



千牛



红包



微淘



直通车



淘宝客

流量越来越贵，中小卖家怎么办？

只要花钱，就能真正解决流量问题吗？

淘宝网引流 一本就够

张发凌 姜楠◎著

本书助您解决两大难题： | 如何才能获得更多的免费流量？
如何让付费获得的流量带来更高的转化率？

站内、站外、免费、付费引流工具，一网打尽！



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

淘宝网引流一本就够

张发凌 姜楠 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

淘宝网引流一本就够 / 张发凌, 姜楠著. — 北京:
人民邮电出版社, 2016. 10
ISBN 978-7-115-43816-4

I. ①淘… II. ①张… ②姜… 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(2016)第244328号

内 容 提 要

如何让自己的店铺从众多的淘宝网店中脱颖而出, 始终是广大淘宝卖家最关心的问题之一。推广引流是店铺成功的关键, 而线上推广引流的方式有很多, 如通过微信、微博等引流。卖家需要找到适合自己店铺的推广引流渠道和方法, 这样才能吸引目标顾客进店消费。

《淘宝网引流一本就够》一书系统、详细地介绍了当下流行的淘宝站内引流方法和优秀卖家力推的各种经典营销工具及其操作方法, 并配以丰富、典型的应用案例进行说明。全书共分为 8 章, 分别介绍了如何优化店铺、使用千牛精准引流、红包聚集人气、微淘提高交易量、常用的引流工具、淘金币、淘宝客、直通车等内容, 并分享了众多实用的关于店铺引流的学习资源。

本书适合广大淘宝卖家以及想要开设淘宝网店的读者阅读。

◆ 著 张发凌 姜楠

责任编辑 张国才

执行编辑 徐晓菲

责任印制 焦志炜

◆ 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>

三河市中晟雅豪印务有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 19

2016 年 10 月第 1 版

字数: 100 千字

2016 年 10 月河北第 1 次印刷

定 价: 49.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

前言

随着移动互联网的快速普及，在淘宝网上开设店铺的卖家越来越多。虽然开设淘宝店铺是实现创富梦想的一条路，但是伴随创业者的并不总是鲜花和掌声，甚至可以说大部分时候是坎坷和挫折。开淘宝店铺容易，要想真正经营好店铺却并非易事。淘宝卖家首要解决的问题就是如何为店铺引流。

现今，流量费用越来越贵，同行的“奇招”越来越多，这导致曾经屡试不爽的一些促销绝招正在慢慢失效。即便是低价，也越来越难以成交，赔本赚吆喝的买卖肯定做不长久。不少淘宝店铺的销售额看上去每年都在增长，但利润却越来越低。在这种情况下，淘宝卖家必须找到适合自己店铺的引流方法，提高店铺的转化率和成交量。

本书着眼于当前的主流引流工具，从实务方法、理论分析等多个角度切入，同时以店铺引流数据为辅助，帮助淘宝卖家深刻了解和掌握这些引流工具的操作方法。本书图文并茂，配有丰富、真实的操作案例，能够有效帮助广大淘宝卖家迅速掌握引流工具的操作要领。

当然，万事开头难，更难的则在于执行和落实。如果广大淘宝卖家能够仔细阅读本书，并脚踏实地地认真执行，把每一项引流推广工作做扎实，他们的店铺一定会在众多商铺中脱颖而出。

在此需要特别说明的是，本书是团队合作的成果，姜楠与吴祖珍参与编写了本书的第1章，陈媛与郝朝阳参与编写了本书的第2章，杨红会与沈燕参与编写了本书的第3章，汪洋慧与曹正松参与编写了本书的第4章，周倩倩与韦余靖参与编写了本

书的第 5 章，徐全锋与徐晓倩参与编写了本书的第 6 章，章红与项春燕参与编写了本书的第 7 章，陈伟与赵为亮参与编写了本书的第 8 章，全书由张发凌编撰定稿。

尽管我们希望做到精益求精，但疏漏之处在所难免。如果您在阅读本书的过程中发现了问题，或者是有一些好的建议，请发邮件到 witren@sohu.com 与我们交流。

非常感谢您的支持！祝您阅读愉快！

第1章

优化店铺，引爆流量

- 1.1 标题的优化 003
 - 1.1.1 如何组合宝贝标题 004
 - 1.1.2 如何设置关键词 007
 - 1.1.3 快速优化宝贝标题 011
- 1.2 宝贝描述的优化 014
 - 1.2.1 如何撰写宝贝描述 018
 - 1.2.2 顾客真实好评截图 019
 - 1.2.3 售后服务内容很重要 020
- 1.3 宝贝图片的优化 020
 - 1.3.1 设计商品细节图 021
 - 1.3.2 为图片添加水印 024
- 1.4 店铺装修增加流量 027
 - 1.4.1 店招展示优惠信息 028
 - 1.4.2 店铺公告展示优惠信息 034
 - 1.4.3 设计宝贝分类 035
 - 1.4.4 设计促销区 037
- 1.5 撰写宝贝描述注意事项 043
- 1.6 宝贝标题优化常见误区 043
- 1.7 宝贝标题优化常见问题汇总 044

第2章

使用千牛精准引流

- 2.1 下载并安装千牛客户端 046
- 2.2 通过千牛了解引流效果 048
- 2.3 通过千牛自定义状态为店铺做广告 050
- 2.4 自动评价为店铺做广告 053
 - 2.4.1 授权交易管理插件 053
 - 2.4.2 设置自动评价 054
- 2.5 优化分组 056
- 2.6 自动回复留住潜在顾客 057
 - 2.6.1 编辑自动回复短语 058
 - 2.6.2 设置自动回复 059
- 2.7 千牛手机版实现随时随地沟通 060
- 2.8 巧妙利用千牛群推广 061
 - 2.8.1 创建千牛群 062
 - 2.8.2 利用千牛群推广 063
 - 2.8.3 群推广注意事项 064
- 2.9 引流利器“淘口令” 065
- 2.10 与顾客友好沟通 067
- 2.11 使用千牛工具的常见问题及解决办法 067

第3章

小小红包聚集人气

- 3.1 设置红包的好处及其引流方式 070
 - 3.1.1 设置红包的好处 070
 - 3.1.2 店铺红包如何引流 071
- 3.2 不同类型红包的设置规则 072
 - 3.2.1 店铺红包的设置规则 072
 - 3.2.2 “双十一”店铺红包 073
 - 3.2.3 淘宝年货节红包 074
- 3.3 为店铺设置红包 075
 - 3.3.1 设置店铺红包 075
 - 3.3.2 收藏送红包 078
 - 3.3.3 购后送红包 080
- 3.4 红包的设置位置 084
 - 3.4.1 店铺首页 084
 - 3.4.2 商品详情页 085
 - 3.4.3 收藏夹 086
 - 3.4.4 购物车 086
- 3.5 移动端设置支付宝红包 086
- 3.6 设置红包常见误区 088
- 3.7 使用店铺红包常见问题汇总 089

第4章

用好微淘提高交易量

- 4.1 商家分层权益须知 093
- 4.2 微淘平台规则须知 094
 - 4.2.1 微淘平台经营规范 094
 - 4.2.2 微淘平台行为规范 094
 - 4.2.3 微淘平台违规处罚规定 095
- 4.3 微淘公众平台（达人管理中心） 097

4.3.1 申请大V认证 097

4.3.2 管理我的站点 099

4.3.3 管理内容 102

4.3.4 管理达人账号 111

4.4 什么是码上淘 112

4.4.1 设置店铺基础信息 113

4.4.2 设置码上淘 114

4.5 发微淘增加店铺流量 116

4.5.1 发微淘广播 116

4.5.2 发微淘商品 120

4.5.3 发微淘活动 122

4.5.4 发微淘互动 122

4.5.5 微淘营销活动 124

4.5.6 设置官方营销活动 127

4.6 增加微淘粉丝 133

4.6.1 根据数据合理发布微淘 134

4.6.2 拉动人气与聚拢粉丝 135

4.7 微淘活动常见问题汇总 138

第5章

如何用好常用的引流工具

- 5.1 引流宝提升店铺流量 140
 - 5.1.1 引流宝的优势 140
 - 5.1.2 引流宝的投放渠道 141
 - 5.1.3 创建引流宝活动 145
- 5.2 店铺联盟交换流量 148
 - 5.2.1 店铺联盟如何引流 149
 - 5.2.2 开通店铺联盟 150
- 5.3 会员关系管理稳固流量 153
 - 5.3.1 会员关系管理的功能 153
 - 5.3.2 申请会员关系管理工具 154

- 5.3.3 管理会员关系等级 155
- 5.3.4 管理营销工具 157
- 5.4 心选宝贝增加宝贝流量 161
 - 5.4.1 心选宝贝的亮点 161
 - 5.4.2 如何设置心选宝贝 162
- 5.5 店铺促销活动工具 165
 - 5.5.1 优惠活动 165
 - 5.5.2 淘宝卡券 174
 - 5.5.3 搭配套餐 177
- 5.6 免费试用为店铺引流 181
- 5.7 天天特价给顾客实惠 185
- 5.8 使用店铺联盟的常见问题汇总 190

第 6 章

最优惠的引流利器“淘金币”

- 6.1 了解淘金币 194
 - 6.1.1 什么是淘金币 194
 - 6.1.2 淘金币引流的优势 195
 - 6.1.3 淘金币如何引流 196
 - 6.1.4 淘金币活动报名技巧 197
 - 6.1.5 开通淘金币 198
 - 6.1.6 创建淘金币活动的条件 205
- 6.2 签到送淘金币 206
- 6.3 收藏送淘金币 208
- 6.4 淘口令送淘金币 210
- 6.5 淘金币换流量 212
- 6.6 淘金币抵钱 213
 - 6.6.1 开启淘金币抵钱 213
 - 6.6.2 抵钱活动引流展示位置 217
- 6.7 淘金币店铺兑换 218

- 6.7.1 淘金币店铺兑换规则 218
- 6.7.2 如何设置淘金币店铺兑换 219
- 6.8 涉及淘金币违规行为汇总 222
- 6.9 淘金币引流常见问题汇总 223

第 7 章

最好用的引流利器“淘宝客”

- 7.1 了解淘宝客 227
 - 7.1.1 什么是淘宝客 227
 - 7.1.2 淘宝客的推广优势 228
 - 7.1.3 淘宝客的推广方式 228
- 7.2 淘宝客的使用规则 230
 - 7.2.1 加入淘宝客的条件 230
 - 7.2.2 违规处理规范 232
 - 7.2.3 特殊类目准入规则 233
- 7.3 如何做淘宝客推广 237
 - 7.3.1 登录淘宝客 237
 - 7.3.2 创建淘宝客推广计划 239
 - 7.3.3 设置佣金 244
 - 7.3.4 如何选择主推商品 248
- 7.4 怎样做好淘宝客推广 249
 - 7.4.1 主动寻找淘宝客 250
 - 7.4.2 建立诱人的额外佣金制度 252
 - 7.4.3 与淘宝客建立长期联系 252
- 7.5 警惕淘宝客骗取佣金的手段 252

第 8 章

最专业的引流利器“直通车”

- 8.1 了解直通车推广 255
 - 8.1.1 直通车的推广优势 255

- 8.1.2 直通车的推广方式 256
- 8.1.3 直通车的准入标准 262
- 8.2 直通车选词技巧 264
 - 8.2.1 什么是直通车关键词 264
 - 8.2.2 直通车如何选词 265
- 8.3 提升关键词质量得分 272
 - 8.3.1 什么是质量得分 272
 - 8.3.2 产品属性优化提高质量分 274
 - 8.3.3 关键词优化提高质量分 274
 - 8.3.4 标题优化提高质量分 275
- 8.4 提升直通车点击率 275
 - 8.4.1 优化直通车点击率的方法 276
 - 8.4.2 优化图片提高点击率 279
 - 8.4.3 优化标题提高点击率 284
 - 8.4.4 优化投放地域提高点击率 286
- 8.5 创建直通车计划 287
 - 8.5.1 如何开通直通车 287
 - 8.5.2 创建标准推广计划 289
 - 8.5.3 查询实时数据 292
- 8.6 直通车推广常见问题汇总 295



第 1 章

优化店铺，引爆流量

店铺装修对流量的影响在于，当顾客浏览店铺首页时，首页的装修及内容能否让顾客长时间停留在页面上，并促使顾客通过首页进入商品详情页进行浏览或购买。图 1-1 为坚果行业巨头“三只松鼠旗舰店”的店铺首页。

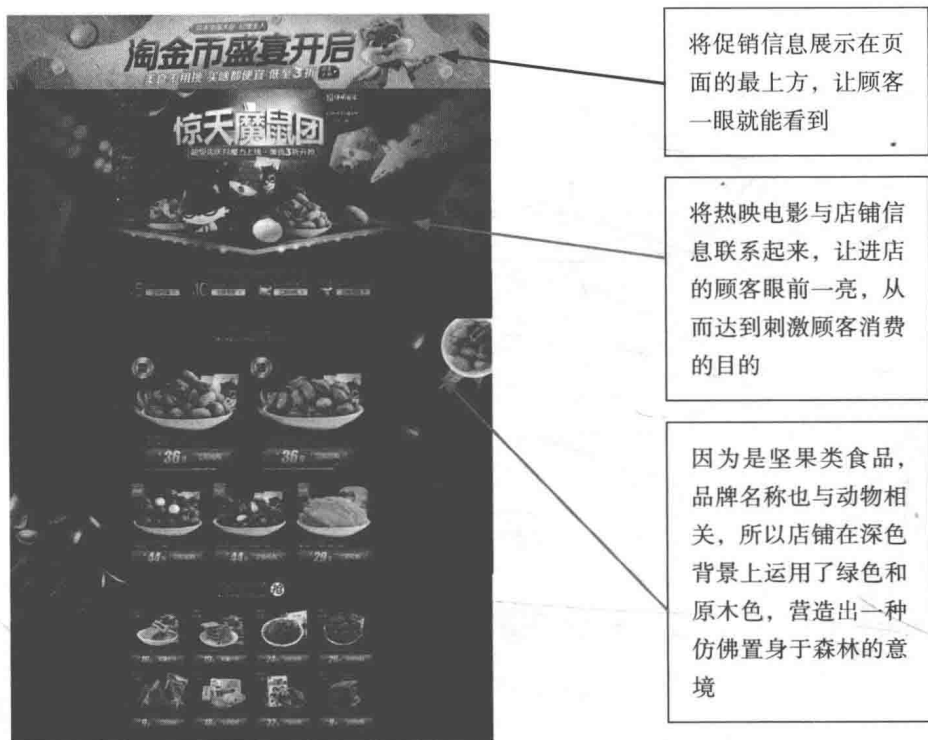


图 1-1 “三只松鼠旗舰店”的店铺首页

以上是标题、图片、描述、装修对流量产生影响的具体实例。这里需要说明的是，自然流量是店铺运营的一个关键点，因为自然搜索带来的流量是免费的，且不需要成本。自然流量的高低主要取决于宝贝标题、宝贝描述、宝贝图片，以及店铺装修等因素（见图 1-2）。本章节将重点介绍如何优化这些影响因素从而提升宝贝流量。

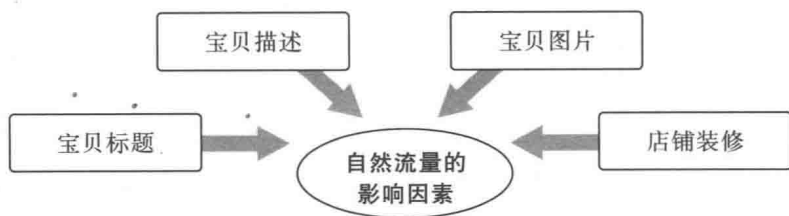


图 1-2 影响自然流量的因素

1.1 标题的优化

许多卖家都存在这样的疑问, 在淘宝网上搜索某某宝贝时为什么浏览了很多页还是找不到自家店铺的宝贝? 为什么找到的都是其他店铺的宝贝? 这里就体现了宝贝标题在宝贝搜索权重中的重要性。例如, 在淘宝网上搜索如图 1-3 所示的 T 恤, 如果在搜索框中输入“纯棉印花 T 恤打底衫”, 会发现前几页显示的都是其他店铺的宝贝, 搜索结果如图 1-4 和图 1-5 所示。



图 1-3 “韩国纯棉印花 T 恤”宝贝详情页面



图 1-4 “纯棉印花 T 恤打底衫”
搜索结果 (1)



图 1-5 “纯棉印花 T 恤打底衫”
搜索结果 (2)

从图 1-4 和图 1-5 中可以看出, 这些宝贝标题与搜索关键词紧密相关, 且它们都将属性关键词放在了宝贝标题的首位, 充分发挥了宝贝标题 30 个字符的作用, 所以宝贝的权重相对较高, 因此更容易被顾客搜索到。

在淘宝网上购物的大多数顾客是先通过搜索关键词找到宝贝，再进入相应店铺进行购买。因此，做好宝贝标题的优化很关键。自然搜索与宝贝标题的匹配有着密切的关联，只要宝贝标题中含有搜索量大且适合所销售宝贝的关键词，该宝贝的排名就会靠前。

优化宝贝标题时，需要考虑以下两方面的内容。

1. 何时需要优化标题

当一款宝贝的自然搜索量较低，流量上涨速度缓慢或是没有上涨的时候，卖家就应该考虑优化宝贝标题。优化宝贝标题一般在宝贝下架后 1 小时内进行，这样对原有关键词权重的影响相对较小。

2. 为何要优化标题

优化宝贝标题是为了让顾客更快、更容易地找到该宝贝，让淘宝网搜索引擎能够更好地对宝贝进行分类，判断该宝贝符合哪些顾客的购物需求，从而将其展现给对应的消费人群。

卖家拟定宝贝标题前，可以将销量较好的同款宝贝的标题作为参考。接下来，卖家需要观察拟定宝贝标题后的搜索情况，以便对标题进行修改。

1.1.1 如何组合宝贝标题

宝贝标题由三部分构成，具体如图 1-6 所示。

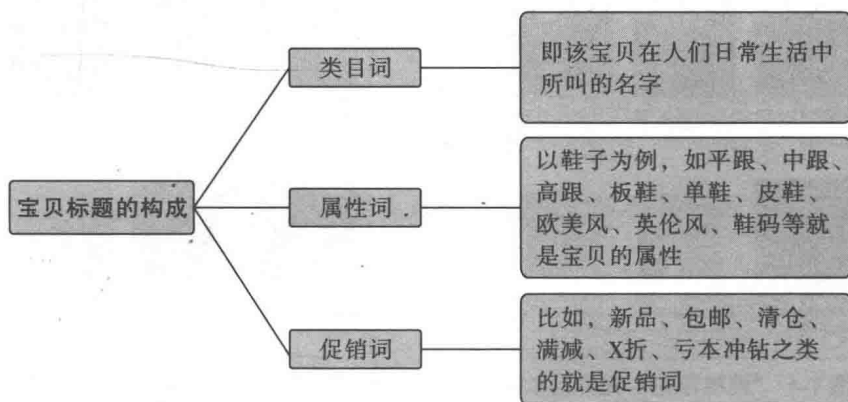


图 1-6 宝贝标题的构成

宝贝标题在不同的销售时期应具有不同的特点，每个时期的关键词使用技巧如图 1-7 所示。

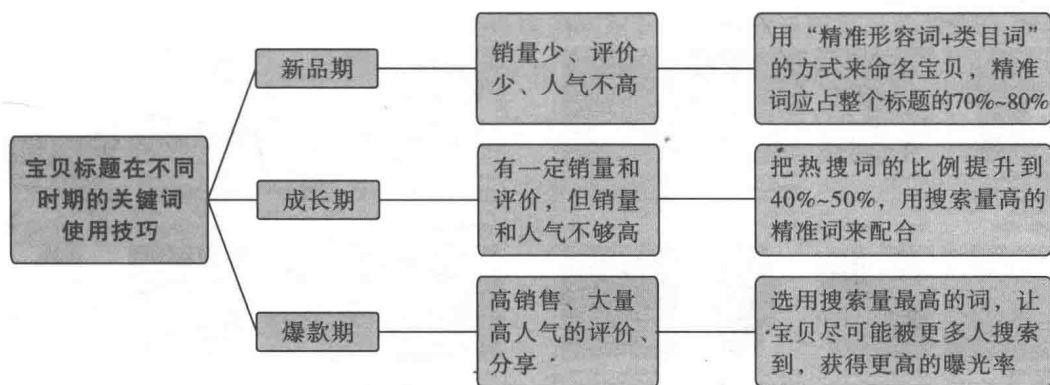


图 1-7 宝贝标题在每个时期的关键词合作技巧

定位好宝贝销售期之后，接下来需要把确定好的标题词语进行组合。

1. 别让废词占位

以“包邮”一词为例，只要在宝贝上架前设置成“卖家承担运费”，当顾客搜索“某产品包邮”时，宝贝标题中即使没有“包邮”二字，也一样能被搜到。图 1-8 和图 1-9 为在搜索框中输入“T 恤 包邮”，会发现排在前几位的宝贝标题中均没有“包邮”二字。



图 1-8 搜索结果 (1)



图 1-9 搜索结果 (2)

2. 关键词的紧密性

如果在搜索框中输入“纯棉 T 恤”（见图 1-10）和“纯棉 T 恤”（这里在两个关键词之间加了空格，见图 1-11），我们会发现，仅仅是一个空格的区别，但搜索结果却有很大差异。



图 1-10 “纯棉 T 恤”搜索结果



图 1-11 “纯棉 T 恤”搜索结果

仔细观察上面两张图，不难发现，图 1-10 中的第二、三、七、八个宝贝的排序在图 1-11 中发生了变化。其中，第二、七个宝贝的位置向后挪了一格，第三、八个宝贝被其他商品替换了。由此可见，宝贝标题关键词紧密性的重要性。

3. 关键词的顺序

在销量等其他因素相当的情况下，关键词的位置越在标题前端的，越能得到较高的搜索权重。所以，拟定标题时一定要把最适合宝贝的关键词放到最前面，以便得到更高的搜索权重。如果在搜索框中输入“宽松 T 恤”（见图 1-12）和“T 恤 宽松”（见图 1-13），我们会发现其中几款宝贝的排序发生了变化。



图 1-12 “宽松 T 恤”搜索结果



图 1-13 “T 恤 宽松”搜索结果

把搜索的关键词调换顺序后，会发现图 1-13 中除了第一、四个宝贝保持原位置不变以外，其余宝贝的排序均发生了变化，其中第二、三、五个宝贝被其他宝贝替代。在“T 恤”这个大类目关键词下，“宽松”属于其中的一个属性关键词，所以在

设置关键词时，应把大类目关键词放在属性关键词前面，以便获取更高的搜索权重。

优化宝贝标题是一项长期、细致的工作，要坚持按销售周期定期优化。一边优化，一边评估，一般评估周期为七天。优化前，先记录宝贝的访问量，如果做了优化七天后，宝贝访问量没有明显的增长（一般增长幅度为20%~30%），那么就需要重新优化。如果宝贝访问量有增长，要根据宝贝销量情况进行周期性调整。

1.1.2 如何设置关键词

关键词分为标题关键词和店铺关键词两类，具体如图1-14所示。

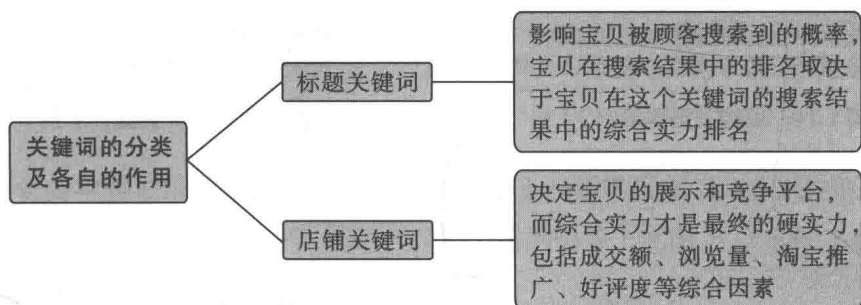


图 1-14 关键词的分类及各自的作用

其中，标题关键词又可以划分为以下四类，具体如图1-15所示。

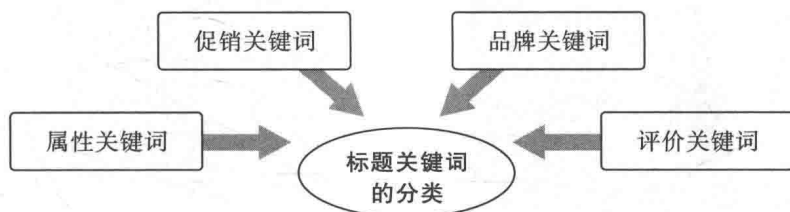


图 1-15 标题关键词的分类

(1) 属性关键词。包含商品的名称或俗称，商品的类别、规格、功能等介绍商品基本情况的字词，图1-16中的“松糕帆布”“平跟厚底”和图1-17中的“台式家用”等就是宝贝的属性关键词。



图 1-16 属性关键词示例 (1)



图 1-17 属性关键词示例 (2)

(2) 促销关键词。包含清仓、折扣、冲钻、甩卖、赠礼等信息的字词 (见图 1-18 和图 1-19)。



图 1-18 促销关键词示例 (1)



图 1-19 促销关键词示例 (2)

(3) 品牌关键词。它是商品本身的品牌和店铺的品牌。图 1-20 中的“耐克”属于商品本身的品牌关键词，“篮球鞋”属于店铺的品牌关键词。图 1-21 中的“达芙妮”属于商品本身的品牌关键词，“凉鞋”属于店铺的品牌关键词。