饰品在饰品行业摸爬滚打了很多年的我自信地以为,一定会在淘宝的世界里淘到自己的宝,开创属于自己的淘宝饰品时代。我尝试过开实体店,觉得实体店跟网店各有各的难处。但是不管是实体店,还是淘宝店,如果想经营得很好的话,那就要一步一个脚印,需要不断积累经验。

### 访谈实录:

**malei685369:** 那您觉得实体店与网店的最大区别是在哪儿呢?

**昊天饰品:** 我认为主要有两个:①淘宝上的产品,不像店里面的样品,顾客一进来就可以试戴。在实体店看到实物再买回去的话,顾客心里不会有落差。因此为了避免淘宝顾客心里产生落差,我们的产品都是自己实拍的。虽然没有高超的拍照技术,也没有非常先进的拍照设备,我们坚持实拍,要给顾客一定的真实感。②提供附加的服务。实体店的话,都是大量订货的,很少涉及赠品之类的活动。但是,开淘宝店铺,为了让顾客记住我们,我们必须要在附加的服务上面多花一些心思,比如说,提供售后服务卡、包装服务、礼品,发送祝福短信等。

**malei685369:** 看到您店的生意比较火爆。有没有想过注册一个自己的商城店呢?

**昊天饰品:** 嗯,是的,这个计划已经在实施了。过一阵子,昊天饰品商城就能跟大家见面了。

**malei685369:** 我们也期待着您的旗舰店的开张。看您的产品定位是女性,并且是饰品行业,我们知道利润是不大的,我想知道您为什么不选择一些利润大的行业做呢?因为您已经是5皇冠了,可以说是在市场已经占有很大的份额了。

**昊天饰品:** 首先,饰品这一个行业,我已经做了很多年了,坚持这一行,能够给顾客比较专业的服务。其次,市场多变,一定要抓住自己的核心竞争力。因为有自己的信念,不跟风、不动摇,认定了,就能做到底。

**malei685369:** 干一行,爱一行才是最重要的,我们不能始乱终弃。就您的5皇冠来说,您对店铺服务一定有自己的见解,跟我们介绍一下吧。

**昊天饰品:** ①保证产品品质。产品入库前会经过两道工序的检查,然后包装,最后才销售。②有些饰品会因为中途快递的原因,也可能会坏掉,我们有专门的售后部门会为顾客解决这些问题。我们相信,顾客反映的问题,都是证明我们自己有做得不好的地方。我们也会不断完善自己,这样的话,才会不断成长。我们力求做到:1%的错误,100%的承担。为了跟顾客更贴心,我们制作了售后服务卡,还有小礼物赠送。

**malei685369:** 嗯,谈到售后问题,我想知道对于现在淘宝惊现的“职业差评师”或者

“职业退款师”，请问您有没有遇到过呢？您遇到之后是怎么处理的呢？

**昊天饰品：**遇到您说的情况时，处理方式：首先是打电话，咨询一下顾客，是对我们的产品还是对我们的服务不满意。这个时候给顾客打电话，顾客应该是很恼火的，我们要耐心倾听顾客的心声，尊重顾客提出的建议，而不是辩解。这个时候顾客就会觉得我们的态度很好，心情就会平静很多。然后，跟他诉说一下我们的苦衷，很多顾客就会理解我们的不易，会很愿意帮你修改评价。这种顾客，跟他深入沟通过后，他就会是我们忠实的粉丝。当然，还有一些顾客，这些办法都行不通的，就要进入下一个流程：我们会送一份精美的礼物，然后附上我们手写的一封信。信的内容是，感谢他善意的建议，理解我们的不易。真的遇到职业的赤裸裸的敲诈，我们了解到买家的意图的话，我们会保存聊天记录，打淘宝客服电话，因为淘宝有专门的部门，来处理这个问题。我们比较注重服务，但是不会为了评价，而去助长这些人的气焰。

**malei685369：**确实，助长差评师的气焰，也许会招来接二连三的烦恼。您的五皇冠店铺参加过淘宝的活动么？比如聚划算、淘金币之类的。

**昊天饰品：**有的。一直以来都很感谢淘金币这个平台，我们曾经以店里面两种爆款产品报名参加。其中有一款7天的时间就销售了4000多条。

但是要注意以下几点：①报名的产品质量一定要有保证，而且店铺还要有补货能力。因为我们是工厂的，有一定的生产能力，如果没有补货能力的话，库存一定要足够。②关联销售。参加活动的这一款产品，肯定是亏本的。参加一次活动，要想转亏为盈的话，关联销售是一定要做好的。③公关术语一定要事先设计好。这个有两个好处，一是可以减轻客服的压力，第二是加强顾客的购物体验感。

**malei685369：**第一点毋庸置疑。第二点，关联销售的具体细节能跟我们分享一下么？还有第三个公关术语您是怎么设计的呢？也跟我们具体说一下吧？

**昊天饰品：**关联销售中一般可以把自己店铺有优势的、库存多的、顾客口碑好的产品汇集一起打折，比如在首页设置一些发饰打折抢购区、项链打折专区、冰点特价区等，这些打折区也要放在参加活动的产品描述页面里去，增加曝光率，转化率也是会提高的。我们有自己的帮派，还有掌柜说，都是可以给自己多做一些宣传。

公关术语一般我们会设置：“亲，您好，欢迎光临昊天饰品。本店正在进行淘金币活动哦。27款宝贝齐登场，项链5元起卖，手链2元起卖，发饰1元起卖。如果还有喜欢的可以一起拍下来哦，我们可以一起给亲包邮的。另购满6件不同商品，我们还有精美礼品相送。为我们包邮提供服务的是圆通、申通、天天、E邮宝，有特殊要求的，要跟客服沟通哦。”

这个是我们参加活动时的公关术语，是自动回复，其中也包含了关联销售。

**malei685369：**那开店5皇冠，开直通车也是不可避免的吧？您开直通车有什么技巧呢？

昊天饰品：我们有下面这4个计划，您可以看一下图1-2。

<input type="checkbox"/>	推广中	默认推广计划	标准推广
<input type="checkbox"/>	推广中	系统推荐宝贝推广计划	标准推广
<input type="checkbox"/>	推广中	热销宝贝推广计划	标准推广
<input type="checkbox"/>	推广中	黄金宝贝推广计划	标准推广

图 1-2

每一个产品有4个推广计划，系统推荐宝贝的推广计划，里面的关键词是直通车里面有的，直接添加上去，如果没有展现量，后期我们也是可以删除的；热销宝贝推广计划，里面的关键词都是近一个星期的热词；黄金宝贝推广计划，里面的关键词都是近一个星期的黄金词。里面的关键词定期更换。

第一个，系统推荐宝贝推广计划：在这个计划里面，每一个产品的关键词是直通车系统自动匹配的。既然系统可以帮忙推荐关键词，那么就用起来，资源不能浪费。每个产品采用前200个关键词，不过不是就这样结束了。用了一段时间，就会发现一些没有展现量的关键词，不能带来流量的关键词就删掉它，留下有点击量的关键词，然后在系统推荐关键词里面重新推荐。

第二个，黄金宝贝推广计划：在这个计划里面，每一个产品的关键词，用的是最新一周的黄金关键词。至于怎么用热词表，论坛上面有很多介绍，在这里我就不赘述了。我们家是卖饰品的，选择的是流行饰品这一个分类的。项链分类的，我们就会在热词表里面选项链关键词点击量最多的200个热词，先提交上去。过了一个星期，就会出现展现量的关键词。同样地，不能带来流量的关键词删掉它，然后重新用新的黄金词。其他的产品都是这样操作的。

第三个，热门宝贝推广计划，用的是同样的方法。

**malei685369**：这个推广计划里面的产品是怎么样去设置的呢？

**昊天饰品**：这个推广计划里面的产品，都是店铺里面的爆款或者是要打造的爆款，都是我们重点推荐的对象。这里面的关键词，由两个部分组成：

①从相关词查询里面添加而成。

比如这个产品：黑白花银珠闪亮民族风星愿长款多层项链毛衣链。可以输入很多不同的组合，比如：多层毛衣链，然后选择关键词广泛匹配（当买家搜索词包含了所设关键词或与

其相关时，推广宝贝就有机会展现)，然后在下面出现的关键词当中选相关度大于 80% 的关键词。这样组合的关键词可能不够。

②我们的店铺订购了数据魔方标准版，里面也有很多关键词的。（我该怎么卖——关键词热搜 TOP）可以下载前 100 个，添加一些适合自己的关键词。

这里面的关键词是相关度很高的，对产品也是描述最贴切的，展现量、点击量、花费都是最高的，我们店铺爆款都是这样打造的。

**malei685369:** 那除了参加一些传统的活动外，有没有自己搞过一些效果还不错的活动呢？

**昊天饰品:** 当然。店铺参加过淘宝官方的活动，自己店铺也会在帮派中举行一些活动，传统的活动是买家秀，比较特色的是暗号打折等。

优秀的买家秀照片，我们会采取一些，拿来当我们店铺的佩戴图，很多买家很开心自己的照片可以在我们的店铺展示，而且向自己的同事推荐我们的店铺，买家修改活动给我们店铺带来了许多铁杆粉丝。

暗号打折：我们的帮派里面有一个专门的帖子，我们帮派的工作人员，每天会更新一个暗号。暗号有时是励志的一些名言，有时是网络上面的流行语。刚开始，这样做的目的是给帮派添加人气。但是后来，我发现，有很多顾客很喜欢这种方式；因为顾客不仅可以享受优惠，而且感觉很有趣，像做游戏一样。在其他的店铺，是没有的，他们感觉很新鲜。说实在的，刚开始真的是没有想那么多，只是一个点子，做出来，结果却出乎我们的意料之外。

**malei685369:** 那您已经摆脱了中小卖家信心不足的问题，那您对中小卖家有什么建议呢？

**昊天饰品:** 我的建议：①坚持。无论情况怎么样，一定要坚持，多一些理解、少一些抱怨，就会有实现梦想的那一天。就像我们 3 钻的时候被盗了，依然走出阴霾，现在也渐入佳境。

②利用所有一切可以利用的资源，多做推广。勤劳的鸟有虫吃，掌柜说、直通车、帮派，都要利用起来。

③淘宝官方的活动，要多多参加。淘金币、天天特价、VIP 特价等活动，可以加大知名度、促销量，增加新顾客。

④售后这一块，不容忽视。要做好售后服务，保证产品的质量，特别是顾客反映的问题，我们要虚心接受、勇于改正，诚信经营。

**malei685369:** 您对现在的电子商务发展趋势怎么看？

**昊天饰品:** ①电子商务不等于网络购物，未来会覆盖网民生活消费的方方面面。②电子商务的形态具有多样性，不仅仅是淘宝一种模式。③搜索与电子商务的关系将变得越来越紧密。

正因为竞争力是很大的，所以我们要做到以下几个：①要把创新进行到底；②要专业，专注于一个行业；③要个性化，要有自己特别的一面；④要有增值服务。

**采访后记：**昊天饰品女掌柜用她的实践阐释了自己选择电子商务的正确性，而她无私  
的分享让初涉淘宝的创业者受益良多。电子商务的道路只有经历过、尝试过才有发言的权利！  
作为淘宝的中小卖家不要去一味地羡慕皇冠卖家，只要肯借鉴并且学习，您也会成为后起之秀。

## 1.2 陆昱：4 皇冠店月销 100 万元，推广零支出

本篇导读：奇迹每天在发生，淘宝成就了很多人的梦想，今天这位嘉宾就是其中之一，他的经验值得我们借鉴！

嘉宾 ID：豪实惠

店铺名称：豪实惠总店

店铺主营：食品

店铺信誉：

店铺链接：<http://t27527.taobao.com/>

记者：胜超1

嘉宾简介：陆昱，男，毕业于南航，淘宝 4 皇冠店主，店铺主要经营各种饮料和食品等。2010 年 7 月份开店，在学校创业期间，先后做过软件开发、电脑配件。毕业后，去了一家国企，在淘宝商城做女装，1 个月做到了 CEO。

### 创业自述：

由于不被国企重视，发展不下去，于是我选择辞职。2010 年 6 月 13 号注册账号并开始考察淘宝食品类目，7 月 13 号正式在淘宝销售休闲食品，3 个月到皇冠，半年到两皇冠，目前月销售额旺季在淘宝销售额每月过 80 万元，在团购及分销平均每月销售额在 60~100 万元，2011 年销售额总目标 2 500 万元。最初 3 个人的团队，扩展到 21 人，将来准备扩充到 50 人的团队，而且还拥有 1 000 平方米的办公室。选择做食品是因为：一、南京有一个全国最大的食品集散基地，食品类目销量大，信誉提升快，食品消费群面积广。二、在淘宝商城做过女装，懂得淘宝营销、视觉营销、美工、比较靠谱的渠道，还有我本专业是写代码的，所以对 SEO 方面比较了解。由于这些优势，于是我选择了做食品。

### 访谈实录：

**胜超 1：**您曾经有过那么丰富的经历，您的成长经历是怎么样的呢？



**豪食惠：**在校的时候在团委工作过，让我明白了怎么做好形象工程。所以，您看豪食惠店铺美化度在同行算是很高的。因为自己在女装做过，知道如何通过优化来提高买家的非理智性。刚开始做的时候没有明显的价格优势，所以只有靠视觉营销来提高转化率。

**胜超 1：**所谓万事开头难。刚开始做的时候投入很多！现在有了自己的团队，您的团队又是如何运营的呢？

**豪食惠：**刚开始做的时候就是一个人，5 000 元去食品基地进货，都是饮料。那个时候没有商家敢做饮料，因为物流损坏率的问题。其实很简单，包装好一点、提高一点价格，也许会吸引买家，结果卖得很不错。卖了一个夏天的饮料，随着其他食品的不断完善，团队从1个变到6个再到9个，主要就是客服跟仓库管理人员。

**胜超 1：**可以说您是独具慧眼，您又是用什么方式推广和宣传您的店铺的呢？

**豪食惠：**一开始做的时候就没有烧钱。你会问这是如何做到的呢？其实没什么特别的：口碑营销，靠同学朋友亲戚等作为基点，然后一传十、十传百，慢慢打开了渠道。做到9月份的时候，做了一个事件营销，在西祠上面发了一个负面信息，提高了认知，引起了很多人的关注。就是我们的物流损坏问题，那个时候在西祠上面关于淘宝的帖子很少，所以关注的人很多。吸引了很多人，这次事件不仅没有减少产品的销量，而且还扩大了店铺的影响，提高了销量。到了旺季，流量自然而然地就高了起来，这就是做食品类目的特殊性。

**胜超 1：**您能谈谈您用什么妙招来提升流量的？

**豪食惠：**每个类目有自己的特点，不能一概而论。有几点是通用的，我没有做直通车，没有做硬广，淘宝客方面也是最低的：5%；但就推广来说，最重要的还是服务。有人把服务叫做惊喜营销，我们的东西到对方手中，我们一般还送一些给试吃，包装很好，客户满意度高。还有就是视觉营销，两个一样的商品，视觉体验度高，价格再高也会有人买。网店能展示给买家的只有图片，而实物类商品都需要展示。当然，图片好并不是美工好，而是真实体验度要高。很多女装做的包装很好，但到了客户手里往往会让买家情绪低落。想要做长久的生意，关键是吸引老客户。做互联网的很多还离不开传统的口碑营销。作为一个新手做好这些，是很好的起步，做大了就不一样了。我们就做了半年，现在是食品淡季，但是我们用一个手段让淡季不淡。就是因为我们的做大了，很多渠道可以拿到很好的价格。现在我们主打的是团购，我们不愿意上聚划算，但是我们跟拉手、满座、美团、开心网、开心团、嘀嗒团、团宝、窝窝团、58团等都有合作。我没有花1分钱，都是他们找上门的。京东很早就给我发了邀请函，还有乐酷天。这些都是随着信誉和流量的提高打造出来的。

**胜超 1：**参加那么多活动，对于团购您一定有很多经验。给大家讲讲是怎样参加外网团购的，具体流程是怎样的呢？

**豪食惠：**好的。对于一些商家热卖的产品，团购网的团长会主动找到你，我们参加的