

京东平台 店铺运营

搜索优化+营销推广+打造爆品 

孙卫海◎编著



京东商家学习中心认证讲师 电商协会教练
孙卫海 倾力打造

解析店铺运营策略 提供具体实施方案 摆脱销量低迷困境 打造畅销常销爆款



运营学习素材

赠
超值

7 大运营主题 500 多页课程 PPT
3 大店铺选品方法 3 种数据运营策略
6 步优化商品标题 7 步打造常销爆款



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

京东平台 店铺运营

搜索优化+营销推广+打造爆品 

孙卫海◎编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

京东平台店铺运营：搜索优化+营销推广+打造爆品 /
孙卫海编著. -- 北京：人民邮电出版社，2018.5
ISBN 978-7-115-47521-3

I. ①京… II. ①孙… III. ①电子商务—商业企业管理—经验—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第005731号

内 容 提 要

本书以京东平台店铺运营为主题，系统讲解店铺选品、商品标题优化、SEO优化、数据运营、爆款打造等一系列知识，为读者提供具体的实战方法，帮助读者提升店铺营销推广效率，摆脱销量低迷困境，打造畅销常销爆款。

全书共13章：第1~3章介绍店铺运营基础工作，包括如何创建店铺、选品、优化商品标题；第4~5章解析店铺流量的来源以及如何进行SEO优化；第6~10章介绍如何对商品进行营销推广，包括关联营销、视觉营销、数据营销、大促营销以及使用京东快车；第11~13章介绍如何打造爆品、提升转化率。

本书结构清晰，内容丰富，语言简洁，适合电子商务运营人员学习。

-
- ◆ 编 著 孙卫海
责任编辑 恭竟平
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>
北京缤索印刷有限公司印刷
- ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：20.25 2018年5月第1版
字数：330千字 2018年5月北京第1次印刷
-

定价：69.80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：京东工商广登字20170147号

前言

Preface

写作驱动

电商行业的竞争越来越激烈。

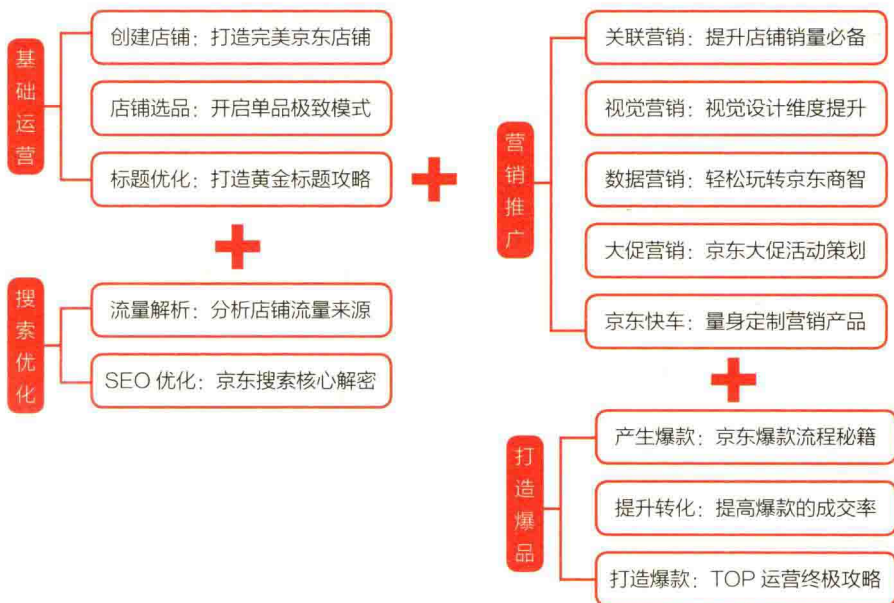
运营人员的能力如何去提升？

销量低迷，商家束手无策。

京东商家如何摆脱运营困境？

对于京东店铺运营者来说，仅有知识是不够的，还需要有系统的运营思路。为帮助广大京东电商从业者以及众多中小卖家更好地运营店铺，本书全面阐述了京东店铺运营的重点环节，包括创建店铺、店铺选品、标题优化、流量解析、SEO优化、关联营销、视觉营销、数据营销、大促营销、京东快车、产生爆款、提升转化、打造爆款等内容。本书具体操作步骤翔实，并且融入了笔者的实际操作经验，将理论与实战相结合，尽可能向读者展示一个真实的京东店铺运营核心，可以帮助那些不知如何运营京东店铺的卖家找到运营方向。

本书深入解析京东店铺的营销策略和实施方案，手把手教卖家做运营，教卖家如何把一件产品打造为爆款。一本书掏空引流行家压箱底的“干货”，让卖家的店铺有口碑、有排行、赚大钱。



本书特色

(1) 图文并茂，清晰好懂。笔者亲身实测，深入京东店铺运营前线，教读者从零开始学运营店铺，使读者轻松上手，无师自通。

(2) 资深经验，倾囊传授。本书所讲的方法和技能都是经资深卖家证明过的、确实有效的经验总结，能够帮助卖家提高店铺盈利。

(3) 内容全面，条理清晰。13章京东店铺运营方法和策略、400多张实战操作图片，深入浅出，简单易学，让读者一看就懂，一练就会。

作者售后

——本书由孙卫海编著，由于京东平台运营变化，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

目录

Contents



创建店铺：打造完美京东店铺..... 1

1.1 入驻开店流程..... 2

1.1.1 为什么入驻京东..... 2

1.1.2 京东的入驻标准..... 4

1.1.3 京东的入驻流程..... 6

1.2 做好店铺管理..... 7

1.2.1 商品主图：吸引消费者的关注..... 7

1.2.2 商品拍摄：拍出靓丽的好照片..... 9

1.2.3 发布商品：将商品上架到店铺..... 10

1.2.4 商品描述：图文视频协助导购..... 16

1.2.5 店铺装修：提高浏览量与销量..... 18

1.2.6 运费模板：如何设置运费模板..... 20

1.2.7 卖出商品：订单管理和配送..... 24

1.2.8 售后客服：树立良好店铺形象..... 27

1.2.9 结算管理：结算流程顺畅便捷..... 30



店铺选品：开启单品极致模式..... 33

2.1 市场定位..... 34

2.1.1 类目环境分析..... 34

2.1.2 竞品市场分析..... 38

2.1.3 价格、地域分析..... 40

2.1.4	买家人群分析.....	41
2.1.5	竞品日均销量分析.....	42
2.2	产品定位.....	43
2.2.1	三级类目分析.....	44
2.2.2	产品属性定位分析.....	46

3 Chapter

标题优化：打造黄金标题攻略..... 50

3.1	商品标题规范与优化要领.....	51
3.1.1	什么是京东商品标题.....	51
3.1.2	商品标题发布规范解读.....	52
3.1.3	商品标题的优化要领.....	55
3.2	标题优化六步走.....	58
3.2.1	第一步：收集.....	58
3.2.2	第二步：筛选.....	61
3.2.3	第三步：权重.....	66
3.2.4	第四步：监控.....	68
3.2.5	第五步：变换.....	72
3.2.6	第六步：策略.....	73
3.3	标题优化实操案例.....	74
3.3.1	黄金关键词解析.....	74
3.3.2	匹配方式解析.....	78

4 Chapter

流量解析：分析店铺流量来源..... 79

4.1	解析自然流量.....	80
4.1.1	流量组成.....	80
4.1.2	流量本质.....	81

4.1.3	流量分析.....	82
4.1.4	展现点击.....	85
4.2	解析活动流量.....	87
4.2.1	活动前期.....	87
4.2.2	活动中期.....	91
4.2.3	活动后期.....	92
4.2.4	活动策划.....	93
4.3	解析付费流量.....	97
4.3.1	推广前的选品和推广规划.....	97
4.3.2	推广中的监控和实时调整.....	100
4.3.3	推广后的总结和客户服务.....	105
	SEO 优化：京东搜索核心解密.....	107
5.1	京东搜索总览.....	108
5.1.1	京东搜索概况.....	108
5.1.2	京东搜索的原理.....	109
5.1.3	京东搜索的用户使用流程.....	110
5.1.4	京东搜索的常用数据指标.....	111
5.1.5	京东搜索 SEO 的基础公式.....	112
5.2	搜索功能优化.....	112
5.2.1	了解索引规则：分词 & 召回.....	112
5.2.2	京东搜索功能的优化技巧.....	114
5.3	搜索最新架构.....	119
5.3.1	活动搜索.....	119
5.3.2	店铺搜索.....	122
5.3.3	促销搜索.....	124



5.3.4	商品搜索.....	126
5.4	搜索新规揭秘.....	127
5.4.1	“综合排序”认识.....	127
5.4.2	大流量权重因子.....	127
5.4.3	搜索流量分.....	128
5.4.4	全流量分.....	130
5.5	提升商品排序.....	132
5.5.1	综合排序因子分析.....	133
5.5.2	排序 & 导航分析.....	139
5.5.3	搜索排序的优化.....	142
5.5.4	列表页排序优化.....	144
5.5.5	搜索违规处理自查.....	147
5.6	店铺搜索数据分析.....	149
5.6.1	店铺搜索数据.....	149
5.6.2	京东商家店铺搜索数据指标 6 大表格.....	152
5.6.3	搜索数据指标对商家店铺的指导意义.....	155



关联营销：提升店铺销量必备..... 156

6.1	解析关联营销设置.....	157
6.1.1	关联营销优化.....	157
6.1.2	关联版式设置.....	159
6.1.3	关联改进方案.....	162
6.2	解析促销活动.....	163
6.2.1	什么是促销.....	164
6.2.2	为何做促销.....	164



6.2.3	如何做促销.....	165
6.3	关联促销案例分析.....	171
6.3.1	促销效果对比.....	171
6.3.2	线上和线下互动营销.....	173
6.3.3	店铺推广策略.....	174
	视觉营销：视觉设计维度提升.....	176
7.1	京东消费者分析.....	177
7.2	店铺整体布局.....	178
7.2.1	视觉定位.....	178
7.2.2	广告图.....	183
7.2.3	商品详情页.....	185
7.2.4	商品主图.....	188
7.3	页面逻辑分析及素材的选择与应用.....	191
7.3.1	页面逻辑分析.....	191
7.3.2	素材的选择和应用.....	192
7.4	如何利用关联销售形成流量闭环.....	193
7.4.1	关联位置.....	193
7.4.2	关联产品类型.....	194
7.4.3	关联广告设计要点.....	197
7.5	移动端视觉营销策划.....	198
7.5.1	移动端视觉营销的基本原则.....	198
7.5.2	移动端视觉营销的案例解析.....	199
7.6	店铺诊断之视觉分析.....	201



数据营销：轻松玩转京东商智..... 202

8.1 数据分析的重要意义..... 203

8.1.1 为什么要做数据分析..... 203

8.1.2 什么是京东商智..... 203

8.2 京东商智：让商家更高效运营..... 204

8.2.1 实时洞察：快捷直观了解店铺状况..... 204

8.2.2 流量分析：全面分析店铺流量结构..... 205

8.2.3 商品分析：做好精细化的商品运营..... 206

8.2.4 交易分析：全方位分析与呈现 GMV..... 206

8.2.5 客户分析：更清晰地画出客户画像..... 207

8.2.6 服务分析：做好售后赢得更多好评..... 207

8.2.7 供应链分析：货物配送的策略分析..... 208

8.2.8 市场行情：精准把握市场走势拐点..... 208

8.2.9 品牌分析：快速了解行业品牌情况..... 209

8.2.10 属性分析：洞悉各种行业属性数据..... 209

8.2.11 行业关键词：帮助提升流量准确性..... 210

8.2.12 搜索分析：方便进行搜索引擎优化..... 211

8.2.13 爆款孵化：辅助商家成功打造爆款..... 211

8.2.14 单品分析：数据的精细化分析工具..... 212

8.2.15 体检中心：开启数据化运营新篇章..... 212

8.2.16 热力图：可视化用户点击行为分析..... 213

8.2.17 购物车营销：提升客户营销的效果..... 213

8.3 如何分析并超越你的竞争对手..... 214

8.3.1 明确竞争对手..... 214

8.3.2 竞品数据运营分析..... 217

8.3.3 如何超越竞品..... 223



大促营销：京东大促活动策划..... 228

9.1 活动策划和准备..... 229

9.1.1 活动提报申请..... 229

9.1.2 活动策划流程..... 229

9.1.3 活动前期落地..... 232

9.2 活动进行过程..... 233

9.2.1 活动实时跟踪..... 233

9.2.2 费用预算实时匹配..... 233

9.2.3 各环节要随机应变..... 234

9.3 做好活动收官总结..... 234

9.3.1 做好售后服务..... 235

9.3.2 数据分析整理..... 235

9.3.3 客户回访..... 236

9.3.4 活动总结与后续活动..... 236



京东快车：量身定制营销产品..... 237

10.1 京准通产品之京东快车..... 238

10.1.1 京准通产品..... 238

10.1.2 京东快车特点..... 239

10.1.3 京东快车资源架构介绍..... 239

10.2 京东快车全面解析..... 240

10.2.1 操作界面..... 240

10.2.2 人群定向..... 242

10.2.3 关键词设置..... 244

10.2.4	展现位置.....	245
10.2.5	展现排序位置调整.....	249
10.2.6	图片制作要点.....	249
10.2.7	选款因素.....	251
10.2.8	测试快车.....	252
10.3	深度解读京东快车.....	252
10.3.1	京东快车资源位解析与作用.....	252
10.3.2	京东快车的后台设置技巧.....	254
10.3.3	快车影响指标与优化重点.....	256
10.4	京东快车——助力店铺飞转.....	257
10.4.1	准确找到适合投放的产品.....	257
10.4.2	DMP 品牌聚效.....	258
10.4.3	优化投放细节，提升 ROI.....	258
10.4.4	京准通对爆款的贡献.....	260
10.4.5	投放数据分析.....	261
10.4.6	分析优化.....	261
10.5	京东快车赚钱秘籍.....	262
10.5.1	认识快车展示原理.....	262
10.5.2	创建快车推广计划.....	264
10.5.3	京东快车数据讲解.....	265

11 Chapter

	产生爆款：京东爆款流程秘籍.....	267
11.1	爆款的定义.....	268
11.1.1	什么是爆款.....	268
11.1.2	店铺爆款的 7 大特征.....	268
11.2	爆款打造的意义：无爆款无流量.....	270

11.2.1	打造爆款的 7 大目的.....	270
11.2.2	打造爆款的必备心态.....	270
11.3	爆款的打造流程	271
11.3.1	流程 1: 选品.....	271
11.3.2	流程 2: 测款.....	273
11.3.3	流程 3: 内功提升.....	274
11.3.4	流程 4: 营销推广.....	276
11.3.5	流程 5: 活动策划.....	277
11.3.6	流程 6: 调整优化.....	278
11.3.7	流程 7: 总结经验, 迭代爆款.....	281
	提升转化: 提高爆款的成交率	282
12.1	提升浏览转化率	283
12.1.1	店铺服务优化.....	283
12.1.2	图文设计优化.....	285
12.1.3	用户行为优化.....	285
12.2	掌控咨询转化率	286
12.2.1	服务效率优化.....	286
12.2.2	购物体验优化.....	287
12.3	抓住目标转化率	289
12.3.1	苦练店铺基本功.....	290
12.3.2	重视产品包装.....	291
12.4	增加付款转化率	292
12.4.1	读懂顾客内心.....	292
12.4.2	催单有度, 保证库存.....	293





12.5 做到持久转化.....	295
------------------	-----

12.5.1 从行为方面提升.....	295
---------------------	-----

12.5.2 从产品方面提升.....	296
---------------------	-----

12.5.3 从关系方面提升.....	296
---------------------	-----

打造爆款：TOP 运营终极攻略.....	298
----------------------	-----

13.1 京东反作弊系统解析.....	299
---------------------	-----

13.1.1 了解系统反作弊.....	299
---------------------	-----

13.1.2 SKU 的索引原则.....	300
-----------------------	-----

13.1.3 IP 特征识别.....	300
---------------------	-----

13.1.4 网络层特征.....	301
-------------------	-----

13.1.5 常见反作弊问题解答.....	302
-----------------------	-----

13.2 爆款排名计划制定.....	303
--------------------	-----

13.2.1 单品关键词定位.....	303
---------------------	-----

13.2.2 竞品坑位日销量分析.....	304
-----------------------	-----

13.2.3 单品上首页的节奏把控.....	304
------------------------	-----

13.2.4 稳健型首页计划表的制定.....	305
-------------------------	-----

13.3 爆款上首页案例解析.....	306
---------------------	-----

13.3.1 成功案例 1——老板椅.....	306
-------------------------	-----

13.3.2 成功案例 2——儿童自行车.....	308
---------------------------	-----

1

Chapter

创建店铺：打造完美京东店铺

学前提示

本章首先说明京东平台的一些优势，详细介绍入驻京东的标准是什么，以及需要准备什么，深入了解店铺该如何创建，最终使商家能够充分了解京东入驻开店与店铺管理的具体方法。

要点展示

- 入驻开店流程
- 做好店铺管理

1.1 入驻开店流程

本节主要帮助大家熟悉京东平台的入驻流程，尽快地加入京东平台，快速高效地在京东平台开通属于自己的店铺。

1.1.1 为什么入驻京东

京东商城作为“中国最大的自营式电商企业”以及“中国第二大B2C电商”，其综合实力可以说是站在了B2C蓝海的最前沿，如图1-1所示。

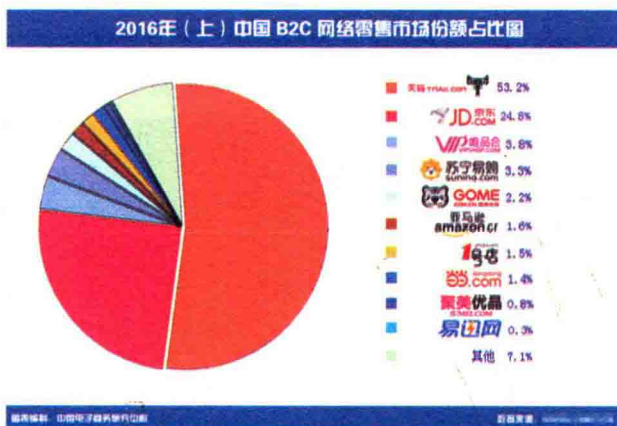


图1-1 京东在B2C市场的份额占比

京东公司于1998年6月18日成立，2014年5月22日京东集团在美国纳斯达克正式挂牌上市，成为中国的电商巨头企业之一。那么，京东是如何赢得广大用户群体的青睐，并获得如今的市场地位呢？

其实，京东的核心竞争力比较简单，总的来说，包括以下几点：

(1) 正品行货，京东只卖正品，这样可以更加受到消费者的认可。在京东自营的店铺中，其商品大部分都是从供货商直接进货的，从源头把控商品品质；而对于开放平台上的商品，京东则通过多方精选和监控第三方卖家的表现与行为，从而确保他们提供高质量的正品行货。

(2) 诚信经营，商品价格和经营环境公开、透明、公平，为消费者提供更好的诚信保障。