

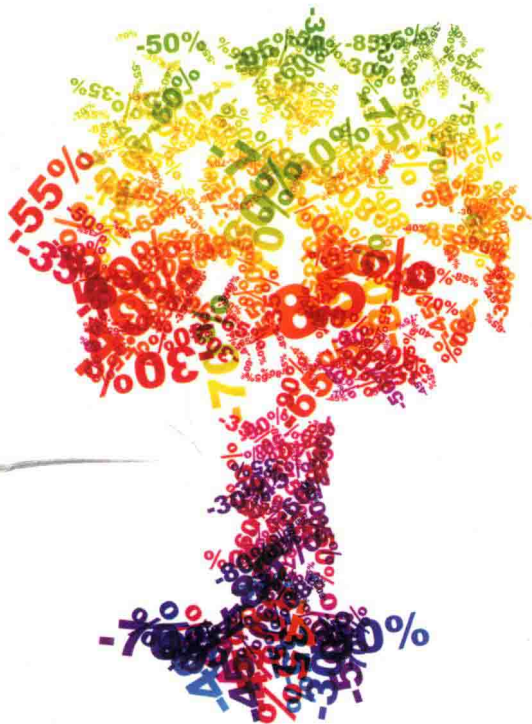
新技术技能人才培养系列教程
互 联 网 营 销 师



金蛛互联网营销学院

淘宝付费推广 实战

店铺流量
快速增长秘笈



肖睿 魏盈盈 赵鹏飞 / 主编
张晓芸 宋晓晴 / 副主编



新技术技能人才培养系列教程
互 联 网 营 销 师



金蛛互联网营销学院

淘宝付费推广 实战

店铺流量
快速增长秘笈

肖睿 魏盈盈 赵鹏飞 / 主编

张晓芸 宋晓晴 / 副主编



人 民 邮 电 出 版 社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

淘宝付费推广实战：店铺流量快速增长秘笈 / 肖睿，
魏盈盈，赵鹏飞主编. — 北京：人民邮电出版社，
2018.1 (2018.10重印)

新技术技能人才培养系列教程
ISBN 978-7-115-47118-5

I. ①淘… II. ①肖… ②魏… ③赵… III. ①电子商
务—网络营销—教材 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第260881号

内 容 提 要

本书针对淘宝付费推广的运营技巧及其在企业中应用的成功案例进行了深度的解析。淘宝付费推广主要有淘宝客、淘宝达人、直通车和钻展4种工具，本书内容由入门到精通，从淘宝客推广到淘宝达人，从直通车入门、推广设置到直通车选词选款策略、推广优化技巧，从钻展基础设置到创意营销、定向营销以及出价策略，层层推进，帮助读者提升从业能力。

本书由具有多年从业经验的电商运营专家倾力打造，在内容设计上大量引用了各大企业的优秀案例，便于读者在学习理论知识的同时，与实际案例相结合，以便高效地掌握淘宝付费推广的运营技巧。

◆ 主 编 肖 睿 魏盈盈 赵鹏飞

副 主 编 张晓芸 宋晓晴

责任编辑 王 威

执行编辑 祝智敏

责任印制 马振武

◆ 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>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本：787×1092 1/16

印张：15

2018年1月第1版

字数：331千字

2018年10月北京第2次印刷

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055256 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147号

北京课工场教育科技有限公司
深圳市金蛛教育科技有限公司

联合出品

课工场介绍

课工场是专注互联网教育的生态平台，
汇聚了中国和北美数百位来自知名互联网企业的
行业大咖，向寻求就业和技术提升的人群提
供直播、录播、面授等多模式教学场景，并通
过遍布全国的线下服务中心提供成熟的学习服
务，形成完善的“互联网 + 教育”解决方案。
同时，课工场也为高校、企业、行业提供教育
技术赋能，依托 Transformer 智能教育生态
平台，打造智慧校园、企业大学、行业培训的
教育场景，提供一站式教育解决方案。

课工场于 2016 年荣膺新浪网“2016 中
国影响力科技创新教育机构”，腾讯网“2016
中国影响力教育品牌”，网易“2016 年度最
受信赖教育机构”，小米“2016 教育行业突
出贡献奖”。



扫一扫关注课工场公众号
关注微信 对话框聊天
立即购买课程



课工场APP客户端下载
产品/设计/开发/运维/运营
随时随地随心学

课工场岗位课程

- 互联网营销师
- 电子商务师
- 新媒体运营师
- 大数据开发工程师
- 前端开发工程师
- Android 开发工程师
- PHP 开发工程师
- 移动端 UI 设计师
- 网页 UI 设计师
- 互联网 UI 设计师
- 动漫设计师
- Python 开发工程师
- 云计算工程师
- VR 游戏设计师
- VR 游戏开发工程师
- VR 商用开发工程师
- 人工智能工程师
- 电子竞技运动与管理

更多课程请访问 kgc.cn

互联网营销师系列

编 委 会

主 任：肖 睿

副 主 任：金 雨 张惠军

委 员：董泰森 段永华 李 娜 孙 苹 杨 欢

王丙晨 杨 鑫 石光磊 田 堃 谢伟民

相洪波 张德平 潘贞玉 庞国广

课工场金蛛互联网营销学院：

李圆圆 徐建芳 王忠梅 刘校锋 卓鹏飞

何海鹏 吕秀茹 韩 金 梁 豪 曲 亮

麻永东 蔡水泰 何忠亮 王昆伟 叶岸芳

彭汝珍 任倩倩

序 言

今天新技术的飞速发展改变了人们常规的生活方式和消费方式,“6.18 大促”“双 11”“双 12”、年货节,这些新兴的互联网促销活动充斥着我们的生活,改变着我们的消费理念和方式。不仅如此,购票、订酒店、约车、团购等消费模式都已由线下转为线上,让我们足不出户就能便捷地体验各种服务,节省宝贵的时间;同时,互联网还拉近了人与人之间的距离,我们可以把美食的诱惑、工作的繁忙、旅途的风景等动态及时地与好友分享,得到更多人的关注和支持……互联网带给了我们非凡的体验,酒店、餐饮、医疗、服装、汽车等几乎所有类型的企业都已离不开互联网,更离不开互联网营销。而对“互联网营销”知之甚少的你可能怀有各种担心。如何做营销策划?如何让各平台联动起来助力宣传?不仅如此,新“互联网+”时代对互联网营销从业人员也提出了越来越高的要求,传统的营销技术已无法胜任。在这样的大背景之下,这套“互联网营销师系列”图书应运而生,它旨在帮助读者快速成长为符合“互联网+”时代企业需求的优秀互联网营销师。

“互联网营销师系列”图书从企业的实际需求出发,以系统实用的知识结构优化内容布局。在新媒体营销方向,重点囊括微信公众号的运营技巧、微信公众号常用营销工具,以及数据分析及效果量化;在搜索引擎营销方向,对不同行业不同类型网站的成功案例进行 SEO 网站权重深度的解析,并高效应用 SEM 以数据的深度分析助推搜索引擎营销;在电子商务营销方向,以付费推广为重点,介绍淘宝客、直通车以及钻展等不同付费推广工具的策略及技巧,涉及淘宝客的推广秘诀、直通车选词选款的思路优化以及钻展的创意营销、定向营销和定价策略。读者通过“互联网营销师系列”图书的学习,可扩充互联网营销实用知识、提高互联网营销从业能力。

本系列图书特点

1. 内容实用、定位精准——拒绝培养只知理论、不会应用的基础级互联网营销师。
 - 培养符合“互联网+”时代需求的高端互联网营销人才,通方法、懂策略、会运用。
 - 注重方法的总结、技能的实操和策略的运用,旨在开拓读者的思维视角。
2. 案例真实、易于落地——主流行业成功案例,真实场景、运营策略、技巧总结一个也不能少。
 - 与知名 4A 公司合作,设计开发课程案例。
 - 几十个真实案例,涵盖电商、旅游、视频、餐饮、医疗等众多领域。
 - 注重互联网营销方法的讲解、运营策略的运用、实战技巧的总结。

3. 便捷学习、注重体验——传统纸质教材学习方式的革命。

- 教材二维码 + 学习平台切入，可以观看相关视频讲解和案例操作。
- 学习 App+ 教学视频 + 在线题库 + 学习社区的学习方式，体验新的教学生态。

“互联网营销师系列”图书是由课工场金蛛互联网营销学院研发的一套面向对互联网营销类技能感兴趣和相关从业者的图书。课工场金蛛互联网营销学院是由北京课工场教育科技有限公司与深圳市金蛛教育科技有限公司联合成立的专注于电子商务、网络营销培训的互联网营销学院。自成立以来，课工场金蛛互联网营销学院始终坚持“产学研”一体化办学模式，以“全心全意为学员服务”为己任，以为企业培养紧缺型实用技能人才为根本，凭借丰硕的教学就业成果，多次荣获诚信品牌教育机构、深圳教育行业十大实力品牌等荣誉。

欢迎广大读者到课工场网站 www.kgc.cn 获取更多学习资源。

课工场金蛛互联网营销学院

前言

付费推广是电商运营人员的核心工作之一，目前淘宝提供的免费流量少之又少，店家主要依靠付费推广引流。本书重点介绍淘宝当下最火的付费推广工具淘宝客、淘宝达人、直通车、钻展，并利用它们实现对店铺的快速引流。全书分别介绍淘宝客、淘宝达人、直通车、钻展等方向分析付费推广工具的流程及优化技巧；从直通车推广优势、创建流程、投放设置、选词选款、优化技巧等角度分析直通车推广的流程；从钻展的创意制作、定向方式、定价策略等角度详细讲解钻展的营销技巧；最后结合项目案例对4种付费推广工具进行详细解析。

训练技能

- 掌握淘宝客的推广设置及淘宝客的维护与激励方法。
- 了解淘宝达人的重要模块及如何寻找达人并与其建立长期合作。
- 了解什么样的店铺适合使用直通车推广并掌握直通车推广的创建流程及投放技巧。
- 学会直通车宝贝推广选词、选款的方法及关键词质量得分和点击率的优化方法。
- 掌握新建钻展计划的投放设置及快速判断自身店铺是否适合钻展推广。
- 熟知钻展的创意规划、素材选择、高点击率创意制作及如何测试创意图。
- 熟知营销场景定向、访客定向和其他钻展定向的原理并能熟练圈人及进行定向测试。
- 掌握钻展 CPM 和 CPC 出价方式下不同的定向组合，实现日常推广和大促推广下的应用。

章节架构

- 技能目标：本章要达成的学习目标，可以作为检验学习效果的标准。
- 本章导读：是对本章内容的概述，通过提出问题引导读者思考，并让读者对该章内容有全面的了解。
- 理论讲解：对本章所涉及内容的分析、讲解。
- 案例分享：通过案例让读者掌握本章讲解的技能点如何应用到淘宝推广引流中。
- 本章总结：针对本章内容的概括和总结。
- 本章作业：针对本章学习内容的补充性练习，用于加强对本章知识的理解和运用。

设计思路

本书共 10 章，内容包括淘宝客推广、淘宝达人推广、直通车入门、直通车推广设

置、直通车选词选款、直通车推广优化、钻展基础设置、钻展创意营销、钻展定向营销和钻展出价攻略。通过对淘宝客、淘宝达人、直通车及钻展4种付费推广工具的推广原理、基础设置和实战应用的介绍,帮助读者快速掌握淘宝付费推广方法,实现店铺快速引流。具体内容安排如下。

- 第1章介绍淘宝客推广基础操作及淘宝客维护和激励,以及如何通过淘宝客实现长期低价引流。
- 第2章通过对淘宝达人应用模块和寻找淘宝达人并与其建立长期合作方法的讲解,介绍无线时代手机淘宝最火爆的内容营销引流。
- 第3章主要讲解直通车推广原理、优势、推广形式和判断店铺是否适合直通车推广,帮助读者判断自己的淘宝店铺是否适合直通车推广。
- 第4章讲解直通车宝贝推广、店铺推广、定向推广计划创建及投放技巧,以及如何使用直通车推广实现店铺引流。
- 第5章讲解直通车推广关键词的选择及测款与定款方法,以及如何筛选出适合推广的关键词及宝贝。
- 第6章讲解直通车推广优化常见问题的处理及质量得分和点击率提升技巧,以及如何快速提升投入产出比。
- 第7章介绍钻展基础投放设置及快速判断自身店铺是否适合钻展推广,以及如何使用钻展推广实现为店铺快速引流。
- 第8章讲解钻展的创意规划、素材选择、高点击率创意的制作及创意图的测试方法,以及提升点击率对于钻展引流的重要性。
- 第9章介绍钻展定向原理、操作流程、投放策略及定向出价的测试方法,以及如何通过精准圈定目标人群大大提高成交转化。
- 第10章介绍钻展CPM和CPC出价方式下以不同定向组合实现日常推广和大促推广,让读者能够全面灵活地应用钻展实现大量引流。

本书由课工场金蛛互联网营销学院的教研团队编写,参与编写的还有魏盈盈、赵鹏飞、张晓芸、宋晓晴等院校老师。尽管编者在写作过程中力求准确、完善,但书中难免有疏漏与不足之处,恳请广大读者批评指正。

更多学习及拓展内容详见课工场 www.kgc.cn。

- 在线直播课程
- 录播视频课程
- 案例素材下载
- 学习互动社区
- 题库专区



关于引用作品的版权声明

为了方便学校课堂教学，促进知识传播，便于读者学习优秀的淘宝、天猫店铺的推广技巧，本书选用了一些电商企业、平台及店铺的相关成功案例，包括店铺信息、产品图片、文章内容、运营数据等。我们尊重这些内容所有者的权利，特在此声明，凡在本书中涉及的版权、著作权、商标权等权益，均属于原作品版权人、著作权人、商标权人。

为了维护这些电商企业、平台和店铺等相关权益人的权益，现对本书中选用的主要作品和出处给予说明（排名不分先后）：

序号	选用的电商企业、平台、店铺及内容	版权归属
1	淘宝网	阿里巴巴（中国）有限公司
2	天猫网	阿里巴巴（中国）有限公司
3	阿里妈妈	阿里巴巴（中国）有限公司
4	爱淘宝	阿里巴巴（中国）有限公司
5	茵曼旗舰店	广州市汇美服装有限公司
6	派代网	北京派代信息技术有限公司
7	卖家资讯	杭州麦家科技有限公司
8	大麦电商	广州大麦信息科技有限公司
9	洪海友腾	北京洪海龙腾电子商务有限公司

以上列表中并未全部列出本书所选用的作品，在此，本书创作团队衷心感谢所有原创作品的相关版权权益人及所属公司对职业教育的大力支持！

目 录

序言

前言

关于引用作品的版权声明

第1章 淘宝客推广 1

1.1 淘宝客	2
1.1.1 什么是淘宝客	3
1.1.2 淘宝客推广组成	4
1.1.3 淘宝客推广优势	5
1.1.4 如何参加淘宝客推广	6
1.2 淘宝客的基础操作	7
1.2.1 推广管理	8
1.2.2 效果报表	17
1.2.3 账户功能	18
1.3 如何玩转淘宝客推广	19
1.3.1 玩转佣金设置	19
1.3.2 玩转淘宝客招募和维护	25
1.3.3 玩转淘宝客激励	27
1.4 案例分享	29
案例：茵曼告诉你如意投的推广秘诀	29

第2章 淘宝达人推广 33

2.1 淘宝达人	34
2.1.1 什么是淘宝达人	35
2.1.2 淘宝达人的作用	35
2.2 淘宝达人的收益模式	36
2.2.1 淘宝客佣金	36

2.2.2 阿里 V 任务酬劳	37
2.3 淘宝达人模块	37
2.3.1 淘宝头条	37
2.3.2 必买清单	39
2.3.3 有好货	40
2.3.4 爱逛街 (男神范)	42
2.3.5 淘宝直播	44
2.3.6 微淘	45
2.4 如何寻找淘宝达人	46
2.5 与达人建立长期合作	50
2.5.1 配合达人做福利	50
2.5.2 上新品, 产品试用	50
2.5.3 适当额外激励	50
2.6 案例分享	51
案例: ByU 高端定制女装店铺利用淘宝达人推广	51

第3章 直通车入门

55

3.1 大家眼中的直通车	56
3.2 什么是直通车	57
3.2.1 直通车定义	57
3.2.2 直通车的优势	58
3.2.3 直通车推广形式	58
3.3 什么样的店铺适合用直通车推广	68
3.3.1 店铺流量低	68
3.3.2 店铺发展遇到瓶颈	70
3.3.3 打造爆款	71
3.3.4 需要进行新款测试	72
3.4 直通车推广常用标签介绍	72
3.4.1 访客人群标签介绍	72
3.4.2 天气标签介绍	73

第4章 直通车推广设置

75

4.1 推广创建	76
4.1.1 宝贝推广	78
4.1.2 店铺推广	85
4.1.3 定向推广	85

4.2 投放设置	89
4.2.1 设置日限额	89
4.2.2 设置投放平台	89
4.2.3 设置投放时间	90
4.2.4 设置投放地域	91
4.3 移动端直通车	91
4.4 案例分享	92
案例：直通车精选人群助店铺快速提高销量	92

第5章 直通车选词选款

5.1 选择关键词	98
5.1.1 确定推广目标	99
5.1.2 选择关键词的角度	101
5.1.3 选择关键词的方法	102
5.1.4 关键词的匹配模式	107
5.2 选款	108
5.2.1 选款原则	109
5.2.2 测款	109
5.2.3 定款	111
5.3 案例分享	112
案例：某女装店铺选款分析	113

第6章 直通车推广优化

6.1 常用术语及名词解释	118
6.2 直通车推广优化常见问题解答	120
6.2.1 无展现或展现少	120
6.2.2 无点击或点击较少	121
6.2.3 有点击无转化	121
6.2.4 质量得分低点击费用高	122
6.2.5 关键词加价或减价	122
6.2.6 关键词删除	123
6.3 质量得分优化	123
6.3.1 相关性	124
6.3.2 买家体验	126
6.3.3 创意质量	126
6.4 点击率优化	126

6.4.1 核心因素	127
6.4.2 保障因素	130
6.4.3 附加因素	130
6.5 案例分享	131
案例：某韩版女装店铺直通车优化分析	131

第7章 钻展基础设置 135

7.1 全网打尽的图片广告	136
7.2 钻展推广介绍	138
7.2.1 钻展的基本原理	138
7.2.2 钻展的广告形式	140
7.2.3 钻展的准入条件	141
7.2.4 钻展的开通流程	142
7.3 钻展的投放设置	142
7.3.1 资源位介绍	143
7.3.2 创意制作	145
7.3.3 淘积木落地页	147
7.3.4 创建推广计划	149
7.4 快速判断店铺是否适合钻展推广	150
7.4.1 热门问题解答	150
7.4.2 如何快速判断店铺是否适合钻展推广	152
7.5 案例分享	153
案例：新手玩转钻展投放	153

第8章 钻展创意营销 157

8.1 钻展投放后的烦恼	158
8.2 玩转钻展创意	159
8.2.1 创意规划	159
8.2.2 创意素材的选择	162
8.2.3 时效性创意的制作	164
8.2.4 创意点击率达到 10% 的秘诀	166
8.2.5 创意图测试	170
8.3 案例分享	171
案例 1：如何用一张宝贝主图设计出优秀创意	171
案例 2：女王节创意制作	174

第9章 钻展定向营销 179

9.1 小夏的新烦恼	180
9.2 玩转钻展定向	181
9.2.1 营销场景定向	181
9.2.2 访客定向	183
9.2.3 智能定向	187
9.2.4 相似宝贝定向	189
9.2.5 类目型定向 - 高级兴趣点	191
9.2.6 其他定向	194
9.2.7 定向出价测试	196
9.3 案例分享	197
案例：某保健品旗舰店巧用定向提高成交转化	197

第10章 钻展出价攻略 201

10.1 想要赚钱不容易	202
10.2 玩转钻展出价	202
10.2.1 CPM 和 CPC 出价	203
10.2.2 CPC 出价之单品推广	209
10.3 案例分享	213
案例 1：“淡季必杀技”之钻展 CPC 和 CPM 的巧妙结合	213
案例 2：钻展旺季营销——新老顾客两手抓	216

第 1 章

淘宝客推广

技能目标

- ❖ 了解什么是淘宝客推广
- ❖ 掌握如何参加淘宝客推广
- ❖ 熟悉淘宝客后台的功能与设置
- ❖ 掌握淘宝客推广的应用技巧

本章导读

淘宝客推广作为一种按照成交效果计费的推广模式，推广渠道遍及互联网的各个角落，不仅投入成本低，而且有着超高的投入产生比。资金少、实力弱的中小卖家也可以通过淘宝客推广，实现对店铺宝贝的引流和销量的提升。

本章主要介绍淘宝客推广工具及其功能和设置，以及如何做好淘宝客推广引流。通过本章的学习，将对淘宝客推广这款付费推广工具有一个全面的认识和深入的了解，并能利用淘宝客实现为店铺快速引流。

