

读者群: 327209040 轻松在线互动交流

淘宝新手 营销推广一本通

麓山文化 编著

本书将为你一一解答,并揭秘流量背后的秘密。
为什么广告砸钱不少销量仍不见起色?
为什么别人的店铺流量源源不断?
为什么我的店铺无人问津?



- ▶ **内容全面** 本书是一本内容全面的实战性书籍,融实用性 with 理论性为一体,从开店初期的准备过程到店铺后期的推广策略都进行了全面详实的讲解说明,涵盖了日常开店过程中经验积累的精华总结,帮助您完成从菜鸟新手到大卖家的蜕变。
- ▶ **与时俱进** 按照最新改版的淘宝界面进行教学,全面介绍了淘宝营销工具和营销案例,您阅读时不会有过时和找不到界面的困扰。
- ▶ **浅显易懂** 本书配备了大量而详细的图文参照,浅显易懂,能够让您清楚地了解网上开店的操作流程以及店铺推广营销的技巧。
- ▶ **技巧解答** 为了帮助您更好地开店,本书精心筛选了实用的网店经营推广技巧,让您能够借鉴和快速掌握方法,少走弯路,将店铺经营得红红火火。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



淘宝新手 营销推广一本通

麓山文化 编著

机械工业出版社

淘宝网作为亚洲最大的 C2C 网络交易平台,承载了无数人的创业梦想。本书从淘宝店铺宣传推广、定价策略、促销策略、客服服务等方面对淘宝网店的营销推广方法进行了系统全面的介绍和讲解。

全书共 14 章,主要介绍了为什么要做网店推广;找准店铺定位,赚钱更轻松;学会定价是网店推广营销的基础;人靠衣装,网店营销要“包装”;用好阿里旺旺,让生意旺起来;不花钱也能给自己店铺做推广;淘宝客,网店营销新利器;淘宝直通车,通向大卖家成功之路;钻石展位,快速吸引千万流量;加入聚划算,让疯抢升级;其他常见促销策略;淘宝网外推广也有意外惊喜;怎么做一个好客服;好的销量离不开完善的售后服务。掌握并灵活运用这些技巧,能让店铺在众多网店中脱颖而出,把生意做大做强。

本书对网店经营不同发展时期的推广策略都做了说明,适合广大淘宝爱好者和没有淘宝开店经验又想淘宝网一展身手的潜在卖家,同时也适合已经开办了网店,并想进一步掌握网店经营的高级技巧,把生意做大做强的读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝新手营销推广一本通/麓山文化编著. —3 版. —北京:机械工业出版社,
2014. 10

ISBN 978-7-111-47815-7

I. ①淘… II. ①麓… 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(2014)第 200178 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:曲彩云

印刷:北京兰星球彩色印刷有限公司

2014 年 10 月第 3 版第 1 次印刷

184mm×210mm·20.25 印张·499 千字

0001—5000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-47815-7

定价:59.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话(010)68326294

购书热线电话(010)88379639 88379641 88379643

编辑热线电话(010)68327259

封面无防伪标均为盗版

前言

截至 2013 年 12 月底,我国网民规模达到 6.18 亿人,网络购物用户规模达到 3.02 亿,较 2012 年增加了 5987 万人。网络购物缩短了时间和空间上的距离,让交易变得更加广泛化和全球化,不少商家纷纷打破单一经营模式,在传统渠道外开拓网络渠道。

随着互联网的飞速发展,网络购物已经日益为人们所熟悉和接纳,同时也为更多人提供了创业的机会和途径。网上开店,低成本创业成为很多人的选择,但是在“酒香也怕巷子深”的年代,如何让自己的店铺在茫茫店海中脱颖而出?这是需要我们共同探讨的话题。

本书主要内容

虽然近年来网上开店的用户越来越多,但是由于网络营销知识的欠缺,在很大程度上阻挡了卖家们成功的步伐。本书编写的初衷就是为了帮助成千上万的卖家,尤其是中小卖家更好地推广自己的产品和店铺,提高店铺的流量和知名度以及产品的销量,赚取更多的利润。

本书从淘宝店铺排名的影响因素出发,针对淘宝店铺商品的销售,将全书分为三篇 14 章,第 1 篇是前期推广篇,主要介绍了做网店推广的好处;如何对自己的店铺进行定位;如何对店铺商品进行合理定价;如何对店铺装修及店铺宝贝进行优化;如何用好阿里旺旺,让生意旺起来;如何用不花钱的方式给自己店铺做推广。第 2 篇是后期推广篇,主要介绍了如何利用好网店营销新利器淘宝客;如何利用好淘宝直通车,通向大卖家成功之路;如何利用钻石展位,快速吸引千万流量;如何加入聚划算,让疯抢升级;以及其他常见促销策略、淘宝网外推广方法。第 3 篇是客户服务篇,主要是对怎么提高客服和售后服务水平的介绍。

本书主要特色

内容全面: 本书是一本内容全面的实战性书籍,融实用性与理论性为一体,从开店初期的准备过程到店铺后期的推广策略都进行了全面详实的讲解说明,涵盖了日常开店过程中经验积累的精华总结,帮助您完成从菜鸟新手到大卖家的蜕变。

与时俱进: 按照最新改版的淘宝界面进行教学,全面介绍了淘宝营销工具和营销案例,读者阅读时不会有过时和找不到界面的困扰。

浅显易懂：本书配备了大量而详细的图文参照，浅显易懂，能够让读者清楚地了解网上开店的操作流程以及店铺推广营销的技巧。

技巧解答：为了帮助读者更好地开店，本书精心筛选了实用的网店经营推广技巧，让读者能够借鉴和快速掌握方法，少走弯路，将店铺经营得红红火火。

本书适合读者

本书适用于想在网上开店创业的初学者，也适用于已经开办了网店，并想进一步掌握网店经营的高级技巧，把生意做大做强的店家阅读。

本书创作团队

本书由麓山文化编著，具体参加编写的有：陈志民、江凡、张洁、马梅桂、戴京京、骆天、胡丹、陈运炳、申玉秀、李红萍、李红艺、李红术、陈云香、陈文香、陈军云、彭斌全、林小群、刘清平、钟睦、刘里锋、朱海涛、廖博、喻文明、易盛、陈晶、张绍华、黄柯、何凯、黄华、陈文轶、杨少波、杨芳、刘有良、刘珊、赵祖欣、齐慧明等。

由于编者水平有限，书中疏漏与不妥之处在所难免。在感谢您选择本书的同时，也希望您能够把对本书的意见和建议告诉我们。

编者 邮箱：lushanbook@gmail.com

读者 QQ 群：327209040

麓山文化

目录

前言

第1篇 前期推广篇

第1章 为什么要做网店推广 2

- 1.1 淘宝店主面临的现状——机遇与挑战并存.....3
- 1.2 淘宝店主开店的几个误区.....3
 - 1.2.1 盲目开店，跟着感觉走.....3
 - 1.2.2 不清楚规则，错误跟风.....4
 - 1.2.3 没有计划，主次不分.....4
- 1.3 网店推广是什么.....4
- 1.4 做好网店推广能给我们带来什么好处.....5
 - 1.4.1 有利于提高店铺排名.....5
 - 1.4.2 有利于提高店铺销量.....5
 - 1.4.3 有利于帮助挖掘更多潜在客户.....5
 - 1.4.4 有利于树立品牌形象.....6
 - 1.4.5 有利于培养回头客.....6
- 1.5 影响网店宝贝排名的因素.....6
 - 1.5.1 交易量.....6
 - 1.5.2 转化率.....7
 - 1.5.3 相关类目.....7
 - 1.5.4 宝贝标题和宝贝属性.....8
 - 1.5.5 宝贝主图和宝贝详情页.....9
 - 1.5.6 宝贝上下架时间和橱窗推荐.....9
 - 1.5.7 消费者保障和 DSR 动态评分.....11
 - 1.5.8 纠纷退款.....12

第2章 找准店铺定位，赚钱更轻松.....13

- 2.1 开店前先做份市场分析报告.....14
 - 2.1.1 行业环境分析.....14
 - 2.1.2 市场需求分析.....14
 - 2.1.3 网购人群分析.....14
 - 2.1.4 竞争对手分析.....15
 - 2.1.5 网店经营模式分析.....15
- 2.2 选择适合自己的行业.....16
 - 2.2.1 做自己熟悉的.....16
 - 2.2.2 做自己感兴趣的.....16
 - 2.2.3 找到自己的商品优势.....17
- 2.3 各行业成功之道.....18
 - 2.3.1 网上服装店成功之道.....18
 - 2.3.2 网上化妆品店成功之道.....20
 - 2.3.3 网上数码电子产品店成功之道.....21
 - 2.3.4 网上饰品店成功之道.....22
 - 2.3.5 网上家居店的成功之道.....24
 - 2.3.6 网上书店成功之道.....25

第3章 学会定价，是网店推广营销的基础 27

- 3.1 网店商品定价要考虑的因素有哪些.....28
 - 3.1.1 定价目标.....28

3.1.2 成本费用	28
3.1.3 市场性质	29
3.1.4 竞争情况	29
3.1.5 销售策略	29
3.1.6 买家心理	30
3.1.7 品牌形象	30
3.2 网店商品定价的一些小技巧	30
3.2.1 基本的定价方法	31
3.2.2 高价定位法	32
3.2.3 低价定位法	33
3.2.4 数字定价技巧	34
3.2.5 折扣定价法	36
3.2.6 区别定价法	37
3.3 网店商品涨价及降价诀窍	41
3.3.1 商品涨价的诀窍	41
3.3.2 商品降价的诀窍	42
3.3.3 不要随意修改宝贝一口价	42
3.4 淘宝卖家如何实现自己利润最大化	43
3.4.1 掌握进货要领	43
3.4.2 处理好与批发商的关系	45
3.4.3 高品质产品才能卖高价	45
第4章 人靠衣装, 网店营销要“包装”	48
4.1 从营销的角度装修店铺	49
4.1.1 网店优化从店铺名开始	49
4.1.2 店铺装修优化的基本细节	50
4.2 “从头到脚”包装产品	53
4.2.1 打造高流量宝贝标题	53
4.2.2 宝贝主图优化妙招	61
4.2.3 优化宝贝描述, 提升销售转化率	65
4.2.4 优化宝贝上下架时间	68
4.2.5 正确使用橱窗推荐	70
4.2.6 做好关联营销	70

第5章 用好阿里旺旺, 让生意旺起来

5.1 怎么利用旺旺增加流量	80
5.1.1 取个好旺旺名抓住流量	80
5.1.2 巧设阿里旺旺吸引流量	81
5.1.3 利用好旺旺群资源	85
5.1.4 开通移动旺旺	86
5.2 怎么利用旺旺促成交易	87
5.2.1 分组管理客户	87
5.2.2 设置自动回复和快捷短语留住客户	88
5.2.3 善于利用旺旺表情拉近买家距离	91
5.3 注意旺旺安全	91
5.3.1 账号密码安全	92
5.3.2 信息安全	93

第6章 不花钱也能给自己店铺做推广

6.1 店铺和宝贝, 推广哪个好?	97
6.2 如何高效发帖, 为店铺吸引流量	97
6.2.1 学会做个“标题党”	98
6.2.2 如何轻松撰写出精华帖	99
6.2.3 回帖顶贴是门学问	102
6.3 利用淘宝免费试用, 培养潜在客户	103
6.3.1 参加淘宝试用的好处	103
6.3.2 淘宝试用的几种方式	106
6.3.3 试用报告	110
6.4 淘宝其他免费推广方式	111
6.4.1 加入淘宝商盟, 分享店铺流量	111
6.4.2 友情链接优势互补, 带来流量	113
6.4.3 灵活运用评价管理	114
6.4.4 收藏店铺, 增加人气	115
6.5 善于利用数据分析工具监控营销效果	115
6.5.1 淘宝指数	115

6.5.2 数据魔方	118
------------------	-----

6.5.3 量子恒道店铺经	121
---------------------	-----

第 2 篇 后期推广篇

第 7 章 淘宝客，网店营销新利器 125

7.1 了解淘宝客	126
7.1.1 淘宝客是什么	126
7.1.2 淘宝客推广会给卖家带来哪些优势	127
7.1.3 淘宝联盟的主要推广形式有哪些	128
7.2 如何设置淘宝客推广	131
7.2.1 淘宝客的佣金常识	131
7.2.2 设置淘宝客推广的步骤	132
7.3 如何做好淘宝客推广	134
7.3.1 调整心态	135
7.3.2 选择合适的主推商品	135
7.3.3 招募淘宝客	135
7.3.4 淘宝客维护	139
7.3.5 如何吸引淘宝客优先推广你的商品	140

第 8 章 淘宝直通车，通向大卖家成功之路 143

8.1 了解淘宝直通车	144
8.1.1 直通车是什么	144
8.1.2 直通车宝贝展示位置	145
8.1.3 加入直通车会给卖家带来哪些优势	147
8.2 淘宝直通车的推广方式有哪些	148
8.2.1 搜索推广	148
8.2.2 定向推广	149
8.2.3 店铺推广	152
8.2.4 明星店铺	155

8.2.5 直通车活动	157
8.2.6 站外投放	159
8.3 如何加入和使用淘宝直通车	161
8.3.1 怎么加入淘宝直通车	161
8.3.2 怎么使用管理我的直通车	162
8.3.3 完善直通车推广设置	164
8.4 怎么提升直通车推广效果	166
8.4.1 要有明确的整体计划	166
8.4.2 选择好的推广商品	167
8.4.3 选择黄金关键词	168
8.4.4 哪种情况不适宜开直通车	169
8.5 怎么设置和优化直通车关键词	170
8.5.1 买家喜欢搜索什么关键词	170
8.5.2 关键词选词方法	172
8.5.3 直通车关键词匹配方式	174
8.5.4 怎么添加关键词	177
8.5.5 怎么设置关键词出价	178
8.5.6 怎么优化关键词	179

第 9 章 钻石展位，快速吸引千万流量 .. 181

9.1 了解钻石展位	182
9.1.1 钻石展位是什么	182
9.1.2 钻石展位展示位置	183
9.1.3 钻石展位是如何收费的	186
9.1.4 钻石展位能给卖家带来哪些好处	187
9.2 钻石展位的推广形式有哪些	188

9.2.1 单品推广	188
9.2.2 店铺推广	188
9.2.3 活动推广	189
9.2.4 品牌推广	190
9.3 怎么购买钻石展位	190
9.3.1 开通钻石展位的入口	190
9.3.2 钻石展位开通流程	192
9.4 怎么高效利用钻石展位做推广	192
9.4.1 明确使用钻石展位的目的	193
9.4.2 哪些因素会影响到钻石展位的效果	195
9.4.3 钻石展位的投放技巧	196

第 10 章 加入聚划算，让疯抢升级 202

10.1 了解淘宝聚划算	203
10.1.1 聚划算是什么	203
10.1.2 怎么进入聚划算	204
10.1.3 聚划算业务类型	205
10.1.4 参加聚划算会给卖家带来哪 些好处	211
10.2 参加聚划算要注意哪些问题	213
10.2.1 报名参加聚划算的条件是什么	213
10.2.2 参加聚划算的商品图片有哪 些规范	215
10.2.3 什么样的商品更容易通过审核	217
10.3 聚划算活动上线前后的注意事项	219
10.3.1 活动前期报名注意事项	220
10.3.2 活动期间注意事项	221
10.3.3 活动下线后注意事项	221
10.4 怎样才能取得聚划算活动的成功	222
10.4.1 活动商品的选择至关重要	222
10.4.2 确保备货充足	222

10.4.3 找准价格平衡点	223
10.4.4 好的宝贝描述可以抵 10 个客服	224
10.4.5 提前做好客服培训	226
10.4.6 确保发货	228
10.4.7 做好整合营销	228

第 11 章 其他常见促销策略 231

11.1 了解促销活动的含义和作用	232
11.1.1 促销活动的含义	232
11.1.2 促销活动的作用	232
11.2 如何做好促销活动	234
11.2.1 选择合适的促销时机	234
11.2.2 选择合适的促销商品	236
11.2.3 避免促销误区	238
11.3 几种常用的店铺促销方法	240
11.3.1 打折促销	240
11.3.2 包邮促销	241
11.3.3 赠品促销	243
11.3.4 限时限量促销	244
11.3.5 积分促销	246
11.3.6 红包促销	247
11.4 怎么让旺季更旺，淡季不淡	248
11.4.1 淘宝卖家旺季如何做促销	248
11.4.2 淡季怎么做促销	249

第 12 章 淘宝网外推广也有意外惊喜 ... 251

12.1 利用搜索引擎推广网店	252
12.1.1 登记搜索引擎	252
12.1.2 利用百度推广店铺	255
12.2 利用其他类型网站推广网店	256
12.2.1 利用网摘推广网店	256

12.2.2 利用分类信息网站进行网店宣传	258
12.3 聊天工具推广	260
12.3.1 通过 QQ 工具推广	260
12.3.2 通过微信推广	263
12.4 经营人气博客推广网店	264
12.4.1 利用博客推广的意义	265
12.4.2 怎么打造优质的博客	266

12.4.3 如何提高博客访问量	270
12.5 微博也能做推广	272
12.5.1 设置微博账号资料	273
12.5.2 实施微博营销的小技巧	274
12.6 电子邮件和短信推广	278
12.6.1 怎么用电子邮件推广网店	278
12.6.2 手机短信广告推广网店	281



第 3 篇 客户服务篇

第 13 章 怎么做一个好客服

13.1 客服应具备的基本能力和专业知识	285
13.1.1 计算机网络知识	285
13.1.2 商品专业知识	285
13.1.3 淘宝交易规则	285
13.1.4 物流知识	286
13.2 好客服是如何提高交易成功率的	286
13.2.1 成功达成交易的必要条件	286
13.2.2 善于分析买家心理, 激发购买欲	287
13.2.3 掌握适当方法, 促成交易	290
13.3 怎么维护客户关系	293
13.3.1 尊重客户	293
13.3.2 替客户着想	294
13.3.3 管理客户资料	294
13.3.4 定期联系客户	294
13.3.5 过硬的售后服务	294
13.4 注意与客户沟通的技巧	295
13.4.1 与客户沟通的基本法则	295
13.4.2 怎么应对各类型买家	297

13.4.3 做一个耐心、专业的客服

第 14 章 好的销量离不开完善的售后服务

14.1 网店售后服务要注意哪些事项	302
14.1.1 树立正确的观念	302
14.1.2 交易结束及时联系	302
14.1.3 跟踪包裹	302
14.1.4 交易结束认真评价	303
14.2 怎么化解“危机”	304
14.2.1 合理的退换货政策是前提	304
14.2.2 怎么处理交易过程中的矛盾和冲突	306
14.2.3 怎么正确处理中差评	307
14.3 怎么留住老客户	310
14.3.1 进行售后回访	310
14.3.2 多为买家着想	311
14.3.3 介绍合适的商品给新买家	311
14.3.4 建立会员制度	312
14.3.5 定期举办优惠活动	312
14.3.6 针对老顾客进行二次营销	313

第1篇

前期推广篇

第1章 为什么要做网店推广

第2章 找准店铺定位，赚钱更轻松

第3章 学会定价，是网店推广营销的基础

第4章 人靠衣装，网店营销要“包装”

第5章 用好阿里旺旺，让生意旺起来

第6章 不花钱也能给自己店铺做推广



第1章

为什么要做网店推广



韩国代购2014春装新款黑白格连衣裙韩版修身七分袖打底OL打底裙女

¥ 139.00

最近9586人成交

免运费

741条评论

这是一个物质极其丰富的年代，也是一个商业空前繁荣的年代，电子商务的出现，不仅为买家提供了在家即可购物的平台，更为卖家开启了一个网络创富的新时代。时代在发展，淘宝在不断更新、优化，买家的眼光也变得越来越挑剔，现在早已不是当年在家坐等收钱的年代了。在淘宝这个“战场”中，机会只属于那些懂规则、懂操作，更懂得如何去给自己的网店做推广、搞营销的卖家们。



1.1 淘宝店主面临的现状——机遇与挑战并存

自 2008 年以来,受全球金融危机影响,我国多数行业都受到了不同程度的冲击,但包括网络零售在内的电子商务行业却搭乘网络经济的快车一路繁荣,成为金融危机背景下经济增长的一大亮点。

面对激烈的市场竞争,阿里巴巴公司于 2003 年投资 4.5 亿元创办淘宝网,在短短 2 年内,迅速成为国内最大的电子商务平台。据淘宝最新数据统计,淘宝注册会员人数早已突破 3.7 亿人,覆盖了中国绝大多数网购群体,日均交易额接近 200 亿元,2013 年的“双十一购物狂欢节”仅在短短一天内就创造了 350 亿元的销售神话。网上开店投资小、回收快、利润可观、不受时间和空间限制的特点,无疑是一条理想的创业途径。

机遇与挑战是并存的,巨大的市场也对应着巨大的市场竞争,每天都有不计其数的淘宝店主加入淘宝掘金的行列。有人统计,几乎每 20 个人里面就有一个做电商的,淘宝网内同一件产品会有多达几千家的商家竞争。可以说,淘宝早已经过了开店就能赚钱的时代,如果不用心去做,几乎很难拨得云开见月明。

1.2 淘宝店主开店的几个误区

淘宝每天都有数千家的店铺开张,同时也有数千家的店铺倒闭。淘宝店铺的推广运营诚然比几年前要辛苦很多,但是电商之路还远未到白热化状态,还依然有相当大的发展空间。为什么有人觉得网店难做?我们先来分析淘宝店主开店常见的几个误区。

1.2.1 盲目开店,跟着感觉走

很多人通常都是看到朋友在做淘宝,或者在网上看到做淘宝挺赚钱,自己也一时头热开了个店铺。开店前也没有做具体的分析和思考,具体卖什么东西,怎么卖,基本都是凭感觉在做。还有些看到什么好卖,自己店里就挂什么,就像做了个杂货铺。这样做的结果,不乏有运气好活下去的,但大多数都跑不掉被淘汰的命运。

1.2.2 不清楚规则，错误跟风

我们会经常见到有些卖家还没弄清楚淘宝的基本规则就到处求收藏、求流量、求帮忙刷单。淘宝搜索排名规则时刻在变，尤其是 2010 年 7.8 规则以来，搜索排名又注入了很多新的因素，也越来越趋于成熟完善。有太多的店铺懒得研究这些规律，就想着盲目跟风钻系统的漏洞，最终因为这样那样的操作被淘宝处罚、扣分甚至降权封店。如何获得更多流量，怎么更好地将流量转化成销量都是我们真正该思考的问题。



7.8 规则是指自 2010 年 7 月 8 日起，淘宝搜索排序规则作出调整，卖家服务质量对排序的影响权重将大大增加。卖家的违规扣分程度、退款次数和比例、投诉笔数等，将直接影响卖家在淘宝搜索结果中的排位。同时，作弊记录也已经开始累积并存档了，作为卖家服务质量的因素之一。另外要注意的是，淘宝规则是每年都在改变的。

1.2.3 没有计划，主次不分

很多人把店开起来以后，会有一个比较迷茫的阶段，有守株待兔的，有花大价钱装修店铺的，有忙忙碌碌群发广告、找人刷单的，看起来一天到晚都很忙，但是店里一单都卖不出去。这就是没有计划、主次不分的表现，成功了，不知道为什么；失败了，也不知道为什么，没有一个整体的店铺计划，也完全没有搞明白自己店铺的营销推广策略。

1.3 网店推广是什么

在传统卖方市场下，只要商品质量过硬，就会有顾客盈门。但是进入市场经济后，随着大量商品的生产和种类的细分，消费者有了更多的选择，“好酒不怕巷子深”的理论早已不再那么适应买方市场了。需要对店铺甚至单种产品进行适当的营销推广，让更多的人知道并光顾它，才有机会获得人气和达成一些交易。

网店推广是什么？通俗地说，推广也就是一种广告，通过各种宣传方式让更多的网民打开你的网店，认识你的产品并产生购买的欲望。淘宝推广的效果，就是让商品的自然排名在类目搜索

或者关键词搜索前几名的位置,越多商品排名靠前,就说明推广做得越成功。推广的方式多种多样,有收费的也有免费的,根据不同时期不同情况来决定使用何种推广方式,才能收获效果。当然营销推广绝不只是访问别人的店铺那么简单,网上网下都有多种推广渠道,这些我们后面会学习到。

1.4 做好网店推广能给我们带来什么好处

开店是为了赚钱,要让自己的店铺有好生意,首先要做的就是提升店铺的人气,只有让更多的买家光顾自己的店铺,才有更多可能将商品卖出去。网店生意的火爆,跟好的网店推广脱不开关系。

1.4.1 有利于提高店铺排名

在淘宝开店的商家何其多,如何在众多店铺当中脱颖而出,这就需要通过提高店铺在淘宝搜索中的排名,使其靠前展示。

流量、人气、信誉等诸多因素都影响着店铺排名。排名越靠前的店铺,被买家搜索到的机会就越高,因此,买家对店铺的推广和排名的优化利于提高店铺排名。

1.4.2 有利于提高店铺销量

店铺的流量和成交量是成正比的,每天几个IP访问跟上万个IP访问的差别是显而易见的。淘宝网号称每天有4亿次的搜索流量,可是仍然有不少卖家因为缺流量而叫苦不迭。懂推广的卖家,从宝贝主图、标题关键词、上下架时间调整上下些功夫优化,增加搜索流量不是难事。有流量才会有成交量,而网店推广能快速地给店铺带来流量。当然,要注意的是我们这里是指获取有效流量。

1.4.3 有利于帮助挖掘更多潜在客户

推广的目的还不仅仅是为了直接给店铺带来流量,更多的是为了吸引更多人关注我们的商品。不断地推广能提高店铺和产品的曝光率,也就加深了产品在顾客心中的印象。当越来越多的人关注到并且记住我们的产品,这就是我们的潜在客户。

1.4.4 有利于树立品牌形象

好的店铺卖的不仅是自己的产品，更是店铺的形象，网店推广宣传的过程也是宣传自己品牌的过程。好的推广带来销量的同时，我们店铺的品牌和信誉度也在不断地提高。把一家网店做成一个品牌，我们就成功了。

1.4.5 有利于培养回头客

做网店推广有一个研究的关键点就在于怎么培养顾客忠诚度，留住老客户。老客户在很大程度上比新顾客容易被打动，培养老客户所需的成本也更低，老客户还能为我们带来新客户，是一家网店做好口碑营销的关键因素。店主怎么跟客户建立良好关系、怎么刺激老客户购买、需要投入哪些活动，这都是网店推广需要研究的问题。

1.5 影响网店宝贝排名的因素

淘宝有个销量公式，那就是销量=流量×转化率，而流量跟我们店铺及宝贝的展现量和点击率有关，是指有多少个客户可以看到我们的宝贝并且点击宝贝进入我们的店铺。淘宝网中有数十亿种商品，但每页的搜索结果也就那么几十种，每个淘宝店主都想要自己的宝贝有个好的排名，那么，影响网店宝贝排名的因素有哪些呢？

1.5.1 交易量

交易量包括交易总量和交易笔数，交易量在某种程度上直接反映了一个店铺和一个宝贝受欢迎的程度，也是买家在选购商品的时候最喜欢的一个参考因素。一般而言，成交量越大的宝贝排名越靠前，在同等交易量的情况下，交易金额大的宝贝排名要高于交易金额小的。

但是要注意的是，如图 1-1 所示，淘宝呈现的搜索结果是按成交人数计算的，也就是说一个人即使买了 1000 件宝贝，也只显示成交一人。因此，店家们在搞不懂排名规则的情况下，也不要盲目地去刷销量，如果导致排名上不来，严重的话还会被淘宝判为虚假交易，全店降权就得不偿失了。



图 1-1 人气宝贝排名搜索



旺旺提示

销量排名是不计算淘宝官方活动（如天天特价、聚划算、淘金币）的销量的，也就是说通过活动得来的销量是不会计入销量排名的。

1.5.2 转化率

转化率是指买家看了你店铺的宝贝后，产生购买行为的访客比例，比如说，一个店铺的宝贝有 100 个人看过，最后成交了 5 笔，那么这个宝贝的转化率就是 5%。转化率会影响到我们的搜索排名和类目排名，搜索转化率越高，宝贝人气分就越高，排名也就越好。宝贝转化率是按照不同流量来源进行计算的，并且是和同行业同级别的卖家作比较。



旺旺提示

淘宝销量公式：销量=流量×转化率，流量与店铺及宝贝的展现量和点击率有关，是指有多少个客户可以看到我们的宝贝并且点击宝贝进入我们的店铺。

1.5.3 相关类目

在发布宝贝时一定要选择合适的类目，是连衣裙就放在连衣裙类目下，这样买家在搜索连衣