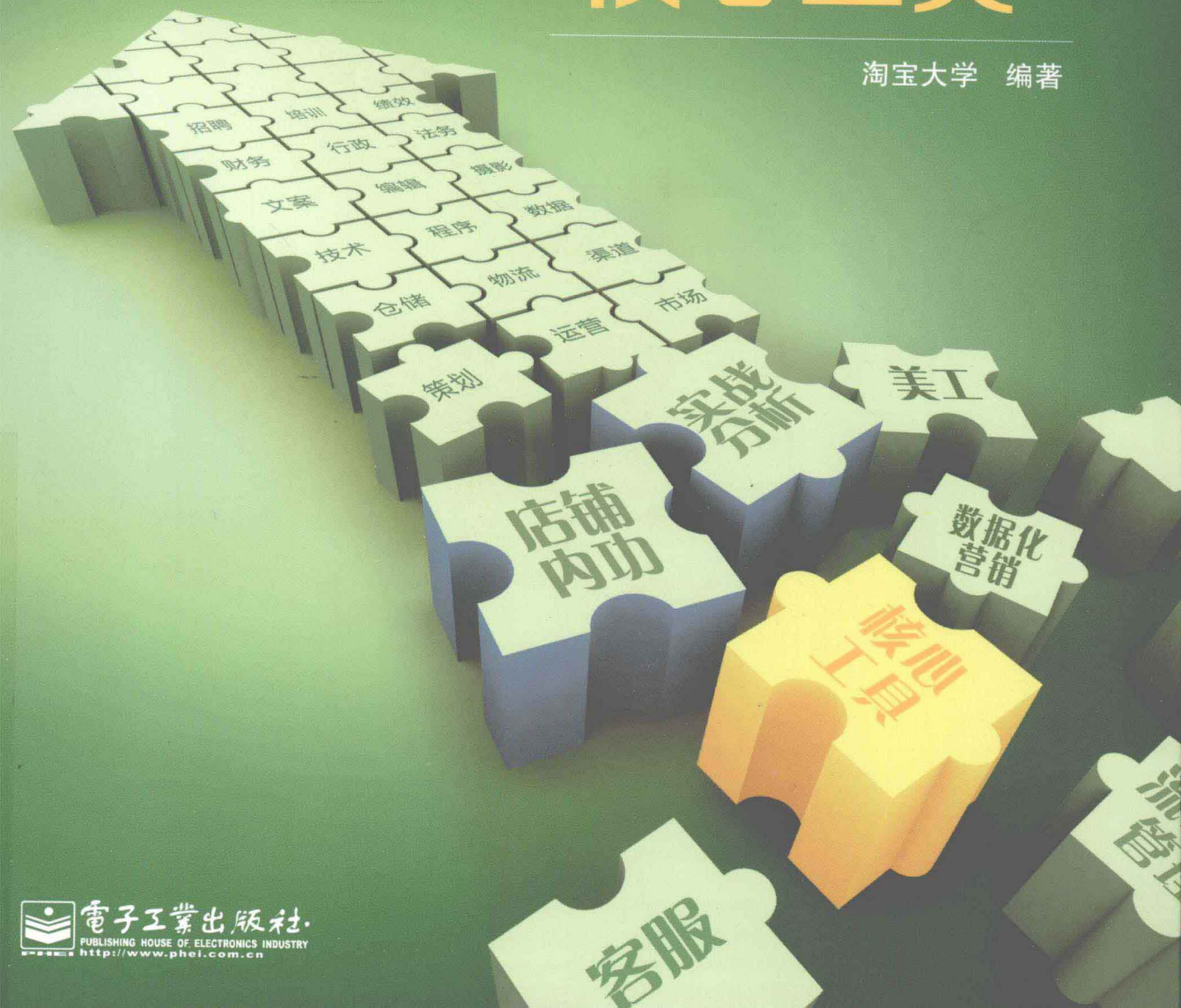




淘宝大学
Daxue.taobao.com

电商精英系列教程 网店推广 核心工具

淘宝大学 编著



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

电商精英系列教程

网店推广

核心工具

淘宝大学 编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本系列丛书由淘宝网组织编写,将淘宝网第一本网店运营专才教程化整为零,得出网店运营细分门类:美工、客服、推广、数据化营销、流程化管理等,以满足日新月异的电子商务人才的发展需求。也给各培训机构、职业院校作为教材使用,同时满足部分学员自学的需求。本系列丛书出版后受到读者的热烈欢迎。

本书深度讲解网店推广知识,主要包括直通车、钻石展位、淘金币、淘宝客、SNS、聚划算等推广工具的应用,其间穿插实用的案例。希望读者经过学习,迅速掌握网店推广中核心工具的使用。

本书适合电子商务从业人员和网店一线推广人员。

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

网店推广. 核心工具 / 淘宝大学编著. —北京: 电子工业出版社, 2012.7

电商精英系列教程

ISBN 978-7-121-17356-1

I. ①网… II. ①淘… III. ①电子商务—商业经营—中国 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 125213 号

责任编辑: 徐津平

印 刷: 中国电影出版社印刷厂
装 订:

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: 15.5 字数: 336 千字

印 次: 2012 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 5000 册 定价: 69.00 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。

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。

服务热线:(010) 88258888。

序言

可能因为我在公司做市场营销相关的工作，所以我的淘宝大学同事希望我来为本书写序言，我一口答应。可怜他们不知道，我做的这块工作是被马云批评最多的。

做市场，做营销推广，本是一件快乐的事情，因为它需要智慧、创意以及精算师一样的大胆想象和细密论证。于我而言，淘宝网的初创、发展，就是一个快乐的过程。

但是，推广有的时候又是枯燥、重复和辛苦的。你必须对自己产品的优、劣势有非常清晰的了解，对市场需求有明确的判断，对你的客户有换位对待的适应，你是自己，你又必须是别人。或者说，很多时候，你必须用自己未必喜欢的方式去做自己喜欢的事情。

而且，做推广，往往还有理论和实战的对立，投机和取巧的诱惑，发展的现实，结果的压力。市场永远是充满竞争的，竞争从来不温情脉脉，这对于每个人都是极其现实的问题。比如，当淘宝商城独立并改名为天猫之后，我以为我会坚持天猫的旗舰店的品牌调性，但实际上，我经常放行一些以促销为目的的活动。

这也是一种妥协，但是有一点我会坚持：无论何时，市场都是最好的老师。我不断提醒淘宝大学的同事们，千万不要以高高在上的专家或导师的面孔出现。其实，广大电商行业的弄潮儿才是我们的老师，是传道解惑的源头活水。淘宝大学要做的，就是建设一个总结教训、分享经验的平台，让大家不再犯同样的错误，能分享实在的经验。

这套书正是如此。

最后祝大家开心快乐，并恭祝各位发财。

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive characters that appear to read '王帅' (Wang Shuai).

阿里巴巴集团 首席市场官 王帅

2012 年 6 月

前言

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。而大多数推广工具是以付费的方式存在的，因此推广工具的使用技巧也是大多数网店主迫切需要提升的一个技术方向，在一个层面上，也决定了网店的投入产出比，影响了店铺的盈利能力。因此，本书的主要内容便是针对当前最主流的几种店铺推广工具及活动，邀请多位资深讲师，全力编著，旨在全面提高中小卖家的运营能力。

本书共分 11 章。第 1～6 章，是全书最重要的部分，即直通车使用技巧，由林达、陈林，单烽主撰，马家法整编；第 7～8 章是钻石展位使用技巧，由马涛和马家法共同撰写；第 9 章是淘金币活动技巧，由林达撰写；第 10 章是互联网营销，主要讲述 SNS 营销和淘宝客营销技巧，由黄光伟撰写；第 11 章是聚划算活动技巧，由林达撰写。最终本书由林达统稿。

直通车作为目前最常用的推广工具，在店铺运营计划中是非常重要的角色。但因为电商中普遍存在的浮躁心态及电商竞争的加剧，直通车的点击费用越来越高昂，同时排名竞争方法简单粗暴，导致非常大比例的店铺直通车的推入产出比极差，但又缺乏改进的方法，于是不得不在恶性循环中苦苦坚持。也有一部分商家过份依赖直通车，追求那些短期爆卖的个案，结果导致店铺的急剧消亡。骐驎一跃，不能十步。作为本书最重要的核心章节，本次集结了四位讲师，共同编撰，从多纬度、多角度，由浅入深地阐述了直通车的使用技巧、问题的解决方案、推广数据的采集和分析。建议商家，特别是中小商家仔细阅读，认真实践。

钻石展位（简称钻展）在店铺推广工具中的地位仅次于直通车，如果说，直通车是一个相对精准的引流工具，那么，钻展就是一个相对广泛的引流工具。是直通车强有力的辅助推广手法。一直以来，点击率一直是钻展的一大难题，也是影响钻展点击费用的最大核心。本章针对这个难题，邀请了专业的讲师，携手编撰。干货连连，值得一看。

SNS 营销和淘宝客，这也是今年最热门、电商投入精力较大的两个方向。特别是淘宝本身的 SNS 化，更是驱动了社区化营销的迅速发展。同时，SNS 营销囊括了微博营销、帮派营销、论坛营销等多种营销手法，方法组合很多，也是将来非常重要的一个营销方向。同时淘宝客也从原来集合式、单兵式营销手法，延伸了众多个性化、特色化、类目区别化的平台式淘客营销，SNS 和淘客间的角色转化和整合愈加明显。本章给众多商家指出了将来运营的一个方向和方法。

淘金币和聚划算是目前商家最关心的两个活动，本书侧重于两个活动的一些操作手法和过程，利用活动的策划，引申出多种推广工具的应用和店铺活动的一些技巧。希望能帮助一些卖家走出过份依赖活动、盲目做活动的误区，真正让活动助力店铺发展。

尽管本书是以不同的推广工具和活动来划分章节，但各位读者不难发现，每种推广工具或者活动的背后，都有其他工具的身影和各个部门间的紧密配合。因此，活用各种工具，整合各种工具的效果，规划店铺整体的运营计划，才是将来提高竞争力，提高店铺生命力的王道。

在本书编撰的过程中，得到了淘宝多个部门小二的支持，给出了大量专业的建议。同时，本书也获得了多位淘宝大学讲师的帮助，他们贡献的大量心得，使得本书在课程试讲和后期编撰时获得多次的提炼。感谢他们的无私帮助！

林 达

2012 年 6 月



淘宝大学电商精英全国签约合作机构列表

序号	省份	城市	机构名称	机构地址	机构联系方式				微博
					姓名	座机	手机	邮箱	
1	福建	泉州	泉州市海郡人力资源培训中心	泉州市泉秀路丰泽劳动局二楼	陈古真	0595-22592670	13305078877	xmcounsel@163.com	泉州网店经营培训（新浪）
2	浙江	宁波	杭州布道教育科技有限公司（宁波分公司）	宁波市鄞州区锦愈路 666 号名汇大厦 18 楼	张卫华	0574-88183308	18607551723	odz@budao-it.com	欧德张
3	广东	广州市	广州网口网络技术有限公司	广州市天河区林和西路 1 号广州国际贸易中心 11 楼 F	何剑麟	020-38851610	13500021900	13500021900@139.com	给力网商
4	福建	福州	福州新东方电脑学校	福州市华林路 366 号彩虹铺景 A801 室	包小溢	0591-87594288	13107665588	475051605@qq.com	www.53edu.org
5	辽宁	大连	大连卡王科技有限公司	大连市中山区中南路 332 号 闻煦光 0411——82878332 15898132032 color_7@yeah.net	丁哲		15524625999	dgood@163.com	
6	陕西	西安	西安奥智企业管理策划有限公司	西安市长安中路 89 号阳明国际商务大厦 12F	李晓波	029-85262881	13992837791	xianali@126.com	淘大西安站
7	新疆	乌鲁木齐	新疆果业大唐丝路电子商务有限公司	沙依巴克区长江路 2 号果业大厦 18 楼	谢欢	0991-3792550-8009	13579204006	xiehuan@xjguoguo.com	
8	黑龙江	哈尔滨	黑龙江省朗亿教育咨询有限公司	黑龙江省哈尔滨市南岗区学府路 52 号理工大厦 523 室	范丹	0451-51992877	13777837225	alibado_fd@126.com	
9	广东	深圳	深圳市边写边看电子商务有限公司	深圳市福田区滨河路 5003 号爱地大厦西座 19F/15F/24F	樊浩勃	0755-83338666	13823154550	mowenjian@szbxbk.com	樊浩勃（新浪）
10	重庆	重庆	重庆晨报网络科技有限公司	重庆南岸区浪高美阁 0516 室	杨旭	023——62927088	15086974157	yangxu023@126.com	
11	浙江	温州	温州市鹿城区北外诺加培训学校	温州市鹿城区新城大道中园大厦 A 幢 301	杨慧	57789883321	13362789999	168939908@qq.com	温州淘大（新浪）
12	江苏	南京	南京才宝信息培训中心	南京珠江路 498 号未来城 B 栋 433	杨庆林	025-66676900	18602520188	yq@caibao.org	公司: http://weibo.com/njtaobao 个人: http://weibo.com/imchoco
13	山东	青岛	北京倍腾博能企业顾问有限公司（青岛分公司）	山东省青岛市市北区延吉路万达广场 2-1#1704	周娜娜	0532-55685065	18678610898	Zhounana@wechina.com.cn	http://weibo.com/qingdaotaobao
14	广东	深圳	深圳新网策企业管理咨询有限公司	深圳市福田区梅华路福田国际电子商务产业园 1 栋 620 室	李勇	0755-82269608	18922844706	liyong78620@163.com	淘宝大学合作机构深圳新网策
15	浙江	杭州	杭州隆鼎电子商务有限公司	杭州千江区学源街 68 号	姚岗	0571-86912552	13819490342	yao216@hotmail.com	淘宝大学合作机构杭州隆鼎

续表

序号	省份	城市	机构名称	机构地址	机构联系方式			
					姓名	座机	手机	邮箱
16	湖北	武汉	武汉网商动力教育科技有限公司	武汉硚口区古田二路南泥湾大道汇丰企业总部2栋B座503	王创亮	027-83592899	18971520045	393246738@qq.com
17	四川	成都	成都银河教育中心	四川省成都市太平南路288号锦天国际C座15楼	陈娟	028-84444828	13688072324	chenjuan@yinhepx.com
18	辽宁	沈阳市	沈阳维力山大电脑培训学校	沈阳市和平区三好街物产大厦5楼	王凤彬	62127404	13019318157	626917446@qq.com
19	浙江	嘉兴	启航学校	海宁市行政中心3号楼1楼人才中心	李君金	87289093	13456308656	King0628K@163.com
20	江苏	南通	联合网络销售托管南通有限公司	世纪大道375号电子商务园三楼	钱小平	0513 51013188	13773620066	qxp@nantong.com.cn
21	福建	厦门市	厦门新东方电脑学校	湖里区高新技术园区泉舜大厦5楼	黄华忠	0592-5851368	13959266001	hhz_009@163.com
22	北京	北京	北京网尚邦教育科技有限公司	北京市丰台区富丰路2号星火科技大厦11层1101室	白林	01083681595/96-607	13911255907	12266576@qq.com
23	广东	东莞	网盈电子商务有限公司	广东省东莞市东城区主山莞樟路106号嘉润大厦2A16	周明超	0769-27234289	13926879016	515win@163.com
24	广东	广州	网盈电子商务有限公司	广东省广州市黄花岗国家科技园汇华商贸大厦1103	李彩霞	020-38038678	18688337608	515win@sina.com
25	云南	昆明	昆明五华中文学校	云南省昆明市建设路117号	赵娜	0871-6669991	15096673737	ynmm@vip.qq.com
26	江苏	无锡	无锡太湖电商	江苏省无锡市滨湖区锦溪路100号科教产业园3号楼706室	方雪丹		18259475214	viviay_0817@163.com
27	河北	秦皇岛	秦皇岛外事旅游职业技能学校	河北大街137号嘉远公寓0709	李占	0335-3020797	13031879881	139965239@qq.com
28	浙江	杭州	焦点培训	杭州市西湖区转塘凤凰·创意国际C区A-120	胡彬	0571-88916545	15005891010	141986@qq.com
29	浙江	义乌	焦点培训	义乌市稠州西路83号2-5层	宋莹莹	0579-85316648	13157970529	785798870@qq.com
30	安徽	合肥	中国计算机函授学院	安徽省合肥市淮南路333号	夏娟	0551-5690890	13966662272	591895868@qq.com
31	浙江	台州	台州聚宝益电子商务有限公司	浙江省台州市椒江区经中路729号聚宝益电子商务园	陈正	0576-88582758	15867083070	550506878@qq.com

1. 淘宝大学最新的信息和公告敬请关注淘宝大学主页: <http://daxue.taobao.com/>
2. 淘宝大学的项目推进情况及更多开课信息请关注淘宝大学官方微博@淘宝大学
3. 电商精英的考试信息请关注淘宝大学主页的在线考试页面
4. 新合作机构的加盟申请, 电话: 0571-81986453, 邮箱: hezuo@taobao.com, 旺旺: 淘宝大学

淘宝大学培训项目信息

项目名称	项目介绍	咨询联系
电商精英	本项目从网商的组织结构和岗位设置出发, 提供针对新开网店卖家以及网店一线操作人员岗位技能培训。内容包括基础创业课程, 以及网店美工、客服、推广等中级课程。培训通过全国合作机构执行。	详见前页机构列表
网店经理人	帮助网商企业打造精干、实战型的企业新中层, 根据网店经理人职能, 进行课程研发, 形成营销管理、运营管理、团队管理、客户管理四大模块的网店经理人课程体系, 通过网商切身的案例与精妙的解析, 有效地帮助企业管理者在中层革命迫在眉睫的趋势下, 训练、培养一支高效网商中层团队的电商策略与实务	淘宝旺旺: 木木小董 邮箱: jiangdongli.pt@taobao.com
网商 MBA	本项目是从 2010 年成长起来的网商 MBA 研修班, 到 2012 年 3 月底已经开设了 27 场, 共培养 1300 余名高端卖家。同时, 还开创办了服饰、化妆品、3C、母婴等类目专场班, 让垂直化教育更贴近网商。	邮箱: mba@taobao.com
企业进驻电商总裁班	在电商高速发展时代, 企业电商化必将改变原有市场格局! 淘宝大学历经深度企业调研, 全面资源整合, 联合电商资深人士, 倾力打造企业进驻电商总裁班, 帮助企业实现电子商务道路上从 0 到 1000 万的突破!	淘宝旺旺: 淘宝大学 邮箱: qiyeceo@taobao.com
内训讲师培养项目	2012 年, 中国电子商务进入高速发展时期, 在经历了渠道、产品、价格等方面的竞争后, 大家一致发现, 竞争的根本, 是人才的竞争。人才从哪里来? 企业的内部培训工作是根本, 是中长期可持续发展的关键。淘宝大学基于此, 推出了旨在提升企业内部能力, 培训企业内训人才的“网商内训建设项目”, 从“授之以鱼”, 彻底改变为“授之以渔”!	淘宝旺旺: 横刀 邮箱: hengdao.ln@taobao.com
淘宝大学最新的信息和公告敬请关注淘宝大学主页: http://daxue.taobao.com		

目 录

第1章 直通车基础	1
1.1 直通车概述	2
1.1.1 直通车推广原理.....	2
1.1.2 直通车的作用.....	3
1.1.3 直通车的扣费.....	3
1.1.4 什么产品适合做直通车.....	3
1.1.5 直通车的展示位置.....	4
1.2 直通车推广计划.....	10
1.2.1 标准推广.....	10
1.2.2 类目推广.....	21
1.2.3 定向推广.....	22
1.2.4 活动推广.....	23
1.2.5 店铺推广.....	25
第2章 直通车账户优化	29
2.1 推广计划优化.....	30
2.2 推广地域优化.....	30
2.3 投放时间优化.....	32

2.4 出价及折扣优化.....	34
2.5 投放平台优化.....	35

第3章 选款优化..... 37

3.1 选款初选.....	38
3.1.1 初选依据.....	38
3.1.2 初选数量.....	40
3.2 试推.....	40
3.2.1 产品分析表.....	41
3.2.2 关键词选择.....	41
3.2.3 主图甄选.....	42
3.2.4 试推广时长.....	43
3.2.5 试推广点击量.....	43
3.3 定款.....	44
3.3.1 直通车点击率.....	44
3.3.2 转化率.....	44
3.3.3 好评情况.....	45

第4章 质量得分优化..... 47

4.1 质量得分概述.....	48
4.1.1 什么是质量得分.....	48
4.1.2 为什么要提高质量得分.....	48
4.1.3 质量得分的相对性.....	49
4.2 质量得分的影响因素及优化.....	51
4.2.1 宝贝相关性.....	51
4.2.2 类目相关性.....	52
4.2.3 属性相关性.....	53
4.2.4 点击反馈.....	56

4.2.5 账户历史记录.....	57
4.2.6 消保违规处罚.....	58
4.2.7 假一赔三.....	58

第5章 直通车点击率优化 59

5.1 直通车点击率概述.....	60
5.2 直通车点击率的意义.....	60
5.3 如何提升直通车的点击率.....	61
5.3.1 宝贝款式.....	61
5.3.2 直通车主图.....	62
5.3.3 推广标题.....	67
5.3.4 30天销量.....	69
5.3.5 排名位置.....	70
5.3.6 宝贝价格.....	70
5.3.7 关键词优化.....	71
5.3.8 站外推广.....	76

第6章 直通车数据 77

6.1 基础数据.....	78
6.1.1 账户报表.....	79
6.1.2 宝贝报表.....	81
6.1.3 关键词报表.....	83
6.1.4 地域报表.....	84
6.1.5 时段报表.....	86
6.2 转化数据.....	88
6.3 定向报表.....	90

第7章 钻石展位基础篇 91

7.1 钻石展位概述.....	92
7.1.1 什么是钻石展位.....	92
7.1.2 钻展竞价及投放计费规则.....	93
7.1.3 钻展的展示位置.....	93
7.2 钻展的操作流程.....	94
7.2.1 选择展位.....	94
7.2.2 素材设计及管理.....	95
7.2.3 创建投放计划.....	100
7.2.4 竞价管理.....	104
7.3 钻展报表.....	106
7.3.1 日消耗报表.....	107
7.3.2 日计划报表.....	107
7.3.3 素材消耗及计划素材消耗.....	107
7.3.4 定向消耗.....	109
7.4 用户诊断.....	110
7.4.1 流量最大的十个位置.....	110
7.4.2 性价比最高的广告位.....	110
7.4.3 人群流量的使用状况对比.....	111
7.4.4 账户诊断.....	111

第8章 钻石展位进阶篇 113

8.1 钻石展位的再认识.....	114
8.1.1 什么是钻展.....	114
8.1.2 钻展的访问轨迹.....	116
8.1.3 钻展的优点和难点.....	119
8.2 钻展图片和投放技巧.....	126
8.2.1 在何种情况下使用钻展.....	126

8.2.2 钻展素材（图片）点击率解读.....	130
8.2.3 钻展图片设计.....	133
8.2.4 如何培养美工的钻展图片设计能力.....	137
8.2.5 实例：钻展图的设计过程.....	139
8.2.6 钻展投放的一些要点.....	143
8.3 和钻展有关的补充说明.....	144
8.3.1 钻展的投入产出能力.....	144
8.3.2 钻展的出价水平.....	145
8.3.3 钻展带来的流量粘性问题的.....	146

第9章 淘金币 147

9.1 淘金币平台简介.....	148
9.1.1 淘金币平台简介.....	148
9.1.2 淘金币来源及消耗.....	149
9.1.3 淘金币核心价值.....	150
9.1.4 淘金币合作形式.....	151
9.1.5 淘金币活动形式.....	151
9.2 淘金币定位.....	152
9.3 淘金币选款.....	153
9.3.1 流量款的选择.....	153
9.3.2 清仓款的选择.....	154
9.3.3 营销款的选择.....	154
9.4 淘金币智选平台.....	156
9.4.1 淘金币活动报名流程.....	157
9.4.2 淘金币活动通过条件.....	157
9.4.3 淘金币智选通过技巧.....	160
9.4.4 淘金币与店铺动态广场.....	162
9.5 淘金币运营技巧.....	166
9.5.1 淘金币的运营技巧.....	166
9.5.2 淘金币的关联营销.....	167

第10章 互联网营销 169

10.1 活学活用淘宝客	170
10.1.1 “淘宝客”是什么	170
10.1.2 淘宝客群体最想要什么	176
10.1.3 如何保障淘宝客营销高效	178
10.1.4 淘宝客运营基本原则	180
10.1.5 如何筛选淘宝客	181
10.2 带着淘商进社区（SNS）	184
10.2.1 什么是SNS营销	184
10.2.2 SNS营销的目的和优势	186
10.2.3 认清SNS营销的目的	187
10.2.4 实现精准用户的长期互动	188
10.2.5 SNS营销技巧汇总	192
10.3 淘商微博营销攻略	196
10.3.1 经典案例激活网商	196
10.3.2 淘宝卖家初窥门径	197
10.3.3 微博到底是什么	198
10.3.4 开通官方微博的价值	199
10.3.5 微博营销四大误区	203
10.3.6 微博管理体系化	204
10.3.7 微博运营管理人员配置	207
10.3.8 营销官方微博	208

第11章 聚划算 211

11.1 全面了解聚划算	212
11.1.1 聚划算里程碑	212
11.1.2 聚划算常用入口	213
11.1.3 聚划算流程	213

11.1.4	什么店适合上聚划算.....	215
11.1.5	聚划算对店铺成长的意义.....	216
11.2	聚划算报名方法.....	217
11.2.1	聚划算报名基本要求.....	217
11.2.2	聚划算报名注意事项.....	219
11.3	聚划算运营技巧.....	222
11.3.1	聚划算运营规律.....	222
11.3.2	聚划算前期规划.....	223
11.3.3	聚划算产品准备.....	224
11.3.4	活动前员工培训.....	225
11.3.5	聚划算前后的营销策划	226
11.4	聚划算中期销售.....	227
11.4.1	聚划算流量跟踪.....	227
11.4.2	聚划算客服接待.....	227
11.4.3	聚划算配货发货.....	228
11.4.4	活动中突发应急.....	228
11.5	聚划算后期跟进.....	228
11.5.1	聚划算活动售后.....	228
11.5.2	聚划算物流监控.....	228
11.5.3	聚划算后期总结.....	228