



一本书解决**网店推广**难题
全新升级，加入**手机淘宝无线推广**内容



淘宝网 推广策略和工具**大全**

第2版

崔恒华 编著

 中国工信出版集团

 电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



淘宝网店 推广策略和工具大全

第2版

崔恒华 编著

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内 容 简 介

中小卖家想做大,大卖家想做强,淘宝商家想迅速打开品牌知名度。大家都要在众多卖家中脱颖而出,如果单单守株待兔,可能永远都没有热销的那一刻。对于很多新开店铺或者中小卖家来说,想迅速打开销路,推广是网上开店必须学习和融会贯通的入门课程。

本书作者中既有 10 多年的金冠级卖家,也有多年的电子商务营销专家,曾编写了多本淘宝开店营销类的畅销图书。本书针对网上开店商品的销售,介绍了如何使用各种工具宣传推广自己的网店以及各种推广策略方法的使用。主要内容包括淘宝推广前的准备、店内优化推广留住顾客、手机淘宝无线推广、用微信轻松实现交易量翻番、玩微信也能推广淘宝店铺、满就送赚钱还赚人气、直通车推广打造爆款带动全店营销、利用淘宝客为你推广店铺、吸引优质流量的神器淘金币、钻石展位引爆店铺销量狂潮、免费试用让店铺流量涨不停、聚划算引发团购狂潮、借力供销平台扩大销售渠道、精选天天特价商品享疯狂促销、在淘宝店铺外进行推广的技巧、用好千牛软件、利用淘宝免费资源来推广网店、制订网店促销策略让买家蜂拥而至。

本书适合已经开办了自己的网店,想提高营销水平、扩大经营的淘宝网店主阅读,也适合希望拓展网络市场的企业及有意进行网络营销的个人阅读,同时本书也可作为电子商务营销培训的参考教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝网推广策略和工具大全 / 崔恒华编著. —2 版.—北京: 电子工业出版社, 2016.5
ISBN 978-7-121-28501-1

I. ①淘… II. ①崔… 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 066164 号

责任编辑: 石 倩

印 刷: 北京中新伟业印刷有限公司

装 订: 北京中新伟业印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 18.25 字数: 420 千字

版 次: 2014 年 5 月第 1 版

2016 年 5 月第 2 版

印 次: 2016 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 4000 册 定价: 49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: (010) 88254044。

前 言

中国互联网络信息中心统计显示，截至 2015 年 6 月底，我国网民规模达 6.68 亿人，网络购物用户规模超 3 亿人，网络购物成为增长最快的应用之一。2014 年，中国网络购物市场交易规模达到 2.8 万亿元，增长 47.4%，大致相当于社会消费品零售总额的 10.6%。中国网络购物交易规模已经超过美国成为全球最大的网络购物市场。中国消费者的消费热情和消费力超乎想象。展望未来几年的发展，网络购物市场依然会维持相对较快的增长，相比国外及国内传统商务市场，网上购物的空间还有很大，网购市场前景依然十分诱人。

随着网络购物的不断发展，开网店的人越来越多。在淘宝开店竞争越来越激烈，有些商品类别的商品数量都在几十甚至上百万个，很多店铺经常遇到的是一天没有几个问的顾客，甚至有的最终关门了，为什么呢？由于网络营销推广知识的欠缺，使店铺停滞不前，要突破这种瓶颈，必须掌握更多的店铺推广策略和工具。为了更好地帮助卖家在网上开店，提高产品的销售量，赚取更多的利润，我们编写了这本书。

本书主要内容

《淘宝网推广策略和工具大全》自第 1 版上市以来，重印多次，在淘宝网、当当网、京东商城和各大新华书店的销售在同类书中一直名列前茅，好评率达到 99.5%。虽然图书一直销售很好，但是淘宝网平台经历了多次升级更新，为了保证书中内容的与时俱进，我们改版升级了此书。本书是一本系统地讲解如何进行网上店铺推广策略和工具大全的书籍。本书所讲的推广策略和方法都是非常简单、非常实用的营销技巧，读者可以在非常短的时间内就完全掌握并且套用到自己的网店中去。



本书针对网上开店商品的销售，介绍了如何使用各种工具宣传推广自己的网店及各种推广策略方法的使用。主要内容包括淘宝推广前的准备、店内优化推广留住顾客、手机淘宝无线推广、用微淘轻松实现交易量翻番、玩微信也能推广淘宝店铺、满就送赚钱还赚人气、直通车推广打造爆款带动全店营销、利用淘宝客为你推荐店铺、吸引优质流量的神器淘金币、钻石展位引爆店铺销量狂潮、免费试用让店铺流量涨不停、聚划算引发团购狂潮、借力供销平台扩大销售渠道、精选天天特价商品享疯狂促销、在淘宝店铺外进行推广的技巧、用好千牛软件、利用淘宝免费资源来推广网店、制订网店促销策略让买家蜂拥而至。

本书特色

在网店整合营销当中，多种推广工具及活动的综合运用，是必不可少的一个组成部分。大多数的营销活动都会用到推广工具的配合。因此推广工具的使用技巧也是大多数网店主迫切需要的。希望通过本书的学习，能够让更多掌柜根据店铺的实际合理地选择使用淘宝的这些工具，在自己的店内、站内、全网做推广。

- ◆ 现在书店里有关网上开店的书籍虽然不少，但真正讲“实战”的并不多，很多都是初级开店的图书，关于网店的推广店铺前的准备工作、免费推广店铺策略、通往大卖家必备工具软件、网店促销与达成交易的策略方面都很少介绍，本书主要介绍了这些营销和推广方面的技巧。
- ◆ 增加了无线手机淘宝。移动时代手机淘宝，最前沿、最实战的玩赚手机淘宝不为人知的推广方法。
- ◆ 本书作者中既有 10 多年的金冠级卖家，也有多年的电子商务营销专家，曾编写了多本淘宝开店营销类的畅销图书。
- ◆ 本书大部分的技术都是经过本人或者其他卖家证明过的确实有效的技术，都能够实实在在帮助卖家的店铺提高利润。
- ◆ 本书的内容都是作者在推广网店过程中使用经验的精华总结，涵盖了网店推广宣传过程中遇到的许多细节问题。
- ◆ 本书把目前最流行的营销理念运用到淘宝平台，所有经验都在淘宝店铺中得到过实际验证，已经获得了巨大的成功。
- ◆ 本书按照 2016 年最新改版的淘宝界面进行编写，介绍了淘宝最新出的一些营销工具和营销案例，让你不会有过时或找不到界面的困扰。

本书适合读者

本书适合已经开办了自己的网店并想提高营销水平、扩大经营的淘宝网店主阅读，也适合希望拓展网络市场的企业及有意进行网络营销的个人阅读，同时本书也可作为电子商务营销培

训的参考教材。

本书的编者中既有国内多年开店经验的网店店主，又有淘宝大学老师，除了署名中的编者外，另外参加编写和提供素材的还有郭海旺、孙东云、邓静静、张连元、孙素华、徐洪峰、王冬霞、刘桂香、何海霞、马武帮、葛俊科、葛俊彬、孙起云、吕志彬、崔恒华等。由于作者水平所限，书中可能还存在疏漏和不足之处，欢迎读者朋友不吝赐教。

目 录

第 1 章 淘宝推广，你准备好了吗 1

- 1.1 分析自己店铺的经营现状 1
- 1.2 为什么要做网店推广 3
- 1.3 店铺定位 4
 - 1.3.1 为什么要定位 5
 - 1.3.2 怎么定位店铺 5
 - 1.3.3 店铺定位常见误区 6
- 1.4 店铺运营心态 6
 - 1.4.1 店铺运营要恒心 6
 - 1.4.2 店铺运营要信心 7
 - 1.4.3 店铺运营要耐心 7
- 1.5 淘宝店铺推广中的误区 8

第 2 章 店内优化推广，留住顾客的 秘诀 10

- 2.1 标题的优化——更加吸引买家 10
 - 2.1.1 宝贝标题怎样组合最好 11
 - 2.1.2 如何让你的宝贝标题更吸引人 12

2.1.3 设置关键字让你的店铺拥有高访问量 13

2.1.4 利用工具快速优化宝贝标题 14

2.2 宝贝描述优化——让商品多些看点 15

- 2.2.1 撰写宝贝描述的注意事项 15
- 2.2.2 写好售后服务内容 17
- 2.2.3 产品权威证书 18
- 2.2.4 买家真实好评 19
- 2.2.5 骄人成交量 19

2.3 图片优化——店内留客秘诀 19

- 2.3.1 准备出色的商品图片 20
- 2.3.2 详细的商品细节图 21
- 2.3.3 使用模特实拍 22
- 2.3.4 为照片添加相框吸引顾客 23

2.4 店铺装修的好坏与生意的好坏密不可分 25

- 2.4.1 设计有特点的店招，吸引顾客眼球 25
- 2.4.2 巧用店铺公告，提升流量 26
- 2.4.3 通过促销区活动提升购买转化率 26
- 2.4.4 设置好分类，方便买家快捷的购物 27

2.5 商品发布推荐技巧 28



2.5.1	合理安排上架时间, 让流量多翻几倍.....	28	5.2.3	微信注册与管理.....	64
2.5.2	选好橱窗推荐, 增加店铺浏览量.....	29	5.2.4	“摇”出好友, 传输图片.....	66
第3章 手机淘宝无线推广.....		31	5.3	用微信为网店引流的方法.....	68
3.1	影响手机搜索权重的因素.....	31	5.3.1	品牌活动式的漂流瓶.....	69
3.2	手机淘宝标题优化.....	33	5.3.2	位置签名.....	70
3.2.1	无线端宝贝标题优化的关键词选择.....	33	5.3.3	二维码.....	71
3.2.2	标题的效果诊断分析.....	34	5.3.4	开放平台.....	71
3.3	优化无线端主图.....	36	5.3.4	社交分享式的朋友圈.....	74
3.4	优化无线详情页.....	37	5.3	微信什么时候推送最好.....	75
3.5	手机淘宝无线端营销工具.....	38	第6章 满就送不仅赚钱, 还赚人气....		77
3.5.1	手机专享价针对手机端下单用户的促销工具.....	38	6.1	什么是“满就送(减)”.....	77
3.5.2	无线搭配套餐飙升客单转化.....	40	6.2	“满就送(减)”的功能.....	79
3.5.3	无线会员卡享受更多店铺权益.....	41	6.3	开通设置“满就送(减)”, 销量翻番不是梦.....	80
3.5.4	店铺宝箱抢千万级流量入口.....	43	6.3.1	开通“满就送(减)”.....	80
3.5.5	设置码上淘让你店铺马上有流量.....	46	6.3.2	如何设置“满就送(减)”, 达到促销效果.....	81
3.5.6	分享有礼, 促分享引流.....	48	6.3.3	送什么才能吸引买家.....	86
第4章 用微淘, 轻松实现交易量翻番.....		50	6.4	用好“满就送(减)”的技巧.....	87
4.1	微淘入门.....	50	第7章 直通车推广, 打造爆款带动全店营销.....		90
4.1.1	什么是微淘.....	50	7.1	直通车概述.....	90
4.1.2	微淘注册.....	51	7.1.1	什么是淘宝直通车.....	90
4.1.3	发布新品.....	52	7.1.2	直通车广告展示位置.....	91
4.2	在微淘发布广播.....	53	7.1.3	直通车的计费方式.....	93
4.3	微淘吸引粉丝方法.....	56	7.1.4	开通直通车的优势.....	93
第5章 玩微信也能推广淘宝店铺.....		60	7.1.5	哪类产品和店铺最适合做淘宝直通车推广.....	94
5.1	为什么要做微信营销.....	60	7.2	直通车推广方式.....	95
5.2	玩转个人微信.....	62	7.2.1	宝贝推广.....	95
5.2.1	微信注册与管理.....	62	7.2.2	定向推广.....	96
5.2.2	微信注册与管理.....	63	7.2.3	活动推广.....	97
			7.2.4	明星店铺推广.....	97

7.3 开通直通车推广	98	8.3.2 如何寻找淘宝客	128
7.3.1 加入淘宝直通车	99	8.3.3 我们为什么选择淘宝客	129
7.3.2 新建推广计划	100	8.4 如何吸引更多的淘宝客来推广你的商品	130
7.3.3 宝贝推广	102		
7.3.4 设置推广计划	104	第9章 吸引优质流量的神器——淘金币	132
7.4 质量得分优化	107	9.1 淘金币平台简介	132
7.4.1 什么是质量得分	107	9.1.1 淘金币平台简介	133
7.4.2 质量得分的影响因素	107	9.1.2 淘金币入口在哪里?	133
7.4.3 如何优化质量得分	108	9.1.3 怎样获取淘金币	134
7.5 如何提升直通车的点击率	109	9.2 淘宝营销之淘金币	136
7.5.1 选择关键商品	110	9.2.1 利用淘金币做营销的好处	136
7.5.2 直通车主图	110	9.2.2 设置签到送淘金币	136
7.5.3 推广标题	112	9.3 淘金币抵钱活动	137
7.5.4 适量的宝贝数量	114	9.3.1 开启全店淘金币抵钱活动	138
7.5.5 排名位置	114	9.3.2 设置淘金币抵钱有什么好处?	139
7.5.6 关键词优化	114	9.3.3 添加商品淘金币折扣	139
7.6 直通车优化让你轻轻松松开车	115	9.4 参加淘金币活动	141
7.6.1 挑选合适的宝贝推广	115	9.4.1 淘金币活动设置的门槛	141
7.6.2 如何正确选取关键词	115	9.4.2 淘金币报名技巧	141
7.6.3 为关键词合理定价	117	9.4.3 淘金币活动需要注意什么?	142
7.6.4 如何将推广效果最大化	118		
第8章 利用淘宝客为你推广店铺	119	第10章 钻石展位引爆店铺销量狂潮	143
8.1 淘宝客概述	119	10.1 钻石展位概述	143
8.1.1 什么是淘宝客推广	120	10.1.1 什么是钻石展位	143
8.1.2 淘宝客推广的优势	120	10.1.2 钻石展位的展现在哪里	145
8.2 怎么做淘宝客推广	121	10.1.3 钻石展位的分类	146
8.2.1 登录淘宝客推广	121	10.2 如何开通钻石展位	146
8.2.2 如何写好掌柜推广计划	122	10.3 淘宝钻石展位省钱增效的投放技巧	147
8.2.3 设置佣金	124	10.3.1 推广什么	147
8.2.4 主推商品的选择	126	10.3.2 准备好素材是关键	149
8.3 怎样才能做好淘宝客推广	127	10.3.3 竞价技巧	150
8.3.1 关于卖家的心态调整	127		



10.3.4	钻石展位使用误区	151
10.4	直通车与钻石展位的区别	152

第11章 免费试用让店铺流量 涨不停 155

11.1	试用中心概述	155
11.1.1	淘宝试用中心	155
11.1.2	如何进入试用中心	156
11.2	试用推广促进网店成交	157
11.3	参加试用	158
11.3.3	为什么我报名试用会不通过?	161
11.4	用好试用中心吸引流量	162
11.4.1	打造爆款	162
11.4.2	关联销售	163
11.4.3	口碑效应	165
11.4.4	二次营销	166
11.5	网店试用推广常见的误区有哪些	166
11.6	网店试用推广如何为“双十一”预热	167

第12章 聚划算引发团购狂潮 169

12.1	聚划算概述	169
12.1.1	聚划算的定义	170
12.1.2	聚划算有哪些入口	171
12.2	卖家参加聚划算有什么好处	172
12.2.1	巨大的品牌曝光	172
12.2.2	提升流量销量, 短时下爆款	172
12.2.3	快速成长	173
12.2.4	组合营销	174
12.2.5	招揽回头客	175
12.3	聚划算如何更快通过初审	175
12.3.1	宝贝原因	175
12.3.2	店铺原因	176
12.3.3	类目原因	177

12.3.4	其他原因	177
12.4	聚划算活动规则	178
12.4.1	活动上线前	178
12.4.2	活动上线中	179
12.4.3	活动下线后	179
12.5	聚划算成功经验	179
12.5.1	提前备货	179
12.5.2	关于价格	180
12.5.3	做好宝贝描述	180
12.5.4	客服培训	183
12.5.5	整合营销	183
12.5.6	团购后的发货	183

第13章 借力供销平台, 扩大销售 渠道 185

13.1	供销平台概述	185
13.1.1	供应商加入供销平台的好处	186
13.1.2	分销商加入供销平台的好处	187
13.1.3	怎样做好代销	188
13.2	供应商如何入驻供销平台	189
13.2.1	成为供应商	189
13.2.2	写出优质、美观又有吸引力的 招募书	190
13.3	有效管理经销商和分销商	191
13.4	分销商怎样找到合适的供应商	192
13.4.1	寻找供应商途径	192
13.4.2	寻找合适的供应商	195
13.5	如何成为一个成功的淘宝分销商	196

第14章 精选天天特价商品, 享疯狂促销 198

14.1	了解天天特价	198
14.1.1	什么是天天特价	198

14.1.2 天天特价好处	199	15.10 采用传统方式推广	232
14.2 天天特价招商规则.....	200	第 16 章 用好千牛软件，生意不旺 都不行.....	234
14.2.1 天天特价报名要求	200	16.1 巧妙设置千牛状态信息为店铺做广告	234
14.2.2 天天特价商家必须遵守的活动规则.....	202	16.2 使用千牛软件增加流量的技巧	236
14.2.3 活动流程	203	16.3 千牛分组管理，打造特色的千牛群.....	237
14.3 天天特价活动报名.....	204	16.4 巧设千牛，让别人用关键词找你	238
14.3.1 如何提高报名通过率	204	16.5 千牛软件的安全特性	239
14.3.2 如何报名天天特价活动	207	16.6 如何防止千牛的骚扰信息	241
14.4 淘宝天天特价活动的图片规范.....	209	16.7 巧妙利用千牛群推广中的“私聊”推广	242
14.5 选款、定价、关联营销、积极备战天天特价.....	212	16.8 巧用恰到好处千牛表情，促使交易过程 顺利进行	243
第 15 章 在淘宝店铺外进行推广的 技巧.....	216	第 17 章 利用淘宝免费资源来推广 网店	245
15.1 利用搜索引擎宣传.....	216	17.1 淘宝站内流量.....	245
15.1.1 将网店提交到各大搜索引擎	217	17.1.1 自然搜索流量.....	245
15.1.2 如何让搜索引擎快速收录自己的 网店	217	17.1.2 淘宝活动流量.....	251
15.1.3 搜索引擎优化与竞价排名	218	17.2 免费自然流量——淘宝搜索“拉客”之道	253
15.2 利用即时聊天工具推广.....	219	17.2.1 淘宝开网店要做好三大指标.....	253
15.2.1 通过 QQ 签名.....	219	17.2.2 打造爆款人气宝贝必胜攻略.....	254
15.2.2 QQ 空间推广	220	17.2.3 宝贝标题优化的不同时期要选用 不同的词.....	255
15.3 邮件推广，也能让你流量上万.....	221	17.2.4 数据分析引爆自然流量.....	256
15.3.1 电子邮件推广	222	17.3 互相添加友情链接增加店铺流量	260
15.3.2 让客户一定回复邮件的技巧	223	17.4 相互收藏店铺增加人气互相推广	262
15.3.3 邮件推广营销的诀窍	223	17.5 灵活运用信用评价也是推广的妙招	262
15.4 淘宝开店博客营销必不可少.....	224	17.6 参加店铺优惠券，与淘宝网一同促销	263
15.4.1 写出优秀的博文，打造博客营销.....	225	第 18 章 制订网店促销策略，让买家 蜂拥而至	265
15.4.2 增加博客点击量的妙计	225	18.1 网上开店营销策略分析	265
15.5 玩转百度，轻松增加店铺浏览量.....	227		
15.6 在分类信息网站推广.....	229		
15.7 登录导航网站	230		
15.8 微博推广	230		
15.9 投放网络广告，带来可观的流量.....	232		



淘宝网店铺推广策略和工具大全 (第2版)

18.2 有礼“赢”遍市场,玩转赠品促销.....	266	18.6 网店常用的其他促销手段.....	273
18.2.1 网上赠品促销.....	266	18.6.1 有智慧淡季也可变旺季.....	273
18.2.2 赠品促销效果不佳的原因.....	267	18.6.2 要想赚钱赚人气抓住节假日.....	274
18.2.3 赠品促销的设计规则.....	268	18.6.3 怎样做好销售旺季的促销.....	276
18.2.4 如何选择合适的赠品.....	268	18.6.4 借助“卖点”进行网店的推广.....	277
18.3 购物积分促销.....	271	18.6.5 口碑营销,用别人的嘴巴树立自己的 品牌.....	278
18.4 打折促销增加销量有学问.....	272	18.7 店铺促销中常见的误区.....	280
18.5 免邮费促销.....	273		



第 1 章

淘宝推广，你准备好了吗



开店指导

随着网络购物的不断发展，开网店的人越来越多。然而，好不容易开好了店铺，如果不懂任何营销，最终只有关门的命运。虽然近年来在网上开店的用户越来越多，但是很多店主的收入并不是很高。这正是因为没有很好地解决网店推广的问题。

1.1 分析自己店铺的经营现状

生意参谋是阿里巴巴中国站打造的一个非常实用且好用的模块，可以直接反映出店铺产品的整体综合情况，可以优化标题，诊断信息，看流量、访客、排名等。运用好生意参谋对阿里巴巴的生意会得到质的提升，如图 1-1 所示。



图 1-1 生意参谋

1. 生意参谋首页

首页主要包含了昨天的访客数目、展现次数和支付金额3大块，标红色箭头的地方都是店铺数据的反映。

也可以观看最近7天的、当月的、上月的，或者再上几个月的数据统计。

2. 人一访客分布

访客分布可以看出访客来访问你店铺的时间集中段，还有全国分布的区域，哪里的访客来得多一些，还有通过什么关键词来的店铺，可以做好以后的优化和长尾关键词的优化。

3. 人一流量地图

可以很直接地看出最近1天、7天、1个月的流量来源，比如主动访问、站内免费流量、站内付费流量、站外流量。展现次数、浏览量、访客数目，利于分析流量变动。

4. 商品分析

货一产品诊断，就是对店铺内产品的信息诊断，比如产品的类目问题、属性问题、图片问题等。

货一产品效果，就是对最近比较好的产品信息和同行业或者优秀行业，在展现访客浏览量上的对比分析。

5. 交易分析

是对店铺发生交易的统计和分析，这个很直接，是一个数据分析的统计积累。

1.2 为什么要做网店推广

1. 吸引更多人关注，培养潜在顾客

店铺推广的意义不仅是直接带来店铺的销量，更重要的意义在于吸引更多人关注你的产品、你的店铺。持续地推广，可以挖掘更多的潜在顾客。

或许你的产品广告第一次出现时，很多人都记不住，但当你的推广广告总是持续不断出现时，就会在受众的心里留下印象。当某一天顾客需要这个产品的时候，他可能第一个想到的就是记忆中的产品或店铺，或当他再一次看到广告时，很快就下了购买的决心。

2. 有了访问量就有了生意

推广带来流量，有了流量才有成交量。一个每天只有几个IP地址访问的网店和一个每天有



上万个 IP 地址访问的网店，它们的成交量肯定有天壤之别。可以说，在其他因素一样的前提下，流量和成交量是成正比的。

当然，这里指的流量是指有效流量，并不是通过一些特殊的手段获得的流量。

3. 树立网店的整体形象

推广，从产品选择、店铺装修到各种宣传的方式，无不是在向人们展示自己店铺美丽、诱人的一面，或个性，或大众，或可爱，或优雅……店铺的形象在种种宣传手法中得以体现，宣传的过程也就是树立自己品牌形象的过程。可以说，卖家推广的不仅是产品，更是这个店铺的整体形象，你的店铺如果能成为一个明星级的店铺，它就是一个品牌。

4. 打动老顾客

这也是不断刺激老顾客购买的过程。保持和老顾客的联系，周期性地给他们发一些促销活动的信息。老顾客比新顾客更容易被打动，忠诚度更容易培养。伺候一个老顾客的成本比发掘一个新顾客的成本要低很多。

为什么信誉越高的店铺他们生意越好？很大一部分原因就在于他们都拥有一批忠实的顾客。店铺信誉高的重要性并不在于它积累了多少个好评，而在于它积累了多少个回头客。

有一个三皇冠的老店，掌柜停了两个月没开张，再次开张的时候发现怎么做都达不到以前的销售业绩了。原来是两个月没有开张导致没有人气宝贝了，很多老顾客也选了别的店铺，因为停业，老顾客严重流失。可见，持续不断地推广店铺很重要。

5. 提高店铺排名

网上店铺有千千万万，要在众多店铺中脱颖而出，就需要店铺排名靠前。店铺排名与信誉、流量、收藏量等因素有关。持续不断地推广，信誉不断增长，收藏人数增多、流量倍增，都可以提高店铺排名。

排名越靠前的店铺，被买家看到的机会就越多，信誉越高的店铺，给买家的感觉就越可靠，这是一个良性循环的过程。

1.3 店铺定位

好的卖家都将店铺精准定位，是走低端，中端还是高端路线？先确定好了然后再做。如果建店初期你的店铺定位就很清晰，整个店铺的发展路径和阶段都会比较清晰。

1.3.1 为什么要定位

要想准确定位自己的店铺，首先要分析一下自身面对的优劣条件，准确了解对自己有利和有弊的条件以后，才能准确定位自己的店铺。

在淘宝开店的过程中，前期最重要的工作就是给店铺定位。想想什么是店铺定位？也就是把你的产品以及产品的卖点综合起来。淘宝上有成千上万家的店铺，我为什么去买你的东西？你的店铺凭什么可以吸引我？当你把店铺的定位和卖点做得非常清晰，非常明确的时候，你就不会被很多事情所困扰，做起推广和宣传就有了很明确的方向，很明确的着力点。所以说，一家店铺的运行之初，店铺的定位是最最重要的。

一个店铺的良好发展，前期的定位十分关键，只有确定大的方向，我们脚下的路才可以走得更稳，更踏实。

(1) 自己的迷失。自己不知道该卖什么，定什么价格，怎么卖，一会向东一会向西。今天想卖男装，明天想卖女装；今天想卖几千块钱的东西，明天又想卖几十块钱的东西。这些都是不会定位的结果。

(2) 稳定消费人群。你的思路不清楚，一会进来的是行货，一会进来的是水货，让你的顾客摸不到头脑，本来喜欢来你这的买家，到头来会因为买来的东西质量不稳定离你而去。

(3) 一个好的店铺定位将影响你的进货思路。一个新手刚开店最苦恼的就是进什么，到了批发市场头就晕了，假如你知道你要什么质量的产品，什么类型的产品，你还会晕吗？肯定不会吧。

1.3.2 怎么定位店铺

首先从自己所长，从自己懂的行业入手。俗话说隔行如隔山，好多人都认为自己的行业不好，不赚钱，放着自己所经营的行业不去做，反而从自己不熟悉，自己不懂的去做，为什么，认为利润大。

自己不懂的，进来的货自己都不知道是什么档次的货，何谈什么店铺定位。所以新手还是从熟悉的来着手做吧，即使利润少一点，也能做到心中有数，总比做自己都没底的要好吧。

其次，选择好大致的消费人群。不是全做高档的就一定赚钱，像游戏点卡类的商品，还是越便宜的销路越好，他们针对的主要是青年的消费者，虽然消费人群多，但由于经济实力不佳，他们的消费水平就低。如果经营高档珠宝首饰的，最好还是做高档的比较不错，消费得起玉器、钻石之类商品的消费者他们担心的可能不会是价钱问题，而是质量问题。