

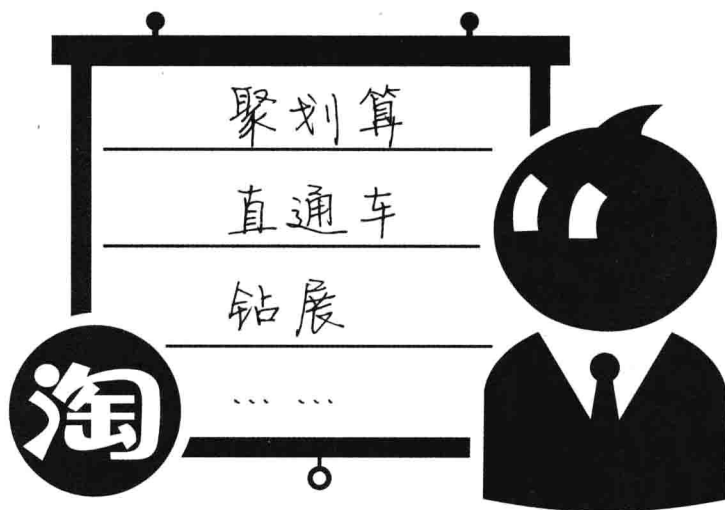
一本书解决网店推广难题

BroadWell



淘宝网店 推广策略和工具大全

崔恒华 编著



淘宝网店 推广策略和工具大全

崔恒华 编著

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京•BEIJING

内容简介

中小卖家想做大,大卖家想做强,淘宝商家想迅速打开品牌知名度。大家都要在众多卖家中脱颖而出,如果单守株待兔,可能永远都没有热销的那一刻。对于很多新开店或者中小卖家来说,要迅速打开销路,推广是网上开店人员必须学习和融会贯通的入门课程。

本书作者中既有 10 多年经验的金冠级卖家,也有电子商务营销专家,曾编写了多本淘宝开店营销类的畅销图书。本书针对网上开店商品的销售,介绍了如何使用各种工具宣传推广自己的网店以及各种推广策略方法的使用。主要内容包括推广店铺前的准备工作、店内优化推广留住顾客的秘诀、用好阿里旺旺、利用淘宝免费资源来推广网店、淘宝论坛免费推广、满就送的使用技巧、直通车推广打造爆款带动全店营销、利用淘宝客为你推荐店铺、吸引优质流量的神器淘金币、钻石展位引爆店铺销量狂潮、免费试用让店铺流量涨不停、聚划算引发团购狂潮、借力供销平台扩大销售渠道、精选天天特价商品享疯狂促销、在淘宝营销平台订购各类促销工具、在淘宝店铺外进行推广的技巧、制定网店促销策略、采取不同的成交策略达成交易。

本书适合已经开办了自己的网店,想提高营销水平、扩大经营的淘宝网店主阅读,也适合希望拓展网络市场的企业及有意进行网络营销的个人阅读,同时本书也可作为电子商务营销培训的参考教材。

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

淘宝网推广策略和工具大全 / 崔恒华编著. -- 北京: 电子工业出版社, 2014.5
ISBN 978-7-121-22759-2

I. ①淘… II. ①崔… 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 059294 号

责任编辑: 徐津平

印刷: 北京中新伟业印刷有限公司

装订: 河北省三河市路通装订厂

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: 20.25 字数: 421 千字

印次: 2014 年 5 月第 1 次印刷

印数: 4000 册 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。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言



中国互联网络信息中心统计显示，截至 2013 年 6 月底，我国网民规模达到 5.91 亿，网络购物成增长最快的应用。2012 年中国网络购物的交易总规模为 1.3 万亿，增长了 66%。2013 年预计整个市场还有 40% 以上的增长。中国网络购物交易规模已经超过美国成为全球最大的网络购物市场。中国消费者的消费热情和消费力超乎想象。展望未来几年的发展，网络购物市场依然会维持相对较快的成长，相比国外及国内传统商务市场，网络购物的空间还有很大，网购市场前景依然十分诱人。

随着网络购物的不断发展，开网店的人越来越多。在淘宝开店竞争越来越激烈，有些商品数量都在几十甚至上百万，很多店铺经常遇到的是一天没有几个咨询的顾客，甚至有的最终关门了，为什么呢？由于网络营销推广知识的欠缺，使店铺停滞不前，要突破这种瓶颈，必须掌握更多的店铺推广策略和工具。为了更好地帮助卖家在网上开店，提高产品的销售量，赚取更多的利润，我们编写了这本书。

本书主要内容

本书是一本系统地讲解网上店铺推广策略和工具大全的书籍。本书所讲的推广策略和方法都是非常简单、非常实用的营销技巧，读者可以在非常短的时间内就完全掌握并且套用到自己的网店中去。

本书针对网上商品的销售，介绍了如何使用各种工具宣传推广自己的网店以及各种推广策略方法的使用。主要内容包括推广店铺前的准备工作、店内优化推广留住顾客秘诀、用好阿里旺旺、利用淘宝免费资源来推广网店、淘宝论坛免费推广、满就送的使用技巧、直通车推广打



造爆款带动全店营销、利用淘宝客为你推广店铺、吸引优质流量的神器淘金币、钻石展位引爆店铺销量狂潮、免费试用让店铺流量涨不停、聚划算引发团购狂潮、借力供销平台扩大销售渠道、精选天天特价商品享疯狂促销、在淘宝营销平台订购各类促销工具、在淘宝店铺外进行推广的技巧、制定网店促销策略、采取不同的成交策略达成交易。

本书特色

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。因此推广工具的使用技巧也是大多数网店主迫切需要的。希望通过本书的学习，能够让更多掌柜根据店铺的实际情况合理地选择使用淘宝的这些工具，在自己的店内、站内、全网做推广。

- ◆ 现在书店里有关网上开店的书籍虽然不少，但真正讲“实战”的并不多，很多都是初级开店的图书，关于网店的推广前的准备工作、免费推广策略、通往大卖家必备工具软件、网店促销与达成交易的策略方面都很少介绍，本书主要介绍了这些营销和推广方面的技巧。
- ◆ 本书作者中既有 10 多年经验的金冠级卖家，也有的电子商务营销专家，曾编写了多本淘宝开店营销类的畅销图书。
- ◆ 本书大部分的技术都是经过本人或者其他卖家证明过的确实有效的技术，都能够实实在在帮助卖家的店铺提高利润。
- ◆ 本书的内容都是作者在推广网店过程中使用经验的精华总结，涵盖了网店推广宣传过程中遇到的许多细节问题。
- ◆ 本书把目前最流行的营销理念运用到淘宝平台，所有经验都在淘宝店铺中得到过实际验证，已经获得了巨大的成功。
- ◆ 本书按照最新改版的淘宝界面进行编写，介绍了淘宝最新出的一些营销工具和营销案例，让你不会有过时或找不到界面的困扰。

本书适合读者

本书适合已经开办了自己的网店并想提高营销水平、扩大经营的淘宝网店主阅读，也适合希望拓展网络市场的企业及有意进行网络营销的个人阅读，同时本书也可作为电子商务营销培训的参考教材。

本书由经验丰富的网店老手与网络技术高手陈石送编写，同时也得到了众多网络店主的支持，在此表示衷心的感谢。本书参加编写和整理素材的还有郭海旺、孙东云、邓静静、张连元、孙素华、徐洪峰、王冬霞、刘桂香、何海霞、葛俊科、葛俊彬、孙起云、吕志彬、马武帮等。由于作者水平所限，书中可能还存在疏漏和不足之处，欢迎读者朋友不吝赐教。

目 录

第1章 淘宝推广，你准备好了吗..... 1

1.1 分析自己店铺的经营现状..... 1

1.1.1 人均浏览页面数..... 1

1.1.2 人均页面停留时间..... 2

1.1.3 店铺后台数据分析..... 2

1.2 为什么要做网店推广..... 3

1.3 店铺定位..... 4

1.3.1 为什么要定位..... 4

1.3.2 怎么定位店铺..... 5

1.3.3 店铺定位常见误区..... 5

1.4 店铺运营心态..... 6

1.4.1 店铺运营要恒心..... 6

1.4.2 店铺运营要信心..... 6

1.4.3 店铺运营要耐心..... 7

1.5 淘宝店铺推广中的误区..... 8

第2章 店内优化推广，留住顾客的 秘诀..... 10

2.1 标题的优化——更加吸引买家..... 10

2.1.1 宝贝标题怎样组合最好..... 10

2.1.2 如何让你的宝贝标题更吸引人..... 12

2.1.3 设置关键字让你的店铺拥有高 访问量..... 13

2.1.4 利用工具快速优化宝贝标题..... 14

2.2 宝贝描述优化——让商品多些看点..... 15

2.2.1 撰写宝贝描述的注意事项..... 16

2.2.2 写好售后服务内容..... 17

2.2.3 产品权威证书..... 18

2.2.4 买家真实好评..... 19

2.2.5 骄人成交量..... 19

2.3 图片优化——店内留客秘诀..... 20

2.3.1 准备出色的商品图片..... 20

2.3.2 详细的商品细节图..... 22



2.3.3 使用模特实拍	23
2.3.4 为照片添加相框吸引顾客	23
2.4 店铺装修的好坏与生意的好坏	
密不可分	25
2.4.1 设计有特点的店招,吸引顾客	
眼球	25
2.4.2 巧用店铺公告,提升流量	26
2.4.3 通过促销区活动提升购买转化率	27
2.4.4 设置好分类,方便买家快捷的	
购物	28
2.5 商品发布推荐技巧	28
2.5.1 合理安排上架时间,让流量多翻	
几倍	28
2.5.2 选好橱窗推荐,增加店铺浏览量	30
第3章 用好阿里旺旺,生意不旺都不行	32
3.1 巧妙设置旺旺状态信息为店铺做广告	32
3.2 使用阿里旺旺增加流量的技巧	35
3.3 旺旺分组管理,打造特色的旺旺群	36
3.4 “旺”遍天下让你如虎添翼,在店铺	
添加多处旺旺图标	37
3.5 手机旺旺帮你赚大钱,24小时在线	
生意不会丢	41
3.6 巧设阿里旺旺,让别人用关键词找你	44
3.7 阿里旺旺安全特性	45
3.8 如何防止旺旺的骚扰信息	46
3.9 巧妙利用旺旺群推广中的“私聊”	
推广	47
3.10 巧用恰到好处的旺旺表情,促使交易	
过程顺利进行	48

第4章 利用淘宝免费资源来推广网店	50
4.1 淘宝站内流量	50
4.1.1 自然搜索流量	50
4.1.2 淘宝活动流量	57
4.2 免费自然流量——淘宝搜索“拉客”之道	59
4.2.1 网店流量有哪些指标	59
4.2.2 打造爆款人气宝贝必胜攻略	59
4.2.3 宝贝标题优化的不同时期要选用不同的词	62
4.2.4 数据分析引爆自然流量	63
4.3 互相添加友情链接增加店铺流量	64
4.4 相互收藏店铺增加人气互相推广	66
4.5 灵活运用信用评价也是推广的妙招	67
4.6 参加店铺优惠券,与淘宝网一同促销	67
4.7 网商联盟中小卖家的互助成长摇篮	68
第5章 淘宝论坛免费推广,不花钱让店铺流量暴增	71
5.1 论坛推广策划	71
5.1.1 成功的论坛推广就是整合营销	72
5.1.2 论坛推广的方法	73
5.2 怎样发精华帖,赢取百万流量	77
5.2.1 精华帖是如何炼成的	77
5.2.2 精华帖题材的选用技巧	79
5.2.3 让自己的帖子成为人见人看的	
热帖	81
5.3 论坛发帖推广秘诀	83
5.3.1 高效地在淘宝论坛发帖推广产品	83

5.3.2 外部论坛发帖, 疯狂推广你的 主推产品	84	7.3.1 加入淘宝直通车	110
5.3.3 让自己的帖子永远火爆的回帖 顶帖技巧	85	7.3.2 新建推广计划	111
5.3.4 如何抢“沙发”, 提升浏览量	86	7.3.3 推广新宝贝	113
第6章 满就送不仅赚钱, 还赚人气	88	7.3.4 设置推广计划	115
6.1 什么是“满就送(减)”	88	7.4 质量得分优化	118
6.2 “满就送(减)”的功能	89	7.4.1 什么是质量得分	118
6.3 开通设置“满就送(减)”, 销量翻番 不是梦	91	7.4.2 质量得分的影响因素	118
6.3.1 开通“满就送(减)”	91	7.4.3 如何优化质量得分	119
6.3.2 如何设置“满就送(减)”, 达到 促销效果	93	7.5 如何提升直通车的点击率	120
6.3.3 送什么才能吸引买家	97	7.5.1 选择关键商品	120
6.4 用好“满就送(减)”的技巧	98	7.5.2 直通车主图	121
第7章 直通车推广, 打造爆款带动 全店营销	101	7.5.3 推广标题	123
7.1 直通车概述	101	7.5.4 适量的宝贝数量	124
7.1.1 什么是淘宝直通车	101	7.5.5 排名位置	125
7.1.2 直通车广告展示位置	102	7.5.6 关键词优化	125
7.1.3 直通车的计费方式	104	7.6 直通车优化让你轻轻松松开车	125
7.1.4 开通直通车的优势	104	7.6.1 挑选合适的宝贝推广	126
7.1.5 哪类产品和店铺最适合做淘宝 直通车推广	105	7.6.2 如何正确选取关键词	126
7.2 直通车推广方式	106	7.6.3 为关键词合理定价	128
7.2.1 宝贝推广	106	7.6.4 如何将推广效果最大化	129
7.2.2 定向推广	107	第8章 利用淘宝客为你推广店铺	130
7.2.3 活动推广	108	8.1 淘宝客概述	130
7.2.4 明星店铺推广	109	8.1.1 什么是淘宝客推广	131
7.3 开通直通车推广	110	8.1.2 淘宝客推广的优势	131
		8.2 怎么做淘宝客推广	132
		8.2.1 登录淘宝客推广	132
		8.2.2 如何写好掌柜推广计划	133
		8.2.3 设置佣金	135
		8.2.4 主推商品的选择	137
		8.3 怎样才能做好淘宝客推广	138



8.3.1 关于卖家的心态调整	139
8.3.2 如何寻找淘宝客	139
8.3.3 我们为什么选择淘宝客	140
8.4 如何吸引更多的淘宝客来推广你的商品	141

第9章 吸引优质流量的神器——淘金币

9.1 淘金币平台简介	143
9.1.1 淘金币平台简介	144
9.1.2 淘金币入口在哪里?	145
9.1.3 怎样获取淘金币	145
9.2 淘宝营销之淘金币	148
9.2.1 利用淘金币做营销的好处	148
9.2.2 设置卖家淘金币账户	148
9.3 淘金币抵钱活动	152
9.3.1 开启全店淘金币抵钱活动	152
9.3.2 设置淘金币抵钱有什么好处?	153
9.3.3 店铺开通抵钱后,如何在淘金币频道上展示?	153
9.4 参加淘金币活动	154
9.4.1 淘金币活动设置的门槛	154
9.4.2 淘金币报名技巧	154
9.4.3 淘金币活动需要注意什么?	155

第10章 钻石展位引爆店铺销量狂潮

10.1 钻石展位概述	157
10.1.1 什么是钻石展位	158
10.1.2 钻石展位的展现在哪里	159
10.1.3 钻石展位的分类	160
10.1.4 钻石展位的投放流程	161

10.2 如何开通钻石展位	161
10.3 淘宝钻石展位省钱增效的投放技巧	162
10.3.1 推广什么	162
10.3.2 准备好素材是关键	164
10.3.3 竞价技巧	165
10.3.4 钻石展位使用误区	166
10.4 直通车与钻石展位的区别	167

第11章 免费试用让店铺流量涨不停

11.1 试用中心概述	169
11.1.1 淘宝试用中心	169
11.1.2 如何进入试用中心	171
11.2 试用推广促进网店成交	172
11.3 参加试用	174
11.3.1 报名条件	174
11.3.2 卖家试用中心报名	174
11.3.3 为什么我报名试用会不通过?	177
11.4 用好试用中心吸引流量	177
11.4.1 打造爆款	177
11.4.2 关联销售	178
11.4.3 口碑效应	179
11.4.4 二次营销	180
11.5 网店试用推广常见的误区有哪些	181
11.6 网店试用推广如何为“双十一”预热	182

第12章 聚划算引发团购狂潮

12.1 聚划算概述	184
12.1.1 聚划算的定义	184
12.1.2 聚划算有哪些入口	186

12.2 卖家参加聚划算有什么好处	187	13.2.2 成为供应商	204
12.2.1 巨大的品牌曝光	187	13.2.3 写出优质、美观又有吸引力的 招募书	205
12.2.2 提升流量销量, 短小时内爆款	187	13.3 有效管理经销商和分销商	206
12.2.3 快速成长	188	13.4 分销商怎样找到合适的供应商	206
12.2.4 组合营销	189	13.4.1 寻找供应商途径	207
12.2.5 招揽回头客	190	13.4.2 寻找合适的供应商	209
12.3 聚划算如何更快通过初审	190	13.5 如何成为一个成功的淘宝分销商	210
12.3.1 宝贝原因	190	第 14 章 精选天天特价商品, 享疯狂 促销	212
12.3.2 店铺原因	191	14.1 了解天天特价	212
12.3.3 类目原因	192	14.1.1 什么是天天特价	212
12.3.4 其他原因	193	14.1.2 天天特价好处	213
12.4 聚划算活动规则	193	14.2 天天特价招商规则	214
12.4.1 活动上线前	193	14.2.1 天天特价报名要求	214
12.4.2 活动上线中	194	14.2.2 天天特价商家必须遵守的活动 规则	216
12.4.3 活动下线后	194	14.2.3 活动流程	217
12.5 聚划算成功经验	194	14.3 天天特价类型	218
12.5.1 提前备货	194	14.3.1 1 元特价	218
12.5.2 关于价格	195	14.3.2 天天 10 元	219
12.5.3 做好宝贝描述	195	14.3.3 天天店庆	220
12.5.4 客服培训	197	14.3.4 主题街	220
12.5.5 整合营销	197	14.3.5 明日预告	221
12.5.6 团购后的发货	198	14.3.6 天天抢拍	222
第 13 章 借力供销平台, 扩大销售 渠道	199	14.4 天天特价活动报名	222
13.1 供销平台概述	199	14.4.1 如何提高报名通过率	223
13.1.1 供应商加入供销平台的好处	200	14.4.2 如何报名天天特价活动	225
13.1.2 分销商加入供销平台的好处	201	14.5 淘宝天天特价活动的图片规范	227
13.1.3 怎样做好分销	201		
13.2 供应商如何入驻供销平台	203		
13.2.1 入驻条件	203		



- 14.6 选款、定价、关联营销、积极备战
天天特价 230

第 15 章 在淘宝营销平台订购各类 促销工具 234

- 15.1 怎样订购促销工具 234
- 15.2 “淘代码”推广让更多的买家直达
店铺 237
- 15.2.1 什么是淘代码 237
- 15.2.2 淘代码营销的好处 238
- 15.2.3 订购淘代码工具 239
- 15.2.4 新增宝贝代码 240
- 15.3 使用“麦麦”联合营销让店铺的
流量暴涨 241
- 15.3.1 什么是麦麦联合营销 241
- 15.3.2 开通申请联合营销 242
- 15.3.3 联合营销人多力量大 245
- 15.3.4 淘宝联合营销的绝杀秘笈 245
- 15.4 使用“店铺优惠券”实现销量、
流量全面提升 246
- 15.5 合理使用“搭配套餐”提升客单价 248
- 15.6 报名参加活动，订单如子弹飞 250
- 15.6.1 活动报名成功的关键所在 250
- 15.6.2 店铺不同发展阶段活动报名
技巧 252
- 15.7 “双十一”大促助你一战成名 254
- 15.7.1 轻松备战“双十一”大促 254
- 15.7.2 “双十一”大促中小卖家取胜
之道 255
- 15.7.3 揭秘“双十一”大促经验，让
店铺飞跃发展 257

第 16 章 在淘宝店铺外进行推广的 技巧 259

- 16.1 利用搜索引擎宣传 259
- 16.1.1 将网店提交到各大搜索引擎 260
- 16.1.2 如何让搜索引擎快速收录自己
的网店 260
- 16.1.3 搜索引擎优化与竞价排名 261
- 16.2 利用即时聊天工具推广 262
- 16.2.1 通过 QQ 签名 262
- 16.2.2 QQ 空间推广 263
- 16.3 邮件推广，也能让你流量上万 264
- 16.3.1 电子邮件推广 265
- 16.3.2 让客户一定回复邮件的技巧 266
- 16.3.3 邮件推广营销的诀窍 266
- 16.4 淘宝开店博客营销必不可少 267
- 16.4.1 写出优秀的博文，打造博客
营销 268
- 16.4.2 增加博客点击量的妙计 269
- 16.5 玩转百度，轻松增加店铺浏览量 270
- 16.6 在分类信息网站推广 273
- 16.7 登录导航网站 273
- 16.8 微博推广 274
- 16.9 微信推广 276
- 16.10 投放网络广告，带来可观的流量 276
- 16.11 采用传统方式推广 277

第 17 章 制定网店促销策略，让买家 蜂拥而至 279

- 17.1 网上开店营销策略分析 279
- 17.2 有礼“赢”遍市场，玩转赠品促销 280

17.2.1 网上赠品促销	280
17.2.2 赠品促销效果不佳的原因	281
17.2.3 赠品促销的设计规则	282
17.2.4 如何选择合适的赠品	282
17.3 购物积分促销	285
17.3.1 什么是积分促销	285
17.3.2 集分宝超值送, 帮店铺爆单的 积分促销工具	286
17.4 打折促销增加销量有学问	286
17.5 免邮费促销	288
17.6 网店常用的其他促销手段	288
17.6.1 有智慧淡季也可变旺季	288
17.6.2 要想赚钱赚人气抓住节假日	289
17.6.3 怎样做好销售旺季的促销	292
17.6.4 借助“卖点”进行网店的推广	293

17.6.5 口碑营销, 用别人的嘴巴树立 自己的品牌	294
17.7 店铺促销中常见的误区	296

第 18 章 采取不同的成交策略, 尽快 达成交易

18.1 达成交易的必要条件	297
18.2 优惠成交法	299
18.3 保证成交法	300
18.4 从众成交法	301
18.5 机会成交法	302
18.6 赞美肯定成交法	303
18.7 步步紧逼成交法	303
18.8 选择成交法	304
18.9 用途示范成交法	305



第 1 章

淘宝推广，你准备好了吗



开店指导

随着网络购物的不断发展，开网店的人越来越多。然而，好不容易开好了店铺，如果不懂任何营销，最终只有关门的命运。虽然近年来在网上开店的用户越来越多，但是很多店主的收入并不是很高。这正是因为没有很好地解决网店推广的问题。

1.1 分析自己店铺的经营现状

很多卖家会纠结于店铺运营一直不给力，其实大部分原因是缺少前期的一些分析，要做到知己知彼，方能百战百胜。

1.1.1 人均浏览页面数

每一位顾客都拥有一个独立的 IP 地址，也可以说今天店铺中来了多少个顾客就有多少个 IP



值。店铺中的商品页面被顾客浏览的总数就是浏览量，也就是 PV 值。

店内留客工作是可以影响 PV 值的，而店外拉客工作可以影响 IP 值。如果一位顾客在一个网店中只浏览了一个商品页面，则他决定购买的可能性是很小的，如果一位顾客在店铺中连续浏览了多个商品页面，则他决定购买的可能性很大。

当一个网店的 IP 值与 PV 值的比值在 1:1 时，这个店铺是不会有什生意的。当一个网店的 IP 值与 PV 值的比值在 1:5 左右时，这个店铺会有稳定的成交量，但是销售量不会很大。当一个网店的 IP 值与 PV 值的比值在 1:10 左右或者更高时，这样的店铺成交量非常高，随便卖什么商品，生意都会很好。

由此可以看出，要想店铺的生意好起来，则需要想办法提高店铺的 IP 与 PV 比值，而这一点则需要通过店内推广工作实现。

1.1.2 人均页面停留时间

和人均浏览页面数的道理一样，人均页面停留时间也可以用来判断一个店铺是否能留住顾客。由于每个行业产生的性质不同，导致了每个行业顾客在店铺中停留的时间差异很大，所以这里没有办法提供一个具体的时间值来做判断。

建议可以以一段时间内，顾客在店铺内的平均停留时间作基数，并记录下这段时间的销售量。然后以后再拿新数据对比，就知道店铺是前进了还是后退了。

顾客人均页面停留时间越长，则店铺留客工作做得越到位。

1.1.3 店铺后台数据分析

如图 1-1 所示通过“量子恒道-店铺经”可以得到店铺的每日、每周的流量高峰期，可以根据得到的流量高峰期数值去安排店铺中商品的上架时间，合理的上架时间就可以为店铺拉来很多顾客。

通过后台数据还可以知道，店铺中最受关注商品有哪些，这样可以为以后的进货起到指导作用。

店铺的后台数据有很多种，每种数据都有其分析的价值，分析出的结果都可以为以后店铺的留客与拉客工作起到指导作用。



图 1-1 通过“量子恒道-店铺经”分析

1.2 为什么要做网店推广

1. 吸引更多人关注，培养潜在顾客

店铺推广的意义不仅是直接带来店铺的销量，更重要的意义在于吸引更多人关注你的产品、你的店铺。持续地推广，可以挖掘更多的潜在顾客。

或许你的产品广告第一次出现时，很多人都记不住，但当你的推广广告总是持续不断出现时，就会在受众的心里留下印象。当某一天顾客需要这个产品的时候，他可能第一个想到的就是记忆中的产品或店铺，或当他再一次看到广告时，很快就下了购买的决心。

2. 有了访问量就有了生意

推广带来流量，有了流量才有成交量。一个每天只有几个 IP 地址访问的网店和一个每天有上万个 IP 地址访问的网店，它们的成交量肯定有天壤之别。可以说，在其他因素一样的前提下，流量和成交量是成正比的。

当然，这里指的流量是指有效流量，并不是通过一些特殊的手段获得的流量。



3. 树立网店的整体形象

推广，从产品选择、店铺装修到各种宣传的方式，无不是在向人们展示自己店铺美丽、诱人的一面，或个性，或大众，或可爱，或优雅……店铺的形象在种种宣传手法中得以体现，宣传的过程也就是树立自己品牌形象的过程。可以说，卖家推广的不仅是产品，更是这个店铺的整体形象，你的店铺如果能成为一个明星级的店铺，它就是一个品牌。

4. 打动老顾客

这也是不断刺激老顾客购买的过程。保持和老顾客的联系，周期性地给他们发一些促销活动的信息。老顾客比新顾客更容易被打动，忠诚度更容易培养。伺候一个老顾客的成本比发掘一个新顾客的成本要低很多。

为什么信誉越高的店铺他们生意越好？很大一部分原因就在于他们都拥有一批忠实的顾客。店铺信誉高的重要性并不在于它积累了多少个好评，而在于它积累了多少个回头客。

有一个三皇冠的老店，掌柜停了两个月没开张，再次开张的时候发现怎么做都达不到以前的销售业绩了。原来是两个月没有开张导致没有人气宝贝了，很多老顾客也选了别的店铺，因为停业，老顾客严重流失。可见，持续不断地推广店铺很重要。

5. 提高店铺排名

网上店铺有千千万万，要在众多店铺中脱颖而出，就需要店铺排名靠前。店铺排名与信誉、流量、收藏量等因素有关。持续不断地推广，信誉不断增长，收藏人数增多、流量倍增，都可以提高店铺排名。

排名越靠前的店铺，被买家看到的机会就越多，信誉越高的店铺，给买家的感觉就越可靠，这是一个良性循环的过程。

1.3 店铺定位

好的卖家都将店铺精准定位，是走低端，中端还是高端路线？先确定好了然后再做。如果建店初期你的店铺定位就很清晰，整个店铺的发展路径和阶段都会比较清晰。

1.3.1 为什么要定位

要想准确定位自己的店铺，首先要分析一下自身面对的优劣条件，准确了解对自己有利和有弊的条件以后，才能准确定位自己的店铺。

在淘宝开店的过程中，前期最重要的工作就是给店铺定位。想想什么是店铺定位？也就是把你的产品以及产品的卖点综合起来。淘宝上有成千上万家的店铺，我为什么去买你的东西？

你的店铺凭什么可以吸引我？当你把店铺的定位和卖点做得非常清晰，非常明确的时候，你就不会被很多事情所困扰，做起推广和宣传就有了很明确的方向，很明确的着力点。所以说，一家店铺的运行之初，店铺的定位是最最重要的。

一个店铺的良好发展，前期的定位十分关键，只有确定大的方向，我们脚下的路才可以走得更稳，更踏实。

(1) 自己的迷失。自己不知道该卖什么，定什么价格，怎么卖，一会向东一会向西。今天想卖男装，明天想卖女装；今天想卖几千块钱的东西，明天又想卖几十块钱的东西。这些都是不会定位的结果。

(2) 稳定消费人群。你的思路不清楚，一会进来的是行货，一会进来的是水货，让你的顾客摸不到头脑，本来喜欢来你这的买家，到头来会因为买来的东西质量不稳定离你而去。

(3) 一个好的店铺定位将影响你的进货思路。一个新手刚开店最苦恼的就是进什么，到了批发市场头就晕了，假如你知道你要什么质量的产品，什么类型的产品，你还会晕吗？肯定不会吧。

1.3.2 怎么定位店铺

首先从自己所长，从自己懂的行业入手。俗话说隔行如隔山，好多人都认为自己的行业不好，不赚钱，放着自己所经营的行业不去做，反而从自己不熟悉，自己不懂的去做，为什么，认为利润大。

自己不懂的，进来的货自己都不知道是什么档次的货，何谈什么店铺定位。所以新手还是从熟悉的来着手做吧，即使利润少一点，也能做到心中有数，总比做自己都没底的要好吧。

其次，选择好大致的消费人群。不是全做高档的就一定赚钱，像游戏点卡类的商品，还是越便宜的销路越好，他们针对的主要是青年的消费者，虽然消费人群多，但由于经济实力不佳，他们的消费水平就低。如果经营高档珠宝首饰的，最好还是做高档的比较不错，消费得起玉器、钻石之类商品的消费者他们担心的可能不会是价钱问题，而是质量问题。

1.3.3 店铺定位常见误区

在做店铺定位的过程中，很多朋友都会进入这样的误区。没有计划，不懂货源，也不知道行业潜规则，就这样盲目开店，人云亦云。或者有的是跟风模仿，抄袭别人的店铺，完全没有自己的特色和规划，结果店铺越做越小，越做越差，有的甚至关门歇业了。

那么怎么避开这些误区，走出这些误区呢？

(1) 挖掘自己的兴趣特长，你对哪个行业？哪个产品比较了解，比较熟悉，你就做哪个。