

读者群: 327209040 轻松在线互动交流



全方位介绍网店运营的理论 and 技巧, 尤其对网店装修、搜索优化、推广营销、交易管理、数据运营等几个重点内容进行了详细讲解, 帮助您完成从菜鸟新手到大卖家的蜕变。

淘宝新手 运营管理、装修一本通

麓山文化 编著

本书特色



浅显易懂

本书配备了大量而详细的图文参照, 浅显易懂, 能够让您清楚地了解并掌握网店运营的一般流程和技巧。而且每章还加入了知识问答和成功案例分享环节, 收集优秀卖家的宝贵经验, 让您在轻松、活泼的气氛中愉快学习。



内容全面

本书是一本内容全面的实战性书籍, 全方位地介绍了网店运营的理论 and 技巧, 尤其对网店装修、搜索优化、推广营销、交易管理、数据运营等几个重点内容进行了详细讲解, 帮助您完成从菜鸟新手到大卖家的蜕变。



技巧丰富

本书针对很多卖家尤其是新手卖家头疼的问题, 精心筛选了实用的网店经营技巧, 涵盖了很多卖家日常网店运营过程中经验积累的精华总结, 让您能够借鉴和快速掌握方法, 少走弯路, 将店铺经营得红红火火。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

运营、管理、装修一本通

淘
宝
新
手

麓山文化 编著

随着网络市场的蓬勃发展以及网络购物的热潮迭起，网上开店已成为非常热门的话题，淘宝网作为亚洲最大的 C2C 网络交易平台，无疑承载了无数人的创业梦想。本书是一本有关淘宝店铺运营管理的新手教程，从网店定位到网店管理，再到品牌营销，全面深入地讲述了淘宝网运营管理方面的技巧和方法。

全书共 10 章，介绍了当今电子商务发展的趋势和网店运营的基础概念、开店的前期准备、开店时可用的管理工具、网店运营思路和分析、店铺管理和装修、宝贝管理和优化、物流管理和售后服务管理、网店营销推广策略、提高网店转化率的方法以及中小卖家的品牌化出路。本书每章最后精心设计了问题答疑和案例分享，帮助读者获取成功经验，拓展经营思路。

本书是淘宝开店畅销书作者最新力作，内容全面。既适合初涉淘宝的新手，也适合已经开办了网店，并想进一步掌握网店运营高级技巧，把生意做大做强的店主阅读。

图书在版编目（CIP）数据

淘宝新手运营管理、装修一本通 / 麓山文化编著. —北京：

机械工业出版社，2014.12

ISBN 978-7-111-49171-2

I. ①淘… II. ①麓… III. ①电子商务—商业经营—中国 IV. ① F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 302767 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：曲彩云 印制：北京新华印刷有限公司

2015 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×210mm 16.15 印张 392 千字

0001—5000 册

标准书号：ISBN 978-7-111--49171-2

定价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

销售服务热线电话（010）68326294 编辑热线电话（010）68327259

购书热线电话（010）88379639 88379641 88379643

封面无防伪标均为盗版

目录

前言

第1章 网店运营,你不得不知10

- 1.1 再不做电商,你就 out 了 11
 - 1.1.1 如日中天的电子商务时代 11
 - 1.1.2 要么电子商务,要么无商可务 12
 - 1.1.3 毕业季,失业季——网上就业形势浅淡 14
- 1.2 网店运营知多少 16
 - 1.2.1 你懂真正的网店运营吗? 16
 - 1.2.2 网店运营准则 17
 - 1.2.3 网店运营团队建设与配合 19
- 1.3 网店知识答疑 21
 - 1.3.1 网店的开店方式有哪些? 21
 - 1.3.2 国内有哪些适合开店的平台? 21
 - 1.3.3 什么是淘宝网店商品发布数量限制? 23
 - 1.3.4 什么是淘宝卖家信用等级? ... 23
 - 1.3.5 网上开店需要具备什么样的心理素质? 24
 - 1.3.6 对各岗位基础员工应该从哪些方面进行绩效考核? 24
- 1.4 淘宝故事——大学毕业生开淘宝月收入万元 25

第2章 不打无准备之仗,网店前期准备27

- 2.1 做网店运营,“江湖规矩”你要懂·28
 - 2.1.1 你的“战场”在哪里——淘宝

- 平台简介 28
- 2.1.2 “无规矩不成方圆”——了解淘宝平台规矩 33
- 2.1.3 钱是怎么赚来的——淘宝交易流程 39
- 2.2 沟通才能让销量更畅通 42
 - 2.2.1 卖家沟通有一“宝”——千牛工作台基本设置 42
 - 2.2.2 生意太忙怎么办? E 客服从容应对繁忙生意 45
 - 2.2.3 所有说过的话都能成为“呈堂证供” 48
- 2.3 支付宝——淘宝第三方“公证处”·49
 - 2.3.1 支付宝的激活与认证 50
 - 2.3.2 付款是件很容易的事,多种支付方式任你选 53
 - 2.3.3 余额宝——会“赚钱”的支付宝 58
 - 2.3.4 加强安全意识,支付更放心 60
- 2.4 加入消费者保障,点亮加分图标 60
 - 2.4.1 “消费者保障”服务 60
 - 2.4.2 “7 天退货”服务 61
 - 2.4.3 “假一赔三”服务 62
 - 2.4.4 交易约定 62
- 2.5 你问我答,网店知识答疑 63
 - 2.5.1 天猫店铺如何注册,收费标准是多少? 63
 - 2.5.2 淘宝店铺商品部下架以后长时

间没上架宝贝，店铺是否会 自动关闭？	64
2.5.3 旺旺消息分流规则是什么？	64
2.5.4 进行支付宝实名认证时提供的 证件有什么要求？	64
2.5.5 一个人可以注册多个支付宝 账户吗？	64
2.5.6 是否可以使用他人的银行卡 给自己的支付宝账户充值？	65
2.5.7 再淘宝开店必须缴纳消保保 证金？	65
2.6 淘宝故事——防范淘宝新骗术	65

第3章 管理工具让你更省心67

3.1 淘宝助理——淘宝卖家的“贴心 管家”	68
3.1.1 管理宝贝，得心应手	68
3.1.2 批量管理交易，订单快速处理	73
3.2 量子恒道店铺经——用数据“说话”	75
3.2.1 流量分析	76
3.2.2 销售分析	76
3.2.3 推广效果	79
3.2.4 客户分析	80
3.3 你问我答，淘宝知识答辩	80
3.3.1 为什么不能发布宝贝	80
3.3.2 怎么注销或者关闭店铺？关闭 店铺之后想继续开店怎么办？	81
3.3.3 怎么订购量子恒道店铺经？	81
3.3.4 出子量恒道还有哪些数据分析 工具比较好用？	81
3.4 淘宝故事——从负债累累到千万 营业额	82

第4章 给自己挑选一个“掌柜”角色 84

4.1 店铺运营分析——物竞天择，适者 生存	85
4.1.1 “消费者主权”主导的商业 时代	85
4.1.2 一家淘宝店铺的成长历程	90
4.1.3 店铺运营的要点，你搞清 楚了吗？	94
4.2 不是什么东西拿到网上都好卖	101
4.2.1 开店是以赚钱为目的的	101
4.2.2 通过数据选产品	102
4.2.3 网上卖什么容易火	107
4.2.4 优质的货源是你强有力的后盾 ——货源采购	109
4.3 店铺运营思路八步走	114
4.4 你问我答，网点知识答疑	119
4.4.1 网络进货要注意哪些事项？	119
4.4.2 怎么辨别外贸尾货的真假？	120
4.4.3 进货最好遵循哪些规律？	120
4.4.4 店铺运营，需要看哪些数据？	120
4.5 淘宝故事——淘宝男士化妆品第一 店的创业路	121

第5章 店铺管理——开“门”迎客人 ...123

5.1 开店基本功	124
5.1.1 店如其名	124
5.1.2 店标是你品牌的 LOGO	126
5.1.3 完善其他设置	128
5.2 宝贝分类管理——给客户更方便 的购物体验	129
5.3 手机淘宝店铺——未来在“移动”	131
5.3.1 怎么设置手机淘宝店铺	131
5.3.2 手机店铺推广设置有门道	133
5.3.3 手机淘宝店铺装修二三事	134
5.3.4 二维码，扫一扫	136



5.4 店铺装修——留住买家“第一站”	137
5.4.1 淘宝旺铺版本	137
5.4.2 装修要做到心中有数	138
5.4.3 打造你店铺的专属风格	141
5.4.4 招牌是店铺的形象	146
5.4.5 用宝贝详情做好导购工作	151
5.5 你问我答，淘宝知识答疑	159
5.5.1 为什么更换店铺类目之后，店铺主营类目还没改变？	159
5.5.2 网店装修能带来哪些好处？	160
5.5.3 在进行网店装修时，色彩应该如何选择与搭配？	160
5.5.4 化妆品网店要怎么装修？	160
5.5.5 数码家电类网店如何装修？	161
5.6 淘宝故事——80后美女店主的淘宝生意经	162
第6章 用心打理你的每一个宝贝	163
6.1 将宝贝摆上货架——发布宝贝有诀窍	164
6.1.1 “一口价”商品发布的黄金法则	164
6.1.2 发布个人闲置商品	167
6.1.3 发布拍卖商品	168
6.2 标题是的宝贝“金字招牌”	170
6.2.1 好标题要有利于关键字搜索	170
6.2.2 好标题要能激发买家继续点击的欲望	177
6.3 给宝贝一张漂亮的“脸”	178
6.3.1 如何打造高质量宝贝主图	178
6.3.2 宝贝详情页的图片也要足够精美	182
6.3.3 有故事的宝贝更动人心弦	182
6.3.4 不用专业摄影也能拍出好图片	183
6.4 优化设置宝贝的上架时间	185

6.4.1 选择网络高峰期上架宝贝	185
6.4.2 分散发布让流量更稳定	186
6.4.3 橱窗推荐和下架时间的联合效力	187
6.5 你犯没犯规？——宝贝体验中心	187
6.5.1 宝贝体验中心入口	187
6.5.2 宝贝体验中心对于卖家有什么好处	189
6.6 你问我答，淘宝知识答疑	189
6.6.1 什么是重复铺货？	189
6.6.2 为什么有的图片有放大镜功能？	190
6.6.3 什么是宝贝主图？	190
6.6.4 我的店铺之前是卖虚拟产品的，现在可以改卖实物吗？	190
6.6.5 如何通过一件拍卖商品来引导店铺流量和进行后续购买转化？	190
6.7 淘宝故事——复旦高材生上网卖旗袍	190

第7章 把好交易最后一道关口192

7.1 物流服务——客户体验的“最后一公里”	193
7.1.1 选择愉快的合作对象	193
7.1.2 用好物流工具，发货更轻松	194
7.1.3 做好售前防范措施，规避物流风险	196
7.2 好的包装是无声的广告	196
7.2.1 用包装传递品牌内涵	197
7.2.2 用包装收买买家的心	197
7.2.3 小包装，大学问——常见商品的包装方式	199
7.3 怎样让交易更圆满	202
7.3.1 评价管理——让客户替你	

说话	202	8.3 淘宝直通车——精准的引流利器	232
7.3.2 纠纷管理——你要有“转危为安”的能力	205	8.3.1 淘宝直通车的推广原理	233
7.3.3 售后管理——售后是留住老客户的开始	206	8.3.2 直通车推广方式及宝贝展示位置	233
7.4 客服就是为客户服务的	208	8.3.3 怎么提升直通车推广效果	237
7.4.1 职业素养很重要	208	8.4 钻石展位——大卖家的黄金广告位	240
7.4.2 每个好客服都是“心理专家”	212	8.4.1 钻石展位的推广原理	241
7.4.3 服务的最终目的是为了卖出产品	215	8.4.2 明确使用钻石展位投放广告的目的	241
7.4.4 讨价还价对客户来说是种乐趣	217	8.4.3 掌握钻石展位的投放技巧	244
7.5 你问我答，淘宝知识答疑	219	8.5 淘宝客——你的无底薪推销员	247
7.5.1 网上交易常用的物流方式有哪几种？	219	8.5.1 去哪里招募淘宝客	247
7.5.2 快递过程中经常会出现哪些意外？怎么解决？	219	8.5.2 如何吸引淘宝客优先推广你的商品	250
7.5.3 产生交易纠纷的原因通常有哪些？	220	8.5.3 维护好与淘宝客之间的关系	252
7.5.4 一般网店客服要做哪些工作？	220	8.6 店内促销——给买家一点甜头	252
7.5.5 客服绩效考评的数据指标是什么？	221	8.6.1 折扣促销——买家看得见的优惠	252
7.5.6 怎么管理客户资料？	221	8.6.2 包邮促销——快递不用自己买单	254
7.6 淘宝故事——嗅觉敏感的三皇卖家	221	8.6.3 赠品促销——小礼物打动客户	255
第8章 “营销让销量“滚雪球”	223	8.6.4 搭配套餐——关联营销提升客单价	256
8.1 了解顾客才能抓住顾客	224	8.6.5 限时打折——再不买酒吃了	257
8.1.1 了解买家类型和需求	224	8.6.6 店铺优惠券——越用越优惠	258
8.1.2 买家会被什么样的店铺吸引	224	8.6.7 每天促销等于没有促销	258
8.1.3 了解买家搜索和浏览习惯	226	8.7 活动引爆流量	260
8.2 怎么让别人先看到你的商品	227	8.7.1 聚划算——团购也疯狂	260
8.2.1 “所有宝贝”排名规则	227	8.7.2 淘宝试用——好的产品不怕试	265
8.2.2 淘宝 SEO 的常见误区	230	8.7.3 天天特价——人人都爱占便宜	267
8.2.3 优化搜索，抓牢淘宝自然流量	232	8.8 站外流量“一网打尽”	270
		8.8.1 博客、微博打造“明星”产品	270



8.8.2 论坛精华帖的秘密	274
8.8.3 基于 7.8 亿用户的 QQ 营销 ..	275
8.8.4 微信点对点精准营销	276
8.8.5 一封邮件、一条短信额生意经	277
8.9 你问我答，淘宝知识答疑	278
8.9.1 什么叫滞销商品？	278
8.9.2 网店流量指标有哪些？	278
8.9.3 怎么创建直通车推广计划？ ..	279
8.9.4 什么是淘宝硬广资源？	279
8.9.5 为什么有些店铺首页也可以显 示“满就送”活动信息？	279
8.9.6 在天天特价活动过程中通常会 出现哪些问题，如何应对？ ..	280
8.10 淘宝故事——90 后女孩“蜗居”小 屋实现船业梦	280

第 9 章 转化率比流量更重要282

9.1 怎么让客户来了就买	283
9.1.1 流量转化率——不同的流量， 有不同的质量	283
9.1.2 成交转化率——说服客户买 下才是王道	284
9.1.3 订单转化率——客服的魅力 ..	286
9.1.4 付款转化率——付款成功了 才算交易成功	286
9.2 让客户成为你的“亲友团”	287
9.2.1 首先你要让客户满意	287
9.2.2 信任起决定作用	288
9.2.3 不妨打打“感情牌”	290
9.2.4 粘住客户从小处着手	291
9.3 怎么打造爆款	292
9.3.1 做好前期准备工作	292
9.3.2 爆款推广四部曲	295
9.3.3 几种常见的爆款类型	297
9.4 数据告诉你怎么运营	298

9.4.1 你的店铺发展健康吗？	299
9.4.2 网店数据运营需要重点关 注哪些指标？	300
9.4.3 用数据指导优化日常运营	303
9.5 你问我答，淘宝知识答疑	304
9.5.1 成功打造爆款的诀窍是 什么？	304
9.5.2 是什么原因导致店铺客户 流失？	305
9.5.3 店铺流量指标应该着重 关注哪几个？	305
9.5.4 除了几个需要重点关注的数据， 还有哪些数据可以辅助运营 分析？	306
9.5.5 什么是淘宝代运营？	306
9.6 淘宝故事——弱听农家女孩的淘宝创 业之旅	307

第 10 章 “小而美”也是一种出路309

10.1 品牌化，才能长久	310
10.1.1 知名度、美誉度、忠诚度 ..	310
10.1.2 品牌的最终价值人们对它的 感情认同	312
10.1.3 网店品牌传播要走精细化 道路	313
10.2 做不了“大而全”，就做 “小而美”	315
10.2.1 淘宝为什么要“小而美” ..	315
10.2.2 把握“小而美”精髓	317
10.3 如何培养“小而美”	320
10.3.1 明确定位，细分市场	320
10.3.2 找到属于自己的“标签” ..	321
10.3.3 做好产品和服务	321
10.3.4 坚持做到极致	322
10.4 淘宝故事——烧烤摆到网上去 ..	323

运营、管理、装修一本通

淘
宝
新
手

麓山文化 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

随着网络市场的蓬勃发展以及网络购物的热潮迭起，网上开店已成为非常热门的话题，淘宝网作为亚洲最大的 C2C 网络交易平台，无疑承载了无数人的创业梦想。本书是一本有关淘宝店铺运营管理的新手教程，从网店定位到网店管理，再到品牌营销，全面深入地讲述了淘宝网运营管理方面的技巧和方法。

全书共 10 章，介绍了当今电子商务发展的趋势和网店运营的基础概念、开店的前期准备、开店时可用的管理工具、网店运营思路和分析、店铺管理和装修、宝贝管理和优化、物流管理和售后服务管理、网店营销推广策略、提高网店转化率的方法以及中小卖家的品牌化出路。本书每章最后精心设计了问题答疑和案例分享，帮助读者获取成功经验，拓展经营思路。

本书是淘宝开店畅销书作者最新力作，内容全面。既适合初涉淘宝的新手，也适合已经开办了网店，并想进一步掌握网店运营高级技巧，把生意做大做强的店主阅读。

图书在版编目（CIP）数据

淘宝新手运营管理、装修一本通 / 麓山文化编著. —北京：

机械工业出版社，2014.12

ISBN 978-7-111-49171-2

I. ①淘… II. ①麓… III. ①电子商务—商业经营—中国 IV. ① F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 302767 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：曲彩云 印制：北京新华印刷有限公司

2015 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×210mm 16.15 印张 392 千字

0001—5000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-49171-2

定价：49.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

销售服务热线电话（010）68326294 编辑热线电话（010）68327259

购书热线电话（010）88379639 88379641 88379643

封面无防伪标均为盗版

前言

互联网在中国的飞速发展，使得人们的生活和观念发生了天翻地覆的变化，越来越多的人逐渐从犹疑不定的怀疑者变成网络购物的坚定支持者，也给我们带来了无限商机和创业灵感。在“要么电子商务，要么无商可务”的 21 世纪，不少商家纷纷打破单一经营模式，在传统渠道外开拓网络渠道。淘宝网作为亚洲最大的 C2C 交易平台，其草根创富的传奇色彩也给一大群有创业梦想的人带来了机会和希望。

◎ 本书主要内容

淘宝在中国 C2C 电子商务平台市场占有绝对性的主导地位，每个涉足淘宝的创业者都想在淘宝网上发掘出自己的一条致富道路。开网店就少不了网店运营，运营不单单指推广营销，网店运营指的是基于网络店铺的运营工作，主要包括市场调研、市场开店、官方网店运营、品牌营销、资金流、物流、分销体系的建设与维护、会员营销、数据分析等。

为了满足广大热爱淘宝事业的人们的需求，帮助初涉淘宝的新手了解并掌握网店运营方面的知识和技能，我们编写了本书。全书共 10 章，分别介绍了当今电子商务发展的趋势和网店运营的基础概念、开店的前期准备、开店时可用的管理工具、网店运营思路和分析、店铺管理和装修、宝贝管理和优化、物流管理和售后服务管理、网店营销推广策略、提高网店转化率的方法以及中小卖家的品牌化出路。从最初的市场分析和网店定位到运营最高层次的品牌营销，由浅入深地对如何成功经营一家网店进行了探讨。

◎ 本书特色

浅显易懂：本书配备了大量而详细的图文参照，浅显易懂，能够让您清楚地了解并掌握网店运营的一般流程和技巧。而且每章还加入了知识问答和成功案例分享环节，收集优秀卖家的宝贵经验，让您在轻松、活泼的气氛中愉快学习。

内容全面：本书是一本内容全面的实战性书籍，全方位的介绍了网店运营的理论 and 技巧，尤其对网店装修、搜索优化、推广营销、交易管理、数据运营等几个重点内容进行了详细讲解，帮助您完成从菜鸟新手到大卖家的蜕变。

技巧丰富: 本书针对很多卖家尤其是新手卖家头疼的问题, 精心筛选了实用的网店经营技巧, 涵盖了很多卖家日常网店运营过程中经验积累的精华总结, 让您能够借鉴和快速掌握方法, 少走弯路, 将店铺经营得红红火火。

◎ 本书适合读者

本书面向的是广大淘宝爱好者和没有淘宝开店经验又想在淘宝一展身手的潜在卖家, 对于已经有一定经验的卖家也有提高的空间。

◎ 本书创作团队

本书由麓山文化编著, 参加编写的有: 陈志民、江凡、张洁、梅文、马梅桂、戴京京、骆天、胡丹、陈运炳、申玉秀、李红萍、李红艺、李红术、陈云香、陈文香、陈军云、彭斌全、林小群、刘清平、钟睦、刘里锋、朱海涛、廖博、喻文明、易盛、陈晶、张绍华、黄柯、何凯、黄华、陈文轶、杨少波、杨芳、刘有良、刘珊、赵祖欣、齐慧明等。

由于编者水平有限, 书中疏漏与不妥之处在所难免。在感谢您选择本书的同时, 也希望您能够把对本书的意见和建议告诉我们。

编者 邮箱: lushanbook@gmail.com

读者 QQ 群: 327209040

麓山文化

目录

前言

第1章 网店运营,你不得不知10

- 1.1 再不做电商,你就 out 了 11
 - 1.1.1 如日中天的电子商务时代 11
 - 1.1.2 要么电子商务,要么无商可务 12
 - 1.1.3 毕业季,失业季——网上就业形势浅淡 14
- 1.2 网店运营知多少 16
 - 1.2.1 你懂真正的网店运营吗? 16
 - 1.2.2 网店运营准则 17
 - 1.2.3 网店运营团队建设与配合 19
- 1.3 网店知识答疑 21
 - 1.3.1 网店的开店方式有哪些? 21
 - 1.3.2 国内有哪些适合开店的平台? 21
 - 1.3.3 什么是淘宝网店商品发布数量限制? 23
 - 1.3.4 什么是淘宝卖家信用等级? ... 23
 - 1.3.5 网上开店需要具备什么样的心理素质? 24
 - 1.3.6 对各岗位基础员工应该从哪些方面进行绩效考核? 24
- 1.4 淘宝故事——大学毕业生开淘宝月收入万元 25

第2章 不打无准备之仗,网店前期准备27

- 2.1 做网店运营,“江湖规矩”你要懂·28
 - 2.1.1 你的“战场”在哪里——淘宝

- 平台简介 28
- 2.1.2 “无规矩不成方圆”——了解淘宝平台规矩 33
- 2.1.3 钱是怎么赚来的——淘宝交易流程 39
- 2.2 沟通才能让销量更畅通 42
 - 2.2.1 卖家沟通有一“宝”——千牛工作台基本设置 42
 - 2.2.2 生意太忙怎么办? E 客服从容应对繁忙生意 45
 - 2.2.3 所有说过的话都能成为“呈堂证供” 48
- 2.3 支付宝——淘宝第三方“公证处”·49
 - 2.3.1 支付宝的激活与认证 50
 - 2.3.2 付款是件很容易的事,多种支付方式任你选 53
 - 2.3.3 余额宝——会“赚钱”的支付宝 58
 - 2.3.4 加强安全意识,支付更放心 60
- 2.4 加入消费者保障,点亮加分图标 60
 - 2.4.1 “消费者保障”服务 60
 - 2.4.2 “7 天退货”服务 61
 - 2.4.3 “假一赔三”服务 62
 - 2.4.4 交易约定 62
- 2.5 你问我答,网店知识答疑 63
 - 2.5.1 天猫店铺如何注册,收费标准是多少? 63
 - 2.5.2 淘宝店铺商品部下架以后长时

间没上架宝贝，店铺是否会 自动关闭？	64
2.5.3 旺旺消息分流规则是什么？	64
2.5.4 进行支付宝认证时提供的 证件有什么要求？	64
2.5.5 一个人可以注册多个支付宝 账户吗？	64
2.5.6 是否可以使用他人的银行卡 给自己的支付宝账户充值？	65
2.5.7 再淘宝开店必须缴纳消保保 证金？	65
2.6 淘宝故事——防范淘宝新骗术	65

第3章 管理工具让你更省心67

3.1 淘宝助理——淘宝卖家的“贴心 管家”	68
3.1.1 管理宝贝，得心应手	68
3.1.2 批量管理交易，订单快速处理	73
3.2 量子恒道店铺经——用数据“说话”	75
3.2.1 流量分析	76
3.2.2 销售分析	76
3.2.3 推广效果	79
3.2.4 客户分析	80
3.3 你问我答，淘宝知识答辩	80
3.3.1 为什么不能发布宝贝	80
3.3.2 怎么注销或者关闭店铺？关闭 店铺之后想继续开店怎么办？	81
3.3.3 怎么订购量子恒道店铺经？	81
3.3.4 出量子恒道还有哪些数据分析 工具比较好用？	81
3.4 淘宝故事——从负债累累到千万 营业额	82

第4章 给自己挑选一个“掌柜”角色 84

4.1 店铺运营分析——物竞天择，适者 生存	85
4.1.1 “消费者主权”主导的商业 时代	85
4.1.2 一家淘宝店铺的成长历程	90
4.1.3 店铺运营的要点，你搞清 楚了吗？	94
4.2 不是什么东西拿到网上都好卖	101
4.2.1 开店是以赚钱为目的的	101
4.2.2 通过数据选产品	102
4.2.3 网上卖什么容易火	107
4.2.4 优质的货源是你强有力的后盾 ——货源采购	109
4.3 店铺运营思路八步走	114
4.4 你问我答，网点知识答疑	119
4.4.1 网络进货要注意哪些事项？	119
4.4.2 怎么辨别外贸尾货的真假？	120
4.4.3 进货最好遵循哪些规律？	120
4.4.4 店铺运营，需要看哪些数据？	120
4.5 淘宝故事——淘宝男士化妆品第一 店的创业路	121

第5章 店铺管理——开“门”迎客人 ...123

5.1 开店基本功	124
5.1.1 店如其名	124
5.1.2 店标是你品牌的 LOGO	126
5.1.3 完善其他设置	128
5.2 宝贝分类管理——给客户更方便 的购物体验	129
5.3 手机淘宝店铺——未来在“移动”	131
5.3.1 怎么设置手机淘宝店铺	131
5.3.2 手机店铺推广设置有门道	133
5.3.3 手机淘宝店铺装修二三事	134
5.3.4 二维码，扫一扫	136



5.4 店铺装修——留住买家“第一站”	137
5.4.1 淘宝旺铺版本	137
5.4.2 装修要做到心中有数	138
5.4.3 打造你店铺的专属风格	141
5.4.4 招牌是店铺的形象	146
5.4.5 用宝贝详情做好导购工作	151
5.5 你问我答，淘宝知识答疑	159
5.5.1 为什么更换店铺类目之后，店铺主营类目还没改变？	159
5.5.2 网店装修能带来哪些好处？	160
5.5.3 在进行网店装修时，色彩应该如何选择与搭配？	160
5.5.4 化妆品网店要怎么装修？	160
5.5.5 数码家电类网店如何装修？	161
5.6 淘宝故事——80后美女店主的淘宝生意经	162
第6章 用心打理你的每一个宝贝	163
6.1 将宝贝摆上货架——发布宝贝有诀窍	164
6.1.1 “一口价”商品发布的黄金法则	164
6.1.2 发布个人闲置商品	167
6.1.3 发布拍卖商品	168
6.2 标题是的宝贝“金字招牌”	170
6.2.1 好标题要有利于关键字搜索	170
6.2.2 好标题要能激发买家继续点击的欲望	177
6.3 给宝贝一张漂亮的“脸”	178
6.3.1 如何打造高质量宝贝主图	178
6.3.2 宝贝详情页的图片也要足够精美	182
6.3.3 有故事的宝贝更动人心弦	182
6.3.4 不用专业摄影也能拍出好图片	183
6.4 优化设置宝贝的上架时间	185

6.4.1 选择网络高峰期上架宝贝	185
6.4.2 分散发布让流量更稳定	186
6.4.3 橱窗推荐和下架时间的联合效力	187
6.5 你犯没犯规？——宝贝体验中心	187
6.5.1 宝贝体验中心入口	187
6.5.2 宝贝体验中心对于卖家有什么好处	189
6.6 你问我答，淘宝知识答疑	189
6.6.1 什么是重复铺货？	189
6.6.2 为什么有的图片有放大镜功能？	190
6.6.3 什么是宝贝主图？	190
6.6.4 我的店铺之前是卖虚拟产品的，现在可以改卖实物吗？	190
6.6.5 如何通过一件拍卖商品来引导店铺流量和进行后续购买转化？	190
6.7 淘宝故事——复旦高材生上网卖旗袍	190

第7章 把好交易最后一道关口192

7.1 物流服务——客户体验的“最后一公里”	193
7.1.1 选择愉快的合作对象	193
7.1.2 用好物流工具，发货更轻松	194
7.1.3 做好售前防范措施，规避物流风险	196
7.2 好的包装是无声的广告	196
7.2.1 用包装传递品牌内涵	197
7.2.2 用包装收买买家的心	197
7.2.3 小包装，大学问——常见商品的包装方式	199
7.3 怎样让交易更圆满	202
7.3.1 评价管理——让客户替你	

说话	202
7.3.2 纠纷管理——你要有“转危为安”的能力	205
7.3.3 售后管理——售后是留住老客户的开始	206
7.4 客服就是为客户服务的	208
7.4.1 职业素养很重要	208
7.4.2 每个好客服都是“心理专家”	212
7.4.3 服务的最终目的是为了卖出产品	215
7.4.4 讨价还价对客户来说是种乐趣	217
7.5 你问我答，淘宝知识答疑	219
7.5.1 网上交易常用的物流方式有哪几种？	219
7.5.2 快递过程中经常会出现哪些意外？怎么解决？	219
7.5.3 产生交易纠纷的原因通常有哪些？	220
7.5.4 一般网店客服要做哪些工作？	220
7.5.5 客服绩效考评的数据指标是什么？	221
7.5.6 怎么管理客户资料？	221
7.6 淘宝故事——嗅觉敏感的三皇卖家	221

第8章 “营销让销量“滚雪球”223

8.1 了解顾客才能抓住顾客	224
8.1.1 了解买家类型和需求	224
8.1.2 买家会被什么样的店铺吸引	224
8.1.3 了解买家搜索和浏览习惯	226
8.2 怎么让别人先看到你的商品	227
8.2.1 “所有宝贝” 排名规则	227
8.2.2 淘宝 SEO 的常见误区	230
8.2.3 优化搜索，抓牢淘宝自然流量	232

8.3 淘宝直通车——精准的引流利器	232
8.3.1 淘宝直通车的推广原理	233
8.3.2 直通车推广方式及宝贝展示位置	233
8.3.3 怎么提升直通车推广效果	237
8.4 钻石展位——大卖家的黄金广告位	240
8.4.1 钻石展位的推广原理	241
8.4.2 明确使用钻石展位投放广告的目的	241
8.4.3 掌握钻石展位的投放技巧	244
8.5 淘宝客——你的无底薪推销员	247
8.5.1 去哪里招募淘宝客	247
8.5.2 如何吸引淘宝客优先推广你的商品	250
8.5.3 维护好与淘宝客之间的关系	252
8.6 店内促销——给买家一点甜头	252
8.6.1 折扣促销——买家看得见的优惠	252
8.6.2 包邮促销——快递不用自己买单	254
8.6.3 赠品促销——小礼物打动客户	255
8.6.4 搭配套餐——关联营销提升客单价	256
8.6.5 限时打折——再不买酒吃了	257
8.6.6 店铺优惠券——越用越优惠	258
8.6.7 每天促销等于没有促销	258
8.7 活动引爆流量	260
8.7.1 聚划算——团购也疯狂	260
8.7.2 淘宝试用——好的产品不怕试	265
8.7.3 天天特价——人人都爱占便宜	267
8.8 站外流量“一网打尽”	270
8.8.1 博客、微博打造“明星”产品	270



8.8.2 论坛精华帖的秘密	274
8.8.3 基于 7.8 亿用户的 QQ 营销	275
8.8.4 微信点对点精准营销	276
8.8.5 一封邮件、一条短信额生意经	277
8.9 你问我答, 淘宝知识答疑	278
8.9.1 什么叫滞销商品?	278
8.9.2 网店流量指标有哪些?	278
8.9.3 怎么创建直通车推广计划?	279
8.9.4 什么是淘宝硬广资源?	279
8.9.5 为什么有些店铺首页也可以显示“满就送”活动信息?	279
8.9.6 在天天特价活动过程中通常会 出现哪些问题, 如何应对?	280
8.10 淘宝故事——90 后女孩“蜗居”小 屋实现船业梦	280

第 9 章 转化率比流量更重要282

9.1 怎么让客户来了就买	283
9.1.1 流量转化率——不同的流量, 有不同的质量	283
9.1.2 成交转化率——说服客户买 下才是王道	284
9.1.3 订单转化率——客服的魅力	286
9.1.4 付款转化率——付款成功了 才算交易成功	286
9.2 让客户成为你的“亲友团”	287
9.2.1 首先你要让客户满意	287
9.2.2 信任起决定作用	288
9.2.3 不妨打打“感情牌”	290
9.2.4 粘住客户从小处着手	291
9.3 怎么打造爆款	292
9.3.1 做好前期准备工作	292
9.3.2 爆款推广四部曲	295
9.3.3 几种常见的爆款类型	297
9.4 数据告诉你怎么运营	298

9.4.1 你的店铺发展健康吗?	299
9.4.2 网店数据运营需要重点关 注哪些指标?	300
9.4.3 用数据指导优化日常运营	303
9.5 你问我答, 淘宝知识答疑	304
9.5.1 成功打造爆款的诀窍是 什么?	304
9.5.2 是什么原因导致店铺客户 流失?	305
9.5.3 店铺流量指标应该着重 关注哪几个?	305
9.5.4 除了几个需要重点关注的数据, 还有哪些数据可以辅助运营 分析?	306
9.5.5 什么是淘宝代运营?	306
9.6 淘宝故事——弱听农家女孩的淘宝创 业之旅	307

第 10 章 “小而美”也是一种出路309

10.1 品牌化, 才能长久	310
10.1.1 知名度、美誉度、忠诚度	310
10.1.2 品牌的最终价值人们对它的 感情认同	312
10.1.3 网店品牌传播要走精细化 道路	313
10.2 做不了“大而全”, 就做 “小而美”	315
10.2.1 淘宝为什么要“小而美”	315
10.2.2 把握“小而美”精髓	317
10.3 如何培养“小而美”	320
10.3.1 明确定位, 细分市场	320
10.3.2 找到属于自己的“标签”	321
10.3.3 做好产品和服务	321
10.3.4 坚持做到极致	322
10.4 淘宝故事——烧烤摆到网上去	323