

TMAIL 天猫

玩转天猫 系列宝典

立足**天猫**

巧妙玩转 精准引流

天 猫◎编著

TMAIL 天猫

天猫
·出品·

品牌运营必读宝典

引流技巧由浅入深 推广工具深度解析

◎ SEO解读与优化 ◎ 直通车从入门到精通 ◎ 钻石展位提升技巧

清华大学出版社


玩转天猫 系列宝典

巧妙玩转 精准引流

天 猫◎编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书由电商讲师和资深流量实操团队共同编写，是一本天猫店铺流量基础操作流程指导手册。全面助力电商从业者及电商专业学生梳理、搭建运营岗位知识体系，夯实电商从业基础，掌握专业化引流方法与知识。

本书内容涉及从天猫店铺引流基本概念到工具实操，从操作技巧到流量建立，由浅至深，一目了然。第1章主要围绕天猫店铺流量以及基础知识进行解读，并针对引流涉及的工具进行阐释，让读者有个整体概念。第2~6章逐一介绍天猫引流的各种手段和工具，涵盖自然搜索优化、直通车推广、钻石展位、品销宝、淘宝客等天猫运营推广中最重要的内容。第7章介绍的新流量模块是当前非常流行的推广手法，通过这些内容，可以让读者了解到热门的引流推广方式。

本书可作为各类院校电子商务及相关专业的教材，更是网络创业者和电子商务从业人员的必备参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

巧妙玩转精准引流 / 天猫编著. — 北京：清华大学出版社，2017

（玩转天猫系列宝典）

ISBN 978-7-302-48457-8

I. ①巧… II. ①天… III. ①电子商务—网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 223722 号

责任编辑：秦 健

封面设计：杨玉兰

责任校对：胡伟民

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市春园印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：22 字 数：496 千字

版 次：2017 年 10 月第 1 版 印 次：2017 年 10 月第 1 次印刷

印 数：1～11000

定 价：79.00 元

产品编号：076804-01

编委会

主 编：天 猫

编委人员：（以下人员排名不分先后）

王 燕 兰政荣 孙 瑜 伍 丹

颜 希 徐 云 张凯祥

序 言

PREFACE

天猫自成立之日起始终以阿里巴巴“让天下没有难做的生意”这一使命作为初心而奋力前行，一路走来，全球商家以及阿里生态系统中的合作伙伴不离不弃、风雨同舟，与天猫一起创造了一个又一个的奇迹，打破了一个又一个的纪录。

今天的天猫已经成为新零售领域中万众瞩目的首选平台。天猫也持续地从商家经营全链路赋能的各个方面完善商业基础设施建设，不断在商家经营生态环境的范畴进行调整、创新、改革。在2016年推出了天猫直播、内容运营、天合计划等一系列的新玩法、新形态及运营策略，为商家“立足天猫平台，玩转阿里生态，赢在全球市场”打下了坚实的基础。

在这个充满变革和挑战的时期，众多天猫商家迫切需要全面且深入地了解平台规则及运营方法论。与此同时，全球商家也正在加速进入天猫这个大家庭。虽然各国生意环境及运营方式存在着多样性，但对于正在快速进入平台的商家，平台期望他们能及时适应平台的商业环境，快速进入常态化的运营，实现业绩的飞跃式增长。

在这一背景下，天猫运营中心编写了“玩转天猫系列宝典”丛书，将从商家需求出发让商家全面了解天猫、认识天猫、玩转天猫；为商家入驻、经营提供全方位运营指导，帮助商家有针对性地制定运营和推广策略，提升运营效能，优化全盘生意。

本丛书包含三个系列共九本，具体如下。

“走进天猫”系列共两本，包含《天猫规则宝典》（电子书）和《天猫工具大全》。《天猫规则宝典》主要围绕开店、运营、续签、退出的各个环节，将天猫经营全链路中涉及的规则、所需资质、流程进行了系统性、全方位的深入解读。《天猫工具大全》则详细解读了天猫商家经营过程中使用的天猫出品的工具产品知识。本系列旨在为帮助商家更快、更好地走进天猫提供规则解读和工具使用查询。

“立足天猫”系列包含《高效打造全能运营》《巧妙玩转精准引流》《轻松搞定店铺视觉》《快速养成金牌客服》四本。分别从运营、流量、视觉、客服四个角度阐述立

是天猫需要具备的各种技能，如店铺运营体系如何搭建，如何获得免费流量，推广直通车怎么开，店铺粉丝如何运营，如何运用视觉营销和客服技巧提升转化率和客服体验等，为商家运营天猫店铺提供系统完整的知识，为立足天猫打下坚实的基础。

“赢在天猫”系列包含《全链路运营解析》《营销实战解密》《进阶引流揭秘》三本，既有从商家精细化运营思路角度的深入阐述，也有各类目运营关键点及玩法介绍，更有商家经营过程中的精彩案例深入剖析解读，为店铺进阶提效指明运营方向，提供借鉴参考。

“玩转天猫系列宝典”丛书是天猫为商家提供的一整套平台经营链路玩法指南，将从系统性角度为天猫商家运营提供落地执行全方位的指引。新入驻及入驻时间尚短的商家不仅可以通过本丛书深入浅出地了解专业的运营知识，更能深切体会到电商团队组建的核心要义。而入驻天猫时间较长、有一定体量的商家则能更好地通过本书梳理团队的运营节奏、玩法，并通过对书中行业有建设性内容的理解，更好地推动企业电商业务在本行业中的迅速发展与崛起。本丛书不仅可以作为天猫商家经营指导丛书，对电商从业者而言更是一套科学的建构电商思维的实用学习手册，将助力电商从业人员迅速构建对电商的体系化认知，夯实电商从业人员的运营知识基础，促进电商从业人员整体电商运营能力提升。另外，本丛书对于电子商务专业的院校学生而言，则摒除了以往电商书籍中空洞的理论知识内容，更多地融入实操性、实战性内容，更好地将理论与实践、学校与社会相衔接，让大学生学有所得、学有所用、学以致用，是一本真材实料干货满满的实践教科书。

天猫作为全球品牌运营主阵地，将充分与商家进行更多深度、生动且良好的合作与互动，不断通过诸如“玩转天猫系列宝典”丛书的赋能方式及商家成长赋能方法论，帮助商家更快速地融入天猫生态体系，从而使商家获得最佳商业收益，并将与商家一道将天猫打造成为全球消费者挚爱的品质购物之城！

靖建

阿里巴巴集团副总裁

2017年6月

天猫

巧妙玩转精准引流

前言

电子商务发展至今，已成为现代商业的重要组成部分。现代商业，要求商家围绕消费者日益增长的需求，提供丰富的产品和服务。商家线上网店交易的促成，一般由以下路径构成：消费者访问店铺→通过浏览店铺及商品页面了解各种商品和服务信息→收藏商品或添加购物车→下单购买→给商品评价→交易成功。由此可见，访客是店铺经营活动的基础，有访客才会有成交。而困扰所有商家的一大问题就是顾客从哪里来。尤其是新商家，还没有老顾客的累积和沉淀，应当如何从零开始破局？本书从流量运营的角度为商家解除困惑。

本书介绍了天猫平台上目前主要流量渠道的特征和运营方法，便于广大读者正确认知不同渠道的流量运营原理，从而找到适合自己店铺的方法。关于阅读顺序，建议先看第1章，第2~7章可以按顺序也可以不按顺序，根据工作的实际需要来选择阅读与学习。各章内容简介如下：

第1章通过对天猫流量的原理解读和真实案例呈现，诠释了天猫流量的本质特点、推动原理、发展壮大之道，并对直通车、钻石展位、淘宝客、自然搜索及其他新流量在内的流量生态作了综述，为学习和运用后面各章内容打下基础。

第2章通过搜索的定义、特征以及影响搜索的基本因素三个方面阐述搜索流量的基本常识，并结合实际案例给出搜索优化常用的方法和技巧。

第3章内容涉及从直通车的原理、规则、类型等基础知识，到直通车操作基本流程、直通车操作优化技巧，全面解读直通车投放思维与流程。

第4章介绍钻石展位（下称钻展）的概念、原理、规则等基本知识，重点解读从零开始投放钻展的基本操作以及钻展优化的基本技巧。

第5章内容涉及品销宝的基本介绍、品销宝推广的建立和投放技巧。

第6章的主要内容为淘宝客的基本原理、淘宝客的开通、淘宝客计划的建立和设置、报表解读，以及淘宝客推广的优化。

第7章解读微淘和达人等新兴流量的基本知识与运营技巧。

本书内容将理论与实操紧密结合，建议大家在学习中循序渐进实践，在实践中掌握知识点及技巧，并针对性地解决问题。

本书由天猫主编，对本书及“玩转天猫系列宝典”丛书中的其他分册做了整体规划指导和内容逻辑的把关，并对全部初稿做了修改和定稿。

参与本书编写的人员及分工如下：第1章由老韵（兰政荣）撰写，第2章由孙瑜、蛋蛋（伍丹）撰写，第3章由艾米（王燕）撰写，第4章和第5章由龙柏（颜希）、老韵（兰政荣）撰写，第6章由晴天（徐云）撰写，第7章由关谷（张凯祥）、晴天（徐云）撰写。

需要提醒各位读者的是，本书涉及的付费工具使用仅供参考，商家读者可以根据实际情况自行选择是否购买或使用。书中二维码请用手机淘宝或天猫客户端扫描查看。电商环境瞬息万变。本书部分内容以及页面截图可能在读者阅读时已发生变化，但是并不影响对本书核心内容的解读，请读者知悉并谅解。商家后台工具的更新内容请在天猫商家成长平台中查询了解，网址：<https://zhiku.tmall.com/>。

另外，本书部分图片来自互联网，有出处的均已注明，无法找到出处的图片，如果您发现，请及时联系我们，邮箱地址：tmallbaodian@list.alibaba-inc.com，我们将在下一版中及时注明或者更正，谢谢理解！

在此，谨希望本书能帮助天猫商家及所经营的天猫店铺走上成功之路。



目 录

CONTENTS



第1章 流量的秘密

1.1 流量秘密.....	2
1.1.1 流量概述	2
1.1.2 流量增长的秘密	4
1.2 术语注解.....	5
1.3 案例：从零开始快速成长.....	10
1.3.1 破零	10
1.3.2 主力推手——直通车	10
1.3.3 高效转化——钻石展位	12
1.3.4 品牌利器——品销宝	12
1.3.5 借力共赢——淘宝客	13
1.3.6 水到渠成——自然搜索	14
1.3.7 成长之路	15
1.4 小结.....	16



第2章 自然搜索优化

2.1 自然搜索概述.....	19
2.1.1 自然搜索的定义	19
2.1.2 自然搜索的特征	22
2.1.3 影响搜索排序的因素	31
2.2 宝贝搜索优化实操案例.....	49
2.2.1 保留商品主要流量词和主要成交词	50

2.2.2	行业内搜索关键词的来源	54
2.2.3	优化宝贝标题	61
2.2.4	自然搜索优化实操中的常见问题	63
2.3	小结	67



第3章 直通车推广

3.1	直通车基本原理	70
3.1.1	什么是直通车?	70
3.1.2	直通车推广规则	70
3.1.3	直通车推广计费方式	71
3.1.4	直通车推广类型分类	72
3.2	直通车操作基本流程	82
3.2.1	直通车开户资质	82
3.2.2	直通车推广操作入口	82
3.2.3	直通车账户充值	83
3.2.4	直通车新建推广计划	84
3.2.5	直通车推广宝贝	93
3.2.6	查看直通车报表	99
3.3	直通车操作技巧	120
3.3.1	关键词推广技巧	120
3.3.2	直通车测款技巧	132
3.3.3	质量得分优化技巧	137
3.4	直通车常见问题解答	140

3.5 小结.....	141
-------------	-----



第4章 钻石展位推广

4.1 钻石展位基础原理.....	145
4.1.1 钻石展位的概念	145
4.1.2 钻石展位投放原理	150
4.1.3 钻石展位天猫店铺准入标准	155
4.2 钻石展位基本操作.....	155
4.2.1 钻石展位操作基本流程概述	155
4.2.2 钻石展位资源位选择	156
4.2.3 钻石展位创意的制作与上传	158
4.2.4 钻石展位全店推广计划	165
4.2.5 钻石展位单品推广计划	171
4.2.6 钻石展位推广效果监控	176
4.3 钻石展位推广规则.....	181
4.3.1 违规处罚规则	181
4.3.2 行业资质	181
4.3.3 上传资质流程	182
4.3.4 创意审核拒绝理由	184
4.4 钻石展位优化技巧.....	186
4.4.1 钻石展位出价策略	187
4.4.2 钻石展位定向布局与测试	196
4.4.3 钻石展位创意排行榜	206

4.4.4	钻石展位数据分析	208
4.5	钻石展位热点问题解答	218
4.5.1	为什么资源位无法投放出去?	218
4.5.2	计划投放方式选择均匀投放还是尽快投放更好?	219
4.5.3	为什么没有可选创意?	220
4.5.4	怎样看待点击率数据及评估创意的点击率高低?	220
4.5.5	什么是达摩盘, 如何申请达摩盘?	220
4.5.6	活动期间如何制定钻石展位推广策略?	221
4.5.7	钻展重复展现的问题?	221
4.6	小结	222



第5章 品销宝推广

5.1	品销宝概述	225
5.1.1	什么是明星店铺?	225
5.1.2	品销宝的创意形式	225
5.1.3	品销宝的收费方式	227
5.1.4	品销宝的投放人群	227
5.2	品销宝如何建立推广	227
5.2.1	注册账号, 账户充值	227
5.2.2	品牌授权	228
5.2.3	新建计划	229
5.2.4	设置推广单元	230
5.2.5	在单元中添加创意	232

5.3	品销宝投放技巧.....	234
5.3.1	品销宝报表查看	234
5.3.2	品牌单店模式	234
5.3.3	品牌多店模式	235
5.4	小结.....	237



第6章 淘宝客

6.1	淘宝客基本原理.....	240
6.1.1	淘宝客概念	240
6.1.2	淘宝客推广优势	241
6.2	淘宝客推广开通及信息完善.....	241
6.2.1	淘宝客推广开通	241
6.2.2	淘宝客推广设置账户基本信息	246
6.3	淘宝客推广佣金设置.....	251
6.3.1	淘宝客推广佣金相关知识	251
6.3.2	淘宝客欠款问题	253
6.4	淘宝客计划设置和优化.....	254
6.4.1	通用计划	255
6.4.2	营销计划	257
6.4.3	如意投推广计划	264
6.4.4	活动计划	268
6.4.5	淘宝客推广报表解读	271
6.5	淘宝客推广优化.....	273

6.5.1	招募淘宝客	274
6.5.2	营销计划优化	276
6.5.2	淘宝客推广建议	280
6.5.3	淘宝客推广防骗	282
6.6	小结	282



第7章 新流量

7.1	微淘	284
7.1.1	微淘概述	285
7.1.2	微淘的发布	289
7.1.3	微淘操作技巧	302
7.2	内容及达人运营	309
7.2.1	达人合作渠道——阿里V任务平台	310
7.2.2	达人的优势	311
7.2.3	常见的内容及达人栏目	312
7.2.4	达人内容运营技巧	325
7.3	小结	336



第1章
流量的秘密

天猫店铺开通后，宝贝都上架了，可以开始正式销售，这时很多商家都会面临一系列问题，流量从哪里来？到哪里去寻找目标客户？有哪些渠道？哪些是健康有效的方式？本书就是关于引流经验总结的宝典，在系统学习本书内容前，先一起了解下流量的秘密，并通过实际案例来体验店铺流量成长之道。

本章重点为您介绍平台流量的规律，以及流量生态系统的构成和相互关系，探索店铺健康成长之路，如图1-1所示。

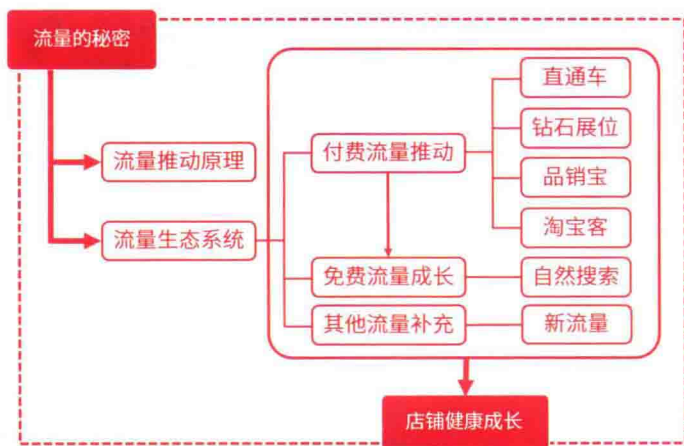


图1-1 流量的秘密重点内容示意图

1.1 流量秘密

想在天猫平台上卖东西，必须找到消费者来买；要想卖得多，就要争取到更多的消费者，争取更多的目标访客，要实现这些，就必须先了解天猫平台流量的规律。

1.1.1 流量概述

对于商家来说，访客流量可以分为站内（即在淘宝、天猫网站内、APP内）流量和站外（来源于其他网站或APP）流量。若按用户上网设备来划分，则分为无线端流量和

PC端流量；若按是否需要商家付费购买，则分为免费流量和付费流量。

那么流量是怎么来的呢？天猫怎么能聚集起这么多消费者？归根结底，是因为天猫平台始终致力于打造全球消费者挚爱的品质购物之城，把更好地满足消费者需求，为消费者带来更佳的用户体验放在第一位，通过好的品牌、商家、货品满足消费者的需求，所以才会有源源不断的访客来这里。

商业的本质是创造价值的交换，商家提供优质的产品和服务，是商业成功的基础。作为天猫商家，首先就要做好店铺定位，提供有竞争力的商品和服务，才能赢得消费者，从平台上争取到更多的流量。^①

当商家有了极具竞争力的商品，接下来如何让消费者在天猫平台的众多商品中找到你的店铺所经营的商品？例如，打开天猫网站首页，在搜索框内输入连衣裙关键词，如图1-2所示，可以发现超过50万件的商品，而搜索之后的结果页每页只展示60件商品，即使有消费者翻到最后一页，也只能展示6000件商品。那么什么样的宝贝，才能够得到展示，并且靠前展示，得到更好的位置，拿到更多的流量？

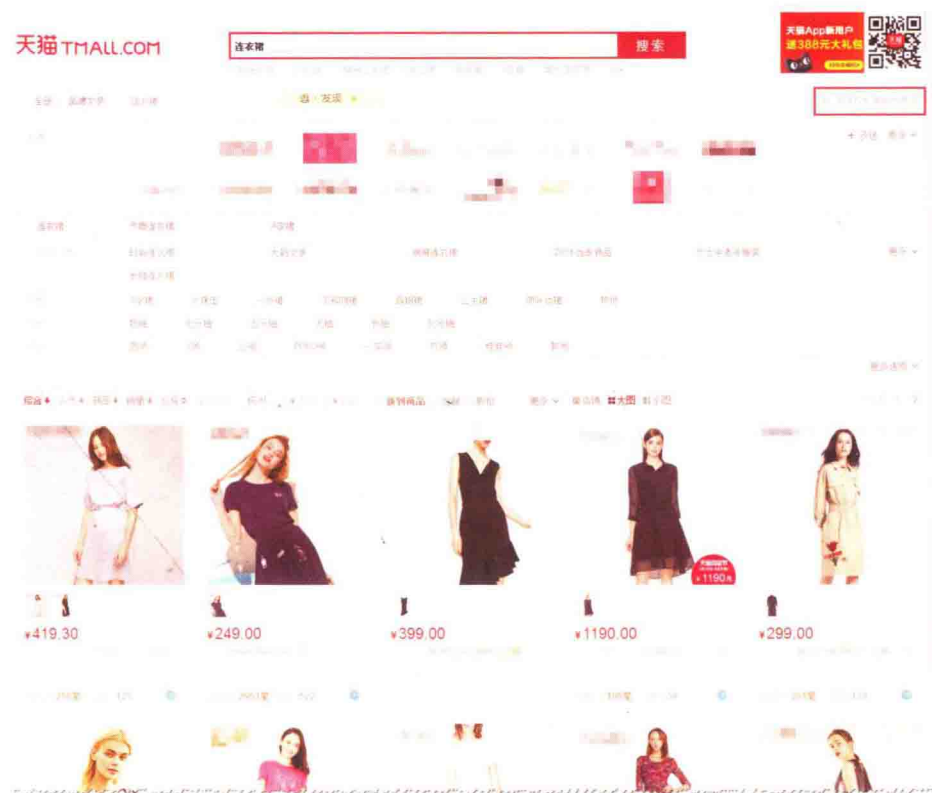


图1-2 天猫网站搜索结果页面（截图自天猫搜索页）

^① 店铺定位相关知识可参考“玩转天猫系列宝典”丛书之《高效打造全能运营》一书。