

淘宝网 店 实战宝典

被**2000**名淘宝小二
集体膜拜的资深大咖
私家分享

独门绝招！
帮你人气暴涨
利润暴增

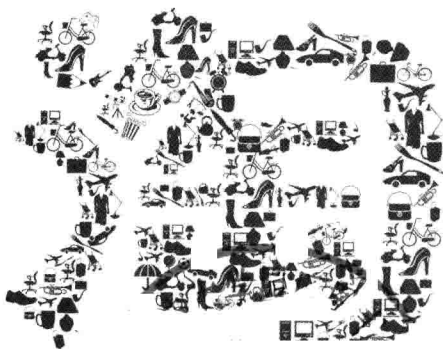
胡冬申◎著

开店、装修
管理、营销、推广
一次讲透



淘宝网 店实战宝典

胡冬申◎著



图书在版编目 (CIP) 数据

淘宝网店实战宝典 / 胡冬申著. —北京: 北京联合出版公司, 2015. 5

ISBN 978-7-5502-4811-3

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 047140 号

淘宝网店实战宝典

作 者: 胡冬申

选题策划: 北京时代光华图书有限公司

责任编辑: 王 巍

特约编辑: 彭 婷

封面设计: 新艺书文化

版式设计: 曾 放

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

北京晨旭印刷厂印刷 新华书店经销

字数317千字 787毫米×1092毫米 1/16 22.25印张

2015年5月第1版 2015年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5502-4811-3

定价: 58.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本社图书销售中心联系调换。电话: 010-82894445

淘宝开店还赚不赚钱

从2008年撰写《淘宝店这样开才赚钱》一书至今已经6年多了，当我重新翻开这本书，依然可以感受到当年深夜写稿时胸中涌动的澎湃激情；然而，我的读者，你是在淘宝中继续坚持自己的梦想，还是早已放弃？时过境迁，该书的内容早已过时，所以如今我又坐在电脑边重新编写关于淘宝开店如何赚钱的书，直到凌晨两点。虽然我想通过新的思路让你在淘宝的道路上走得更加平坦，但是也不得不告诉你一个事实——现在，淘宝的竞争比当年更残酷！

这种残酷来自很多方面。一是自己的认知误区。很多人没有踏进淘宝的大门，只是听别人说开淘宝店铺很赚钱，便没有任何专业知识的情况下纷纷加入淘宝大军，结果却往往是带着满腔的创业热情而去，载着失落的悲伤而回，只得到“开店容易成交难”的教训。一天响起的旺旺“叮咚”声确实有几次，但全部是让自己炒作信誉度的广告，或者是骗钱的垃圾信息。更多的手卖家错误地认为，开新店的方法无非就是先卖卖虚拟商品，比如手机话费充值、Q币充值等，提升信誉度，有了信誉度，自己卖的实物商品就会好销售一点了。甚至有很多卖家还为此花费几百元钱去购买某些充值软件。二是淘宝自身的发展。为了提高在售商品的品质，改变淘宝销售侵权、伪劣、

假冒商品的现状，淘宝曾一度侧重天猫（B2C）的发展，致使个人网店（C2C）搜索排名下滑。而这些拥有强大资金支持的天猫商家为了抢占市场，必然有一部分会打价格战。我曾笑着对本书的策划翟小姐说：“去批发市场拿货，也许拿货价格比淘宝里某些卖家的零售价格都还要高。”你可以想象一下有些淘宝卖家的零售价格有多低。说到这里，我已不愿意再去赘述淘宝里种种竞争的残酷了。

那么，现在开淘宝店还能赚钱吗？这么多的大企业都在这个平台上抢夺、分羹，你是否来迟了？是否已经没有机会了呢？

我可以肯定地回答你：在淘宝开店确实赚钱！要想印证这一点，你可以去看看那些关于网商的报道，一年成交多少多少亿的网商故事数不胜数。我不愿意在这里说这些毫无意义的大话，怂恿你做春秋大梦；我只想告诉你，不管有多少人竞争，在商场中永远是适者生存、聪明者胜利、多劳者多得、善于思考者进步，而后来者往往居上！

在编写这本书之前，我一直在思考一个问题：市面上关于淘宝开店的图书已然不少，那么，我该如何开辟新的思路才能让我的读者拨云见日呢？很多人在线上（淘宝大学）、线下（培训师）学习了很多视频、听了很多讲座，可在实际操作时却还是不知所措、无从下手，只能在电脑旁一边望着自己装修得精致典雅的店铺，一边感叹买来的淘宝图书内容空洞，培训师的讲课内容华而不实。

于是我总结出开店一般会遇到的两大难题：货源和推广。那么，我能不能让我的读者看完这本书，就可以不花一分钱地把店开起来，把货上起来，按照书中的方法推广起来，东西卖了通知别人把快递发出去，然后把买卖的差价利润收进来？在实际生活中，我曾简单地指导某位同学运用“空手套白狼”的手法，在工作之余兼职开起了一家淘宝女鞋代理销售店铺。她最终通过自己的努力完成了淘宝兼职收入超过工作工资的目标。我想，我有必要把这些都写出来分享给大家！

这本书将告诉你三大方面的知识。一是淘宝开店的基础知识，包括常见误区、新店常见困局，以及基本规则等；二是淘宝开店的基本流程，包括准备货源、网上注册、装修店铺、安装聊天工具千牛、利用淘宝助理发布商品信息、开通使用支付宝，以及打包、发货等；三是淘宝网运营实战，包括如何提升店铺人气、提高店铺信誉度，如何参加官方活动，如何进行淘宝站内、站外推广，如何进行线下推广等；四是企业

开店，即天猫实战，主要涉及企业入驻天猫的要求和天猫卖家需着力改善之处；五是全网实战“巡礼”，放眼互联网，学习借鉴，以拓宽销售渠道、增加赢利途径。

另外，本书还将介绍一些在前言里都特别值得一提的知识点：比如如何用手机打理自己的淘宝店铺，从而可以不用像以前那样必须死守着电脑才不会丢单；比如如何通过运用二维码来推广自己的店铺；比如揭秘卖家炒作信誉度内幕，扒一扒淘宝被人讥讽“有淘宝就有炒作”的伤疤；比如有淘宝特色的商品的定价策略，让打折满天飞。

在构思这本书的内容的过程中，我主要考虑了以下几点：

第一，我所努力的方向是，怎么把这样一本“淘宝开店的工具书”转变成一本能引导读者学会自己思考的“网上开店思维拓展教程”。两者之间的差异是：前者注重内容广泛、全面而细致，就好比电磁炉的“使用说明书”，能告诉用户第一步怎么做、第二步怎么做，以及出现了什么故障、应如何去排除；而后者则注重“抽丝剥茧”、延伸和抓重点，相当于介绍如何使用电磁炉加工出美味食品的“食谱”，告诉你如何在三小时内炖出鲜浓的骨头汤，如何在十五分钟内蒸出嫩滑的剁椒鱼头。我相信你不是网络“小白”，所以比较而言，我无疑更希望自己走第二条路，使本书成为你开始网店人生的一位导师，而非一份干巴巴的说明书。你要充分相信你自己的能力，只要会打字，你就能开网店，所以在选择购买图书的时候，不要选择“使用说明书”，而要选择“食谱”，努力让自己成为美味创造者。

第二，我不愿意说别人已经如何如何成功，哪位是淘宝卖家排行榜的第一名，哪位已经是金冠卖家，哪位的店铺仅仅开业一年就成为皇冠店铺，哪位一年净利润几百万甚至上千万。对你来说，这些其实真和你没有半毛钱关系！听一个故事可能会激发你的创业热情，听十个故事可能让你觉得这些离你很遥远，听二十个故事可能你就会觉得腻味、觉得雷同，听五十个故事你会觉得别人成功是种习惯，听一百个故事你就可能最终没能成为杰出的网商，却成了一个专门讲故事的人。因为这些故事只讲述了他们已经成功的事实，却没有告诉你他们是如何成功的，或者你应该怎么做。所以我觉得自己应该是一个务实派，别人只告诉你他参加淘宝的活动获得了很大的成功，我却会告诉你用哪种商品参加哪个活动，以及怎样参加才可以通过批准获得流量并成交。这些才是我应该说的！

第三，我要对读者负责。当策划邀请我重新修订前一本图书内容时，我毅然拒绝了图书再版而选择了重新修订。修订图书内容也许几天时间就足够了，重新来过则需要至少花费几个月的时间，所获得的稿费报酬却不会相差多少。这并不是说我有何伟大，而是出于一个人的人生观与人生态度。你选择购买这本书，是我之大幸；我不能让你找到所需所求，则是我之无能。几年前，在竞争压力不大、电脑和网络普及率还比较低的情况下，看一看开店方面的书的确可以让你更快地进入网店店主角色，“小白图书”就可以满足这种需求；而今天网络购物爆发式增长，大小卖家云聚淘宝，移动网络迅猛崛起，再版淘宝“小白图书”只会让你鄙视作者的肤浅。

第四，我想说一些别人不敢说的话。比如卖家炒作信誉度的问题，别人都不愿意提及，我会直言不讳地给你讲案例、做剖析；比如别人鼓励你开直通车，开车技巧说得天花乱坠，我会奉劝你不要盲目竞价做无谓的牺牲。我会批评淘宝在平台优化上的不作为，也会嘲笑阿里妈妈技术人员一次次无聊的改版。

第五，我更希望你一起想一些不敢想的事情。淘宝哪里做得还不够？为什么这么说？你觉得它应该怎么做？这虽然表面上不关你的事儿，我却希望你一起讨论。同一件商品，别人在淘宝上卖 10 元一件，我愿意和你一起思考怎么卖到 20 元一件来实现赢利。我甚至想和你一起通过唱《忐忑》、跳“骑马舞”或者跳《小苹果》广场舞等，来彰显你的网店个性！这难道不是一种很独特的网店推广模式吗？

通过阅读本书，我相信你定会有所收益。进则可以开设自己的个人网店，兼职也好，全职也好，甚至可以发展自己的团队，培训职业化售前、售后客服；退则可以在大型淘宝店铺打工做一位聪明的客服，或者可以通过支付宝的理财产品“余额宝”进行灵活的投资理财，还可以通过阿里妈妈，在淘宝上买东西赚取佣金。

如果通过对这本书的学习，你没能提高开店水平，那么你至少可以获得很多安慰自己的理由：所谓“无奸不商、无商不奸”，也许就是因为你太纯洁，不愿意做奸商，才懒得开这个网店。其实我是希望用这些调侃的语言，让你看完这本看似枯燥的书，不知这些所谓的诙谐是否能博得你的一个冷笑。

对于前言的内容，我反反复复修改了不下十次。我觉得前言非常重要，它既是对读者的一种引导，也是图书的一种自我营销。写完之后，我又在前面加了一个形

容词——“必看的”。“必看的前言”也许显得不伦不类，却代表了我的营销思想。我希望作为读者的你，也可以再看一次前言，能够学习和延伸这种区别于他人的、属于自己的一种独特的营销方式，把这种思想运用在自己的网店之中，以求成功！

最后，感谢本书的策划翟小姐及其同事不辞辛苦地审阅稿件，提出了很多宝贵意见，让我走出狭隘的自我看到大家真正需要的是什么。还要特别感谢前一本图书的读者提出的宝贵意见，以及他们所提供的与那本书之间发生的故事，能让我在新版图书中进行纠正和改进。我很感动！感谢大家的支持！

你们的朋友 胡冬申

| | |
|-----------------|-------|
| 第二节 开家有特色的淘宝店 | / 008 |
| 一 够专业，才算有特色 | / 008 |
| 二 特色店铺，好处多多 | / 009 |
| 第三节 如何破解新店面临的困局 | / 010 |
| 一 新店面临的困局 | / 010 |
| 二 如何破解困局 | / 011 |
| 第四节 淘宝开店基本规则 | / 012 |
| 一 淘宝禁售商品管理规则 | / 013 |
| 二 淘宝特许专营类目 | / 016 |
| 三 淘宝滥发信息认定规则 | / 017 |
| 四 淘宝违规记分规则 | / 020 |
| 五 淘宝虚假交易规则 | / 020 |
| 六 淘宝营销活动规则 | / 022 |
| 七 淘宝信誉度升级规则 | / 022 |
| 八 假冒伪劣、盗版侵权商品 | / 023 |
| 九 淘宝开店是否完全免费 | / 024 |
| 十 淘宝开店风险评估 | / 025 |

Part 2 | 开店流程——手把手教你开出个性店

| | |
|----------------------|-------|
| 第一节 货源准备：如何淘到物美价廉的宝贝 | / 029 |
| 一 直接向工厂订货 | / 030 |
| 二 大型批发市场 | / 031 |
| 三 阿里巴巴网上进货 | / 032 |
| 四 代理销售 | / 035 |

第二节 网上开店：开店前期有哪些详细步骤 / 036

- 一 开店的基本流程 / 036
- 二 开店的硬件配套 / 037
- 三 开店的软件配套 / 038
- 四 记住三个密码 / 039
- 五 注册一个好名字 / 039
- 六 支付宝实名认证 / 041
- 七 开店身份认证 / 042
- 八 消费者保障服务计划 / 043
- 九 傻瓜式的店铺装修 / 044
- 十 手机的作用不可小觑 / 047
- 十一 开店要不要选吉日 / 048

第三节 千牛：助你与买家顺畅沟通 / 049

- 一 好友分组设置 / 050
- 二 自定义买家昵称 / 050
- 三 自动回复，不要让客户久等 / 051
- 四 设置快捷短语，让客服以一当十 / 055
- 五 子账号权限 / 059
- 六 销售统计分析 / 062
- 七 旺遍天下 / 063
- 八 千牛对话陷阱 / 064
- 九 手机千牛 / 066
- 十 淘宝客服的三项基本素质 / 067
- 十一 跳出千牛做生意 / 070

第四节 淘宝助理：智能发布宝贝信息 / 071

- 一 商品类目放置和调整 / 071

- 二 商品标题 / 074
- 三 宝贝卖点 / 085
- 四 商品常用卖法 / 086
- 五 卖家缺货处罚 / 087
- 六 商家编码 / 089
- 七 上架时间 / 089
- 八 运费与运费模板 / 091
- 九 宝贝分类 / 096
- 十 商品图片 / 097
- 十一 9s 视频主图 / 101
- 十二 商品扩展信息 / 103
- 十三 橱窗推荐 / 104
- 十四 颜色分类 / 105
- 十五 宝贝描述 / 106
- 十六 手机宝贝描述 / 111
- 十七 商品的模板复制与批量编辑、导入、导出 / 113
- 十八 如何打印快递单 / 114

第五节 支付宝：保障你的资金安全 / 117

- 一 安全使用支付宝 / 117
- 二 支付宝的转账功能 / 118
- 三 什么是支付宝提现 / 119
- 四 以钱生钱的余额宝 / 119
- 五 支付宝红包 / 120
- 六 支付宝手机钱包 / 122

第六节 包装与物流：怎样打包又快又便宜 / 123

- 一 严格出库流程 / 123

- 二 包装常用辅料 / 126
- 三 如何避免商品在运输途中损坏 / 127
- 四 如何减少包装成本 / 127

- 第七节 代理与代销：教你空手套白狼 / 128**
 - 一 代理平台网址 / 129
 - 二 入驻代理平台的前期准备工作 / 129
 - 三 了解代销平台的供货安全 / 132
 - 四 代销平台的资金流转模式 / 132
 - 五 代发商家的权利与责任 / 133
 - 六 免费使用代销平台服务 / 133
 - 七 付费使用代销平台 / 143
 - 八 每天坚持上架几款新鞋 / 149
 - 九 在售的女鞋是否一直会生产 / 150
 - 十 鞋卖出去之后，该怎么操作 / 151
 - 十一 关于代理售后服务工作 / 154
 - 十二 关于女鞋尺码问题 / 154
 - 十三 手机管理代理平台 / 157

- 第八节 手机店铺：打理好了有钱赚 / 157**
 - 一 手机专享价 / 158
 - 二 手机购物和二维码的关系 / 159
 - 三 手机店铺管理的重要性 / 160

Part 3 | 运营实战——玩转推广，轻松赢利

- 第一节 提升店铺人气 1：提高宝贝搜索排名 / 163**

一 基础因素 / 163

二 店铺运营因素 / 163

三 品牌因素 / 164

四 商品因素 / 164

五 服务因素 / 165

第二节 提升店铺人气 2：培养人气宝贝 / 166

一 为什么要培养店铺内的人气宝贝 / 166

二 宝贝本身的优势 / 169

三 关键词优化 / 169

四 交互式内部广告 / 172

五 多元化推广方式 / 173

六 店铺营销工具 / 174

七 人气宝贝与人气店铺 / 175

第三节 提升店铺人气 3：稳固老客户 / 176

一 老客户需要进行维护 / 176

二 利用老客户提升人气 / 178

第四节 提升店铺人气 4：巧妙定价 / 180

一 价格本就很低，怎样参加打折活动 / 180

二 各种各样的价格，你是否认真思量过 / 181

三 淘宝定价需考虑的独特因素 / 189

四 淘宝特色定价存在的必要性 / 191

五 打折工具，天天打折从未停歇 / 192

六 参加打折活动后，反而走向死亡之路 / 197

第五节 提高店铺信誉度 1：增加好评率和动态评分值 / 199

一 商品描述相符度 / 200

| | |
|--------------------------------------|--------------|
| 二 卖家服务态度 | / 201 |
| 三 发货时间与快递选择影响买家评分 | / 202 |
| 四 如何提高店铺动态评分 | / 203 |
| 五 文字评论、买家图片秀的重要性 | / 204 |
| 六 中、差评的应对措施 | / 205 |
| 七 勇于承担责任和服务有度 | / 205 |
| 八 正确面对买家的投诉行为 | / 207 |
| 第六节 提高店铺信誉度 2：正确看待卖家信誉度炒作 | / 209 |
| 一 淘宝信誉度炒作规则 | / 209 |
| 二 是不是每个卖家都参与过信誉度炒作 | / 210 |
| 三 信誉度炒作凶悍，为何自己炒作那么难 | / 212 |
| 四 揭开信誉度炒作卖家的神秘面纱 | / 212 |
| 五 走正道难道就没有成功的可能 | / 216 |
| 第七节 参加官方活动 1：轻松通过淘宝清仓报名 | / 218 |
| 一 淘宝清仓对报名商品的要求 | / 219 |
| 二 为什么报名之后总通不过审核 | / 221 |
| 三 行业交流旺旺群 | / 224 |
| 第八节 参加官方活动 2：通过天天特价迅速成长 | / 226 |
| 一 什么样的店铺可以参加天天特价活动 | / 226 |
| 二 什么样的商品可以参加天天特价活动 | / 227 |
| 三 什么是 10 元包邮 | / 231 |
| 第九节 淘宝站内推广 1：二维码推广、信用卡付款和魔豆工程 | / 232 |
| 一 手机扫一扫二维码进入淘宝购物 | / 232 |
| 二 信用卡付款方式日益重要 | / 237 |
| 三 销售一笔订单献出一份爱心 | / 238 |

第十节 淘宝站内推广 2：淘金币 / 240

- 一 淘金币的发展历史 / 240
- 二 淘金币玩法介绍 / 241

第十一节 淘宝站内推广 3：阿里妈妈 / 242

- 一 付费广告有哪些模式 / 243
- 二 阿里妈妈 CPS 推广提成模式概述 / 245
- 三 淘宝卖家加入阿里妈妈的重要性 / 247
- 四 加入阿里妈妈广告推广的步骤 / 248
- 五 推广者是如何进行商品推广的 / 249
- 六 佣金比例的设置 / 250

第十二节 淘宝站内推广 4：淘宝客 / 251

- 一 如何吸引淘宝客进行推广 / 251
- 二 重视代购群体 / 252

第十三节 淘宝站内推广 5：淘宝直通车 / 253

- 一 淘宝直通车到底是吸血的魔鬼，还是创收的魔杖 / 254
- 二 淘宝直通车关键词的查询和用法 / 256
- 三 直通车广告投放限制 / 258

第十四节 淘宝站外推广：八仙过海，各显神通 / 259

- 一 综合介绍 / 260
- 二 建设自己独立的网站平台 / 263
- 三 在百度旗下产品中进行推广 / 264
- 四 腾讯旗下产品推广 / 274
- 五 论坛推广 / 276
- 六 CPC 广告联盟平台 / 278
- 七 热门事件推广 / 278

- 八 购物网站营销 / 279
- 九 麦麦优站 / 281
- 十 博客平台 / 281
- 十一 视频网站推广 / 282
- 十二 其他线上推广模式 / 282

第十五节 线下推广 / 283

- 一 线下推广模式需考虑的要素 / 283
- 二 线下推广的一些手段 / 284
- 三 印刷广告宣传品的一些诀窍 / 286

Part 4 | 天猫实战——突破重围有妙招

第一节 天猫开店与个人开店 / 291

- 一 天猫的准入条件 / 291
- 二 天猫服务收费标准 / 292
- 三 加入天猫需注意的问题 / 293

第二节 天猫店的生存之路 / 294

- 一 该不该上聚划算 / 294
- 二 改善天猫“光棍节”期间买家的不良购物体验 / 298
- 三 快乐有活力的团队是网店持续发展的动力 / 301

Part 5 | 全网实战——放眼互联网，拓宽赢利之路

第一节 开通阿里巴巴国际站，是利还是弊 / 307

- 一 店铺运营人才的缺乏 / 308