



SEO优化、
爆款打造、
大数据营销、
客户服务一本通

教你轻松赚
排名、赚流量、赚
口碑、赚大钱！

倾情打造

全面揭秘淘宝、天猫运营生金之道 详细讲解金牌卖家吸睛引流秘诀



看淘宝、天猫 如何日进百单

SEO 优化、大数据营销、
爆款打造、客户服务一本通

徐全◎著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

看淘宝、天猫如何日进百单：SEO 优化、大数据营销、爆款打造、客户服务一本通 / 徐全著. -- 北京：人民邮电出版社，2017.1
ISBN 978-7-115-44147-8

I. ①看… II. ①徐… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第280828号

内 容 提 要

移动互联网时代的到来，让淘宝、天猫等网购零售平台获得了更大的发展空间，对于各大卖家来说，想要运营好自己的店铺，达到日进百单，就要拥有系统的营销思路和实战方法。为帮助广大卖家更好地将自己的店铺经营下去，实现盈利，我们特意编写了此书。

本书是一本全面讲解淘宝、天猫店铺运营重点环节的书，全书分为六章，分别从SEO 技术、大数据分析、爆款打造和金牌客服四个方面讲述了提高销量的秘诀，内容包括淘宝、天猫的搜索排名规则、客服的沟通技巧、店铺的规划、直通车的开通以及大数据的分析和利用等。操作步骤翔实，并从实际经验出发，将各环节透彻明了地展现给读者。本书理论与实践相结合，为广大卖家指出了正确的运营方向，可以说集方法、技巧、案例于一体，内容通俗易懂，实用价值极高，是广大卖家不容错过的好书。

◆ 著 徐 全

责任编辑 李士振

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>

北京天宇星印刷厂印刷

◆ 开本：720×960 1/16

印张：18

2017 年 1 月第 1 版

字数：368 千字

2017 年 1 月北京第 1 次印刷

定价：49.80 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：京东工商广字第 8052 号

金牌卖家有话说： 找对方法， 你也可以日进百单



近期，互联网技术和新媒体迅速发展，淘宝的商业模式也在不断变化，从PC端销售到移动端销售，从网红淘宝到直播淘宝，淘宝作为电商的首要平台，发展势头更是迅如猛虎。从2012年“双十一”的191亿元成交额，2015年“双十一”的912亿元成交额，淘宝在不断地创造着一个又一个奇迹！淘宝卖家们也迎来了“事业”的成功，比如，电商网红张大奕更是在淘宝平台上不到一年的时间迅速冲到四皇冠，打造了属于自己的品牌，盈利堪比明星。不仅各大电商品牌在淘宝上崛起，很多传统企业也凭借着品牌、供应链和企业服务成功入驻淘宝，推动淘宝不断走向成熟规范。

对于很多人来说，错过了淘宝，就是错过了一个创造财富的时代。越来越多的人加入到淘宝，成为万千淘宝卖家大军中的一员，期待创造巨额的财富。但是很多人在创业的过程中都会遇到太多棘手的问题，感觉到生意越来越难做。面对这些困难，有的人选择放弃，发出“现在做淘宝太晚”的质疑；有些人想要坚持，却苦于没有好的方法，只能痛苦挣扎；也有的人选择寻求新的方法，在淘宝



上闯出了一片天地。有一句话说，种一棵树，最好的时机是十年前，其次就是现在。淘宝也是如此，我们已经错过了淘宝初始的爆发期，那就不要错过利用新发展模式在淘宝上赚钱的机会！事实上，也有越来越多的人抓住新机会，在淘宝上一路高歌，创造了巨额的财富！

许多淘宝经营者会遭遇这样或那样的问题，难以真正将梦想落实发展，常常发出“理想很丰满，现实很骨感”的感慨。殊不知，这是因为缺乏相应的专业知识和深入的学习的缘故。

本书以通俗易懂的语言、翔实的案例，全面讲述在淘宝上开网店和打造爆款的流程，涵盖如何提高搜索排名、引流推广、店铺装修、活动促销、工具使用等各个运营细节，可以使卖家在较短时间内找到经营方向，快速提高销售量。与此同时，本书还分为 SEO 优化、大数据分析、推广引流、打造热销宝贝、完善服务、提高成交等几大模块，更有各个行业日进百单的技巧与案例供做参考，全方位手把手教会淘宝卖家如何日进百单，成为真正的淘宝大卖家！

目 录

CHAPTER 1 做好 SEO 优化，变身淘宝、天猫大卖家

1.1 认识 SEO 优化，为冲皇冠店做好准备 | 2

1.1.1 什么是淘宝 SEO | 2

1.1.2 与淘宝 SEO 相关的一些概念 | 4

1.1.3 淘宝 SEO 与商品排名 | 6

1.1.4 淘宝 SEO 的常见误区 | 10

1.2 做好淘宝 SEO，让商品排名直线上升 | 11

1.2.1 卖家服务质量对 SEO 搜索排名的影响 | 12

1.2.2 宝贝人气对 SEO 搜索排名的影响 | 14

1.2.3 淘宝、天猫 SEO 的 5 大相关条件 | 16

1.2.4 获得 5 分好评的关键因素 | 18

1.2.5 找到合理的上架时间 | 20

1.2.6 类目属性优化技巧 | 21

1.2.7 设立宝贝橱窗推荐 | 23

1.2.8 加入消费者保障服务 | 24

1.2.9 添加淘宝、天猫标签 | 25

1.3 选准关键词，让客户首先搜到你 | 28

1.3.1 关键词的重要性 | 28

- 1.3.2 从哪里寻求热词踪迹 | 29
- 1.3.3 怎样筛选关键词 | 32
- 1.3.4 如何将关键词过渡为标题 | 33
- 1.3.5 如何进行标题优化 | 36

1.4 淘宝 SEO 的常用工具 | 38

- 1.4.1 阿里指数 | 38
- 1.4.2 生意参谋 | 42
- 1.4.3 老 A 工具箱 | 45
- 1.4.4 逐鹿工具箱 | 47

1.5 雷区禁入！这样做商品销量会下滑 | 52

- 1.5.1 偷换概念糊弄客户 | 51
- 1.5.2 粗心大意搞错类目 | 53
- 1.5.3 故弄玄虚欺骗客户 | 55

1.6 向金牌卖家取经，优化搜索排名 | 57

- 1.6.1 从排名靠前的宝贝中取经 | 57
- 1.6.2 借鉴热销宝贝的信息发布 | 59
- 1.6.3 了解热销宝贝卖家的沟通技巧 | 61
- 1.6.4 关注热销宝贝的上架时间 | 63
- 1.6.5 打探热销宝贝的价格分布 | 65
- 1.6.6 透析流量趋势及大小的行业水平 | 67

1.7 向金牌卖家学习，实现高转化率 | 69

- 1.7.1 转化率的相关因素 | 68
- 1.7.2 关键词与转化率的关系 | 71
- 1.7.3 如何寻找高转化词汇 | 73
- 1.7.4 怎样认识地域转化率 | 74
- 1.7.5 用户评价与转化率 | 76
- 1.7.6 消费者需求与转化率 | 77

CHAPTER 2 分析核心大数据，日进百单不是问题

2.1 用好大数据，卖货赚钱很容易 | 80

- 2.1.1 什么是大数据分析 | 80
- 2.1.2 数据分析的作用 | 81
- 2.1.3 如何进行数据分析 | 83
- 2.1.4 数据分析的误区 | 84
- 2.1.5 店铺的基本数据有哪些 | 86
- 2.1.6 认识店铺的指标体系 | 88

2.2 大数据告诉你，为什么赔本的会是你 | 90

- 2.2.1 商品定位不准确 | 90
- 2.2.2 网店宝贝数量安排有误 | 92
- 2.2.3 宝贝的发布策略有误 | 93
- 2.2.4 网店的风险把控失策 | 95

2.3 数据运营之本——进好货才能卖翻天 | 97

- 2.3.1 寻找货源 | 97
- 2.3.2 进货方式 | 98
- 2.3.3 进货技巧 | 100
- 2.3.4 识别热销货物 | 102

2.4 客观定位，定期做流量数据分析 | 105

- 2.4.1 店铺流量的来源 | 105
- 2.4.2 如何处理流量数据 | 109
- 2.4.3 从流量中找关键点 | 111
- 2.4.4 怎样在节假日引流 | 112
- 2.4.5 无线流量的重要性 | 114
- 2.4.6 如何计算商品的流量价值 | 115

2.5 精准营销，创造大批量销售单 | 116

- 2.5.1 如何抓住老客户的心 | 116
- 2.5.2 常见的淘宝营销活动 | 118
- 2.5.3 如何选择小礼品 | 121
- 2.5.4 如何培养新产品营销法 | 122
- 2.5.5 如何在淡季实现旺销售 | 124

CHAPTER 3 打造爆款热销宝贝，冲刺高销售业绩

3.1 精心准备，全心打造爆款宝贝 | 128

- 3.1.1 打造爆款宝贝之前的市场分析 | 128
- 3.1.2 如何选择自己的爆款宝贝类型 | 130

- 3.1.3 制定爆款推广计划 | 131
- 3.1.4 爆款要有适当的客户体验 | 134
- 3.1.5 做好充足的物质资源准备 | 135

3.2 爆款宝贝的完美打造过程，让顾客一见倾心 | 136

- 3.2.1 扩大客流量，做好爆款入口布局 | 136
- 3.2.2 掌握宝贝的拍摄技巧 | 138
- 3.2.3 店铺页面配色要合理 | 140
- 3.2.4 打造高质量完美主图 | 141
- 3.2.5 布置好店铺装修的基础模块 | 143
- 3.2.6 注重店铺页面的创意和风格 | 144
- 3.2.7 爆款活动的效果评估与整改措施 | 145

3.3 做好详情页规划，引导顾客消费 | 146

- 3.3.1 如何提炼爆款卖点 | 146
- 3.3.2 宝贝详情页的布局 | 148
- 3.3.3 怎样瞬间抓住客户的心 | 150
- 3.3.4 宝贝详情页的设计 | 151
- 3.3.5 宝贝详情页的文案设计 | 153
- 3.3.6 店铺相关详情页的规划与打造 | 156

3.4 巧用直通车，让爆款宝贝更火爆 | 157

- 3.4.1 如何设置推广计划 | 157
- 3.4.2 怎样精准把握地域投放 | 159
- 3.4.3 巧妙设置时间折扣 | 161

3.4.4 进行直通车报表的优化分析 | 162

3.4.5 直通车怎样引爆宝贝 | 164

3.4.6 直通车说停就停的弊端 | 166

3.5 利用钻石展位，给爆款带来精准流量 | 168

3.5.1 为什么要加入钻石展位 | 168

3.5.2 钻石展位基础必知 | 170

3.5.3 利用钻展提升爆款曝光度 | 172

3.5.4 钻石展位优化小技巧 | 174

3.6 打造爆款，这些禁区莫入 | 176

3.6.1 移动端宝贝详情页设计的错误示范 | 176

3.6.2 款式未斟酌 | 178

3.6.3 定价出差错 | 179

3.6.4 后续推广力度低 | 180

3.6.5 动销后未加大成交 | 181

3.6.6 任销售下滑 | 183

3.6.7 刷单搞销量 | 184

3.7 借助“网红”打造店铺爆款 | 186

CHAPTER 4 提供完美服务，只要进店就会成交

4.1 这样介绍宝贝，下单率更高 | 190

- 4.1.1 如何直接描述宝贝 | 190
- 4.1.2 介绍宝贝要遵循的原则 | 191
- 4.1.3 介绍宝贝的禁忌 | 193

4.2 巧用服务语言，让顾客开心购物 | 195

- 4.2.1 注意语言措辞的灵活性 | 195
- 4.2.2 提前做出友好沟通 | 196
- 4.2.3 不确定因素的回答方式 | 198
- 4.2.4 巧妙应答客户的基本原则 | 199
- 4.2.5 进行沟通的步骤策略 | 201
- 4.2.6 沟通的禁忌要点 | 202

4.3 消除客户疑虑，扫清成交障碍 | 205

- 4.3.1 客户对产品的疑虑和解决方案 | 205
- 4.3.2 客户对物流的疑虑和解决方案 | 206
- 4.3.3 客户对售后的疑虑和解决方案 | 208

4.4 激发客户购买欲，提高成交几率 | 209

- 4.4.1 学会赞美客户 | 209
- 4.4.2 为产品制造压迫性机会 | 211
- 4.4.3 让客户对产品进行选择 | 212
- 4.4.4 用从众心理引导买家 | 214

4.5 应对还价行为，达成一锤定音 | 215

- 4.5.1 如何拒绝顾客的还价行为 | 215
- 4.5.2 怎样间接处理顾客的还价请求 | 216
- 4.5.3 不同还价方式的应对方式 | 218

4.6 做好内外修炼，赢得客户好评 | 219

- 4.6.1 客服必备的实用技巧 | 219
- 4.6.2 对客户进行跟踪分析 | 221
- 4.6.3 不同买家的应对法则 | 222
- 4.6.4 提高客服的整体素质 | 223

4.7 迎接投诉差评，做到沟通有道 | 228

- 4.7.1 投诉与差评的原因 | 228
- 4.7.2 投诉与差评的管理办法 | 229
- 4.7.3 面对不同差评时的应对技巧 | 231

CHAPTER 5 手机淘宝：淘宝在移动端的全新布局

- 5.1 手机淘宝的发展特点 | 234
- 5.2 手机淘宝的运营方法 | 235
- 5.3 怎样对手机淘宝店进行流程管理 | 236
- 5.4 手机淘宝的推广策略 | 238
- 5.5 手机淘宝的未来趋势 | 239

CHAPTER 6 各业冲顶皇冠，创造销售奇迹的经典案例

- 6.1 服装网店日进百单的技巧和案例分析 | 242
- 6.2 鞋帽网店日进百单的技巧和案例分析 | 244
- 6.3 箱包网店日进百单的技巧和案例分析 | 247
- 6.4 化妆品网店日进百单的技巧和案例分析 | 250
- 6.5 食品网店日进百单的技巧和案例分析 | 254
- 6.6 酒水网店日进百单的技巧和案例分析 | 256
- 6.7 母婴网店日进百单的技巧和案例分析 | 259
- 6.8 数码家电网店日进百单的技巧和案例分析 | 261
- 6.9 家居网店日进百单的技巧和案例分析 | 264
- 6.10 珠宝网店日进百单的技巧和案例分析 | 268
- 6.11 宠物用品网店日进百单的技巧和案例分析 | 271



**做好SEO优化,
变身淘宝、天猫
大卖家**

CHAPTER 1

1.1 认识 SEO 优化， 为冲皇冠店做好准备

1.1.1 什么是淘宝 SEO

无论是天猫，还是淘宝，如何通过搜索排名获取较多的免费流量，一直是一个不断被谈论的话题。其中的道理不言而喻，店铺的排名越靠前，自然获得的点击率就越高，而对应的宝贝的销量也就越大，如果没有良好的曝光率，就算宝贝再好，客户发现不了，也毫无用处。说到这里，我们就不得不介绍一下什么是 SEO 和淘宝 SEO。

SEO

SEO (Search Engine Optimization)，译成汉语的意思是搜索引擎优化，是目前较受欢迎的一种网络营销方式。简单来说，就是利用一定的搜索规则，在搜索引擎中提升关键字排名，从而吸引更多的人进入网站，最终达到促成销售或品牌推广的目的。

淘宝 SEO

就是淘宝搜索引擎优化，是通过对店铺宝贝标题、类目以及上下架时间等问题的优化来提高排名，并以此获得淘宝搜索流量，从而达到销售目的的一种技术手段。

了解淘宝 SEO，可以从以下三个角度去切入。



1. 买家的输入习惯

当我们想去淘宝购买产品时，通常会输入一些关键词、关键字，比如“连衣裙”、“运动鞋”等，这种属于不太精准的大词，通常买家在输入这种词汇时，购物欲望一般，只是看一看，有合适的就买。还有的买家会输入像“韩版修身气质大衣”这样的精准关键词，这类买家一般有很强的购买欲望，找到后会立刻下单。

大词和精准关键词的区别在于：大词流量很多，但转化率低；精准关键词流量较少，但转化率高。所以卖家在进行优化工作时，要考虑到买家的输入习惯，尽量设定精准关键词，使产品得到最大的展示机会。

2. 淘宝系统的展示规则

当我们在淘宝、天猫搜索框中输入想要购买产品的名称时，一些产品被展示出来。那么，这些产品是以怎样的规则进行展示的呢？

2015 年之前	淘宝系统是按照卖家的销量去展示的，即哪家店铺卖出的产品多，淘宝系统就优先展示这家店铺的产品
2015 年之后	淘宝加入了个性化搜索，在这种模式下，系统会根据买家的消费水平、年龄、喜好等多个角度去分析，然后推荐合适的店铺展示

3. 淘宝 SEO 的目的

我们在做淘宝 SEO 时，有两个目的。首要目的是提高宝贝的排名，最终目的是获得更多的流量和成交率。

所以，卖家不要只顾着想流量更高的关键词，而是要想着如何将产品精准卖