

电子商务赢家宝典系列图书

掘金时代

网店推广赢家宝典

主编 王耀成 刘仰华 李高敏

- ★ 网店达人9年推广秘籍专享，让你的网店流量暴涨、粉丝爆棚
- ★ 一章配一店，一店讲一法，循序渐进，真枪实战，易教易学
- ★ 推广知识无一遗漏，操作技巧重点讲解，推广大牛带你轻松入门
- ★ 理论知识图解精美，实战操作步骤详尽，双管齐下让你精通推广
- ★ 从零基础到淘品牌，详尽的阶段解决方案，从头至尾，一书搞定



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

电子商务赢家宝典系列图书

网店推广赢家宝典

主编 王耀成 刘仰华 李高敏

本书特色

- 实战：书中每章都以“法”。这些店铺都是有
- 全面：本书几乎讲解了网
- 图解：本书独家制作了美
- 技巧：在进行推广的过程中，除了基本的操作，还会不可避免地遇到某种难点。

本书特色

- 实战：书中每章都以“法”。这些店铺都是有
- 全面：本书几乎讲解了网
- 图解：本书独家制作了美
- 技巧：在进行推广的过程中，除了基本的操作，还会不可避免地遇到某种难点。



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书结合作者多年的网店推广实战经验和常用的推广工具,按照店铺推广的实际操作流程,从免费推广、收费推广和特色推广三方面入手,全面、系统地介绍了利用常用推广工具对淘宝店铺进行推广的实用知识和技巧,以帮助读者有效地推广自己的网店。本书共分13章,主要内容涵盖:网店推广概述、淘宝SEO揭秘、SEO的本质是客户体验、老客户口碑推广、用好站内其他免费流量、精准的直通车推广、省力的淘宝客推广、钻石展位、有效的促销、多维度的站外推广、无线端推广、用推广打造爆款的秘笈、从零进化到淘品牌的解决方案。

本书可作为大中专院校电子商务相关专业的教材,也可供培训机构以及想要学习网店推广的卖家和爱好者使用。

图书在版编目(CIP)数据

网店推广赢家宝典 / 王耀成, 刘仰华, 李高敏主编

— 上海: 上海交通大学出版社, 2016

ISBN 978-7-313-14523-9

I. ①网… II. ①王… ②刘… ③李… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第026710号

网店推广赢家宝典

主 编: 王耀成 刘仰华 李高敏

出版发行: 上海交通大学出版社

地 址: 上海市番禺路951号

邮政编码: 200030

电 话: 021-64071208

出 版 人: 韩建民

印 制: 三河市祥达印刷包装有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 12.75

字 数: 287千字

版 次: 2016年6月第1版第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-313-14523-9/F

定 价: 35.00元

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与发行部联系

联系电话: 010-62137141

前言

在开网店的9年时间里，遇到过很多人向我咨询如何开网店。然而在最近的两年中，来咨询的人有了明显的变化。首先是人群跨度更大了，不仅有在校大学生和年轻创业者，甚至还有农民、退休老人，他们都来咨询有关开网店的问题；其次是问题更集中了，以前都是各种宽泛问题，现在则集中到了“怎么才能获得更多的流量”上面。

这些变化反映了两个问题：第一，开网店创业的观念已经渗透到更多的人群当中，大家普遍都认识到网店在创业中的重要性；第二，需求更深入了，从最初的“怎么开网店”，变成了“如何开好网店”，意识到“流量”的重要性。

鉴于这些变化，作者精心编写了这本《网店推广赢家宝典》。本书主要以网店的推广为主题，紧紧围绕开网店过程中“如何让更多的人看到我的网店”这一核心进行讲解。

与以往推广理念不同的是，本书除了讲推广本身，还增加了“产品促进推广”这一在长期实践中得出的结论，并讲述“产品”与“推广”二者之间的内在联系，避免了因盲目推广而给产品排名带来的“负作用”。

本书特色

- ▶ **实战：**书中每章都以淘宝网中的实际店铺为例，做到“一章配一店”“一店讲一法”。这些店铺都是有着多年经营经验，经历过淘宝的各种风雨变迁而仍能生存下来的典型店铺，各自有着不同的推广实战经验与技巧。
- ▶ **全面：**本书几乎讲解了网店的所有推广知识，包括站内与站外，免费与付费，电脑端与手机端，短线操作与长线优化等多个方面。
- ▶ **图解：**本书独家制作了关于各种推广方法的图解，或以时间顺序，或以逻辑顺序，可使读者一目了然地看到每种推广方法的理论知识及应用效果。
- ▶ **技巧：**在进行推广的过程中，除了基本的操作，还会不可避免地遇到某种难点。针对这些难点，本书在每章最后列举了各种应对的技巧，确保读者在推广过程中能够快速上手、不走弯路。

本书主要内容

本书主要讲解了网店的推广方法与技巧，共 13 章，具体内容如下：

- 第 1 章为推广简介，介绍了网店推广的现状 & 常用工具。
- 第 2~5 章介绍站内的免费推广，包括淘宝网站内的搜索排名优化、老客户口碑推广及其他免费流量的使用。
- 第 6~9 章介绍站内的收费推广，包括直通车、淘宝客和钻石展位等促销推广工具的使用方法与技巧。
- 第 10~12 章介绍特色推广，包括在特定时期用到的特定推广方法，分别为站外推广、无线端推广和用推广打造爆款。
- 第 13 章总结所有推广方法，并将推广方法和一个网店不同的发展时期连接在一起，讲解网店从零进化到淘品牌的解决方案。

本书内容全部来自实践，方法明确，由简入繁，落地性强，是一本真正从基础到进阶的网店推广实用教程，不仅适合新手开网店使用，对于开店多年的卖家，亦可从本书一窥推广奥妙并搜罗技巧。

最后，感谢书中提到的每家实战店铺提供的后台数据及经验心得，同时感谢设计师李米对书中绘图的大力支持。由于编者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，敬请广大读者及同仁批评指正。

本书配有精美的教学课件等，读者可以登录网站（www.bjjqe.com）下载。此外，如果读者在学习过程中有什么疑问，可以发送邮件至 502040000@qq.com，或添加作者微信号“xiaotiezhuge”进行交流。

编者

2016 年 5 月

目 录

第1章 月入过万不是梦——网店推广概述

许多新手在开始学习网页制作时,往往感觉无从下手。这也不难理解,因为网页制作涉及的东西实在太多。本章专门针对这种情况,介绍与网页制作相关的基础知识,以及 Dreamweaver CC 的操作界面。

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1.1 她是如何做到月入过万的.....1 | 1.3.2 神奇的数据魔方.....7 |
| 1.2 网店推广绝技一览.....3 | 1.3.3 流行风向标——淘宝指数.....8 |
| 1.2.1 淘宝、天猫的流量现状.....4 | 1.3.4 排名查询工具.....9 |
| 1.2.2 网店推广绝技一览.....5 | 1.3.5 常用入口与词语.....10 |
| 1.3 网店推广必备工具.....6 | 掌柜小结.....11 |
| 1.3.1 人人需要的生意参谋.....6 | |

第2章 网店流量疯涨的秘密——淘宝 SEO 揭秘

淘宝网中的商品种类繁多,如何在买家搜索结果中成功展示自己的商品,是所有卖家关注的焦点。为此,卖家需要了解淘宝搜索排名所遵循的原则,以及影响搜索排名的因素。在此基础上,可以对店铺及商品做出优化(即 SEO),在短时间内促进网店流量的增长。

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| 2.1 店铺背景.....12 | 2.3 店铺推广实战.....15 |
| 2.2 相关知识.....12 | 2.3.1 宝贝标题的优化.....15 |
| 2.2.1 淘宝 SEO 基本概念.....12 | 2.3.2 宝贝属性的优化.....20 |
| 2.2.2 淘宝搜索排名的原则.....14 | 2.3.3 宝贝主图的优化.....21 |
| 2.2.3 淘宝搜索排名的权重组成.....14 | 2.3.4 宝贝展示图的打标优化.....22 |

2.3.5 调整上下架时间的奥妙·····	23	2.4 经验总结·····	27
2.3.6 橱窗推荐的优化原则·····	25	2.5 技巧荟萃·····	27
2.3.7 其他影响搜索排名的因素·····	26	掌柜小结·····	28
2.3.8 SEO 操作中的禁区·····	26		

第3章 不变应万变——SEO 的本质是客户体验

在对网店进行过见效快的 SEO 短线优化后,还可以进行 SEO 长线优化,从而获得长期稳定的良好发展。SEO 的本质是客户体验,因此在长线优化的过程中,需要紧紧围绕着客户体验来操作,这样可以在“小而美”的淘宝策略下,使自己的店铺一直保持优势。

3.1 店铺背景·····	29	3.3.2 产品的差异化挖掘·····	31
3.2 相关知识·····	29	3.3.3 影响点击率的四个指标·····	32
3.2.1 产品定位·····	30	3.3.4 高转化率之产品搭配·····	33
3.2.2 点击率·····	30	3.3.5 高转化率之详情页·····	34
3.2.3 转化率·····	30	3.3.6 高转化率之客服·····	39
3.2.4 成交量·····	30	3.4 经验总结·····	41
3.3 店铺推广实战·····	30	3.5 技巧荟萃·····	42
3.3.1 细分类目的大市场·····	31	掌柜小结·····	42

第4章 推广裂变从这里起步——老客户口碑推广

随着网购人群增长速度的逐渐变缓,引入新流量的成本越来越高。另外,在现实生活中,人们更愿意参考朋友或已成交买家的意见。因此,卖家应尽可能发挥店铺老客户的作用,尤其是重复消费较高的店铺,维护老客户是其重要发展方向。

4.1 店铺背景·····	43	4.3.3 老客户的意见收集·····	49
4.2 相关知识·····	43	4.3.4 新品与活动提高流量·····	51
4.2.1 老客户一个顶八个·····	45	4.3.5 提高复购率的秘密·····	52
4.2.2 老客户的作用·····	45	4.3.6 老客户口碑推广方案·····	54
4.3 店铺推广实战·····	45	4.4 经验总结·····	55
4.3.1 老客户的 VIP 计划设置·····	46	4.5 技巧荟萃·····	56
4.3.2 老客户的关怀计划·····	47	掌柜小结·····	56

第5章 生财有道——用好站内其他免费流量

淘宝网力求打造一个丰富的购物生态圈,因此除了关键词搜索外,还提供了多样化的入口(如类目查找、店铺搜索、首页导航、友情链接等)来满足不同人群的需求。尽管这些入口的流量偏小,但挖掘这些免费流量的做法竞争性小、可行性大,也可以在一定程度上促进店铺的发展。

5.1 店铺背景	57	5.3.3 巧用深藏的导航信息	63
5.2 相关知识	57	5.3.4 店铺友情链接——增加人气	65
5.2.1 类目与关键词搜索的差异	58	5.3.5 灵活运用信用评价—— 免费做广告	68
5.2.2 类目排名的权重组成	59	5.3.6 淘宝论坛引流	69
5.2.3 店铺搜索	60	5.4 经验总结	72
5.2.4 站内其他免费流量来源	60	5.5 技巧荟萃	72
5.3 店铺推广实战	61	掌柜小结	73
5.3.1 类目排名与店铺搜索优化技巧	61		
5.3.2 店铺搜索	62		

第6章 花小钱赚大钱——精准的直通车推广

挖掘完所有免费流量后,卖家还可以使用淘宝网提供的收费推广工具对店铺进行推广。其中,直通车是最精准的付费引流工具。通过精准的直通车推广,可以带动自然搜索排名的提升,从而在自然搜索带来的流量中获得盈利。

6.1 店铺背景	74	6.3.3 直通车计划的属性设置	79
6.2 相关知识	74	6.3.4 新建宝贝推广	83
6.2.1 什么是直通车	74	6.3.5 关键词的选词	84
6.2.2 直通车推广分类	74	6.3.6 关键词出价技巧	86
6.2.3 直通车的展示位置	75	6.3.7 关键词的质量得分	88
6.2.4 直通车的开通条件	76	6.3.8 好创意带来高单击	89
6.2.5 直通车的扣费公式	76	6.3.9 数据报表 ROI	91
6.3 店铺推广实战	77	6.4 经验总结	92
6.3.1 开通直通车推广	77	6.5 技巧荟萃	92
6.3.2 直通车计划的创建	78	掌柜小结	93

第7章 花得越多赚得越多——省力的淘宝客推广

卖家个人进行网店推广的力量毕竟有限,因此可以寻求他人的帮助共同进行推广。在淘宝网中,活跃着一批为卖家推广商品并赚取佣金的人,称为淘宝客。卖家可以通过雇佣淘宝客来推广商品,由此而引来的流量可能会超过直通车甚至自然搜索引擎来的流量,从而为店铺带来可观的利润。

7.1 店铺背景	94	7.3.2 主推产品及佣金设置计划	97
7.2 相关知识	94	7.3.3 招募淘宝客	102
7.2.1 什么是淘宝客推广	95	7.3.4 淘宝客的推广效果	104
7.2.2 淘宝客推广的优势	95	7.4 经验总结	104
7.3 店铺推广实战	96	7.5 技巧荟萃	104
7.3.1 加入淘宝客推广	96	掌柜小结	105

第8章 让网店财源滚滚来——钻石展位

买家进入淘宝网首页后,可以看到一块较大的图片展示区域,这就是最具代表性的钻展位置。图片可以带来较强的视觉冲击,精美、有质感的图片能够吸引买家的注意,激起买家浏览店铺的兴趣。因此,卖家可以使用钻展,依靠图片的创意来吸引买家点击,从而获取更多的流量,促进成交。

8.1 店铺背景	106	8.3.1 钻石展位的扣费原理	107
8.2 相关知识	106	8.3.2 钻石展位的使用流程	108
8.2.1 什么是钻石展位	106	8.4 经验总结	114
8.2.2 钻石展位的位置	106	8.5 技巧荟萃	114
8.3 店铺推广实战	107	掌柜小结	115

第9章 钱和人气一起赚——有效的促销

很多买家在搜索商品时会设定价格区间,因为对买家来说,价格往往是很敏感的因素。为此,淘宝网设立了各种各样的促销方法(如满就送、限时打折、搭配套餐等),卖家可以通过这些促销方法来吸引买家,以获得更多的自然流量,最终促进点击与成交。

9.1 店铺背景	116	9.2 相关知识	116
----------------	-----	----------------	-----

9.3 店铺推广实战	117	9.3.5 购物车营销	125
9.3.1 贴心的满就送工具	117	9.3.6 活动中心入口	126
9.3.2 全网抢用的秒杀	118	9.4 经验总结	129
9.3.3 搭配套餐巧搭配	120	9.5 技巧荟萃	130
9.3.4 店铺红包	122	掌柜小结	130

第 10 章 巧用一切资源赚钱——多维度的站外推广

买家不仅活跃在淘宝网,在自媒体、论坛、聊天工具等网络平台上,每一个活跃的用户都可能是潜在的买家。因此,卖家需要在除淘宝网以外的任何一个网络平台进行店铺推广,以获得更多的站外流量,利用一切资源来获取利润。

10.1 店铺背景	131	10.3.4 网站广告位推广	142
10.2 相关知识	131	10.3.5 聊天工具推广	144
10.2.1 站外推广资源概述	131	10.3.6 站外推广的帮手——任务网	144
10.2.2 站外推广方式概述	132	10.3.7 站外推广的注意事项	147
10.3 店铺推广实战	132	10.4 经验总结	147
10.3.1 微博推广	132	10.5 技巧荟萃	147
10.3.2 论坛推广	138	掌柜小结	148
10.3.3 互动问答平台推广	140		

第 11 章 新的黄金起点——无线端推广

在科技日益发达的今天,手机网民已经超越了传统 PC 的网民规模,移动互联网时代已经来临。人们的消费形式也因为手机端店铺的出现发生了重构,随时随地的移动购物迅速成为人们喜爱的消费方式。利用好无线端的各种机会,是网店在当前形势下发展的新趋势。

11.1 店铺背景	149	11.3.2 手机详情页	152
11.2 相关知识	149	11.3.3 无线运营之码上淘	155
11.2.1 无线端发展的光明之路	150	11.4 经验总结	158
11.2.2 无线端的特点	151	11.5 技巧荟萃	158
11.3 店铺推广实战	151	掌柜小结	158
11.3.1 手机淘宝的微淘	151		

第12章 以点带面——用推广打造爆款的秘笈

大多数买家在选购商品时,销量往往会成为重要的参考因素。因此,卖家可以通过打造爆款(即销量很高的商品)来争取这部分买家的流量。一件成功的爆款,不仅可以带动自然搜索的排名,还会带动直通车、淘宝客等各方面的表现。

12.1 店铺背景	159	12.3.3 爆款实操的效果检测	171
12.2 相关知识	159	12.3.4 爆款的落地开花	172
12.3 店铺推广实战	160	12.4 经验总结	174
12.3.1 打造爆款的策略	160	12.5 技巧荟萃	174
12.3.2 打造爆款的步骤	161	掌柜小结	174

第13章 一览众山小——从零进化到淘品牌的解决方案

在淘宝网开通网店很容易,但是想要将店铺做大,却需要一个漫长的过程。在从零基础的新店发展到淘品牌的每个阶段,都需要卖家针对不同的推广重点提出相应的解决方案,并一步步实施,最终才能成功打造出一个淘品牌。

13.1 新店的零基础阶段	175	13.3 成熟阶段	183
13.1.1 新品如何获得展示	175	13.3.1 报活动打造爆款	183
13.1.2 阶梯价格破零销量	176	13.3.2 站外团购、硬广告	183
13.1.3 免费试用增加基础销量	177	13.3.3 创造粉丝经济,打造淘品牌	183
13.1.4 天天特价带来第二阶段销量	178	13.4 长期发展	184
13.2 中级发展阶段	180	13.4.1 推广团队的组成与管理	184
13.2.1 直通车精准引流	180	13.4.2 推广团队的竞争与合作模式	185
13.2.2 小型活动与促销	180	13.4.3 多店群——网店的成功可以	
13.2.3 完善流量来源(淘宝客,		不停复制	185
站内其他)	181	附:细节与深度知识的学习途径	186
13.2.4 制定老客户营销并测新品	182	参考文献	189
13.2.5 组成合理的全店产品结构	182		

第1章

月入过万不是梦——

网店推广概述

1.1 她是如何做到月入过万的

这是一个属于电商的时代，开网店取得成功的案例不胜枚举。然而下面这个案例，却显得与众不同，因为这个案例带有明显的推广特征。

案例的主人公叫张黎黎，2009 年她在淘宝开了一家美妆店，与其他网店店主一样，开店初期只是依靠淘宝早期的人口红利带来的流量成交，也有着相对不错的收益。然而随着人口红利的慢慢消失，从淘宝本身来的流量逐渐减少，这个时候，擅长玩微博的她开始在站外寻找流量。

她每天在微博的首页搜索自己的产品词，查看产品在微博中是否有人进行讨论，如图 1-1 所示。

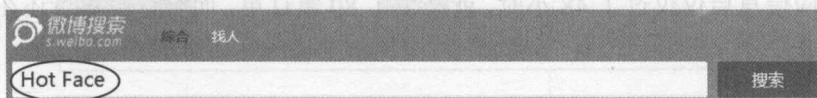


图 1-1 微博搜索

所有含有该产品词的微博，会按照时间和热度排序后依次进行展示。有一天，张黎黎发现一条关于该产品的微博，微博内容带有强烈的推荐性，而且知识性很强，如图 1-2 所示。

推荐两款在韩国新发现的面膜给大家！第一款黄色包装baviphat的专门对付法令纹的面膜，敷在鼻翼两边可去除看起来显老又没精神的法令文😁强力推荐第二款HoT&Face面膜😁可以让你变成小V脸哦！真的有效😁可以去除浮肿和水肿，早晚都可以使用😁以上推荐的两款面膜，在韩国的化妆品超市都可以买到😁

图 1-2 相关微博

单击进入这条微博后，根据博主的粉丝数和微博的回复量，张黎黎判断出这是一个热

门微博，关注该微博的人群中可能有其产品的大量潜在用户群，如图 1-3 所示。

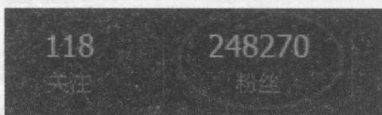


图 1-3 微博关注与粉丝数

同时，她在该微博的转发留言和评论中发现了大量的求购信息，这表明该产品目前处于一个空缺期，即需求大而供应少的情况。因此，张黎黎在该微博下面及时发布了供应信息，如图 1-4 所示。

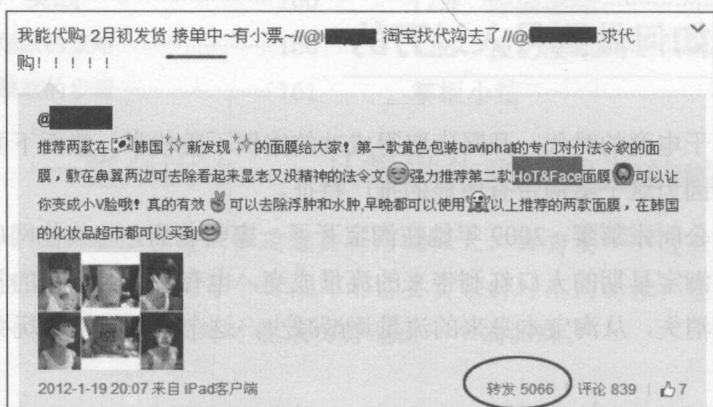


图 1-4 微博转发并留言

发布供应信息后仅仅过了 48 小时，就产生了 80 笔订单，而且订单数量还在继续增加，如图 1-5 所示。

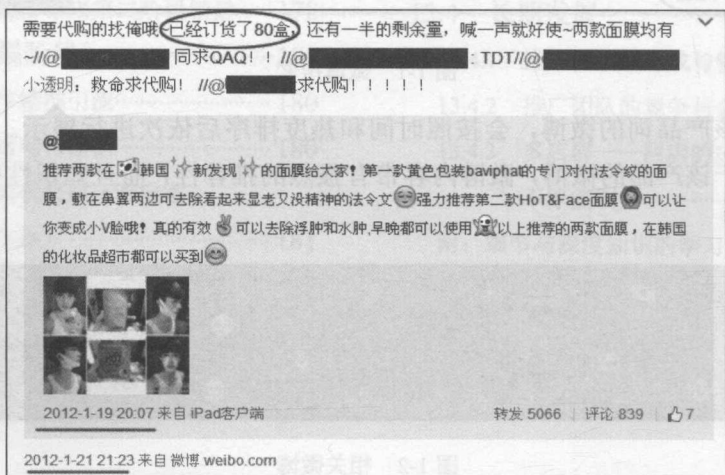


图 1-5 发布供应信息后的效果

这次的推广营销为张黎黎的微博带来了大量的粉丝与人气,店铺的成交量也呈爆发式增长。不仅如此,由于大家认可了她的产品质量,所以后续效果也很好。她的微博的粉丝处于长期活跃状态,只要她定期在微博里适时地发布产品信息,都会引起大量的转发与评论,形成了粉丝互动,如图 1-6 所示。

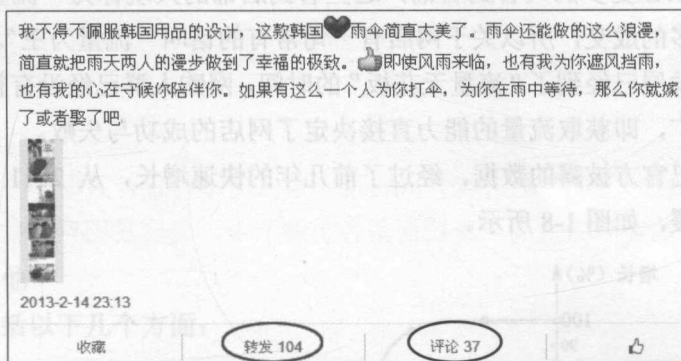


图 1-6 粉丝互动

并且,每一次的产品信息发布都会带来成交,如图 1-7 所示。

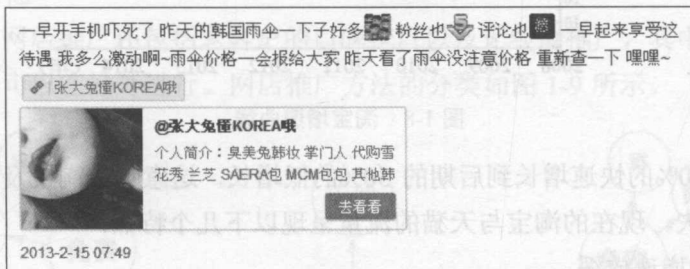


图 1-7 产品成交信息

在此之后,张黎黎的店铺流量稳步上升,形成了“微博下单——销量增加——产品排名上升——淘宝流量增加”这样一个良性过程。

目前,她的店铺等级已经是双皇冠,早已经轻松地月入过万。

1.2 网店推广绝技一览

上例中,张黎黎通过微博对网店进行了推广,并且获得了不错的效果。除此之外,网店推广方法还有很多种,每种方法都各有奥妙。掌握了其中任何一种,都能为网店的发展带来帮助,而多种方法之间还可以协同应用,从而进一步推动店铺的人气,使网店实现由

“量变”到“质变”。

1.2.1 淘宝、天猫的流量现状

通过推广可以让更多的人看到店铺，这些看到店铺的人统称为“流量”。更多的流量就可能意味着更多的成交，所以关于网店有一句常有的话叫“流量为王”。

现在网店的发展已经到了“流量天花板”的时间，网购人群已经没有初期的高增长量，因此，网店的推广，即获取流量的能力直接决定了网店的成功与失败。

根据阿里巴巴官方披露的数据，经过了前几年的快速增长，从 2011 年开始，淘宝的增速已经逐渐放缓，如图 1-8 所示。

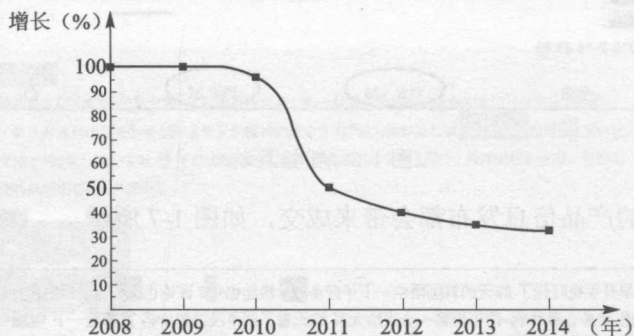


图 1-8 淘宝增速曲线

从早期的 100% 的快速增长到后期的 30% 的低增长，这意味着淘宝及天猫的“人口红利”正在渐渐消失。现在的淘宝与天猫的流量呈现以下几个特点：

- (1) 流量的增速放缓。
- (2) 流量的价值越来越高。
- (3) 流量向其他平台流失。

但是也有好的方面。

- (1) 新流量仍然在进入，并下沉到三、四线城市。
- (2) 无线流量增长很快。

变化不仅仅是危机，也意味着机会。

- (1) 流量的引入需要更丰富的技巧，多样化的推广手法可以带来别人没有的流量。
- (2) 流量的引入需要更精准，从而降低流量的单价。
- (3) 流量的引入需要更完美的创意。

以上三点涉及到的所有绝技，本书将在后续章节中一一为您呈现。

1.2.2 网店推广绝技一览

网店推广方式分为站内推广与站外推广两种，站内推广是指在淘宝网内部进行的推广，站外推广是指在淘宝网以外的地方进行的推广。其中站内推广包括以下几个方面：

- SEO
- 类目
- 直通车
- 淘宝客
- 钻展
- 促销
- 站内其他

站外推广包括以下几个方面：

- 微博
- 论坛
- 广告位
- 站外其他

除此之外，网店推广还包括老客户的口碑推广以及无线端推广，其中无线推广既可以在站内进行，也可以在站外进行。网店推广方法的分类如图 1-9 所示。

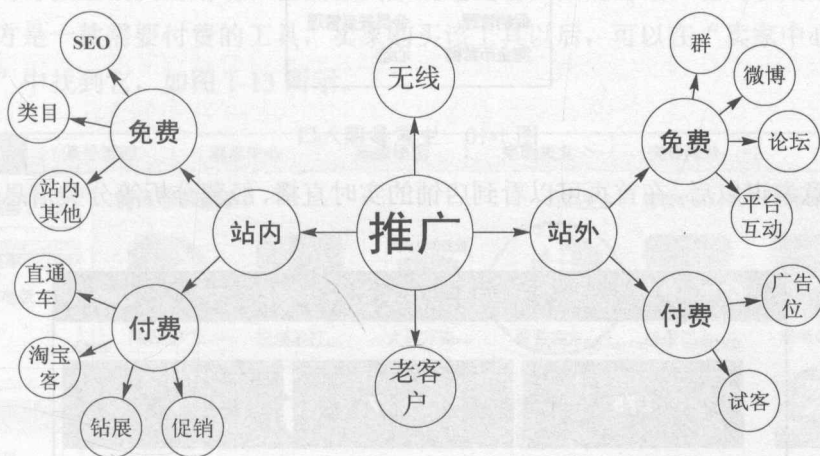


图 1-9 网店推广方法

在所有的推广方法中，最重要的一项是 SEO，它是网店流量的最重要来源，也是以后要重点讲述的方法。

推广要坚持三个原则：① 先站内，后站外；② 先免费，后付费；③ 先精准，后宽泛。

贴心提示

在本书中，我们将以店铺实战的方式进行各种推广方法的讲解。每一种推广方法，都会对应一家淘宝店铺。

1.3 网店推广必备工具

当前网店正处在一个大数据时代，网店推广自然离不开各种数据的整理与分析。下面列出几种最常用的数据分析工具，在后面的各个章节中，会经常用到它们。

1.3.1 人人需要的生意参谋

生意参谋是数据整理与分析最常见的工具，使用它可以分析店铺的各种基础数据。进入生意参谋需要在“卖家中心”→“营销中心”里单击“生意参谋”，如图 1-10 所示。

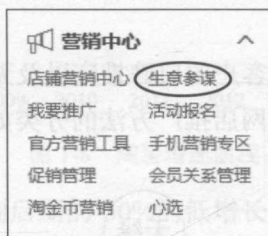


图 1-10 生意参谋入口

进入生意参谋以后，在首页可以看到店铺的实时直播、经营分析等分类信息，如图 1-11 所示。



图 1-11 生意参谋首页