

全国电子商务教育与培训用书

电商训练营

E-commerce Training Camp

何晓琴 主编



网店运营

35 节高清教学视频
助力零起点读者
轻松上手

3 类教学资源
支持读者全方位学习

7 大内容板块
直击实战应用

6 段式教学法
保障学习目标达成



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

电商训练营

E-commerce Training Camp

何晓琴 主编



网店运营

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

电商训练营：网店运营 / 何晓琴编著. — 北京：
人民邮电出版社，2019.2
ISBN 978-7-115-49069-8

I. ①电… II. ①何… III. ①网店—商业经营 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第183631号

内 容 提 要

本书从零基础出发，以网店运营人员的工作内容及职责为切入点，通过理论结合实例的形式，全面、系统地介绍了网店运营的思维、方法和技巧，旨在为网店运营人员，尤其是运营新手，提供实用的网店运营指导，帮助其快速适应岗位需求，轻松解决各种运营难题。

本书共 10 章，主要包括网店运营的前期准备，店铺品牌的打造，爆款打造，店铺优化与管理，利用淘宝促销活动提升销量，利用直通车、钻展、淘宝客三大利器推广商品，站外推广挖掘潜力客户，网店数据分析，淘宝 SEO 搜索引擎优化，物流与客服管理等内容。

本书可作为各类电子商务培训机构和各高校电子商务专业的培训教材，也可作为网店创业人员和网店运营人员的案头工具书。

◆ 主 编 何晓琴

责任编辑 牟桂玲

责任印制 马振武

◆ 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>

三河市祥达印刷包装有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：16.25

2019 年 2 月第 1 版

字数：328 千字

2019 年 2 月河北第 1 次印刷

定价：39.80 元

读者服务热线：(010)81055410 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

P R E F A C E

前言

行业背景

电子商务作为现代服务业中的重要产业，在生活中处处可见，小到上网购物，大到跨国公司的网上商务洽谈等。随着电子商务产业的蓬勃发展，越来越多的人开始加入电子商务市场创业，电子商务培训市场也应运而生。它帮助没有基础和经验的人了解电商行业，并且针对电商行业的不同岗位进行技能培训，使被培训者能够快速适应岗位需求，顺利成为电商大军中的一员。为了更好地帮助各类学院或培训班快速培养优秀的电商技能型人才，也为了学生能更好地学习和实践，我们走访了很多皇冠级卖家店铺，在调研了各类目店铺的经营情况后，以店铺的实际岗位需求为导向，以“学用结合”为原则，编写了这套“电商训练营”图书。本书为其中的一本，主要面向网店运营岗位。

本书内容

本书围绕网店运营的工作职责，以理论结合实例的形式，全面、系统地介绍了网店运营各阶段的工作内容和工作技巧。全书共10章，各章的具体内容如下。

第1章：主要介绍网店运营前的一些准备工作，包括网店运营的基本概念、工作职责，网店定位以及商品分析、目标客户分析、竞争对手分析的方法。

第2章~第9章：主要结合店铺与品牌的推广、爆款打造、店铺的优化与管理、淘宝促销活动提升销量、站内与站外联合推广、网店数据分析、淘宝SEO搜索引擎优化等实操案例，详细解读网店运营的思维、方法和技巧。

第10章：主要介绍网店物流与客服管理，包括物流公司的选择，商品的包装与发货，客服话术，客服销售技巧，订单处理，中差评处理，客户资料管理及客户关系维护等知识。

本书特点

1. 内容系统，注重应用

本书围绕网店运营的工作内容，按照运营工作的不同阶段，结合实操案例详细解

读网店优化、网店推广、网店数据分析、物流与客服管理的方法和技巧，涵盖网店运营的方方面面。

2. 案例丰富，贴合实际

本书中的案例，全部源自淘宝、天猫皇冠级店铺运营的操盘实践，这些经过实践检验的运营思维和运营方法更具参考价值和借鉴意义。

3. 图解操作，易学易懂

本书涉及的操作部分，均以详细、直观的图解方式进行讲解，零基础的读者也可轻松上手，举一反三。

4. 经验分享，贴心提点

书中特设“高手支招”和“提个醒”小栏目，其内容都是Top级店铺操盘手在大量实践中总结和提炼的宝贵经验及运营技巧，以帮助读者即时解决网店运营中的各种难题，避免走入运营误区。

5. 视频教程，全程辅导

本书通过二维码的方式提供书中所有操作的高清视频演示，视频内容清晰、直观，并配有语音讲解，读者一看即懂，一学即会。

6. 超值资源，免费获取

为了便于读者学习和提升自己的职业能力，本书提供了大量的实用资源，包括书中所有案例的同步操作教学视频、PPT课件、教学教案等资源。关注微信公众号“职场研究社”，回复“49069”，可免费获取这些资源。

本书由何晓琴主编。参与资料收集、视频录制及书稿校对、排版等工作的人员还有肖庆、李秋菊、黄晓宇、赵莉、蔡长兵、牟春花、李凤、熊春、李星、罗勤、蔡颢、曾勤、廖宵、蔡雪梅、李婷婷、蒲加爽等。尽管在编写的过程中精益求精，但由于编者水平有限，书中难免存在不足之处，欢迎广大读者批评指正，编辑的联系邮箱是muguiling@ptpress.com.cn。

编 者

CONTENTS

目 录

第1章 网店运营的

前期准备 001

1.1 网店运营的重要性002

1.1.1 网店运营的基本概念..... 002

1.1.2 网店运营的工作范畴..... 003

1.1.3 网店运营人员的要求 ... 003

1.2 网店定位与商品分析004

1.2.1 电子商务市场分析... 004

1.2.2 网店定位分析 005

1.2.3 商品分类的原则与方式.....007

1.3 目标消费者分析009

1.3.1 消费者的购买意向... 009

1.3.2 消费者的购买心理... 010

1.3.3 了解消费者需求..... 012

1.3.4 目标客户的年龄和身份..015

1.3.5 定位目标客户的特征... 017

1.4 竞争对手分析018

1.4.1 行业态势分析 018

1.4.2 单品分析 019

1.4.3 整店分析 021

1.5 疑难破解023

1. 网店推广就是网店运营吗？ 二者有何区别？ 023

2. 在商品分类中，什么是门 类、大类、中类、小类、品 类、商品细目？ 024

3. 如何分析消费者的需求？ ... 024

1.6 边学边练024

第2章 打造店铺的品牌.....025

2.1 为什么需要打造品牌026

2.1.1 网络品牌的含义 026

2.1.2 网络品牌的特征 027

2.1.3 网络品牌的优势 027

2.2 网络品牌打造策略028

2.2.1 细分品类市场，提高 品牌专注度 029

2.2.2 整合和优化品牌资源， 为消费者提供独特的 价值..... 031

2.2.3 进行品牌文化包装，树立

鲜明的品牌形象	034
2.2.4 制定品牌运营推广战略， 聚集大量的用户	035
2.2.5 团队对品牌设计及经营理念 的共同认可	037
2.2.6 网络品牌危机问题的及时 处理	038
2.3 用数据分析店铺形象的好 坏	038
2.3.1 分析跳失率	039
2.3.2 分析客户停留时间 ...	040
2.3.3 分析2次购买比例	041
2.4 疑难破解	042
1. 怎样创建店铺品牌的独特 视觉形象?	042
2. 如何塑造品牌的象征? ...	043
2.5 边学边练	044

第3章 打造爆款 045

3.1 打造爆款前的准备	046
3.1.1 分析爆款特征	046
3.1.2 爆款资金预算	049
3.2 如何挖掘潜力爆款	050
3.2.1 如何选择爆款	050

3.2.2 如何测款	050
3.3 必备的爆款打造策略	051
3.3.1 爆款主图与详情页 ...	051
3.3.2 爆款打造的4个阶段 ...	054
3.3.3 集中打造爆款的销售 策略	056
3.3.4 打造爆款的成功案例 解析	058
3.4 爆款跟进与热度延续技巧	061
3.4.1 打造爆款风格	061
3.4.2 利用饥饿营销保持爆 款热度	061
3.4.3 利用关联营销延续爆 款热度	062
3.5 抓住爆款所带来的客户群	063
3.5.1 分析这批客户所带来的 好处	064
3.5.2 如何维护爆款客户群	064
3.6 疑难破解	064
1. 在打造爆款时，薄利多销 可行吗?	064
2. 当爆款积累到一定销量后，如 何提价才会不受买家抵触?	065
3. 爆款打造失败，一般是由哪	

些原因引起的?	066
3.7 边学边练	066
第4章 店铺优化与管理... 067	
4.1 店铺优化	068
4.1.1 店铺名称优化	068
4.1.2 店铺风格优化	069
4.1.3 橱窗商品优化	071
4.1.4 商品相关性优化	073
4.1.5 商品图片优化	077
4.1.6 商品文案优化	080
4.1.7 页面布局优化	083
4.1.8 网页加载速度优化... ..	083
4.2 怎样定价更合理	084
4.2.1 网上商品的定价目标.....	084
4.2.2 网上商品的定价因素.....	084
4.2.3 网上商品的定价方法.....	085
4.2.4 网上商品的定价技巧.....	085
4.2.5 如何提升店铺客单价.....	086
4.3 解读商品上下架时间的 玄机	086
4.3.1 分析最佳的商品上架 时间	086
4.3.2 分析行业上下架情况.....	087

4.3.3 商品上下架时间优化 技巧	087
4.4 网店商品的管理	088
4.4.1 发布并修改商品	088
4.4.2 商品上下架	093
4.4.3 修改商品信息	094
4.5 疑难破解	095
1. 在经营网店时, 如何实时查 看库存数量呢?	095
2. 橱窗位中推荐的商品可以改 动吗?	095
3. 如何安排商品详情页的 布局?	095
4.6 边学边练	096

第5章 利用淘宝促销活动 提升销量 097

5.1 入驻聚划算	098
5.1.1 入驻聚划算的必备 条件	098
5.1.2 了解聚划算的参赛 类型	099
5.1.3 报名聚划算活动	100

5.2 淘金币.....103

5.2.1 淘金币的作用.....103

5.2.2 淘金币活动准入要求...103

5.2.3 设置淘金币活动.....104

5.3 顾客体验中心——免费

试用.....110

5.3.1 宝贝参加试用中心的作用.....110

5.3.2 试用中心报名条件...111

5.3.3 试用中心报名流程...111

5.3.4 参加免费试用活动...111

5.4 天天特价.....113

5.4.1 准入要求.....113

5.4.2 天天特价报名注意事项.....114

5.4.3 报名天天特价.....114

5.5 淘抢购.....115

5.5.1 准入要求.....116

5.5.2 报名淘抢购.....118

5.6 “双11”活动.....119

5.6.1 “双11”店铺要求与商品审核规则.....119

5.6.2 “双11”会场介绍...119

5.6.3 “双11”玩法介绍...120

5.6.4 报名“双11”.....120

5.7 设置网店促销活动.....121

5.7.1 满就送活动.....121

5.7.2 单品宝设置.....122

5.7.3 店铺优惠券设置.....124

5.7.4 搭配套餐设置.....126

5.8 疑难破解.....127

1. 参加聚划算竞拍的商家都希望能够以最合理的价格竞拍到坑位，但如何参与竞拍呢？.....127

2. 参与天天特价的宝贝审核通过，是什么原因呢？.....127

3. 淘宝卖家如何做好价格促销，才能被买家接受，且能激发消费欲望？.....128

5.9 边学边练.....128

第6章 三大利器推广商品 129

6.1 利用直通车推广商品.....130

6.1.1 直通车的优势.....130

6.1.2 直通车的展现位置...130

6.1.3 新建直通车标准推广计划.....132

6.1.4	编辑直通车投放计划...	135
6.1.5	直通车定向推广.....	137
6.1.6	直通车关键词推广...	140
6.1.7	直通车数据优化.....	140
6.2	参加钻石展位	142
6.2.1	钻石展位的类型.....	142
6.2.2	钻石展位的准入要求...	144
6.2.3	新建钻石展位推广计划...	145
6.2.4	钻石展位数据优化...	148
6.3	使用淘宝客	149
6.3.1	淘宝客准入规则.....	149
6.3.2	淘宝客推广计划.....	151
6.3.3	打造爆款佣金设置技巧.....	153
6.4	疑难破解	154
1.	可以在其他店铺推广商 品吗?	154
2.	投放钻石展位有哪些注意 事项?	155
3.	直通车竞价有哪些技巧?	155
4.	如何招募优质的淘宝客?	156
5.	如何维护淘宝客?	156
6.5	边学边练	156

第7章 站外推广挖掘潜力客户 157

7.1	利用营销工具推广商品	158
7.1.1	在淘宝论坛中推广商品.....	158
7.1.2	利用微淘达人提升销量.....	160
7.1.3	微信推广.....	162
7.1.4	微信公众平台推广...	164
7.1.5	运用微博推广引流...	166
7.1.6	电子邮件推广.....	168
7.1.7	BBS论坛推广.....	169
7.2	利用网站推广商品	170
7.2.1	折扣网站——折800.....	170
7.2.2	返利网站.....	172
7.2.3	其他导购平台.....	173
7.3	疑难解答	175
1.	微信公众号的推广技巧有 哪些?	175
2.	有什么可以供淘宝卖家自 主维护和发展的推广渠道 呢?	176
7.4	边学边练	176

第8章 网店数据分析...177

8.1 流量分析.....178

8.1.1 基本流量数据.....178

8.1.2 流量概况.....178

8.1.3 流量地图.....179

8.1.4 访客分析.....180

8.1.5 装修分析.....181

8.2 商品分析.....181

8.2.1 商品分析的角度.....181

8.2.2 商品概况.....183

8.2.3 商品效果.....183

8.2.4 异常商品.....185

8.2.5 商品分类分析.....185

8.2.6 单品分析.....185

8.3 交易分析.....186

8.3.1 交易概况.....186

8.3.2 交易构成.....186

8.3.3 交易明细.....187

8.4 客户数据分析.....187

8.4.1 人群指标分解.....188

8.4.2 人群分析.....188

8.5 疑难破解.....189

1. 为什么要进行访客地域

分析?189

2. 购买转化率低是什么原因?.....189

3. 如何快速发现自己店铺的问题?189

8.6 边学边练.....190

第9章 淘宝SEO搜索引擎优化191

9.1 熟悉淘宝SEO.....192

9.1.1 SEO与淘宝SEO.....192

9.1.2 淘宝搜索思维模式...192

9.1.3 了解淘宝SEO趋势...193

9.1.4 淘宝SEO搜索的误区...193

9.2 熟悉淘宝SEO的处罚重点...194

9.2.1 虚假交易.....195

9.2.2 规避信息.....196

9.2.3 信息重复.....197

9.2.4 类目错误.....198

9.2.5 属性不一致.....199

9.2.6 价格不一致.....199

9.2.7 邮费不一致.....199

9.2.8 宝贝不一致.....200

9.3 从不同角度研究淘宝SEO.....200

9.3.1 从店铺流量来源研究 SEO.....200

9.3.2	从买家搜索方式研究 SEO.....	201
9.3.3	从搜索排名方式研究 SEO.....	204
9.4	分析淘宝SEO搜索排名的 影响因素.....	205
9.4.1	商品标题结构.....	205
9.4.2	其他主要相关因素...	206
9.5	宝贝标题优化.....	207
9.5.1	使用生意参谋查找和 下载关键词.....	208
9.5.2	如何查找淘宝中的 关键词.....	209
9.5.3	排除无效关键词.....	211
9.5.4	关键词有效性分析...	211
9.5.5	利用关键词确定宝贝 标题.....	213
9.6	疑难破解.....	215
1.	商品标题是不是越长 越好?	215
2.	新手卖家可以采用哪些宝贝 标题优化策略?	215
9.7	边学边练.....	216

第10章 物流与客服 管理 217

10.1	物流选择与包装策划.....	218
10.1.1	物流公司特点概述...	218
10.1.2	如何选择靠谱的物流 公司.....	220
10.1.3	如何对商品进行包装.....	223
10.1.4	订单发货流程.....	225
10.2	客服决定着商品销量.....	225
10.2.1	网店客服的含义与 作用.....	226
10.2.2	网店客服的岗位 职责.....	226
10.3	客服售前、售中和售后 服务.....	228
10.3.1	使用千牛平台与买家 沟通.....	228
10.3.2	查询订单.....	230
10.3.3	订单改价.....	231
10.3.4	备注订单买家信息...	232
10.3.5	修改订单属性或客户 信息.....	232
10.3.6	用良好的心态处理 退款.....	233
10.3.7	妥善处理中差评.....	234
10.3.8	有效管理客户资料.....	235

10.4 优秀客服如何养成.....237

10.4.1 善用话术，客户第一.....237

10.4.2 抓住时机的销售技巧.....242

10.4.3 如何提高客户回头率.....245

10.5 疑难破解.....246

1. 淘宝合作的物流公司有

哪些? 246

2. 新手卖家如何在淘宝后台选择物流工具? 246

3. 如何识别恶意差评? 248

4. 如何避免恶意差评? 248

10.6 边学边练.....248



第1章

网店运营的前期准备

。 本章导读

为了使网店的运营更规范化、系统化，运营人员需要做好相关的市场调查与网店分析。如电子商务市场的行情如何，网店的定位是什么，哪些商品适合网店销售，自己应该选择哪类商品销售，商品销售的目标客户有哪些，竞争对手的运营情况如何等，这些都是进行网店运营前需要考虑的问题，本章将针对这些问题进行详细介绍。

。 知识技能

- ※ 了解网店运营的基本概念、工作范畴与人员要求
- ※ 掌握网店定位与商品分析的方法
- ※ 掌握目标客户、竞争对手分析的方法

。 视频讲解

（视频讲解：2 分钟）

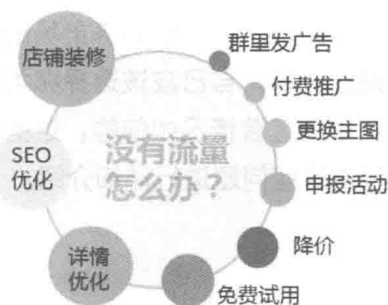
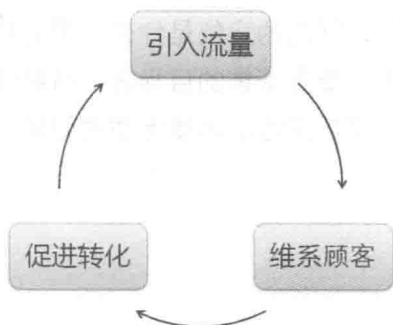
1.1 网店运营的重要性

随着电子商务的不断发展,越来越多的人选择通过网络实现消费,由此促成了网店的批量涌现,如2017年淘宝卖家高达950万家,商品数量达十余亿。要想在如此激烈的竞争局面下生存,且在众多的网店中脱颖而出,并打造出消费者竞相购买的爆品,卖家必须拥有全新的网店运营思维,转变网店运营方式。

1.1.1 网店运营的基本概念

传统意义上的运营是指企业运营过程中的计划、组织、实施和控制,是与各岗位之间密切相关的各项管理工作的总称。针对电子商务而言,网店运营是指从事淘宝、微信和各大电商平台的运营维护,包括上架、推广、销售、售后服务等经营与管理工作。网店运营可以从引入流量、促进转化、维系顾客3个方面进行理解。

● **引入流量**: 流量是指访问店铺的数量,引入流量的能力是衡量店铺运营能力的决定因素,没有流量就不存在销量。网店与实体店铺不同,顾客无法像走进实体店一样进入网络店铺,此时就必须去引流推广。引流推广方法有很多种优化,常见的引流推广方法有直通车、钻石展位、站内活动、站外活动(U站)、搜索引擎、站外分享(蘑菇街、美丽说)、微博等。



高手支招

除了付费推广模式,网店运营者还应该合理利用免费流量,如做好主图优化、SEO 搜索排名优化等,从而提高店铺的流量。

● **促进转化**: 店铺有了流量后,很多卖家仍然十分烦恼,因为花巨资引来的流量并没有有效地转化为销量,此时就需要合理地进行店内运营。如分析为什么顾客没有购买。顾客在购买行为一般需从价格、商品、店铺装修、商品描述、促销活动、套餐营销、客服营销等多个方面分析,通过分析为顾客构建一个好的购买心理,促进转化率的提高。

● **维系顾客**: 老顾客可以持续为店铺创造利润,在店铺运营中占据着重要的位置。开发

一个新顾客的成本远远超过维护一个老顾客的成本，因此老顾客的维护至关重要。维护老顾客，首先需要建立完善的顾客资料，并进行相关的分类，针对顾客的不同特征制作不同的营销方案，如不同等级的会员享受不同折扣、节日问候，商品上新优惠、活动信息推送、生日优惠卡等。下图所示为“拉夏贝尔”店铺的会员专享权益。

尊享特权	普通会员	高级会员	Vip会员	Svip会员
专属折扣	9.8折	9.5折	9折	8.5折
绑卡积分	100	200	400	1500
退换时间	7天无理由	7天无理由	10天无理由	10天无理由
价格保护期	7天(除大促)	7天(除大促)	10天(除大促)	10天(除大促)
生日优惠券	20元无门槛	20元无门槛	50元无门槛	50元无门槛
包邮特权	终身包邮(港澳台除外)			
积分兑换		✓	✓	✓
会员专享日			✓	✓

会员专享生日礼包

¥20

优惠券

无门槛使用

(普通会员,高级会员)

¥50

优惠券

无门槛使用

(Vip会员,Svip会员)

1.1.2 网店运营的工作范畴

运营的工作范围比较广泛，如仓储、商品选款、商品拍照、店铺装修、商品定价、推广、数据分析等都属于网店运营的工作内容。

- 负责网店的总体运营：包括策划店铺及商品的推广方案、组织商品销售、制单、发货、售后等营销工作。
- 监控网店每日的重要数据：熟悉网店平台的运作规则、市场环境和竞争对手，及时调整运营方向，时刻关注营销数据、交易数据、顾客管理、优化店铺及商品排名数据等。
- 保持网店的正常运作：负责协调网店各部门工作，如优质顾客服务工作、经营业绩配合工作及日常管理工作等，并促进各部门人员的沟通，负责整个团队的业绩考核工作。
- 促销活动策划：负责执行与配合相关营销活动，策划店铺促销活动方案。
- 制订销售计划：带领和管理本团队成员出色完成销售业绩目标。
- 制订网店推广方案与计划：网店运营过程中，为了增加访问量，让更多的买家光临店铺购买商品，以增加盈利，就需要积极制定网店推广方案与计划，并协同团队成员共同完成。

1.1.3 网店运营人员的要求

一些网站或者淘宝店铺在招聘运营人员时，任职要求各有不同，但都是围绕商品的推广、销售进行的。总而言之，网店运营人员必须具备如下的专业知识与

能力。

- 熟悉网店的运营环境、交易规则和推广渠道，负责网店的推广工作。
- 熟悉网店的各种营销工具，精通网络推广，熟练掌握直通车、淘宝客等推广技巧，熟悉各类社区的状况以及可利用的资源。
- 熟练掌握软文推广、邮件推广、SNS推广、论坛推广、交换链接及其他推广方式。
- 拥有良好的语言沟通能力，掌握沟通技巧，洽谈能力强。
- 熟悉生意参谋、看店宝、店侦探等数据分析工具，懂得利用数据分析，指导并检验推广计划。
- 踏实认真、好沟通、执行力强、抗压能力强、有团队合作精神。

1.2 网店定位与商品分析

由于网络技术和实现途径等特殊原因，电子商务市场与传统实体市场的消费者购买行为产生了较大差异，因此通过对店铺和商品进行定位分析，可以更好地了解不同网络消费者群体的需求情况。

1.2.1 电子商务市场分析

近几年，中国电子商务市场的发展呈现大幅度上升趋势。艾瑞咨询最新数据显示，2016年中国电子商务市场交易规模达到20.2万亿元，增长23.6%。其中，网络购物增长23.9%，本地生活服务O2O增长28.2%，这两者是推动电子商务市场发展的重要力量。



2016年电子商务市场细分行业结构中，B2B电子商务仍然是电子商务的主体；中小企业、在线旅游交易规模的市场占比与2015年相比都有小幅度提升。根据艾瑞咨询分析，2016年中国网络购物市场交易规模达4.7万亿元，较去年增长23.9%。网络购物行业日渐成熟，除了不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境网购、渠道下沉发展农村电商。在综合格局电商基本稳定的情况下，母婴、医疗、家装等日渐成为网络购物市场发展的新

