

洞悉淘宝、天猫排名规则，挖掘更多自然流量，让你的销量飞起来！

淘宝SEO 一本通

让流量倍增、排名提高、转化率增加的实战宝典

多奇点互联网学院◎编著

内外兼修：全面介绍淘宝店网外和网内的各种优化方法

立竿见影：引入易上手的推广方式迅速带来流量转化

主攻重点：集中最有效的资源实现更高的淘宝排名

数据挖掘：利用各种数据分析工具发现买家购物趋势



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SEO 一本通

让流量倍增、排名提高、转化率增加的实战宝典

多奇点互联网学院◎编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

淘宝 SEO 分为两种,一种是淘宝店铺在淘宝站外的搜索引擎(比如百度、谷歌等)的搜索排名优化;一种是淘宝网站内部搜索排名优化。本书旨在把两种淘宝 SEO 都讲解清楚,让淘宝店新店主能够找到店铺推广的技巧。

本书包括 7 章,首先介绍了淘宝 SEO 的基础,包括淘宝 SEO 的基础概念,以及这些概念在淘宝店铺中该如何查看;然后介绍了淘宝 SEO 与网店导流的关系;接下来介绍了淘宝 SEO 数据分析的工具和技巧点,以及淘宝内部的搜索原则;最后介绍了淘宝店的推广方法和口碑维护的重要性。

本书内容简约而不简单,虽然都是常见的淘宝 SEO 概念,但每个概念下又有一些常人不知道的技巧。本书适合所有开淘宝店的新店主和运营淘宝店的新人们。

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 SEO 一本通:让流量倍增、排名提高、转化率增加的实战宝典 / 多奇点互联网学院编著. —北京:电子工业出版社, 2016.6

ISBN 978-7-121-28808-1

I. ①淘… II. ①多… 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 101030 号

策划编辑:高洪霞

责任编辑:徐津平

特约编辑:赵树刚

印 刷:北京季蜂印刷有限公司

装 订:北京季蜂印刷有限公司

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:720×1000 1/16 印张:15

字数:240 千字

版 次:2016 年 6 月第 1 版

印 次:2016 年 6 月第 1 次印刷

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 zlt@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:010-51260888-819 faq@phei.com.cn。

前言



淘宝 SEO 是每个淘宝店主必须知道的技术，淘宝 SEO 的目的就是让更多的人知道或者看到自己店铺的宝贝。

关于淘宝 SEO 的文章很多，但大多零散、不够系统，有些甚至掺杂着不少错误。编写本书的目的是系统地介绍淘宝 SEO。即使读者以前完全不懂 SEO，也能由此入门，懂得如何选词、如何把它们组成标题，知道前期选哪些词、后期如何优化标题，对宝贝排名因何而起、为何而衰心里有数，明白上下架时间的选择，清楚主图和详情页该如何配合标题，更清楚关键词、宝贝和店铺权重的区别和关联，了解提升权重中一些重要的细节，避免出错，而且要明白哪些流量是自己的店铺需要的，哪些是不需要的，能够掌控全店流量，让店铺拥有健康的流量结构。



本书的特点

- 给淘宝或天猫店主指明方向：涉及淘宝店家在网外和网内的优化方法和优化技巧，是淘宝开店入门指导书。
- 给运营人员降低门槛：语言浅显易懂，案例解析，适合所有淘宝店家，即使是非专业店家也能轻松看懂。
- 找到搜索优化切入点：淘宝如何搜索，有什么规则，既说出原理，又给出操作方法，让淘宝店家知其所以然。
- 抓住淘宝 SEO 的技巧：各种淘宝 SEO 的手段，大家都在用的或不被大多数人知道的技巧，本书逐一介绍。
- 店内店外两手抓：淘宝 SEO 不仅仅针对网络 SEO 优化，还有店铺内各种宝贝的优化，两种优化同步抓、同步学是本书最大的特色。

本书的内容安排

第 1 章 淘宝 SEO 的基础

本章介绍了做淘宝 SEO 必须要懂的一些基础术语，如转化率是衡量淘宝 SEO 是否成功的关键，有效入店率、跳失率、旺旺咨询率、成交转化率也是一些衡量指标，不懂这些基础术语，就不知道淘宝 SEO 的效果如何。

第 2 章 SEO 与网店的导流

淘宝 SEO 分为店内和店外两种，如何将店外的流量导入店内，或者通过优化店内的细节来留住这些流量，都是本章的主要内容。也就是说，本章主要介绍了如何通过店内、店外的引流来提高店铺的转化率。



第3章 淘宝 SEO 的大数据分析工具

仅仅引流或提高转化率是不够的，本章介绍了淘宝 SEO 各种数据分析工具的使用方法，包括量子统计、数据魔方、生意参谋、淘宝指数等，通过这些工具，可以测试关键词的曝光率，还可以巧用关联分析，做好搭配销售等。

第4章 淘宝开店之数据分析

商品的选取、上架、预热、接力都有很多技巧，这些技巧我们通过反复观察数据就会发现，本章帮助我们学会数据分析。数据分析是为了更加准确地定位消费者，制订推广营销计划。在淘宝上开店如果不对海量数据进行分析，就难以维持长久经营。

第5章 淘宝内部的搜索原则

淘宝内部的搜索原则和淘宝外部依赖的百度等搜索引擎的搜索原则是有不同的。做淘宝 SEO 最重要的就是要了解淘宝内部的搜索原则，这正是本章介绍的内容。

第6章 维护好淘宝店的口碑

没有什么比口碑更能打动消费者，卖家应该多想想消费者为什么要关注你的产品，你的店铺有什么吸引力，让消费者认为非来不可。本章主要介绍维护和打造口碑的方法。

第7章 淘宝店的推广

淘宝 SEO 最关键的是让别人知道你的店铺，而且购买东西。本章通过介绍网上推广、博客推广、微博推广、微信推广 4 种主要推广渠道，来帮助我们系统地实现淘宝店铺的持久推广。



本书由浅入深，由理论到操作，尤其适合在淘宝、天猫新开店的店主们和刚进入淘宝、天猫运营领域的新手。

适合阅读本书的读者

- 在淘宝、天猫开店的店主。
- 淘宝或天猫的运营或客服人员。
- 品牌企业的电商部门人员。
- SEO 专员。
- 互联网运营专员。
- 初级产品经理。

编著者

目 录



第 1 章 淘宝 SEO 的基础	1
1.1 淘宝店页面的架构	2
1.2 淘宝店的转化率	5
1.2.1 转化率的定义	6
1.2.2 影响转化率的因素	8
1.2.3 有效入店率	14
1.2.4 跳失率	15
1.2.5 旺旺咨询率	17
1.2.6 静默转化率	18
1.2.7 咨询转化率	21
1.2.8 成交转化率	24
1.3 淘宝店的浏览量和访客数	26



1.4 淘宝店的跳失率	29
1.5 淘宝店的出店率	30
1.6 淘宝店页面的关注点	30
1.6.1 首页到产品页、分类页等页面的点击率	31
1.6.2 产品详情页的关注点	32
1.6.3 产品详情页的数据指标	33
1.7 小结	35
 第2章 SEO 与网店的导流	 36
2.1 做一个网店的宣传网站或宣传博客	37
2.1.1 让百度收录新网站	37
2.1.2 让百度收录内页	39
2.1.3 网站首页注意事项	40
2.2 吸引新客户进店	41
2.2.1 进入淘宝网店的流程	41
2.2.2 网站首页的关键词	42
2.3 淘宝店如何更好地往外 SEO	44
2.3.1 关键词里的特殊符号	44
2.3.2 影响阿里旺铺关键词排名的因素	46
2.3.3 SEO 和 UEO 的结合	49
2.3.4 社群营销+移动搜索营销利器	51
2.3.5 SEO 与自媒体结合	53
2.3.6 如何做分销、代销	56
2.3.7 如何使用淘宝客	57
2.4 淘宝店如何更好地对内 SEO	59
2.4.1 宝贝标题的正确设置方法	59



2.4.2 决定关键词排名的其他因素	61
2.4.3 如何运用直通车	63
2.4.4 网店装修	65
2.4.5 增加宝贝数量	66
2.4.6 完善细节	67
2.4.7 售后服务	68
2.5 小结	70
 第3章 淘宝 SEO 的大数据分析工具	 72
3.1 量子统计	73
3.1.1 量子统计的功能	73
3.1.2 量子统计的应用：看顾客的流量情况	75
3.2 数据魔方	78
3.2.1 数据魔方的功能	78
3.2.2 数据魔方的应用：测试词、测试标题	80
3.3 生e经	88
3.3.1 生e经的主要功能	89
3.3.2 生e经的主要板块	91
3.3.3 生e经的应用：结合店铺定位，选定热销宝贝	95
3.3.4 生e经的应用：巧用流量销售分析，完善宝贝	98
3.3.5 生e经的应用：巧用关联分析，做好搭配销售	104
3.4 淘宝指数	106
3.4.1 淘宝指数的功能	106
3.4.2 淘宝指数的应用：揭开隐藏的店铺运营秘籍	107
3.4.3 淘宝指数的应用：搜索排行	109
3.4.4 淘宝指数的应用：成交排行	110



3.4.5 淘宝指数的应用：优化宝贝标题	115
3.4.6 淘宝指数的应用：黄金长尾关键词	116
3.4.7 淘宝指数的应用：市场趋势	117
3.4.8 淘宝指数的应用：地域细分	119
3.4.9 淘宝指数的应用：人群定位	122
3.4.10 淘宝指数的应用：类目分布	127
3.4.11 淘宝指数的应用：人群筛选器	127
3.5 小结	129
 第 4 章 淘宝开店之数据分析	130
4.1 产品怎么预热	131
4.2 产品何时预热	133
4.3 从数据中找时间节点	135
4.4 时间点与爆款	136
4.5 新款接力持续运营	137
4.6 新品预热的时间长度	138
4.7 小结	140
 第 5 章 淘宝内部的搜索原则	141
5.1 淘宝内部的搜索排名有什么规律	142
5.2 如何提高搜索排名	144
5.2.1 自然搜索排名	144
5.2.2 类目的选择	145
5.2.3 属性选择的正确性	148
5.3 淘宝 SEO 怎么优化	149
5.3.1 必须知道的关键词种类	150



5.3.2	内部商城的搜索结果优化	151
5.3.3	更好的排名要素	155
5.3.4	更高的点击转化率	156
5.3.5	标题体现关键词	157
5.3.6	标题优化的度	158
5.3.7	影响淘宝自然排名的几大要素	160
5.3.8	销量和排名不成正比	163
5.3.9	上下架时间要规划	164
5.4	淘宝店中“豆腐块”的排名规律	166
5.5	小结	168
第6章	维护好淘宝店的口碑	169
6.1	口碑的重要性	170
6.1.1	没有什么比口碑更能打动人	170
6.1.2	口碑传播通常都很慢	172
6.1.3	社交网络时代口碑被加速	174
6.2	别人为什么关注你的产品	177
6.2.1	没人不在乎你的产品	178
6.2.2	不靠胁迫或利诱	179
6.2.3	货真价实是基础	182
6.2.4	巧妙创造引爆点	183
6.2.5	不刻意控制口碑传播	186
6.3	抓住消费者心理	187
6.3.1	学会和你的顾客“调情”	188
6.3.2	善于给顾客制造意外惊喜	191
6.3.3	一定要考虑转换率	196



6.4 营销为何不能 O2O	198
6.5 小结	203
第 7 章 淘宝店的推广	204
7.1 网上推广方法	205
7.2 博客推广方法	208
7.3 微博推广方法	212
7.4 微信推广方法	219
7.5 小结	228

第 1 章

淘宝 SEO 的基础



SEO 即搜索引擎优化,而淘宝 SEO 即淘宝搜索引擎优化,通过优化店铺宝贝标题、类目、上下架时间等来获取较好的排名,从而获取淘宝搜索流量。淘宝搜索结果页通过淘宝 SEO 手段可以让你的宝贝排在前面,让客人看到,最终完成购买。

本章主要了解:

- 淘宝店的页面架构。
- 淘宝店的转化率及其他参数。
- 淘宝咨询工具旺旺的应用。
- 淘宝店各页面的关注点。



1.1 淘宝店页面的架构

与其说买家是在访问店铺，不如说其是在访问页面。因为一家网店是由许多页面组成的，买家每次通过浏览器浏览的都是单独的页面。买家浏览这些页面的种种行为，都会最终影响成交转化率。那么店铺的各种页面上，重点要关注的指标是哪些？在讲解这个问题之前，先了解一个网店主要是由哪些类别的页面构成的，如图 1.1 所示。



图 1.1 网店页面组成

(1) 首页是一个店铺的门面，是店内流量分配的中转站和分配中心。首页承载店铺的推广活动，所以首页的流量非常重要。但首页的流量占全店流量的比例又不宜过高，因为客户都是通过宝贝页来完成购买行为的，首页的流量应占全店的 20%，如图 1.2 所示。



图 1.2 店铺首页



(2) 分类页是指一个店铺的宝贝列表页,是产品按共同特性归类的集合页面。分类页承载了全店类目导航的作用,分类页的流量应占全店的15%,属于二级页面,如图1.3所示。



图 1.3 分类页

(3) 宝贝页是指店铺的宝贝详情页面,是产品的详细信息介绍和细节展示页面。正常情况下,宝贝页在全店流量中的比例是50%以上,是最重要的页面,如图1.4所示。



图 1.4 宝贝页



(4) 自定义页包括活动页面和其他的二级页面。自定义页是全店能够自定义的一类页面，大多数店铺的自定义页面是一个介绍服务须知、导航流程、品牌故事等的页面，是卖家通过自身个性需求做出来的页面，比如活动专题页面。自定义页承载的作用相对有限，占的流量比例大概为 5%，如图 1.5 所示。



图 1.5 自定义页

(5) 搜索页是指客户在店铺的关键字搜索框中输入某个关键词搜索店内宝贝而生成的宝贝表页。目的是方便客户在店铺中通过关键字查找到自己想要的宝贝，所以搜索页流量应占全店流量比例的 10%。如果比例太高，说明客户在店铺通过搜索页面查找多次，但找不到想要的宝贝，如图 1.6 所示。