

诚信通旺铺品牌营销策划宝典

寻找互联网时代的最后蓝海，挖掘蕴藏无数红利的宝藏

阿里巴巴

品牌整体策划108招

陈志红◎著



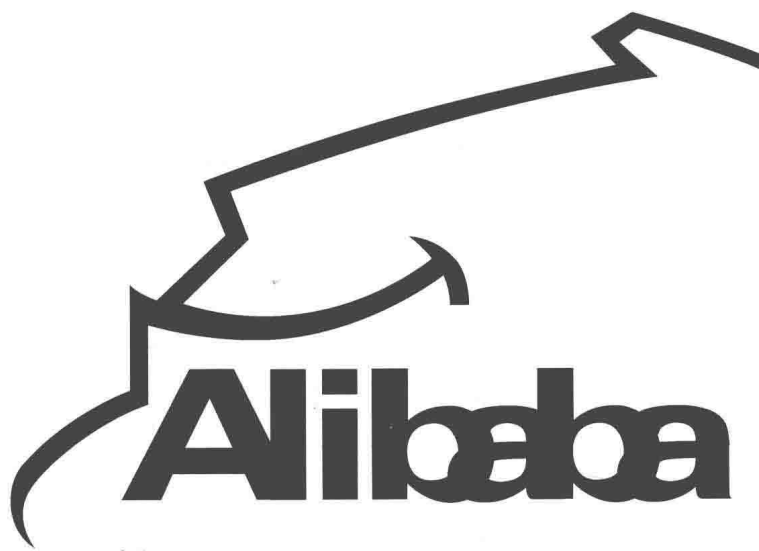
 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

阿里巴巴

品牌整体策划108招

陈志红◎著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

阿里巴巴品牌整体策划108招 / 陈志红著. -- 北京 :
人民邮电出版社, 2016. 10
ISBN 978-7-115-43622-1

I. ①阿… II. ①陈… III. ①电子商务—企业管理
IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第228091号

内 容 提 要

本书详细讲解阿里巴巴品牌策划方面的详细内容, 包括市场定位流程、价格、人群、地理、形象、渠道的系统讲解, 充分阐述了品牌故事的挖掘过程、撰写要点与呈现方法, 构建出引人入胜的品牌故事, 让阿里巴巴从业者学会对产品进行全面分析与品牌定位的技巧, 从而提升品牌影响力。本书适合阿里巴巴从业者或者准备开阿里巴巴旺铺的人群, 以及对电商感兴趣的读者阅读。

-
- ◆ 著 陈志红
责任编辑 冯欣
责任印制 彭志环
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京天宇星印刷厂印刷
 - ◆ 开本: 690×970 1/16
印张: 16.5 2016年10月第1版
字数: 197千字 2016年10月北京第1次印刷
-

定价: 49.80元

读者服务热线: (010)81055488 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315

前 言

梦想、拼盘、生态、入口

至今，我已经做了6年阿里巴巴的指导。在此期间，我见证了阿里巴巴的发展，看到了太多企业茁壮成长，也关注了很多关于B类市场的新闻。我一直坚信B类市场是最大的市场，因为一单生意少则几万元，多则上亿元，甚至几十亿元。所以，只要抓住B类市场就会有很多机会。阿里巴巴也曾说过，2016年以后是B2B(Business to Business，企业到企业的电子商务模式)的春天。

如今，每天与阿里巴巴打交道已成为我的习惯，我每天都要去阿里巴巴网站看一看，要么发篇文章，要么去读一读别人的文章，然后与一群阿里巴巴的人聊天、讨论、一起成长。所以，我有幸见证了很多阿里巴巴传奇。

有些人能在短短的一两年时间里把阿里巴巴做得有声有色；也有些人以阿里巴巴为基础，或以阿里巴巴店铺操作技术为基础，迅速成长起来。当然，也不乏一些未做好的，但我相信，这是暂时的，一旦找到方法、技巧，他们也会成长得很快，做得很好。



那么，如何才能做好阿里巴巴并快速成长？好好学习即可。学习方法有两种：一种是自学，另一种是从师。本书为广大读者提供了自学的机会，全书共 108 招，详细、系统地介绍了阿里巴巴整体策划的方法与技巧，同时，这 108 招也是做阿里巴巴的一个流程。

本书不为传播知识，只为告诉读者实操方法，而且这些方法都非常简单、直接、具体，读者只需按照这些方法按部就班地操作，无需创新、无需判断，就像我们查字典一样简单，一看就懂，一用就灵。

我之所以如此定位，是因为这 108 招都是从实战中总结出来的宝贵经验，而我们群里的成员就是这些理论的实践者与受益者。比如利群，一个年轻的妈妈，就靠在一个阿里巴巴旺铺里销售封头人孔，一年的销售额就可以达到 1000 多万元；还有卖 PLC、做网络的许立冲，在很短的时间内就实现了买车买别墅的梦想。令人不可思议的是，这些成绩都是由一个人创造的，没有团队支持。

由此可见，懂得做阿里比有多少人做更重要。我看到过一些公司经营了十年八年，团队成员也不少，但阿里上的平台一直被搁置，没有订单。实在很可惜，他们原本可以做得很好，却错失了很多机会。

那么，学习之后如何检验学习成果呢？一个重要的指标就是能否写出策划。做阿里巴巴必须会策划。当初史玉柱就是凭借着一份策划方案成就了脑白金的传奇。对于写策划的方法，待你读完此书后，一切就会了然于胸。

阿里巴巴是一个神奇的舞台，它帮助无数人实现了财富增长。很多人问我，做阿里巴巴难吗？我认为学习相关知识后，做阿里巴巴的难度就降至 50%，剩下的难点在于能否坚持梦想。马云曾说过：“第一，有梦想。一个人最富有的时候是有梦想的时候，有梦想是最开心的。第二，要坚持自己的梦想。有梦想的人非



常多，但能够坚持的人却非常少。阿里巴巴能够成功的原因是因为我们坚持下来。在互联网激烈的竞争环境里，我们还在，是因为我们坚持，并不是因为我们聪明。有时候傻坚持比不坚持要好得多。只要不放弃，就会有希望。”

我们群里有些人选择的行业，利润非常低，只有3%~5%，但因为多年的努力，积累了很多用户，利润虽低，但订单量很大，有时一个订单就能收获颇丰。也有些利润比较高的行业，像化妆品、珠宝玉器等，同样做得很成功。

其实，无论他们选择什么行业，其成功的模式都是相同的。这就是本书要与大家分享的内容——梦想、拼盘、生态、入口。

有人说，一个有事业追求的人，可以把“梦”做得大些。虽然开始时是梦想，但只要不停地做，不轻易放弃，梦想就能成真。但是，确定了梦想之后，要怎么做才能实现它呢？我们需要做一个拼盘，因为大的梦想很少能通过单个产品实现，即使是单个产品，也包括营销、生产、设计、资源、资金等方面，也需要做一个完整的拼盘。

好商人志在远方，我们的拼盘要做得足够大，因此需要很多优秀的人才、资源，需要很多的产品同时发力，而且这些产品应相互关联，因为我们要打造一个生态。这里的“生态”与自然生态系统类似，即围绕着用户需求，各种因素互相补充，一起成长。所以，我们在阿里巴巴上可以做很多事情，用户也可以跟着我们一起成长。

入口，简单地说，就是以产品来引流。在商业模式上称之为切入点，即我们要以产品为切入点，如小米手机、苹果手机、乐视视频，等等。

梦想、拼盘、生态、入口，这是本书的核心点。阿里巴巴整体策划和阿里巴巴品牌，都要围绕这个核心点展开。待我们实现最高目标“生态”时，我们的竞



争力将会很强，会使竞争者难以望其项背。如果你也在做阿里巴巴，并且有这样一个宏伟的蓝图，请你好好地读一读本书，它会为你提供一些可行的建议与指导，并为你提供一个做阿里巴巴的完整的系统。

本书是我的实战经验总结，但难免会有不足之处，敬请谅解，若您有更好的观点、方法，欢迎加我的微信、QQ（838504315），让我们一起讨论，一起成长。

陈志红

2016年6月1日

目 录

- 第 1 招 给阿里巴巴事业一个梦想 //1
- 第 2 招 所有资源中最值钱的是人 //4
- 第 3 招 在 20 个产品中选择 1 个 //6
- 第 4 招 给自己的梦想做一个拼盘 //9
- 第 5 招 小孩子与蚂蚁的故事 //12
- 第 6 招 对比阿里巴巴最优秀的同行 //14
- 第 7 招 写下大梦想，不要告诉别人 //17
- 第 8 招 用大盘看阿里巴巴 //19
- 第 9 招 不单纯卖最基础的产品 //21
- 第 10 招 当主角要卖高附加值产品 //23
- 第 11 招 20% 高端用户等于大部分资源 //25
- 第 12 招 赚有钱人的钱更简单 //27
- 第 13 招 找到一个有优势的产品为切入点 //29
- 第 14 招 到产业带去做生意 //31
- 第 15 招 帮忙接单而非销售 //33



- 第 16 招 前期尽量少囤货 //35
- 第 17 招 借势大品牌 //37
- 第 18 招 挑选适合自己的商业模式 //39
- 第 19 招 挑选适合自己的用户群 //41
- 第 20 招 承包流水线而不是自己建工厂 //44
- 第 21 招 不设置零售，必须要样品费 //46
- 第 22 招 以产品为媒介，不断扩充你的“盘子” //49
- 第 23 招 没有名字，永远不会被宣传 //52
- 第 24 招 做阿里巴巴，一定要做品牌 //54
- 第 25 招 有了品牌，才能为品牌加分 //56
- 第 26 招 个人品牌成长速度是最快的 //58
- 第 27 招 “行业+个人”是最好的表达方式 //60
- 第 28 招 让人两秒钟记住并写下你的品牌 //62
- 第 29 招 品牌定位一定要高端 //64
- 第 30 招 把你的品牌故事告诉别人 //66
- 第 31 招 品牌创始人的故事最具吸引力 //70
- 第 32 招 品牌，重复才是秘密 //73
- 第 33 招 品牌、创始人的动态一定要展示出来 //75
- 第 34 招 提高品牌的价值 //78
- 第 35 招 老板永远是产品强大的入口 //80
- 第 36 招 先把免费的资源做到第一 //82



- 第 37 招 告诉用户产品是怎样的 //85
- 第 38 招 告诉用户购买我们产品的好处 //87
- 第 39 招 不能成为用户，也要成为朋友 //89
- 第 40 招 告诉用户我们很专业 //91
- 第 41 招 告诉用户我们很用心 //94
- 第 42 招 告诉用户你会给他提供便捷 //96
- 第 43 招 告诉用户我们有最好的服务 //98
- 第 44 招 在阿里巴巴站内做到行业第一前，只能向前 //101
- 第 45 招 即使做到第一，阿里巴巴也永远是大本营 //103
- 第 46 招 最大的单要展示给别人 //105
- 第 47 招 最好的用户要展示给别人 //107
- 第 48 招 任何人成功都需要借助平台 //110
- 第 49 招 必须上首页 //112
- 第 50 招 每个活动都要参加 //115
- 第 51 招 每次活动都要得奖 //118
- 第 52 招 一定要在阿里巴巴上“谋”个职位 //121
- 第 53 招 阿里巴巴圈子是“高手”最多的地方 //123
- 第 54 招 产品品牌与个人品牌等同 //125
- 第 55 招 要为自己的产品代言 //127
- 第 56 招 努力找背书 //129
- 第 57 招 寻找更优秀的形象代言人 //131



- 第 58 招 肯定还有更高的舞台 //133
- 第 59 招 我们要的是多次传播 //135
- 第 60 招 增加用户的停留时间是所有一切的核心 //137
- 第 61 招 店铺装修很重要 //139
- 第 62 招 大量有结果的例子很重要 //142
- 第 63 招 “文字+图片+链接”才是最佳的组合 //145
- 第 64 招 大盘之下，量大胜过于坚持 //147
- 第 65 招 靠流量还是靠内容 //149
- 第 66 招 一个做好了，再做第二个 //151
- 第 67 招 大数概率真的很关键 //153
- 第 68 招 量变会引起质变，会让效益更多 //155
- 第 69 招 做个世界上最优秀的模板 //157
- 第 70 招 复制，快速做到第一 //159
- 第 71 招 阿里巴巴的每一个功能都会加分 //162
- 第 72 招 大盘之下，列出 10 个方向 //164
- 第 73 招 符合第一次效果，符合特长 //166
- 第 74 招 以阿里巴巴第一为标准 //168
- 第 75 招 必须在一个地方做第一 //171
- 第 76 招 两个第一才会产生升华，产生附加值 //173
- 第 77 招 要在阿里巴巴的两个频道上做到第一 //175
- 第 78 招 要将阿里巴巴的两个产品做到第一 //177



- 第 79 招 在有限资源里去争取 //179
- 第 80 招 安静做事，成功之后再告诉别人 //182
- 第 81 招 两个第一，才能稳定，才是真的第一 //184
- 第 82 招 取得多个第一才利于口碑传播 //186
- 第 83 招 阿里巴巴社区是离阿里巴巴最近的地方 //188
- 第 84 招 关注每天的变化 //190
- 第 85 招 每个平台都符合“二八分配原则” //193
- 第 86 招 一定要懂得如何举办活动 //195
- 第 87 招 得到第一之后的表达 //197
- 第 88 招 学习或者认识更优秀的人 //200
- 第 89 招 自己成长才最重要 //202
- 第 90 招 做阿里巴巴，不只是卖货 //204
- 第 91 招 不能打扰我们的用户 //206
- 第 92 招 世界在变，阿里巴巴也在变 //208
- 第 93 招 及时跟上阿里巴巴的每一次变化 //210
- 第 94 招 阿里巴巴的方向就是我们的方向 //212
- 第 95 招 每个功能资源都要用到极致 //215
- 第 96 招 要转化每个路过的人 //217
- 第 97 招 用 QQ 与微信维护老用户 //219
- 第 98 招 努力对接大的代理 //222
- 第 99 招 每个用户都可以是代理 //224



- 第 100 招 把小代理培养成大团队 //227
- 第 101 招 让代理只做最简单的动作 //229
- 第 102 招 任何企业发展到最后都是集团 //231
- 第 103 招 围绕着用户的需求展开 //233
- 第 104 招 一定要从成功走向成功 //235
- 第 105 招 每个边际都可以合作很多企业 //237
- 第 106 招 有高度，才会有更多用户 //239
- 第 107 招 从更高的平台来成就阿里巴巴旺铺 //241
- 第 108 招 阿里巴巴是一个特别大的舞台 //243
- 后记 阿里巴巴，一个实现企业梦想的地方 //246
- 附录 一定要跟着阿里巴巴变，一定要有梦想，一定要向上 //249

第1招

给阿里巴巴事业一个梦想

阿里巴巴是一个成就梦想的舞台，在这个舞台上无数的商家在追逐梦想，大到上市公司小到个体户，他们的成功让越来越多的人知道了阿里巴巴，人们也纷纷登上阿里巴巴的舞台。那么，要做阿里巴巴，第一步该做什么呢？

或许很多人会先了解一下阿里巴巴，了解一下什么商品畅销，然后仿效。但我并不认同这种做法，因为商品是否畅销是无法看出来、分析出来的，即便能够分析出来，其他的商家也会分析，如果他们比我们更有优势，很快就会赶超我们。

正确的做法是首先要有一个梦想，一个关于阿里巴巴事业的梦想。有了梦想就有了目标，有了方向，否则，我们会处于混沌之中，不知道要做什么，不知道如何去做。这就像我们要从福州去北京一样，确定了北京这个目的地，我们是不会选择骑自行车上路的。

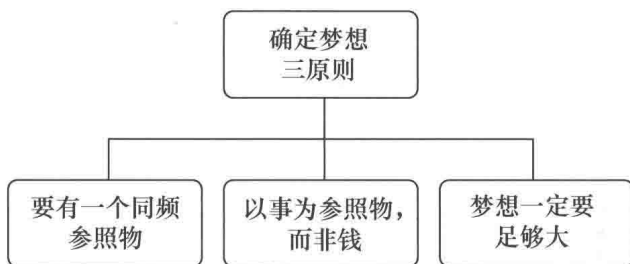
我有两个朋友，他们都是做阿里巴巴的，一个朋友做的是红木生意，不管别人在阿里巴巴销售什么，他就做他的红木，即便是卖筷子，也与红木有关，绝不会销售竹子做的筷子。



另外一个朋友做的是个设计的全产业链，她做了很多年，不管生意好不好做，从来都没有为其他的产品心动过，一直做设计，从一单几十元到几百元，再到现在的几万元，一点一点地进步着，向着她的梦想前进。

我认为我的这两个朋友是非常幸福的，因为有梦想，所以活得很清楚、明白，每天还未起床就知道自己要做什么，今年还没有结束，就知道明年要做什么，他们永远知道自己要走哪条路，要到达怎样的目的地。

做阿里巴巴的第一步是确定梦想，那么，这个梦想怎么确定呢？需要把握 3 个原则，如下图所示。



1. 要有一个同频的参照物

什么是同频参照物呢？就是之前和我们实力差不多的商家，现在实现了梦想，我们以他们作为参照物，通过对他们的学习和研究，就能使自己少走一些弯路。

2. 以事为参照物，而非金钱

一旦你把钱作为参照物，就不会把精力放在做事上。做不好事情，结果肯定会不尽如人意。所以，我们要以事为参照物，事情做好了，其他的自然就水到渠成了。

3. 梦想一定要大

孔子云：“取乎其上，得乎其中；取乎其中，得乎其下；取乎其下，则无所得



矣。”如果你认为你发的信息上首页就足够了，那么，一旦实现了这个目标，你就会停下脚步。相反，如果你的目标是做成大集团，那么，即使 100 个关键字都上了首页，你依然会努力。

所以，做阿里巴巴一定要给自己设定一个大大的梦想，不管能不能实现。用现在一句流行的话来讲就是：“梦想还是要有的，万一实现了呢？”

第2招

所有资源中最值钱的是人

经常有做阿里巴巴的朋友问我：“老师，我要不要做托管呢？”凡事没有定律，这也要视情况而定。目前世界上很多大企业都会选择托管，尤其是他们的电商部，且业绩都非常棒，如王老吉营销、恒安集团电商。

不过，我建议大家最好还是亲自做一下阿里巴巴，你会发现很多比我们做得好的人，他们身上有很多值得学习的东西，同时也能激励自己更加努力。我一直坚信这样一个观点——学习是投资回报率最高的事情，因为人是最值钱的。

有一家公司已经做到了类目第一，且拥有2亿元的库存，这家公司打算和一个电商平台合并，这个电商平台只有2000万元的固定资产，那么，合并后，股份该如何划分呢？

或许很多人会认为，拥有2亿元库存的公司应该占股份的90%，其实不然，这家公司只占到30%的股份，而电商平台却占到了70%的股份。不过，这是有条件的，就是下次再融资的时候，他们的估值要达到5亿元，这相当于别人投5000万元，拿到了10%的股份。

通过这个例子，我们能感受到最值钱的资源是人。同样的道理，如果这家拥