

淘宝网开店

SEO·推广·营销·爆款

实战200招

葛存山 著

技巧性强

招招是窍门，多层次、多方位地介绍了淘宝店铺的推广技巧和营销策略。

快速易查

技巧罗列方式有助于您快速准确地查阅并解决疑难问题。

实用至上

涵盖最新的推广方法，为经营者打开营销思路，令销售迅速实现增长。

精华总结

汇集了网店推广、宣传、营销以及打造爆款过程中的诸多细节问题。

店主必备
淘宝畅销书作者全新力作



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

淘宝网开店

SEO·推广·营销·爆款

实战200招

葛存山 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

淘宝网开店、SEO、推广、营销、爆款实战200招 /
葛存山著. — 北京: 人民邮电出版社, 2015. 5
ISBN 978-7-115-38993-0

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 (2015) 第080298号

-
- ◆ 著 葛存山
责任编辑 赵 轩
责任印制 张佳莹 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>
固安县铭成印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 720×960 1/16
印张: 22.5
字数: 345 千字 2015 年 5 月第 1 版
印数: 1—3 500 册 2015 年 5 月河北第 1 次印刷
-

定价: 49.00 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

截至 2014 年 12 月，我国网民规模达 6.49 亿人，互联网普及率为 47.9%，较 2013 年底提升 2.1%，手机网民规模达 5.57 亿人，较 2013 年底增加 5672 万人。淘宝网开店的店主数已超过 1000 万家，比较活跃的有 300 万家店。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，但由于网络营销知识的欠缺，在很大程度上阻挡了这种创业的梦想。据统计大部分的人月收入在 1000 ~ 3000 元，而 6000 元以上的只有 2%。中小卖家想做大，大卖家想做强，淘宝商家想迅速打开品牌知名度。大家都想在众多卖家中脱颖而出，如果仅仅是守株待兔，可能永远都没有热销的那一刻。对于很多新开店铺或者中小卖家来说，想迅速打开销路，推广营销是网上开店必须学习和掌握的入门课程。为了更好地帮助卖家在网上开店，提高产品的销售量，赚取更多的利润，我们编写了这本书。作者将这些重要问题的相关知识与技巧——展示出来，融实用性与理论性为一体，内容既讲究广度也注重深度，能够引导读者从中摸索出自己的经营技巧，从而在竞争激烈的网络环境中立于不败之地，赚取真金白银。

本书的特色

本书作者具有 10 多年的金冠级卖家经验，也是多年的电子商务营销专家，曾编写过《淘宝网开店、装修、管理、推广一册通》，该书在当当、亚马逊、京东等淘宝类图书中销量排名第一。本书主要有以下特色。

- 技巧性。本书招招是窍门，其中既有相关的成功店主的营销服务经验，更有简明的操作方法，多层次、多方位地阐释了淘宝店铺的推广技巧和营销策略。快速易查。以技巧罗列方式，向您介绍了店铺推广的各种技巧，有助于您快速准确地查阅并解决疑难问题，让您轻松赚钱。

- 快捷性。本书以贴近实际的最新的推广方法，为店铺打开营销思维，便于店铺迅速达成交易。
- 全面性。本书收录的都是作者在日常开店过程中经验积累的精华总结，涵盖了网店推广宣传、营销以及爆款打造过程中遇到的许多细节问题。
- 实用性。本书把目前世界上最流行的营销理念运用到淘宝这个平台。所有技术的应用效果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。
- 便利性。本书按照 2015 年最新改版的淘宝界面进行教学，全面介绍了淘宝营销工具和营销案例，让读者不会有过时或找不到界面的困扰。

目录

第 1 章 网店推广前的准备	1
第 001 招 什么是淘宝网店推广	2
第 002 招 网店推广的重要性	3
第 003 招 网上开店的热门行业有哪些	4
第 004 招 开店前要做好调查分析， 预测市场前景	6
第 005 招 开一家适合你自身发展的店铺	9
第 006 招 树立独特的店铺形象	10
第 007 招 网店推广的误区	11
第 008 招 分析自己店铺的经营现状	13
第 2 章 破解淘宝搜索 SEO 新规， 助你流量暴涨	15
第 009 招 什么是淘宝 SEO	16
第 010 招 淘宝 SEO 优化的基本内容	16
第 011 招 卖家应该避免的 SEO 作弊行为	18
第 012 招 自然搜索的原理	19
第 013 招 怎样提高自然搜索流量	20
第 014 招 影响店铺排名的因素	21
第 015 招 宝贝标题的结构和规则	26
第 016 招 在宝贝标题中突出卖点的技巧	27
第 017 招 对宝贝标题优化不利的地方	29
第 018 招 宝贝主图优化的原则	29
第 019 招 优化宝贝图片， 提高宝贝点击率	30
第 020 招 宝贝细节图吸引卖家眼球	31
第 021 招 怎样编写宝贝描述	32
第 022 招 优化宝贝描述转化率翻番	34
第 023 招 淘宝无线搜索流量从哪里来	36
第 3 章 用好干牛，让你的宝贝卖 不停	41
第 024 招 利用干牛的状态信息 发布广告	42
第 025 招 干牛增加流量的技巧	45
第 026 招 巧用干牛分组管理买家 和客户	46
第 027 招 如何防止骚扰信息	48
第 028 招 利用群推广中的 “私聊”推广	49
第 029 招 巧用干牛表情，生意好不停	50
第 030 招 设置干牛自动回复， 留住潜在客户	51
第 031 招 巧设干牛，让别人用 关键词找你	53

第 032 招	千牛淘盘怎么用	54	第 049 招	淘宝客推广的优势	81
第 033 招	利用千牛群组织店铺 推广人气大升	57	第 050 招	什么是淘宝客佣金	82
第 4 章 在淘宝免费推广网店 ..59			第 051 招	什么是搜索推广	82
第 034 招	如何优化论坛帖子标题, 让别人主动点击	60	第 052 招	什么是组件推广	83
第 035 招	让你的帖成为精华帖的秘诀	61	第 053 招	什么是淘宝客(店铺/商品) 推广	84
第 036 招	如何高效地在淘宝论坛发帖, 推广你的主推产品	63	第 054 招	什么是橱窗推广	84
第 037 招	如何回帖顶贴, 让自己的帖子永远火爆	64	第 055 招	什么是频道推广	85
第 038 招	抢沙发带来更多流量	65	第 056 招	淘宝客佣金如何结算	86
第 039 招	设置好的店铺名称	66	第 057 招	加入淘宝客推广的步骤	87
第 040 招	网商联盟——中小卖家的 互助成长摇篮	67	第 058 招	做好淘宝客推广的黄金法则	88
第 041 招	互相添加友情链接, 增加店铺流量	69	第 059 招	吸引更多淘宝客推广	92
第 042 招	网店信用评价也可做广告	70	第 060 招	巧用 SEO 结合 淘宝客推广淘宝店铺	96
第 043 招	相互收藏店铺增加人气	71	第 061 招	从 SNS 社会化媒体中 寻觅淘宝客	97
第 044 招	设置 VIP 会员卡促销	71	第 062 招	通过 QQ 群结交更多淘宝客	98
第 045 招	利用橱窗推荐商品的技巧	73	第 063 招	如何挖掘精准淘宝客	99
第 046 招	写好令人过目不忘的 店铺公告	74	第 6 章 在淘宝外推广 营销方法		101
第 047 招	多用拍卖提高访问量	75	第 064 招	免费登录自己的网店到 搜索引擎	102
第 5 章 网店推广的得力助手 淘宝客			第 065 招	怎样设置关键字才能被 搜索引擎收录	103
第 048 招	什么是淘宝客推广	80	第 066 招	登录导航网站推广 你的网店	104
			第 067 招	利用百度贴吧推广店铺	105

第 068 招	利用百度知道推广店铺	106	第 089 招	卖家如何做好淘宝秒杀活动	141
第 069 招	利用博客圈推广	107	第 090 招	开通“满就送（减）”， 销量翻番不是梦	143
第 070 招	如何快速提升博客人气	109	第 091 招	如何设置满就送（减）， 达到促销效果	144
第 071 招	网店微博推广有哪些诀窍	111	第 092 招	送什么才能吸引 买家	148
第 072 招	使用网络广告推广	114	第 093 招	为什么要使用“满就送 （减）”促销	149
第 073 招	去各种论坛发展潜在买家	116	第 094 招	使用“店铺优惠券”实现 销量、流量全面提升	150
第 074 招	电子邮件推广	117	第 095 招	利用淘金币做营销的好处	152
第 075 招	通过 QQ 签名推广	118	第 096 招	开启全店淘金币抵钱活动	155
第 076 招	利用 QQ 空间推广， 增加可观流量	119	第 097 招	淘金币抵钱的设置	156
第 077 招	通过 QQ 群相册推广	121	第 098 招	淘金币报名技巧	158
第 078 招	在分类信息网站推广	123	第 099 招	报名免费试用让店铺 流量涨不停	159
第 079 招	网络团购是网店推广的 助推器	124	第 100 招	为什么我报名 试用会不通过？	161
第 080 招	微信朋友圈推广	125	第 101 招	网店试用推广常见的误区	161
第 081 招	朋友圈增强信任的技巧	126	第 102 招	试用报告怎么写会更好	163
第 082 招	在朋友圈植入广告的技巧	127	第 103 招	参加淘宝天天特价， 享疯狂促销	163
第 083 招	微信“扫一扫”推广	129	第 104 招	购物送彩票让买家赢大奖	166
第 084 招	微信巧妙点赞推广	130	第 105 招	限时限量促销吸引买家抢购	169
第 085 招	采用传统方式推广	131	第 106 招	赠品促销吸引买家的购买欲	170
第 7 章	疯狂玩转促销策略 才能赚大钱	133	第 107 招	集分宝促销	172
第 086 招	什么时候最适合做促销	134	第 108 招	打折促销	173
第 087 招	什么商品适合做促销	136			
第 088 招	店铺促销中常见的误区	138			

- 第 109 招 包邮促销也有技巧..... 174
- 第 110 招 在销售旺季的促销方法 175
- 第 111 招 在淡季的应对方法 177
- 第 112 招 节假日销售促销策略..... 178

第 8 章 钻石展位实现品牌 和销量双赢 181

- 第 113 招 什么是钻石展位 182
- 第 114 招 钻石展位展现在哪里..... 183
- 第 115 招 怎样购买钻石展位 185
- 第 116 招 钻石展位的推广形式..... 186
- 第 117 招 用钻石展位打造爆款产品 188
- 第 118 招 钻石展位的位置选择原则 190
- 第 119 招 怎样获取最优质钻展
投放展位 190
- 第 120 招 钻石展位如何选择投放时间
和地域 191
- 第 121 招 钻石展位如何做到精准出价 ... 192
- 第 122 招 为什么钻展素材没有
通过审核 193
- 第 123 招 最实用的钻石展位无线
投放技巧 194
- 第 124 招 钻石展位广告位的选择 195
- 第 125 招 钻石展位广告图片技巧 197
- 第 126 招 好的钻石展位文案吸引
点击率暴涨 197
- 第 127 招 快速提升钻石展位点击率
的秘笈 201

第 9 章 参加供销平台扩大网店的 规模 203

- 第 128 招 加入供销平台的好处 204
- 第 129 招 选择什么样的商品进行分销 ... 206
- 第 130 招 怎样才能扩大网络分销 207
- 第 131 招 供应商加入淘宝供销平台 209
- 第 132 招 写好吸引力的招募书 210
- 第 133 招 分销商如何寻找供应商 211
- 第 134 招 怎样挑选适合自己的
供应商 214
- 第 135 招 避开网络代销骗局..... 217
- 第 136 招 供应商怎样做好规划 218
- 第 137 招 邀请分销商加入 219
- 第 138 招 供应商如何做才能使利润
最大化 220
- 第 139 招 挑选适合自己的分销商 221

第 10 章 直通车精准推广 223

- 第 140 招 什么直通车推广 224
- 第 141 招 直通车推广的宝贝展现
在哪里 224
- 第 142 招 直通车搜索营销按词推广,
精准匹配 227
- 第 143 招 直通车定向推广人群定向,
流量更准 228
- 第 144 招 直通车店铺推广多宝贝,
创意更灵活 230

第 145 招	阿里抢占移动流量的利器——直通车无线端	233
第 146 招	直通车站外投放, 海量精准人群投放	234
第 147 招	加入淘宝直通车	236
第 148 招	直通车怎样新建推广计划	237
第 149 招	直通车怎样推广新宝贝	239
第 150 招	怎样投放推广计划	242
第 151 招	怎样选择直通车的关键词	245
第 152 招	直通车关键词如何优化	247
第 153 招	直通车质量得分如何提高	248
第 154 招	影响直通车点击率的因素	249

第 11 章 聚划算吸引全民疯狂抢购 251

第 155 招	什么是聚划算	252
第 156 招	从哪里可以进入聚划算	253
第 157 招	聚划算能给商家什么	254
第 158 招	什么样的商品更容易通过聚划算审核	257
第 159 招	怎样报名参加聚划算	258
第 160 招	手机聚划算团购引爆消费新趋势	260
第 161 招	关联营销让聚划算更划算	260
第 162 招	大卖家参加聚划算活动攻略	262
第 163 招	聚划算商品图片和标题优化	265

第 12 章 激发买家的购买欲望才是上上策 267

第 164 招	掌握与买家沟通的制胜法宝	268
第 165 招	分析买家的购买心理	270
第 166 招	激发买家购买欲望的方式	273
第 167 招	成功达成交易的必要条件	273
第 168 招	攻克买家的心理, 达成交易	274
第 169 招	用真诚敲开买家犹豫不决的心门	276
第 170 招	遇到找借口的买家怎么办	278
第 171 招	如何赞美买家, 让对方对你产生好感	280
第 172 招	机不可失能对买家产生巨大诱惑	282
第 173 招	激发买家下单的绝招	284
第 174 招	激发买家害怕买不到的紧迫心理	288
第 175 招	摸透买家心理, 把询问的顾客变成购买的顾客	290

第 13 章 处理好买家的疑虑, 提高成交率 293

第 176 招	网店客服的工作流程	294
第 177 招	巧妙对待各种类型的买家	295
第 178 招	客服提高下单率的技巧	297
第 179 招	怎样打消买家的购买顾虑	297

第 180 招	买家担心特价商品的质量·····	300
第 181 招	买家说要跟家人 商量一下·····	300
第 182 招	怎样向买家介绍商品的 优缺点·····	304
第 183 招	买家来店询价多次， 但还在侃价·····	306
第 184 招	应对嫌价格高的买家·····	307
第 185 招	买家说别的店价格便宜·····	310
第 186 招	老顾客要求优惠 如何回答·····	314
第 187 招	巧妙催款让订单 不再流失·····	315
第 188 招	买家给差评怎么处理·····	315
第 189 招	如何避免中差评的出现·····	317

第 14 章 爆款是这样 打造的····· 321

第 190 招	为什么要打造爆款·····	322
第 191 招	爆款打造的关键点·····	323
第 192 招	怎样做好爆款的准备工作·····	323
第 193 招	怎样做好爆款各个阶段·····	326
第 194 招	爆款的选款很关键·····	330
第 195 招	怎样做好爆款的预热·····	332
第 196 招	打造爆款中常见的误区·····	333
第 197 招	新品如何快速打造成爆款·····	335
第 198 招	利用淘宝指数全盘分析·····	338
第 199 招	“双十一”大促打造爆款·····	346
第 200 招	参加淘宝官方活动快速 打造爆款·····	348



第1章

网店推广前的准备

对于大多数在网络做生意的人，在店铺没有开起来之前，最关心的问题就是如何尽快把店铺开起来，并且装修好。可是一旦店铺开起来之后，多数店主会为店铺流量而伤透脑筋。为什么流量总是很低？因为这些店主没有推广，没有意识到推广的重要性。

第 001 招 什么是淘宝网店推广

淘宝网给了大多数人希望与梦想，他们期待着在这片肥沃的土地上开花结果，来这里创业的每一位网商都有着相同的经历，每周 7 天，每天工作时间 10 ~ 12 小时，精心培育并见证了网店从小变大的成长历程。他们经历了第一声旺旺响起的喜悦、第一笔交易成交的开怀、营业额节节攀升的自豪。

俗话说：好酒不怕巷子深，在传统的卖方市场下，只要商品质量过硬，就会有人进行购买。但进入市场经济之后，随着大量商品的生产和市场种类的细分，使得消费者市场也有了更多的选择，因此同一类产品，甚至同一种商品的销售和经营，都要采取多种方法进行推广，这样才能够使得消费者第一时间接触到你的商品、考虑并最终选择购买你的商品。

推广就是做广告的意思，很多人理解做广告就要花钱，认为没有把店铺推广做好，是因为没有花钱或者花钱太少，其实这样理解是不对的。推广的方式多种多样，可以先免费推广，再付费推广，先找到流量入口的优势位置，优化好转化率以后，再开始付费推广。这样花钱才会出效果，淘宝推广的效果，就是让商品的自然排名在类目搜索或者关键词搜索前几名的位置，越多商品排名越靠前，说明推广做的越成功。

据淘宝最新统计数据，淘宝注册会员数早已突破 5 亿，覆盖了中国绝大部分网购群体，日均交易额近 300 亿元。淘宝市场之大毋庸置疑，但是巨大的市场之下，也蕴含着巨大的竞争，每年都有不计其数的淘宝店主加入淘宝掘金的行列，同行之间的竞争之大难以想象。目前淘宝网内同一件产品会有多达几千家的商家竞争，如图 1-1 所示。

中小卖家想做大，大卖家想做强，淘宝商家想迅速打开品牌知名度。大家都要在众多卖家中脱颖而出，如果仅仅是守株待兔，可能永远都没有热销的那一刻。对于很多新开设店铺或者中小卖家来说，想迅速打开销路，推广营销是网上开店必须学习和掌握的入门课程。



图 1-1 同一件产品多达几千家的商家竞争

第 002 招 网店推广的重要性

网店推广就是指通过各种宣传方式让更多网民打开你的网店、认识你的产品并进行购买的过程。在网络上面做生意就好比在大海里面捞鱼，你开的网店，如果把顾客比做了鱼儿，那么你的推广就是撒网，撒大网才能多捕鱼。

1. 挖掘更多潜在客户

持续不断的推广，就可以挖掘更多的潜在客户。推广的目的并不仅仅是直接为店铺带来销量，很多的原因是要吸引更多的人关注你的商品。在你的商品第一次上市的时候，或许有许多人看不见记不住，但是你的推广广告不断出现的时候，就会给顾客留下深刻的印象，当顾客再一次看到广告的时候，或许就会决定买你的商品了。

4 网店推广前的准备

2. 培养回头客

做推广也是不断地刺激老客户购买的过程，店主要保持跟顾客的联系，并且在一定的时间里面做一些促销活动。大部分老顾客还是比新顾客容易被打动的，所需要花的成本也低多了。许多网店做得好的原因都是因为他们有着一批好的忠诚客户。

3. 树立店铺形象

推广是向人们展示着自己网店好的一面或者网店独特的一面。在宣传网店的过程也是宣传自己品牌的过程，顾客买的不仅仅是商品同时还是店铺的形象。坚持不懈的推广，流量就会多，也就会让顾客看到你网店的独特性，你的品牌和信誉度也会不断地提高。

4. 有利于店铺销量

推广带来了流量，因此才会有成交量，每天几个 IP 的访问与上万个 IP 的访问的网店是截然不同的，流量和成交量是成正比关系的。这里所说的流量指的就是有效流量，并不是那些无效的流量。一定要注意有效流量的获取，这样才能得到交易。

5. 提高店铺排名

网上店铺有千千万万，要在众多店铺中脱颖而出，就需要店铺排名靠前。店铺排名与信誉、流量、收藏量等因素有关。

持续不断地推广，信誉不断增长、收藏人数增多、流量倍增这些，都可以提高店铺排名。

排名越靠前的店铺，被买家看到的机会就越多，信誉越高的店铺，给买家的感觉就越可靠，这是一个良性循环的过程。

第 003 招 网上开店的热门行业有哪些

随着互联网的不断普及，网络零售政策环境的日益成熟、基础设施建设的完备，技术水平应用范围的拓宽和服务产业链的完备等，在市场前景被普遍看好的情况

下，中国网络购物领域的投资也更为活跃。移动互联网等多平台终端进入网购领域，进而带动不同年龄层次的网购用户数量不断增加。另外，中小型企业 and 传统企业的进入对于网络购物市场的发展也起到不可忽视的推动作用，展望未来，中国网络购物市场的深化发展将迈上一个新的台阶。

网络界专业人士称：中国在 3 年后会超速发展，5 年后会有革命性爆发，不久的将来定会超越传统路线，走向世界顶峰。在我国，随着互联网的迅速发展，电商经济已经占据总市场的一大部分。马云说：“如果失去互联网，整个销售运营行业将会陷入瘫痪”，由此可见，网购市场在以后的发展中仍然竞争激烈，发展空间较大。

目前服饰鞋包、食品、美护、母婴等用品已遍布整个网购市场，在新的一年里，淘宝打算细分领域，使之走向专业化、精细化，并且规范各个商家，严厉打假，给用户展现一个精美亲民的购物平台。各个 B2C 商城都在努力探索前进，网上订票、退票等也在稳步普及市面，在数年内许多商业活动都会寄于互联网。

截至 2014 年 12 月，我国网民规模达 6.49 亿人，互联网普及率为 47.9%，较 2013 年底提升 2.1%，手机网民规模达 5.57 亿人，较 2013 年底增加 5672 万人。截止到 2013 年淘宝网开店的店主数为 900 万家，比较活跃的有 300 万家店。

从 2009 年起，11 月 11 日这个被称作光棍节的日子被赋予了新的含义，成为了举国上下的购物狂欢节。随着 2014 年 11 月 11 日 0 点的钟声，“双十一购物狂欢”正式开始，1 分钟突破一亿，2 分钟突破 10 亿，38 分钟突破 100 亿，7:17 分突破 200 亿，12:58 分突破 350 亿，这也是 2014 年“双十一”的全天交易量。而且它还没有停止增长，21:12 分宣布突破 500 亿，最终在这一天的末尾，交易量定格在 571 亿元。2014 年的“双十一”再一次用数字见证了中国网购用户的购买力，见证了中国电子商务市场的蓬勃发展，这一天消费者和商家携手又一次共同创造了奇迹。

艾瑞咨询数据显示，2012 年中国网络购物市场中，“服装箱包类”占比为 26.5%，和 2011 年的 26.7% 相比有小幅下降。受各大电商在 3C 家电品类上进行促销的影响，2012 年该品类的份额相比 2011 年提升 0.3 个百分点，达到 18.4%。2012 年，以京东商城、苏宁易购和当当网等为代表的 B2C 企业大力扩展母婴产品，母婴类产品在网购市场中的占比达到 4.4%。各品类由于标准化程

度不一，其线上销售的发展程度也有较大差别。随着网购对零售业的渗透进一步加深，未来更多品类商品的在线销售将迎来快速发展。

不过随着时间、环境和消费观念的变化，适合在网上销售的产品也会发生变化。其实不管卖什么，网上网下都差不多，寻找有竞争力的商品，是成功的关键。

第 004 招 开店前要做好调查分析，预测市场前景

“市场预测不可少，盲目经营不得了”，这是生意人常说的一句话，是传统经商开店的经验之谈，意在强调开店离不开市场预测。网上开店也应在前期做好市场前景的预测。

市场预测通常是指通过各种手段获取大量信息，经过研究分析、预测在未来的一段时间内，市场需求与供应的变化及趋势，以便将生意做大、做活。通过市场预测可以掌握未来市场环境及其他条件的变化；可以更好地组织货源、扩展业务、满足市场需求；可以改善经营管理，提高经济效益。

正确的市场预测是建立在科学的调查分析与理性的思考之上的，要想使预测结果精确无误，一般需要从以下几个方面去把握。

1. 关注当前社会的热点

社会在不断向前发展，新的热点也会不断出现。只要细心观察，就不难发现周围存在着许多大大小小的热点和公众话题。如 2014 年，世界杯热等热点不断涌现，如图 1-2 所示，淘宝上出现了很多与世界杯有关的商品。除此之外，自己生活的城市中也会出现诸多热点，如举办绘画展览、唱歌比赛、旅游节等。这些热点在精明的商人眼中，无不蕴含着商机，都可以作为赚钱的题材和项目。牢牢抓住热点，把握题材，别具匠心就能赚大钱。

2. 研究别人在干什么

如果既缺乏创业资金，又欠缺经商经验，不妨研究一下别人在干什么，追随大流也不失为一种很好的选择。看到市场上什么商品热卖，什么买卖好做，然后就可以投入这个行业中。不过，别人能赚到钱，并不见得你做就能赚钱，关键