

淘宝网 深度SEO优化 技术揭秘 网店流量高效转化

老A电商学院 主编 吴元轼 编著

亲
笔
作
序
推
荐

鬼脚七

前淘宝搜索负责人，知名自媒体人

黄 斌

中国电子商务协会网商精英创新与
扶持推进中心秘书长

免费体验**8800元**
全套电商课程及
老A工具箱



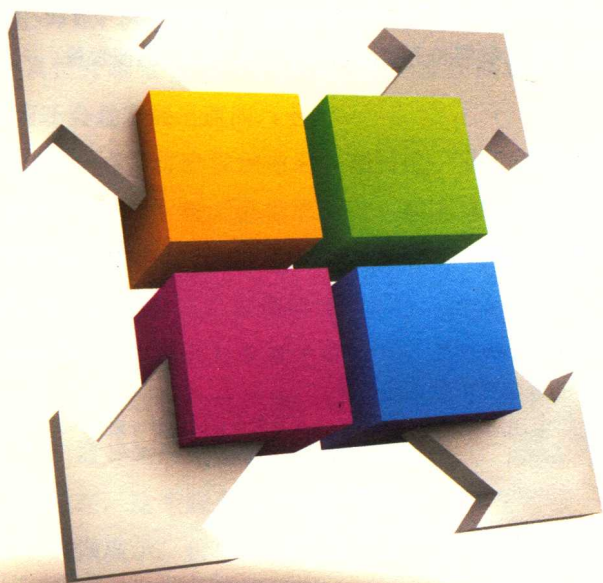
中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

淘宝网 深度SEO 优化技术揭秘： 网店流量高效转化

老A电商学院 主编 吴元轼 编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

淘宝网深度SEO优化技术揭秘：网店流量高效转化/
老A电商学院主编；吴元轼编著. — 北京：人民邮电出版社，2015.7

ISBN 978-7-115-39128-5

I. ①淘… II. ①老… ②吴… III. ①网络营销
IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第092702号

内 容 提 要

淘宝卖家对“淘宝SEO”的概念远不如对“淘宝流量”“转化率”这样的概念熟悉。通俗一点讲，淘宝SEO就是淘宝搜索引擎优化。伴随着电子商务浪潮的增大，势必会有越来越多的卖家在宝贝的搜索量上下工夫，有了搜索才会有宝贝的转化率。

淘宝搜索流量，尤其是自然搜索流量是一块大蛋糕！但是淘宝的搜索规则几经变化，这让卖家们难以适应。本书从淘宝的各种搜索规则出发，教会卖家以不变应万变，在遵守规则的前提下，进行宝贝排名优化。同时书中深度解析淘宝搜索优化的各种理论与方法，结合实用工具来演示实际操作步骤，讲解宝贝在上架前和上架后如何彻底优化店铺的搜索量。

-
- ◆ 主 编 老A电商学院
编 著 吴元轼
责任编辑 恭竞平
责任印制 周昇亮
 - ◆ 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>
北京画中画印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：15.5 2015年7月第1版
字数：235千字 2015年7月北京第1次印刷
-

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055296 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

序言一

学习电商的方法

目前最热门的行业莫过于电商行业，太多的人希望进入这个行业，希望成为电商专家。问题就来了，这个行业发展了十年，现在学习是不是为时已晚？那我们先来聊聊什么时候做电商最好。

无论是个人还是企业，进入电商有两个最佳时间：第一个最佳时间是在2003年，淘宝刚成立，ebay也是初具雏形，那时候愿意自己摸索一下、试探一下，很快就能成为专家，若能坚持到现在不死，一年几个亿的销售是最少的。第二个最佳时间，就是现在，是的，就是现在。这个现在，不是指这本书出版的时候，也不是指我写这篇文章的时候，而是你意识到这个问题的时候。既然想学，马上开始，不要犹豫；既然想做，马上开始，不要犹豫，目前只有10%的企业真正开始做电商，还有90%的企业在摸索在观望，由此可见，未来五年，电商还会是发展迅速的行业！

如果你多留意一点，你会发现很多人在讨论：“做电商到底赚不赚钱？听说90%的卖家都不赚钱。”我之前单独写过一篇文章，估计了一下目前淘宝上大约有92.5万的卖家是赚钱的，这个数字应该比较接近实际了。但还是有很大的卖家不赚钱，为什么？要理解这个问题，需要了解一下电商的变迁。

其实从2000年开始就有人在网上购物了，那时候有8848，只是支付、物流都很不成熟，导致电商发展很慢。后来随着基础设施的投入，网购的人群越来越多。人们最开始网购，最主要的需求是便宜。网上买东西，要比线下便宜很多，到现在，这个观念已经根深蒂固了。现在也有一些商家利用这个特点，线下店只做展示，价格标得很高，然后吸引顾客到线上去买。网购发展到后来，出现了另外一批人，他们太忙，没时间逛街，没时间购物，交通拥堵也是原因之一，这群人喜欢网购，便宜一点贵一点已经不重要了。这部分人群的比例会越来越大。一部分是因为便宜，一部分是因为便利，还有一部分是因为品质。用户的需求在不断发生变化，卖家的思维也应该随之发

生变化。

从2003年到2007年，这个期间电商每年以100%的速度增长，属于卖货时代，只要有货，放到网上基本上就能卖出去。当时很多卖家都是兼职的，还包括一些残疾人，他们也可以在淘宝上开个店，卖点手工用品，每月能赚个几千块；从2008年到2011年，这属于直通车时代，只要你敢投入广告费用，你就可以赚钱，一个点击才1毛钱，甚至几分钱，ROI能到10元以上，不赚钱都不好意思说；从2012年到现在，做电商的要求越来越高，需要卖家更加专业！数据、搜索、运营、直通车、设计、客服等各个环节都需要专业。

很多卖家不赚钱，就是因为思维还跟不上，不理解买家的需求变化，自己的专业能力也跟不上。大部分的卖家只会做三件事：降价促销、花钱买广告、刷单提排名。卖家要想赚钱，必须要让自己更加专业。这套书，就是教你如何从入门到专业的。

看书就能成为专业的电商专家？那是扯淡。如果真的看书就能成为电商专家，所有人都不用考大学了，把清华北大的教材拿过来看看就是大学生了。但看书可以缩短你自己摸索的时间，告诉你方向，以及让你了解大家通用的做事方式。

互联网发展很快，电商是基于互联网的一个业务，同样发展很快。要想让自己更加专业，主动的学习是最好的方式。我认为电商的学习，分成三个方面：第一是实践，必须自己实践。别人讲得再容易再难，都不如自己试试来得体会深刻。第二是交流，找同行交流，找高手交流，进入相应的圈子。第三就是阅读，阅读包括系统性地看书，还需要阅读网络帖子和文章。阅读可以帮助你了解基础，了解整体框架，也可以了解最新的动态。

每个人的悟性不一样，背景不一样，学习的进度快慢也不一样。不过据专业调查，真正的专业人士和非专业人士在专业方面的差别，只相差半年。也就是说，只要你找到正确的方法，你愿意花半年时间认真地学习，就可以成为专业人士。这个观点最开始看，觉得不可能，但你认真思考，其实是有道理的。回想你现在掌握的每一项技能，有那么神秘吗？只要有合适的环境，真正学习半年肯定都能学会。但为什么那么多电商人并不专业呢？我觉得最大的问题，在于心态。一方面把电商想得太难，另一方面不肯静下心来

来学习，总想找捷径。

我遇到太多的人，都在问我如何让搜索排名到前三位，如何让微信粉丝快速增长，如何让店铺快速打造爆款。所有问这些问题的人，都是想找捷径的人。他们每年都在问这些问题，问了很多专家高手，参加了很多培训班，一年又一年过去了，还在问这些问题。时间浪费了，但从来没有得到过准确的答案。到底有没有捷径？我觉得有，捷径就是不要去找捷径。这种向外求的方式，不如向内求，求人不如求己。每个人的行业不一样，产品不一样，自身优势不一样，自己这一道关是怎么也躲不过的，必须要自己走。

所以，如果你能摆正心态，花半年时间，一边看书，一边实践，一边交流，我相信你一定能成为一名电商专家。

是为序。

鬼脚七于 2015 年 3 月 30 日

序言二

近年来，中国的电子商务正在蓬勃快速地发展，截至 2013 年底，全国整体电子商务的市场规模已经突破 10 万亿元，其中 B2C 市场交易规模突破 1.3 万亿元。根据国家电子商务“十二五”规划，预计 2015 年整个电子商务规模有望突破 18 万亿元，其中包括网络购物 B2C 和 C2C 突破 3 万亿元，整体市场的扩张及可观的数据让我们相信未来电子商务的前景和空间仍旧非常广阔。

近两年，我走访了全国很多的城市地区，南至湛江北到吉林，考察拜访了各地的电商企业、传统企业、商会、协会以及政府。越来越多的企业从线下走到了线上，面对全国上下如火如荼进行着的电子商务热潮，仍然有很大一部分的传统企业没有选择做电商。2014 年淘宝“双十一”24 小时创 571 亿元交易总额的纪录及阿里巴巴的上市，让企业家既看到电子商务带来的机遇，也备感压力。他们并非不知道电子商务的重要性，也并非不想做，而是对如何开展电子商务并良好运营存在众多困惑。分析他们存在的疑虑与困惑，综合来看主要体现在下述三大方面。

1. 企业老板自身不懂电商

纵使电子商务市场发展十年有余，但对以传统实业发展为主的大部分企业家来说，电商领域依然陌生。对于一个自己不了解的领域，老板甘愿冒险的概率可想而知。

2. 缺乏人才，没有专业的团队

现在有一些传统企业的老板也会去积极参加电商总裁培训班的学习，但是学完之后，却面临另一个问题——企业内部没有能够执行的人才。老板独立负责店铺的运营不切实际，现实却又摆在眼前，电商行业的人才泡沫现象非常严重，真正好的运营人才很稀缺，尤其还要懂数据的就更是凤毛麟角。

3. 团队的培育、管理及稳定性存在问题

电子商务发展的时间较短，行业的人才积淀和培养机制尚未完成，现阶段电商人才主要集中在 85 后和 90 后，对这批年轻人的培育和管理本身就存

在很大问题，人才的流失也就不可避免。人才的稀缺衍生出另一个景象就是人才竞争日益激烈，员工普遍对雇主无法产生强烈的归属感，利益为主要驱动力。相反，一个成绩斐然的团队定然令企业趋之若鹜。何况传统企业多聚集在产业带，也许前一天还在你的公司里创造业绩的电商团队，第二天就已经坐在隔壁竞争对手的办公桌前。

跨界经营、人才储备、团队建设，横跨在传统企业面前的三大难题让众多企业老板的电商之路举步维艰。

老 A 电商学院作为中国电子商务协会网商精英创新与扶持推进中心的指定电商服务机构，致力于为从事电商行业的企业或个人提供全岗位培训、精准流量、电商人才输送、精品货源等各项精准服务，是业内公认的电商金牌培训品牌，短短两年时间就发展成为行业的领军者，帮助数十万的电商卖家学会电商数据化运营，其中大量学员更是成为所在类目排名的前 100、前 50。为什么懂得数据化运营如此重要呢？

我们这样定义三代电商：

第一代，以供货生产为中心，纯卖货、没技术；

第二代，以推广流量为中心，刷单、直通车、钻展、报活动，不算利润，亏钱赚吆喝；

第三代，以消费者为中心，看懂数据，了解买家，不看销量看利润，通过社会化媒体与买家对话。

第一代电商是纯卖货的年代，那个时候的淘宝很少人在做，货不多，商家不多，只要有一个概念，上传一个宝贝就可以卖得不错，但那个年代早已成为过去。市场进入到第二个年代——广告为王的年代，商家不注重商品品质，无所谓价格、利润，纯粹通过各种手段，仅仅是希望登上广告头条，这种做法导致现在电商的价格竞争日趋白热化，实际结果是大部分的电商都陷入了价格战，亏钱赚吆喝。第三代电商强调以消费者为中心，迎合电商的发展趋势去做。大家是否听过一句谚语，“站在风口上什么都飞得起来”。为什么？因为风大，更何況还是站在风口上。做任何商业我认为了解趋势很有必要，首先你需要了解的是未来三年内我们的消费者会站在什么地方等，而不是去创造消费者，因为消费者会改变他们的消费习惯。为什么会改变？第一代电

商面对的是首批敢在淘宝上买东西的买家，其主要成员是85后；十年前的85后是大学生，他们消费的主力诉求是价格足够便宜；第二代电商现在遇到的买家是谁？是大学应届毕业生，他们口袋里有几万块钱吗？我想大多数没有，所以这批消费人群的消费能力仍然有限；第三代电商的主力消费人群是谁呢？依然是85后，但2014年的85后开始迈入而立之年，进入了消费能力井喷期，消费层级提升，此时的消费者希望能够在网上购买到更高品质的商品，针对这时候的消费者，我们应该提供的不再是价格低廉的劣质商品，而应更注重商品品质的提升，从而使消费者对品牌产生信赖。第三代电商还要学会的就是看数据。在未来五年内谁能够看得懂数据，谁就比其他看不懂数据的卖家领先一步。店铺的定位、产品的选款，需要先做市场容量分析；标题的优化、首图的选择必须有数据支撑；直通车的投放，关键词的拟定，要通过投放数据分析……不拍脑袋做决策，任何运营上的调整都需要有数据支撑，这才是一个对数据化运营的要求。

目前市场上关于电子商务的图书多为电商基础知识普及书籍，或者只是从企业发展的战略高度、从理论上告诉企业电子商务的重要性和市场机会，始终缺乏一套在专业认知与实际操作上能够指导企业及企业员工如何正规化发展电子商务的系列丛书。由此，本书应运而生并希望能够给行业内人士带来帮助。

老A电商学院主编的这套电商教程，从运营思维到如何实现技术实操，毫无保留地将数据化运营公开给所有从事电商行业的企业和个人。我相信，这套教程会是推动中国电子商务行业创新与发展的有益补充，能够有效开展电子商务提供一个清晰的操作思路，帮助其健康、有序地发展。

黄斌（花名：饼戈）

中国电子商务协会网商精英创新与扶持推进中心 秘书长

前言

淘宝卖家最希望的事莫过于自己店铺的流量大增、转化率提高、利润率持续上升，诸多“掌柜的”都为此处心积虑地去优化各种流量、提高转化率、降低成本，却鲜有卖家去研究和应用淘宝 SEO。

淘宝 SEO 就是淘宝搜索优化。为什么要做搜索优化呢？在淘宝网输入关键词进行宝贝搜索，细心一点就会发现点击搜索后，会在搜索框旁边出现一个数字，代表与这个关键词相关的宝贝数量。比如搜索“棉衣”，出现了“1091.65 万件宝贝”这样的字样，可见网上产品的竞争之激烈。做淘宝 SEO 的目的就是让卖家店铺中的宝贝能够排在上千万条搜索结果的前几位，增加曝光量，让买家看到。

随着电商发展日趋成熟，淘宝规则也在渐渐完善。过去卖家的宝贝只要销量好，排名也不会差；而现在影响宝贝排名的权重越来越多元化，卖家们只有在充分了解宝贝排名规则的前提下，系统学习各种优化理论并付诸实践，才有可能让自己店铺的流量爆增！

本书共 10 章。第 1 章详细讲解了淘宝 SEO 的概念和起源，让读者对淘宝 SEO 有一个初步的认识；第 2 章细化讲解了淘宝的搜索规则，让读者懂得在做淘宝 SEO 时不能触犯的禁区有哪些；第 3 章讲解了宝贝排名靠后的一系列原因，告诉读者如何将这些不利因素扼杀在摇篮中；第 4 章则从宝贝的关键词搜索出发，讲解了五种关键词搜索渠道，分步骤说明关键词的筛选分析方法，以数据为支撑，筛选出“最具含金量”的关键词；第 5 章紧承上一章的内容，讲解了如何利用黄金关键词来组合黄金标题，让搜索流量持续上升；第 6 章则结合数据魔方、生 e 经、老 A 工具箱三大卖家得力工具，来讲解怎样精确找到宝贝最完美的上架时间点，让宝贝的排名步步攀升；第 7 章则讲解了老 A 最强有力的螺旋理论，拯救一切经营状况在“死亡”边缘挣扎的店铺；第 8 章讲解的是宝贝上架后如何进行搜索优化，让流量节节升高；第 9 章则十分详细地介绍了淘宝 SEO 常用的五大工具，让淘宝搜索优化如虎添翼；第

10 章呈现给读者的是做淘宝 SEO 的成功案例，用最真实的一线案例证明，无需为营销花费太多，宝贝也能获得好排名、好销量！

本书整体逻辑清晰，从最浅显的搜索规则到淘宝 SEO 实战，可以说是手把手地教会读者淘宝搜索优化最实用的方法。

本书适合作为学校电子商务、经济管理等专业的教材，也可作为网店卖家的运营参考书，同时也是网店创业人员、管理人员、兼职人员的自学宝典，还可以作为相关培训班的教学用书。

老 A 电商学院

2015 年 1 月

目 录

第 1 章 深度解读淘宝 SEO	1
1.1 你知道与 SEO 有关的一切吗	2
1.1.1 什么是 SEO.....	2
1.1.2 什么是淘宝 SEO.....	3
1.1.3 淘宝搜索思维模式	4
1.1.4 淘宝类目和 SKU 的概念	4
1.1.5 淘宝标签的概念	7
1.2 影响搜索量的决定性因素	8
1.2.1 淘宝搜索引擎主推性分析	8
1.2.2 淘宝关键词排名	12
1.2.3 宝贝的点击率	15
第 2 章 避开搜索规则的雷	17
2.1 切勿弄虚作假	18
2.1.1 虚假交易	18
2.1.2 换宝贝	19
2.1.3 重复铺货	22
2.1.4 商品 SKU 作弊	24
2.2 切忌粗心大意	27
2.2.1 错放类目和属性	28
2.2.2 标题关键词滥用	30



2.3	切忌挂羊头卖狗肉.....	34
2.3.1	价格不符.....	34
2.3.2	邮费不符.....	37
2.3.3	标题、图片、价格、描述等不一致.....	38
2.3.4	广告商品.....	38

第 3 章 消除宝贝排名靠后的隐患 41

3.1	四大因素影响宝贝排名.....	42
3.1.1	商品人气.....	42
3.1.2	卖家服务质量.....	45
3.1.3	五大相关性影响宝贝排名.....	48
3.1.4	卖家最容易忽视的排名杀手.....	49
3.2	宝贝排名优化三大招.....	53
3.2.1	类目属性优化.....	54
3.2.2	橱窗推荐策略.....	58
3.2.3	小卖家的排名优化策略.....	62

第 4 章 五招锁定宝贝关键词..... 67

4.1	抓准主要关键词.....	68
4.1.1	主要关键字的确定.....	68
4.1.2	主要竞争关键词的锁定.....	70
4.2	打牢基础建立长尾关键词词库.....	78
4.2.1	数据魔方.....	78
4.2.2	淘宝首页.....	79
4.2.3	排行榜.....	82

4.3	利用软件来找词	83
4.3.1	老 A 搜词精灵	83
4.3.2	老 A 淘词精灵	91
4.4	轻松筛选关键词	93
4.4.1	重复关键词	94
4.4.2	品牌词	96
4.4.3	违规词	97
4.4.4	不相关的词	99
4.5	做好关键词的数据分析	100
4.5.1	关键词人群分析	101
4.5.2	关键词最优类目分析	108
4.5.3	关键词转化率分析	110
4.5.4	关键词倍数分析	111
4.5.5	关键词点击率分析	115
第 5 章	揭秘宝贝标题组合的四大原理	117
5.1	标题组合原则	118
5.2	顺序颠倒, 买家搜索习惯验证	122
5.3	关键词紧密相连性验证	123
5.4	搜索关键词养词原理	125
第 6 章	用好数据神器找准宝贝上下架时间	127
6.1	不要小看上下架时间对排名的影响	128



6.2	宝贝上架时间段分析	129
6.2.1	用生 e 经分析宝贝上架时间段	130
6.2.2	用数据魔方分析宝贝上架时间段	133
6.3	用老 A 工具箱分析宝贝上架时间点	136
6.3.1	主要竞争关键词的研究	136
6.3.2	找出类似款宝贝	139
6.3.3	分析类似款宝贝	142

第 7 章 打造七天螺旋，逆转商品销量

151

7.1	七天螺旋如何设计	152
7.1.1	什么是七天螺旋	152
7.1.2	环比、同比、累积销量计算方法	154
7.1.3	七天螺旋实战操作	157
7.2	螺旋失败常见问题	167
7.2.1	流量、搜索出了问题	168
7.2.2	宝贝本身出了问题	171

第 8 章 宝贝上架后的优化及数据分析

173

8.1	标题关键词有效度分析	174
8.1.1	优化原则和数据获取	174
8.1.2	关键词有效度数据分析	178
8.1.3	优化尺度和验证方法	185
8.2	宝贝上架后的优化流程	187
8.2.1	上架后第一周	187

8.2.2 上架后第二周、第三周	190
------------------------	-----

第 9 章 淘宝 SEO 常用工具介绍..... 191

9.1 淘宝指数	192
9.1.1 长周期走势分析	192
9.1.2 人群特性分析	194
9.1.3 成交排行分析	195
9.1.4 市场细分分析	196
9.2 江湖策	197
9.2.1 江湖策的添加方法	198
9.2.2 实时直播功能	199
9.2.3 流量概况功能	200
9.2.4 流量发现功能	200
9.2.5 透视优化功能	201
9.2.6 活动监控功能	203
9.3 数据魔方	204
9.3.1 第一时间数据查看	204
9.3.2 行业数据查看	205
9.3.3 品牌、产品分析	208
9.3.4 淘词功能	209
9.3.5 流失顾客分析	210
9.3.6 店铺分析和消费者研究	212
9.4 生意参谋	213
9.4.1 生意参谋的打开方法	214
9.4.2 首页	215



9.4.3	实时直播	216
9.4.4	经营分析	218
9.4.5	自助取数	222
9.4.6	专题工具	222
9.5	老 A 工具箱	224
9.5.1	老 A 排名精灵	225
9.5.2	老 A 对手分析精灵	228