



玩转淘宝

想要成为钻石卖家，
学习是最快、最有效的方法

淘宝网 Taobao.com

让你的网店 尽人皆知

——网店宣传推广实战之道

Taobao.com

网店越来越多，竞争也越来越激烈
如何在众多的商家中让您的网店脱颖而出
看看小当家的招式，您也许会茅塞顿开

carrieloover / 编著

中国宇航出版社



玩转淘宝

淘宝网 Taobao.com

让你的网店 尽人皆知

——网店宣传推广实战之道
Taobao.com

carrilover / 编著

中国宇航出版社
· 北 京 ·

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

让你的网店尽人皆知——网店宣传推广实战之道 / carrilover 编著.

—北京: 中国宇航出版社, 2006.9

(玩转淘宝丛书)

ISBN 7-80218-153-4

I. 让… II. c… III. 电子商务—商业经营—中国

IV. F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 094472 号

策划编辑 汪立波

责任编辑 张弛 设计制作 谭卫华 谢刚

出版 中国宇航出版社

社址 北京市阜成路8号 邮编 100830
(010)68768548

网址 www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经销 新华书店

发行部 (010)68371900 (010)88530478(传真)
(010)68768541 (010)68767294(传真)

零售店 读者服务部 北京宇航文苑
(010)68371105 (010)62529336

承印 北京百花彩印有限公司

版次 2007年1月第2版

2007年1月第1次印刷

规格 889 × 1194

开本 1/24

印张 4

字数 100千字

书号 ISBN 7-80218-153-4

定价 16.00元

本书如有印装质量问题, 可与发行部调换

序

如果真的有一天·····

2005年的时候，我看到重庆一名记者写的一篇评论，题目很让人诧异，但是也很有意思，叫“淘宝是一种生理需要”。以前做游戏的说是睡觉也能赚钱，很多人羡慕，如果有个东西让人像睡觉一样不可或缺，就是天底下最厉害的了。所以这篇文章的题目多少让人兴奋了一下。

淘宝现在还没那么厉害，不过淘宝已经或多或少影响了许许多多人的生活。我现在每年在国内要走很多地方，这两年最大的感受是不管去广州这种大城市，还是去河北的沧州，很多人（不管是有钱的还是不怎么有钱的）经常和我聊的一个话题是说，我又在你们淘宝上淘了一个什么宝贝，真便宜，或者说你们淘宝网上怎么还没有某某东西呢？在成都的时候还有女卖家抱着孩子来咨询的，淘宝现在比阿里巴巴还有知名度了。

这套丛书汇聚的大概就是这种东西。我翻了翻，想起淘宝网总经理孙彤宇和我讲过的一些细节：淘宝网已经出现了专门为淘宝卖家服务的卖家，他们依附淘宝而生。比如专门给人设计、美化商铺的；比如专门批发包裹箱的，据说好的一天至少卖掉上千个箱子；比如专门帮卖家选货、进货的……

他的话让我想起美国西部淘金那会儿，只有当淘金成为一种整个社会的大趋势、大潮流的时候，才会产生专门为淘金一族服务的行业——卖淘金的铁锹等工具，卖牛仔服，甚至卖水。而这套丛书也可以算为淘宝卖家服务的产品之一。

比喻不太恰当，但淘宝上出现了专门服务“网络淘金族”的一帮人甚至一系列行业，都说明在淘宝网上买卖已经成为一种生活必需。

这让我想起淘宝的最初。2003年5月10号晚上8点淘宝的那七八个人发布淘宝网的时候，他们知道他们在做一件有意义的事情，但是我想他们也没想到他们做的事情会和每个人的生活密切相关。2005年我们公司一个女同事的姐姐结婚，婚纱、喜糖、请柬、新房的装饰等很多东西都是在淘宝买的，她甚至说，只要愿意，完全可以在网上弄齐结婚用的所有东西。我听了很高兴。有更多人在淘宝买更多以前不在网上买的东西，就说明淘宝对我们生活的影响力越来越大了。

1996年《数字化生存》推出的时候，有很多专家对未来的网上生活作了展望，现在回头看看，很多东西没说对。其实，普通老百姓不关心什么数字化这样的概念，对他们来说，用鼠标挑选商品，用旺旺去砍价还价，用支付宝去给钱，这些就是他们的网络生活，也是网络给他们的生活带来的最大变化。

当然，现在的淘宝仍然是网络购物一个很小的部分，虽然我们现在做了B2C的东西，引入了很多放心的大卖家，但是还不足够精彩和好用。前几年人们老说网络将取代什么，我觉得网络不是去取代，而是一种完善、发展，就如同百货公司一定不会被网络所取代一样。当然，百货公司也要继续发展，比如要更方便，最好是靠在居民生活区旁边。从这个程度上说，如果有一天，淘宝上有油盐酱醋卖，可以很快地送货上门，就更好了。

如果真的有一天，淘宝像每天要用的自来水一样，成为了大家不可缺少的生理需要，那才可以说淘宝开始成功了。

马云

2006年8月22日



前言

漫步于淘宝网中，看着形形色色的淘宝人聊着小天、做着生意，一副怡然自得的样子，我的心中不禁激荡起创业的激情。嘿嘿，那我也开个小店吧，尝试一下当老板的感觉哦！

数天后……

店是开起来了，可是没人认得我呀，要怎么宣传自己才好呢？

淘宝宣传小当家快来帮我呀！

小当家在此！哈哈，推广宣传当然要看我小当家的招式喽！嘿嘿。

当然，在您决定推广店铺之前，我还是要给您上一堂小课的哦！要知道，推广也是有侧重点的！拿什么作为推广的武器？这可是摆在推广前面的问题哦！没有合手的武器，拿什么来行走于淘宝江湖呢？！

先和大家拉拉家常吧。日常生活中，我们都会在超市或是街巷里的便利店买些柴米油盐。那么，我想请问一下大家：你能记起街巷里小卖店的名称吗？或者说，街巷里的小卖店根本就没有名称呢？当我们周末有时间去 Shopping 的时候，是否会去耳熟能详的品牌超市，而不再光临街巷里的小卖店呢？

大概 90% 的朋友都会说：周末 Shopping 当然是去品牌超市，只有应急时才会去街巷里的小卖店。至于小卖店叫什么名字？别逗了，一个小卖店不管是开了八年还是十年，我都不会记得它的名字的。而且，更多的小卖店根本没有名字啊，让我记什么啊？！

嘿嘿，那么，就让我们先给自己的店铺起个好名字吧！我们先要树立起推广的目标，才能充分地体现推广的效果哦！

什么？你问我怎么起名字？那就请继续翻页，从头看起吧！

carrilover

2006 年 8 月



淘宝网 Taobao.com

LOVE

SHOPPING

taobao.com

目 录

第一章

淘宝宣传推广法则

给自己一个推广的理由

第一招 回风拂柳——人脉的力量 11

第一式 天地鹤翔——此地无银

第二式 乌龙揽柱——聚贤阁里会英雄

第三式 万流归宗——为自己找个安家之所

第二招 金顶绵掌——名人的力量 13

心法 三叉口上扬大旗——设置路标

第一式 罡风推云——名店的影响力

第二式 五气呈祥——糖衣炮弹

第三式 金顶佛光——名人效应

第三招 临济四庄——感情攻势 17

第一式 天字庄——自报家门

第二式 地字庄——勤能补拙

第三式 游字庄——攻防式

第四式 心字庄——攻心术

第四招 雁行刀法——自力更生 21

第一式 探字诀——网路广告我先行

第二式 套字诀——探脉式

第三式 引字诀——商品描述巧推广

第四式 打字诀——走走游游也宣传

第五式 顶字诀——求购区里拉人气

第六式 让字诀——拍卖争位闲置引人

第七式 逼字诀——广告你不看都不行

第八式 关字诀——我搜我搜我搜搜搜

第二章

淘宝社区攻心战役 37

第一招——对号入座来发帖 40

第二招——发帖求质不求量 40

第三招——记录点滴淘宝感受 41

第四招——头像签名不能少 41

第五招——赞助活动拉人气 42

第六招——常逛频道论坛，参加活动作宣传 42

第七招——银币广告效果好 44

第八招——用自己的博客作宣传 44

第三章 店铺经营有道 47

经营有道之一——资源篇 47

经营有道之二——服务篇 55

经营有道之三——心理篇 63

第四章 工具使用技巧 65

技巧一——分析推荐位刷新 65

技巧二——支付宝让卖家得到财福 69

技巧三——淘宝旺旺助我做生意 70

技巧四——找个好商盟 73

附录 79

案例一 真人秀作为推广卖点 79

案例二 低价抢滩作为推广卖点 80

案例三 人物作为推广卖点 82

案例四 社区作为推广卖点 83

后记 87



第一章 淘宝宣传推广法则

给自己一个推广的理由

新开办的网店就像新生的 baby 一样。凡是父母，都想给自己的宝贝起个好名字，希望 baby 的成长能符合名字的美好寓意。那么，在网络中起什么样的店名能最大力度地吸引买家光临，或是给买家留下最深刻的记忆呢？

一、取好店铺名称

1. 具有直观吸引力的店名

例 1：Swatch 俱乐部——Swatch 手表专卖(卖手表的，而且是名牌哦！)

例 2：小灵通专卖店(卖小灵通商品的)

2. 具有品牌意识的店名

例 1：≡食草堂≡【文化饰品总舵】(食草堂是个皮具品牌哦！)

例 2：【四钻信誉】淘宝●IKEA 宜家 ●商品专业代购店(IKEA 不用介绍了吧？)

例 3：≡雅戈尔≡精品服装网销总店≡5 钻放心店(雅戈尔——费翔代言的服饰品牌)

3. 有个性的店名

从买家的角度而言，以上这两种店名就足够显示全部的信息了。但是，我们作为卖家，尤其是想做专业卖家的朋友们就要想一些个性店名了。有个性的店名能让别人记住你的店铺，特别是，因为你的店铺源于网络，就要致力于树立在网络上的知名度。

例 1：【carrie 精工坊】(carrieloover 的店铺)

例 2：◆『十六工厂』★假如我是蕾丝边儿★ (十六锦缎的店铺)

例 3：脸盆妹妹·聚宝盆 (脸盆妹妹的店铺)

以上三家店铺的主人无一例外都是淘宝名人，已经在淘宝网中创立出了自己的名望。他们的店名和注册用户名是连贯的，属于用自己在网络中的声望赚钱的卖家。这一类卖家都在用心地经营着自己的小店，并逐渐成为了网购消费者认可的网络品牌。



让你的网店尽人皆知

呵呵,这样看来,我们要起个好店名还是很简单哦!记住哦:主营商品的名称是最大的号召力;而如果想培植 Fans,那就要加上自己的专有名词;如果是做代理生意,那就把代理品牌写上。呵呵,有这三条就 OK 啦!

这里有一个小提示:不要随便修改自己的店名。呵呵,在我作为买家的时候,会记下你的用户名或是店名,但是我只会记一种,哪种简单好记,我就记哪个。乱改的后果就是老客户会找不到你的哦,流失客源是大事情咧!^O^

有了名称,我们是不是就可以推广啦?

哈哈!再等一下哦!店铺名称还不是最好的武器!咱们总不能拿一把桃木剑和人家的屠龙刀对抗吧?嘿嘿,想拿倚天剑吗?看看下面这段哦!

二、网店经营中的品牌意识

如果说,在网购中报价合理,而且店铺信誉度高,卖家自身的声望在该网站里也相当高的话,那么这个卖家的生意是会相当好的。

在无形之中,他利用了什么手段来加强他的成交量呢?最宝贵的无形资产就是该卖家拥有的知名度,也就是大家常说的品牌意识。在网购中,知名度就像现实生活中的名牌效应一样,是比信誉还珍贵的宝贝。

品牌在现实生活中给我们带来的是什么呢?是信任感,是经得起考验的商品。就像大家吃糕点喜欢吃稻香村的,喝茶喜欢喝吴裕泰的,笔记本还是想要 IBM 的,梦想拥有的是 LV 的包与 CHANEL5 号香水一样,品牌成为我们消费意识中的一个重要组成部分,是长期经营的产物,是信任的产物。

中国原外经贸部副部长、世贸首席谈判代表龙永图曾经说:“对于一个人、一个企业、一个民族、一个国家来讲,品牌形象都至关重要。品牌形象往往意味着人民对这个国家的信任和信心。”

那么,在网络中怎么体现品牌观呢?

1. 专项经营是根本

在网购中,买家如果想买一条裙子,那么,她很少会到一家杂货店中购买。她会在所有经营这条裙子的店铺里查看相关的商品与商品的报价,在对比报价与信用度后,她会更倾向于在专营店里购买该件宝贝。在她看来,专营店更值得信赖。

所以,选定自己的主营项目,并且主营商品铺货率达到 90% 以上的专卖店,在网络中是深得大家信赖的。

对主营商品的设置就像大商场里的专卖店一样,是给你所经营的宝贝找准定位。这种定位是一种直观的定位,

买家会因为你的主营产品而来找你购物。我个人认为，在设定主营项目的时候，一定要保证这种商品占到自己所出售商品的90%以上。这样，用户对你店铺的信任感是会有所加强的哦！

2. 找出你的品牌意识

在网络中，如果想得到买家的认可。你需要明确一个主推点，就像你的专营商品一样，而这个主推点就是你的品牌。选择一个让用户能接受你的主推点是非常有必要的，也是专业卖家之所以有知名度的原因和手段。

制造个人品牌最简单的方法就是将店铺名或是店主ID当做自己的品牌来进行主推。

例如，莹莹的纯银天堂。

这个店主的ID与店铺名是统一的，而主推的网络品牌也是“莹莹的纯银天堂”，这是最简单也是最能够让用户认知其品牌的方式。

再例如，十六锦缎。

这是位很酷的MM，别看她年纪很小，可是相当有经营头脑的哦！品牌意识很强的哦！





让你的网店尽人皆知

选择一个让用户最简单接受你的主推点是非常有必要的。也是专业卖家之所以有知名度的手段。

3. 建立你的品牌文化

每一个大品牌身后都会有许多小故事，我们在认知这些品牌时，首先要了解它的背景，那就是品牌文化。所以，一个品牌背后的故事是最有力的品牌宣传方式。这就像阿里巴巴网的人文文化，或者诺基亚手机的广告词“科技以人为本”一样，每个品牌背后的内涵都是相当丰富而有意义的哦！



关于店主莹莹

——品牌故事

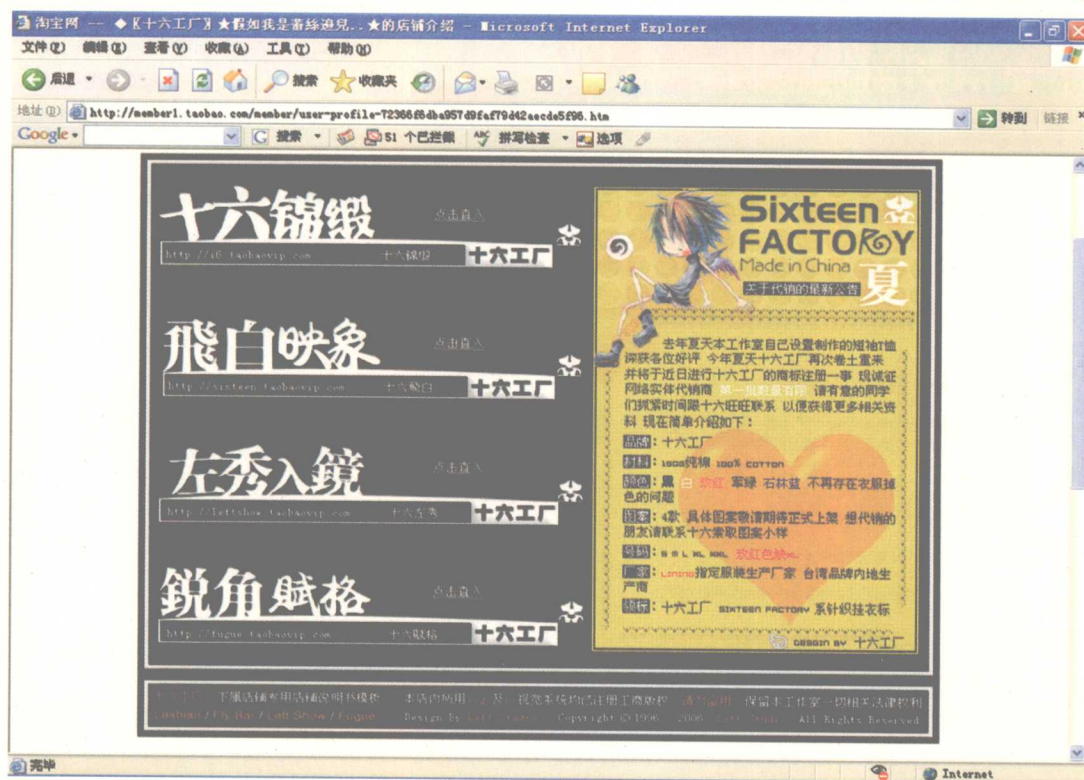
■莹莹，一个普通的女子，用自己的真诚和努力，3年来发展成为某网站珠宝分类信用度最高的卖家。其实信用不參與信用炒作，每个信用评价都是一点一滴的辛苦付出所得。莹莹不仅是做销售那么简单的事情，更是通过自身的学习，掌握了专业的首饰以及衍生产品的专业知识，在给买家提供优质产品的同时，提供了专业妥善的售后服务和保养指导。不喜欢炒作，更喜欢踏踏实实，是莹莹一贯的风格。

■莹莹，一个本身并不漂亮，却对美好的事物有着天生的嗅觉的女子。从小，就是很爱好友购物的最佳军师，大学里甚至好友参加歌手比赛，发型服装配饰都是莹莹一手包办，很多人问莹莹是不是学设计的，否，天性，让一个大学主修生化的女子，已经不止一次被别人误认为设计专业出身。正是这种天赋，让莹莹在挖掘首饰款式的时候，灵感几乎百发百中。款款畅销。很多特别时尚淘到的数量不多的宝贝，经常是莹莹上来很多人还没有来得及看就被拍下了。不少犹豫了一下就错过好东西的始终都追悔莫及呢。尔后又忍不住自己参与设计了一些简单的作品。也被众多顾客认可。让莹莹非常开心。

■莹莹的纯银天堂，是莹莹用心力打造的一个温馨的家。希望每位有机会进来看看的朋友，即使不购买任何东西，也会喜欢这个地方。

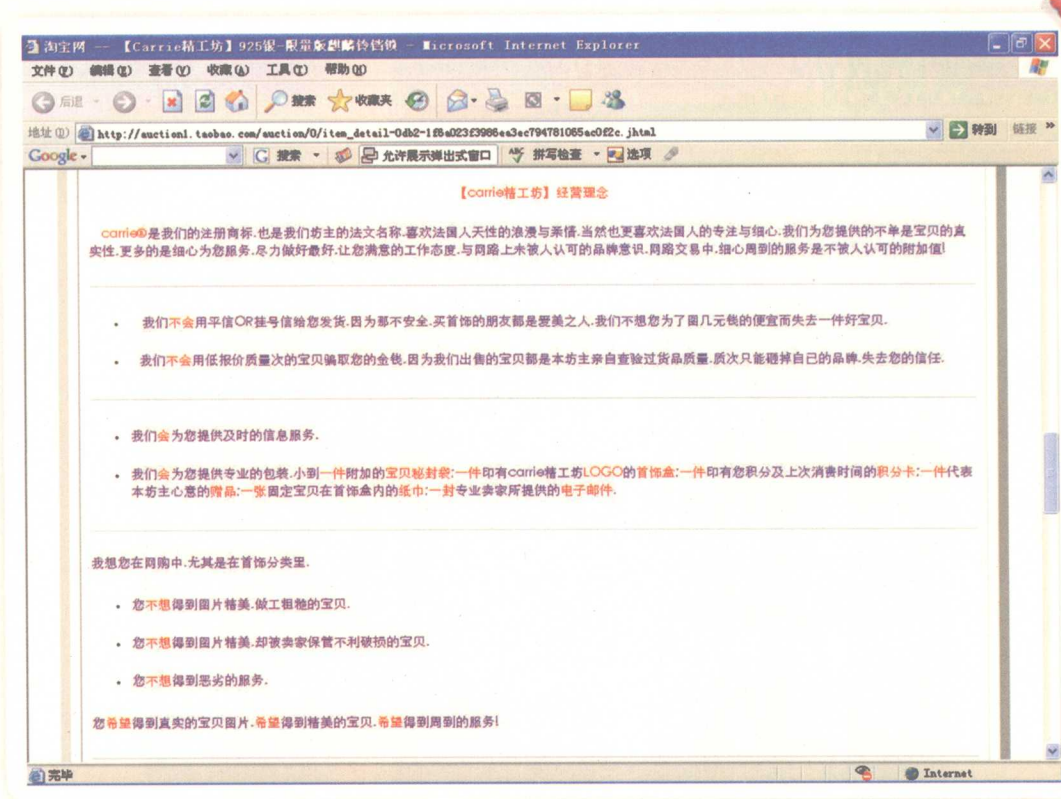
莹莹的品牌故事简单而有力度。





十六锦缎店铺的统一格调极具冲击力, 让人不得不佩服她精益求精的工作态度。

让你的网店尽人皆知

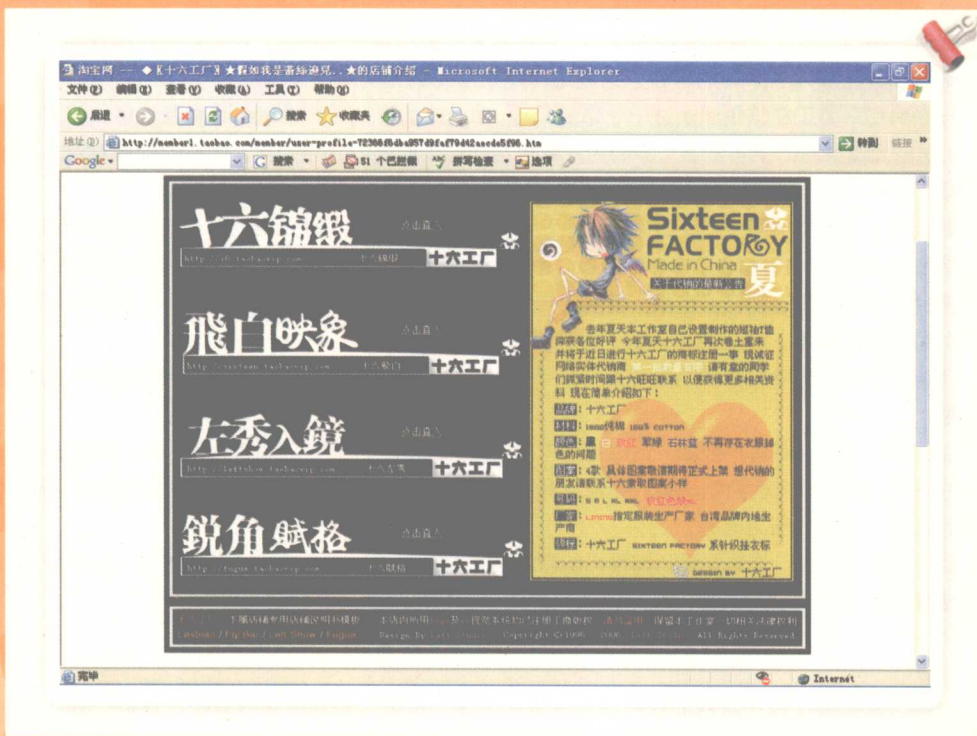


采用了与注册商标相统一的品牌介绍,这样可以让更多的人认识到自己的品牌;而着重突出的对比描写则是突出自己的品牌意识的手段。敢拿买家所担心的事情做对比服务,打消买家的顾虑,目的明确,好狠的手段呀!



4. 品牌的连锁魅力

当一个品牌在淘宝网上站住了脚，接下来最常见的发展方式就是这位卖家再开多个分号，卖不同品种的宝贝。而买家有了对他这个店铺的认知，那么就会很自然地认知他的其他店铺，并接受其服务。



有了这种品牌的直观优势感，相信会有很多朋友注意起自己的品牌形象。呵呵，我希望本书能给大家更多的启发——在网络中开店也是要注重品牌的。卖家更多地重视自身的价值，那么店铺的声望就会逐渐提高；如果卖家自己都不在意，那谁还会关注你的店铺呢？