



网商创业教学企业项目化教学系列教材



网店营销工具使用

主 编◎朱立伟

副主编◎黄俊岚



清华大学出版社





网商创业教学企业项目化教学系列教材



网店营销工具使用

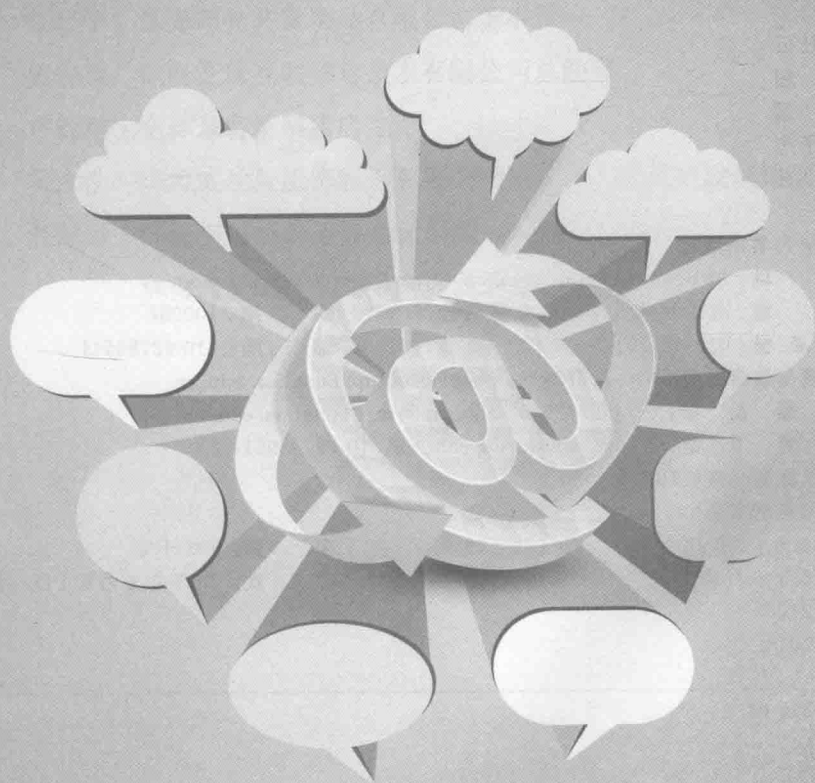
主 编◎ 朱立伟

副主编◎ 黄俊岚

参 编（排名不分先后）

文林莉 张琳杰

祝君红 彭仁旺



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是网商创业教学企业项目化教学系列教材之一,是针对网店推广岗位的指导用书,由校企双方共同开发,融入了最新的网店推广岗位标准与技能要求。全书采用 DACUM 与 BAG 两种职业教育前沿教材开发方法,DACUM 方法主要是网店推广技能认知与基本操作内容,包括网络营销文化、网店营销、营销工具的使用,针对职业岗位所需能力进行培养。BAG 方法将课程内容重新序化组合,共开发了三个学习项目:简单营销工具使用、复杂营销工具使用、其他营销工具使用,这三个学习项目从简单到复杂,从单一到综合,循序渐进地培养学生网店推广的职业技能与综合素养。

本书可作为职业院校教师与在校学生电子商务实践教学的指导用书,也可供开展电子商务创业的社会人士阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网店营销工具使用/朱立伟主编. —北京:清华大学出版社,2015

网商创业教学企业项目化教学系列教材

ISBN 978-7-302-40047-9

I. ①网… II. ①朱… III. ①电子商务-商业经营-教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 089303 号

责任编辑:陈仕云

封面设计:刘 超

版式设计:魏 远

责任校对:马子杰

责任印制:宋 林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62788951-223

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:16.5 字 数:399 千字

版 次:2015 年 6 月第 1 版 印 次:2015 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~2400

定 价:34.00 元

产品编号:053878-01

丛书编委会



丛书主编：严中华 朱立伟

编 委：（排名不分先后）

林海 刘电威 谢文创 祝君红 杨兴 翟小可 赵莉 姜雪

广东科学技术职业学院经济管理学院电子商务专业骨干教师

吴书星 广州昊王皮具有限公司董事长

高彦波 广州杜爵皮具有限公司执行总监

刘修平 珠海阳光儿童用品有限公司董事长

黄俊岚 珠海泛珠互联信息技术有限公司总经理

卢锦坤 全球录音笔网店店主

吴永浩 珠海威丝曼服饰股份有限公司中国时尚毛衫研发基地副总经理

甘献妙 珠海市电子商务协会秘书长

珠海海纳城电子商务产业园总监

丛书序



自我国提出大力发展高等职业教育以来，高职教育已取得了前所未有的成就，特别是2006年教育部颁布了《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》，指出高职教育是高等教育的一种“类型”以来，高职教育发展更是欣欣向荣。通过职业教育体制改革试点工作、第一期和第二期国家示范性院校建设（包括国家骨干高职院校建设）项目、高等职业教育国家精品课程开发项目、国家级精品资源共享课开发项目、职业教育专业教学资源库建设项目、职业教育实训基地建设项目、全国职业院校技能大赛的启动和实施等，高职教育日益彰显其作为一种“类型”的本质属性和特征，在我国职业教育体系建设中也不断发挥其引领、示范和骨干作用。2014年3月25日，教育部在“加快构建现代职业教育体系”工作布置会议中提出的“修订《职业教育法》，深入推进中高职衔接，组织开展国家和省两级本科院校向应用技术类型高校转型”等一系列举措更是把高职教育推向新的发展阶段。

中、高级技术技能型人才培养体制与模式也由传统封闭的学校教育转向现代开放的“政校行企”多元主体合作办学、合作育人、合作就业、合作发展的体制与模式，基于校企双主体的“工学融合”已成为高职教育人才培养体制与模式改革的重要切入点。但是要实现这一培养体制与模式，课程改革是关键。高职教育与普通高等教育的类别特征及与中等职业教育的层次区别，也集中反映在其课程体系与课程内容中。正如姜大源先生所说：“想实现工学结合，而又不对课程进行改革，那么只能是镜花水月。”课程始终是职业教育和教学改革的核心。事实证明，没有课程改革的教育改革一定是一场不彻底的、没有深度的、也不可能具有实质性突破的改革。

正是由于这个原因，我国高职教育整体的改革步伐始终伴随着三次课程改革的浪潮：第一次浪潮为20世纪80年代中后期至90年代初期，课程改革重点强调建设学科体系和实践体系双轨制的课程体系；第二次浪潮为20世纪90年代中后期至21世纪初期，课程改革重点强调建设能力本位的模块化高职教育的课程体系；第三次浪潮为2006年以后，开始探索构建基于工作过程系统化和项目化的行动导向的课程体系。

广东科学技术职业学院经济管理学院一直践行“理念保持先进、实践逐步推进”的高职教育改革策略，在课程体系和教育场所创新的道路上也进行了不懈的努力。特别是经济

管理学院电子商务专业，自 2010 年被国家列入“骨干高职建设院校重点建设专业”以来，更是进一步强化了基于工作过程系统化的课程体系和以“教学企业”为主载体的教学场所的系统改革以及与其相配套的课程与项目化教材建设，致力于保证课程教学内容与电子商务行业运营实践、技术应用相匹配，教学方法与职业教育特点相适应。“网商创业教学企业项目化教学系列教材”就是这一努力的结晶之一。

本丛书具有以下三个特点。

1. 个性化与通用性的结合

总体而言，编写本丛书是为了满足“教学企业”建设的需要。校企双方投入优势资源共建集生产运营、专业教学、实训实战、社会服务等功能于一体的“教学企业”，是电子商务专业致力打造的人才培养主基地，也是国家骨干高职建设院校重点专业建设的主要任务之一。但是如果没有一套与“教学企业”建设目标相匹配的教学指导用书，“教学企业”专业教学和培训功能就无法有效实施，因此，与相关企业合作，编写能实现现有电子商务“教学企业”即“网商创业中心”专业教学和培训功能的一套用书就成为必然。

根据网上创业成功的技能和素质要求，本丛书包括《网店启动》《网店美工实战》《网店营销工具使用》《网店数据分析》《网商创业项目实战》《网店客服》《网店物流运营》《国际电子商务实战》《电话访问实务》，共九本书。由于电子商务行业职业岗位的特殊性，其整个专业所需要培养的能力与网上创业所需要的能力大部分是重叠的，因此，本丛书也可以作为电子商务专业的核心课程教材。

2. “术”与“道”的结合

本丛书的最大特点是力图将“术”的培训和“道”的培养紧密结合起来。前者主要满足电子商务专业的学生从事当前职业就业岗位对技术技能水平资格的要求，后者主要满足电子商务专业的学生个性发展和终身学习诉求的需要。

“教学企业”用书必须解决“教什么”和“如何教”两大问题。综观世界职业教育发展的历史和现状可知，职业教育与学科教育的最大差别是，职业教育强调“教职业任务”而不是“教学科知识”，其重点诉求是“做中学”而不是“学中做”。

目前，开发“任务”课程与教材有两种模式。一是 20 世纪 60 年代末由加拿大区域经济发展部开发的 DACUM (Developing A Curriculum) 模式，其主要针对职业资格培训的工作任务分析模式。本丛书采用这种模式的目的是梳理出以任务形式描述的胜任电子商务各就业岗位能力的培训主模块和次单元，其最终结果形成了本丛书各本书中的第二篇“基于 DACUM 职业技能培训”的编写结构。二是 20 世纪 90 年代由德国不来梅大学技术与职业教育研究所 (ITB) 开发的 BAG (Berufliche Arbeitsaufgaben) 模式，其主要针对综合职业行动能力教育的典型工作任务分析模式。本丛书采用这种模式的目的是梳理出电子商务职业的典型工作任务，并对此进行教学情境设计，以形成一系列学习性项目，其最终结果形成了本丛书各本书中的第三篇“基于 BAG 职业行动能力教育”的编写结构。DACUM 模式解决的是单项技能的培训问题，而 BAG 模式则更关注基于六步骤行动导向教学的跨职业核心能力的培养。因此，本丛书借助 DACUM 和 BAG 两种课程开发模式，力求实现电子商务专业学生“术”的培训和“道”的教育的结合。

3. 学校与企业的结合

本丛书的编写从构思、开发到实施,每一阶段所取得的成果都是校企双主体共同努力的结果。我们依托广东省电子商务协会、珠海市电子商务协会、电子商务专业校企合作理事会以及阿里巴巴集团、广州昊王皮具有限公司、广州杜爵皮具有限公司、珠海海纳城电子商务产业园、珠海阳光儿童用品有限公司、珠海泛珠互联信息技术有限公司、珠海威丝曼服饰股份有限公司等的电商运营部门,就本丛书的编写形式和内容多次开展调研和访谈,使本丛书的内容、学习情境和学习项目的设计能与电子商务行业先进的标准对接。

他山之石,可以攻玉。希望“网商创业教学企业项目化教学系列教材”不但可以成为电子商务专业开展“做中学”教学实践的用书和服务社会的培训教材,也能为拟开展课程体系改革以及课程与教材建设的相关高职专业提供有益的借鉴。

是为序!

全国电子商务职业教育教学指导委员会电子商务专业委员会委员
广东省高等职业教育管理类专业教学指导委员会副主任委员
广东科学技术职业学院经济管理学院院长

严中华

2014年10月

前言



阿里巴巴集团主席马云在首届广州网交会上提出“不做电子商务，五年后你会后悔”，可见电子商务将来必定会影响商业贸易活动的发展。如今，越来越多的企业认为，电子商务已成为销售市场的必经之路；拓宽商品销售渠道，活跃商品市场氛围，电子商务是一条捷径。电子商务可以帮助企业降低经营成本，提高其管理、服务水平及市场竞争力，很多企业在电子商务网站平台上都尝到了电子商务给他们带来的甜头。在未来的商业贸易活动中，电子商务将发挥不可忽视的作用，与传统商业模式一起把产品销售之路拓宽，更大幅度地增加产品效益。

然而，电子商务的发展对人才的培养形成了前所未有的冲击，现实情况是学习电子商务专业的学生不懂电子商务实务，一边是电子商务企业奇缺电子商务人才，一边是学校毕业的电子商务专业学生无法就业，形成了非常尴尬的就业局面。为积极顺应电子商务发展趋势，并针对传统单一主体的教育模式无法满足人才质量要求的现状，广东科学技术职业学院创造性地提出了“校企双主体”人才培养模式改革的思路。电子商务专业作为国家骨干院校重点建设专业率先在该校践行，校企双方投入优势资源共建了集生产运营、专业教学、实训实战、社会服务等功能于一体的“教学企业”人才培养主基地。在教学企业的专业教学中，一直致力于职业教育研究的严中华教授不仅从宏观层面研究了教学企业的治理机制，更敏感地意识到，教学企业要想真正发挥教学功能，其教学指导用书必不可少，因此，编写专门针对电子商务教学企业的系列丛书的思路应运而生，《网店营销工具使用》便是其中之一。

丛书编写项目组由校企双方共同组成，在严中华教授的带领下开始了教材开发，从调研电子商务人才岗位开始，到梳理各岗位典型工作任务，再到学习领域的形成，一切都有序展开，目前，这些创意逐渐变成了现实。经济管理学院电子商务专业学生学习了专业基础课程以后，在大二下学期都将进入教学企业进行项目实战，当然，很多专业核心课程的教学工作也在教学企业实现，为此，我们着手编写了这本专门针对网店推广教学与学习的指导用书。这本书不仅是教师指导用书，更是学生系统学习网店推广的参考蓝本，也将使在教学企业内开展专业教学变得有章可循。

本书适应高职院校职业教学的特点,着眼于网商创业的实际需要,并结合网店推广深入浅出地安排了教学内容。本书共分三篇:第一篇系统介绍了本书的开发路径与方法,描述了网店推广领域工作流程、典型工作任务、学习目标等,为了方便教师和学生了解网店推广的技能点和岗位所需能力,并关注工作过程的整体性和完成工作任务所需的创造能力,本书分别用 DACUM 和 BAG 两种职业教育课程开发的先进方法进行了项目和任务的总体设计;第二篇采用 DACUM 开发方法,通过网店营销工具的具体使用知识和方法学习,有针对性地训练了网店推广职业能力和职业素养,由朱立伟、黄俊岚编写;第三篇采用以工作过程为导向的整体化工作任务分析法(BAG)进行开发,这种方法遵循设计导向的现代职业教育指导思想,赋予职业能力全新的内涵,它打破了传统学科系统化的束缚,将学习过程、工作过程与学生能力和个性发展联系起来,在培养目标中强调创造能力的培养,而不仅仅是被动地训练适应能力。BAG 方法将课程内容重新序化组合,注重操作实务,开发了三个学习项目:简单营销工具使用、复杂营销工具使用、其他营销工具使用。这三个技能操作项目从简单到复杂,从单一到综合,循序渐进地培养学生网店推广的职业技能与综合素养,由朱立伟编写。本书顾问指导和总体规划由严中华完成,大纲和内容的总体设计以及最后统稿、定稿由朱立伟完成。

本书是国内率先针对电子商务教学企业进行开发的指导性用书,由几所高职院校具有丰富教学经验的一线教师、几家企业具有丰富实践经验的管理者和操作者共同编写完成,我们希望其有特色,但我们更希望其有实效,因为本书使用者的收获才是编写团队的动力和最大的期待。书中的不足之处,将随着我们对于电子商务教学企业的运营而逐渐完善。最后,特别感谢广东科学技术职业学院经济管理学院院长严中华教授对本书提出的宝贵审稿意见和未来有关本课程的开发建议,并向清华大学出版社的编辑们致以真诚的感谢!

朱立伟

2014年12月于珠海

目 录

第一篇 导 论

项目一 网店推广学习领域概述	2
任务一 网店推广职业行动领域描述	3
一、寻找宝贝	3
二、寻找流量	3
三、升高转化率	3
四、提升销量	3
五、提高工作效率	4
六、管理会员	4
七、抓好服务	4
八、计算利润	4
任务二 网店推广学习领域学习目标	4
一、学习领域总体目标	4
二、学习领域能力目标	5
三、学习领域知识目标	5
四、学习领域素质目标	5
任务三 网店推广课程设计	5
一、基于 DACUM 职业技能培训的课程设计	5
二、基于 BAG 职业行动能力的学习领域设计	6

第二篇 基于 DACUM 职业技能培训

项目二 网络营销文化	10
任务一 了解电子商务形式	11

一、电子商务的基本概念	11
二、电子商务的重要性	11
三、电子商务的分类及现状	11
任务二 了解淘宝网	13
任务三 了解淘宝发展趋势	14
一、从淘宝首页入口了解淘宝的发展趋势	14
二、了解淘宝将搭建的 C2B 模式	16
三、在淘宝能够实现就业和创业梦	18
任务四 淘宝店铺团队组建	20
一、客服人员组建	20
二、美工人员组建	20
三、文案策划组建	21
四、推广员组建	21
五、打造 1+1>2 的团队	21
项目三 网店营销	24
任务一 构建网店营销框架	25
一、免费推广	25
二、付费推广	43
任务二 网店宣传	55
一、善用宝贝推荐	55
二、巧用店铺留言	55
三、交换友情链接	56
任务三 寻找买家	57
一、留住上门的买家	57
二、不可遗漏买家	60
三、主动出击联系潜在买家	65
四、派发红包邀请买家	66
任务四 淘宝 SEO	72
一、什么是淘宝 SEO	72
二、淘宝 SEO 优化的相关因素	72
三、淘宝商家应对的优化策略	74
四、任务点评	76
项目四 营销工具	85
任务一 如何使用直通车	86
一、直通车概述	86
二、直通车推广计划	93
三、直通车点击率	107



四、直通车数据.....	118
任务二 如何使用钻石展位.....	128
一、钻石展位概述.....	128
二、钻石展位规则介绍.....	130
三、钻石展位的操作流程.....	131
四、用户诊断.....	139
五、钻展报表.....	141
六、钻展图片和投放技巧.....	144
七、如何做钻石展位推广.....	154
任务三 如何使用淘宝客.....	158
一、淘宝客概述.....	158
二、一般店铺不做淘宝客推广的原因.....	160
三、如何加入淘宝客.....	161
四、如何筛选淘宝客.....	162
五、淘宝客的需求.....	164
六、淘宝客运营基本原则.....	166
任务四 如何使用聚划算.....	166
一、聚划算概述.....	166
二、如何加入聚划算.....	170
三、聚划算运营技巧.....	174
四、聚划算中期销售.....	177
五、聚划算后期跟进.....	177
六、成功案例.....	178
任务五 如何使用淘金币.....	182
一、淘金币概述.....	182
二、淘金币定位.....	187
三、淘金币运营技巧.....	189
四、淘金币成功案例.....	191
任务六 如何使用淘宝 VIP	192
一、淘宝 VIP 概述.....	192
二、VIP 活动策划.....	195
三、VIP 商家权益.....	196
四、VIP 营销基础.....	196
任务七 如何使用 SNS 营销.....	199
一、SNS 概述.....	199
二、SNS 营销基础.....	201
三、SNS 的发展趋势.....	202
四、SNS 营销的目的和优势.....	203

五、实现精准用户的长期互动	204
六、SNS 营销技巧汇总	207

第三篇 基于 BAG 职业行动能力教育

项目五 简单营销工具使用	212
任务一 使用优惠券进行营销	213
任务二 使用 SNS 营销	217
项目六 复杂营销工具使用	222
任务一 使用淘金币营销	223
任务二 使用直通车营销	227
任务三 使用钻石展位进行营销	232
项目七 其他营销工具使用	237
任务一 使用淘宝 VIP 进行营销	238
任务二 淘宝搜索引擎优化 (SEO)	242
参考文献	248

第一篇

导论

《网店营销工具使用》作为电子商务专业网商创业教学企业项目化教学系列教材之一，在电子商务人才培养中承担着重要的角色。

导论部分是对本书系统的描述，针对网店推广这个学习领域的工作流程、工作任务以及学习目标等进行了描述，并分别用 DACUM 和 BAG 两种职教课程开发的先进方法进行了网店推广的整体课程设计。

项目一



网店推广学习领域概述

本项目主要帮助读者了解网店推广学习领域的整体定位、工作流程、学习目标等基础知识，并给出了本课程的整体设计方案，即基于 DACUM 职业技能培训的课程设计和基于 BAG 职业行动能力的学习领域设计。

任务一 网店推广职业行动领域描述

为了清楚地描述网店运营的整个工作流程,我们将网店运营的八个步骤全部呈现如下,其中第二步至第四步为网店推广工作流程,也就是网店营销工具使用的职业行动领域。

一、寻找宝贝

商品是运营的第一步,后续的运营工作都是以商品为载体,以挖掘市场潜力商品、帮助提升宝贝效果、优化库存状况、监控热销单品、跟踪竞争对手、打造爆款为运营主要目标。

(1) 行业热销品类、品牌、单品的收集,分析它们热销的原因,总结成功的营销方法。分析热销产品的优缺点,为产品的热销寻找理由和方案。选择对路的产品,而且其要有爆炸力,并属于大众需求品,能顺应市场趋势。

(2) 我们的优势品牌、单品是什么,熟悉产品的生命周期和市场容量。

(3) 竞争对手的产品情况分析,制订相应的营销计划和主推方案,快速抢占流量入口的优势位置。

(4) 产品的定价和比价,制订合理的促销活动计划,有节奏地把握价格的调整。

(5) 市场受众的分析,满足主要客户需求,设计主要客户的体验。

二、寻找流量

吸引更多价值的访客,精准分析流量,提升销售流量,加速业绩飙升,轻松领先同行。快速抢占几个流量入口的优势位置,主要是抢占自然基础流量的优势位置。淘宝网有哪些流量入口,我们先要去了解和统计,并做好抢占计划表,逐个抢占。一般流量的抢占原则是先自然基础流量,再优化商品主图标题和描述页面,做好起点销量和起点价格的必要评价,做好可参考的商品主图点击转化率、页面浏览转化率、询盘转化率,最后开始付费流量的获取。

三、升高转化率

促进店铺访客购买行为,快速分析各项转化率,深度挖掘客服潜力,提升客服效率和店铺销量。主要方向是商品主图和标题,网页描述的视觉化设计。描述中告诉顾客为什么这个商品是他需要购买的,而且要来我们家购买,必须现在马上购买,提高静默转化率。顾客购买以后,我们想让顾客买得更多,那就是单价的问题了。

提升购买订单交易金额,深层分析店铺客单价,提供有效的搭销技巧,帮助提高关联销售。决定因素包括商品结构、页面引导、客服推荐、营销活动。

四、提升销量

提升销量是开网店的主要目的,可以通过各种营销工具和活动来打造爆款,以提升销

量。当然提升销量的方法有很多种，找到适合自己店铺提升销量的方法就行。

五、提高工作效率

提高员工工作效率，降低劳动工作量和强度，降低成本，全面提升实时性、时效性、响应度。要提高效率，除了制定各个岗位的职责说明书和 workflow 手册之外，还需要应用各种专业软件，实现自动化办公。一般淘宝店铺常用的软件工具包括量子恒道、数据魔方、网店管家、CRM 软件、旺旺机器人等。使用专业的软件工具可以使效率变成各种可以统计和考核的指标，会使运营更加精细化，营销更加精准化和数据化，业绩才会更加可控地快速上升。

六、管理会员

开展会员顾客精准营销，多个维度透视会员，摸清会员特质。管理会员是运营过程中一个相对重要而又容易被人忽视的环节，很多时候我们只知道引流，没有开发回头客，让他们进行二次购买。没有忠实客户的店铺是很难健康发展的。我们要通过对会员购买路径的分析，更好地管理客户，实现精准的老客户再营销，避免老客户流失。让引流不仅仅留在第一次购买上，而是把营销做得更加成功和高效。

七、抓好服务

加强各环节的服务品质，全方位提升服务，通过服务质量的提高，来加强店铺的信誉，提升产品的市场占有率，与客户友好沟通和互动，更好地提升客户体验。客户服务主要包括售前和售后服务，发货包裹的专业程度决定着客户的第一次购物体验，对回头率影响非常大。

八、计算利润

核算利润明细，全环节成本管理，对店铺盈利能力、商品盈利潜力进行分析统计，为掌柜决策提供强有力的支持和保障。计算利润，能更好地了解哪个环节做得好，哪个环节做得不好，为什么亏损，为什么盈利，从而优化流程，改善工作。

任务二 网店推广学习领域学习目标

一、学习领域总体目标

本任务以杜乔天猫店的运营为载体，通过直通车、钻石展位等真实项目的训练，使学生知道网店推广工作需要做好大量的实践操作工作，并培养基本的职业素养，才能开始网店推广的项目实战。希望通过本任务的学习，能够使学生获得更多的网商学习专业推广知