



淘宝大学电子商务
人才能力实训 (CETC系列)



C E T C 认 证 书 籍

网店运营

淘宝大学 / 编著



中国工信出版集团



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

淘宝大学电子商务
人才能力实训 (CETC系列)



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

中国电子商务经过逾20年的发展至今已有相当规模,行业规模急速扩张,企业却陷入用人难的困境。目前,整个行业对专业人才的需求缺口高达400多万人,人才总量不足、专业人才缺乏的情况严峻。为了缓解企业电商人才短缺的现状,淘宝大学特别推出了CETC电商人才能力认证体系,针对不同层级和专业的电商人员提供学习和能力认证,培养电商实战人才。

在全套三本书籍中,《淘宝大学电子商务人才能力实训(CETC系列)——网店运营、美工视觉、客服(入门版)》,针对电子商务零基础人员及预备创业人员,以知识、理念普及和创业引导为主;《淘宝大学电子商务人才能力实训(CETC系列)——网店运营(提高版)》,也就是本书,针对电子商务行业基层从业人员,以提升网店运营岗位实操技能为主;另外一本书,《淘宝大学电子商务人才能力实训(CETC系列)——网店美工视觉与客服(提高版)》以提升网店美工与客服岗位实操技能为主。

本套书籍由淘宝大学组织20余名淘大认证讲师和行业专家,依托淘宝大学与美的、森马、三只松鼠等11家电商标杆企业共同制定的电商人才能力标准及知识体系,历时近一年的时间完成。其可作为CETC启蒙级、初级学员及高校电商专业学生和电商企业基层人员的学习教材。

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

网店运营:提高版/淘宝大学编著. —北京:电子工业出版社,2018.1
(淘宝大学电子商务人才能力实训.CETC系列)
ISBN 978-7-121-32633-2

I. ①网… II. ①淘… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第215723号

策划编辑:张彦红

责任编辑:高洪霞

印 刷:北京千鹤印刷有限公司

装 订:北京千鹤印刷有限公司

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:16.25 字数:260千字

版 次:2018年1月第1版

印 次:2018年1月第1次印刷

定 价:59.80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)88254888,88258888。

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。

本书咨询联系方式:(010)51260888-819,faq@phei.com.cn。

序 言

中国电子商务经过逾 20 年的发展，网络零售总额已占到中国社会消费品零售总额的 15% 以上（2016 年），商务部印发的《商务发展第十三个五年规划纲要》中更是预计，到 2020 年中国电子商务交易规模将达到 43.8 万亿元。行业规模急速扩张，企业却陷入用人难的困境。目前，整个行业对专业人才的需求缺口高达 400 多万人，人才总量不足、专业人才缺乏的情况严峻。电子商务从业人员的供需不平衡和从业人员的能力不足已经成为制约行业发展的重要因素，尤其是有专业认知和经验的基层电商人才的短缺，导致大量的电子商务中小企业出现无人可招的困局。同时，大中型企业的基层电商人员在内部培养中也出现了无标准可循、知识体系更新不及时的问题。

此外，作为培养行业基础人才的高校，部分高校电子商务专业的专业定位、教材中教学内容与社会实践所需都有较大的差异。这也导致了实际运作中许多从学校招聘的基层人员能力达不到企业预想的技能要求。

为了推动解决企业电商人才的短缺及实战能力的提升问题，淘宝大学特别推出了 CETC 电商人才能力认证体系，针对不同层级和专业的电商人员提供学习和能力认证，培养电商实战人才。淘宝大学为该认证制定了四大体系：能力标准体系、四级知识体系、混合学习体系、考试认证体系。本套书籍依托淘宝大学与美的、森马、三只松鼠等 11 家电商标杆企业共同制定的电商人才能力标准及知识体系，由淘宝大学 20 余名认证讲师和行业专家历时近一年的时间完成内容编写和多轮修订，是 CETC 启蒙级、初级学员及高校电商专业学生和电商企业基层人员学习提升的首选资料。

在全套三本书籍中，《淘宝大学电子商务人才能力实训（CETC 系列）——网店运营、美工视觉、客服（入门版）》是针对电子商务零基础人员及预备创业人员的，以知识、理念普及和创业引导为主；《淘宝大学电子商务人才能力实训（CETC 系列）——网店运营（提高版）》和《淘宝大学电子商务人才能力实训（CETC 系列）——网店美工视觉与客服（提高版）》是针对电子商务行业基层从业人员的，以提升岗位实操技能为主。全套书籍有两个突出特点：

一、知识体系完备。本套书籍中包含了电子商务运营、视觉、客服三大专业线的基础知识。全书从基本的电商概述、电商视觉概述、电商客服概述讲起，涵盖了以阿里巴巴为代表的电商平台网店的店铺基础知识，包含店铺基础运营要求、店铺日常运营要求、流量介绍、店铺活动介绍、页面认知、图片规则规范、平台规则、消费者权益、购物流程数据分析等要点，逻辑清晰，内容丰富。

二、实践指导性强。本套书籍非常重视实践操作技能的落地，引用了大量案例和操作流程的图示，包括店铺日常维护、搜索优化、付费推广、促销工具、店铺活动、图片获取、店铺首页的制作、店铺详情页的制作、后台操作方法、售前销售和售后服务流程、交易安全、投诉处理等内容，帮助学员和读者通过本套书籍的学习在实践中学以致用。

随着“新零售”时代的到来，需要更多懂得全渠道运营的零售人才的涌出，行业对电子商务人才的需求不但没有弱化，还会更加迫切和多元化，希望有志于从事电商行业的人士能够从本套书籍中获得更多的收益，提升在实践中落地的能力。

阿里巴巴集团五新委员会委员、淘宝大学校长 王帅

目 录

第 1 章 主营产品.....	1
1.1 产品主图编辑.....	2
1.2 SKU 图片.....	12
1.3 详情页图片.....	13
1.3.1 PC 端详情页	14
1.3.2 无线端详情页	15
1.4 产品属性展示的位置.....	16
1.5 卖家需要为宝贝填写哪些属性.....	17
1.6 在发布前需准备好待上架宝贝的属性.....	19
1.7 产品属性填写原则.....	20
1.7.1 正确填写属性	20
1.7.2 尽量把属性填写完整	21
1.8 产品发布.....	21
1.8.1 产品类目的选取	21
1.8.2 基本信息的编辑	22
1.8.3 详情页编辑	24
1.9 店铺产品分类.....	32
1.9.1 店铺分类的展示位置	32
1.9.2 店铺产品分类展示的目的	35
1.9.3 常见的几种分类方法	35
1.9.4 如何设置店铺分类	36
1.9.5 修改分类	39

1.10	淘宝助理使用.....	43
1.10.1	淘宝助理下载和安装方法	44
1.10.2	淘宝助理主账号登录	46
1.10.3	淘宝助理子账号登录	49
1.10.4	淘宝助理数据同步	56
1.10.5	淘宝助理创建宝贝	58
1.10.6	淘宝助理上传宝贝	67
1.10.7	淘宝助理批量编辑	70
1.10.8	淘宝助理导入 CSV.....	74
1.10.9	淘宝助理导出 CSV.....	81
第 2 章	引导入店.....	85
2.1	淘内免费流量.....	86
2.1.1	撰写商品标题	86
2.1.2	上下架时间设置	93
2.2	淘外免费流量.....	95
第 3 章	直通车推广	96
3.1	直通车基础介绍.....	97
3.1.1	基础常识	97
3.1.2	直通车首页介绍	103
3.1.3	直通车报表介绍	108
3.1.4	账户财务介绍	111
3.1.5	账户操作记录	111
3.1.6	账户资质管理	112
3.1.7	直通车优化工具	114
3.2	直通车计划设置.....	117
3.2.1	设置日限额	117
3.2.2	设置投放平台	119
3.2.3	设置投放时间	121

3.2.4	设置投放地域	124
3.3	直通车商品推广	126
3.3.1	市场分析	126
3.3.2	分析宝贝	126
3.3.3	设置推广计划	127
3.3.4	添加创意	128
3.3.5	设置关键词	130
3.4	定向推广	135
3.4.1	定向推广的意义	135
3.4.2	定向推广的优势	136
3.4.3	定向推广的优化	138
3.4.4	优化技巧	138
第4章	常见的营销方法	140
4.1	搭配套餐	141
4.1.1	搭配套餐的原理	141
4.1.2	搭配套餐的作用	142
4.1.3	搭配套餐的实际操作流程	142
4.2	满就送(减)	151
4.2.1	满就送(减)的原理、作用及设置路径	151
4.2.2	满就送(减)的实际操作流程	152
4.3	优惠券	154
4.3.1	优惠券的原理及作用	154
4.3.2	优惠券的实际操作流程	156
4.3.3	优惠券的使用规则	159
4.4	特价宝	159
4.4.1	特价宝的原理与作用	159
4.4.2	特价宝的实际操作流程	160
4.4.3	特价宝的常见问题	162

第 5 章 常用活动	166
5.1 参加活动的基础条件	167
5.1.1 淘宝网营销活动规则	167
5.1.2 天猫营销活动报名基准规则	169
5.2 常用活动介绍——聚划算	175
5.2.1 认识聚划算	175
5.2.2 聚划算的展示入口	175
5.2.3 报名入口及招商规则	176
5.2.4 聚划算对店铺的要求	178
5.2.5 聚划算的商品要求	181
5.2.6 聚划算报名流程及注意事项	182
5.2.7 聚划算报名商品的审核	187
5.2.8 开团前的准备	188
5.3 常用的营销活动——淘抢购	195
5.3.1 认识淘抢购	195
5.3.2 淘抢购对店铺的要求	196
5.3.3 淘抢购对报名商品的要求	197
5.3.4 单品类报名流程	200
5.3.5 品牌抢购报名流程	204
5.3.6 淘抢购平台的上线流程与注意事项	206
5.3.7 淘抢购卖家违规行为与相应处理	208
5.4 常用的营销活动——天天特价	210
5.4.1 认识天天特价	210
5.4.2 天天特价对店铺的要求	210
5.4.3 天天特价对报名商品的要求	212
5.4.4 活动报名流程	215
第 6 章 发货管理	217
6.1 快递选择	218
6.2 物流工具	220

6.2.1	运费模板	220
6.2.2	运单模板设置	224
6.3	商品打包	226
6.4	发货流程	228
6.5	订单打印	233
6.5.1	后台操作 - 订单打印	233
6.5.2	淘宝助理订单打印	235
第 7 章	日常数据收集	241

第1章

主营产品

本章学习的主要内容

- 图片准备
- 属性确认

本章学习之后需要掌握的知识

- 了解产品图片的制作和使用规则
- 了解产品属性发布规则

1.1 产品主图编辑

在发布宝贝之前首先需要考虑的问题是需要准备哪些图片。

买家最先看见的就是产品主图，产品主图是由 5 张图构成的，在女装类目的第 6 张位置可以放一张长图。

1. 什么是产品主图，产品主图出现在哪里

首先笔者通过产品主图出现的位置，来介绍一下什么是产品主图。产品在 PC 端的详情页如图 1-1 所示。

红框部分，带数字的 5 张图片为常规的 5 张主图（个别商品会出现没有上传全部 5 张图片的情况），女装类目还有一张长图（其他类目没有长图），也是主图之一。

商品在无线端的详情页如图 1-2 所示。



图 1-1



图 1-2

无线端能看到的最上面可以滑动的 5 张图片 (因个别商品没有上传全部 5 张图片, 可能会不满 5 张主图), 也是产品主图。

2. 主图的重要性

主图是宝贝非常重要的资料, 尤其是第一张主图。在淘宝各个展示渠道, 通常都是展示第一张主图, 在 PC 端搜索结果的页面, 看见的图也都是宝贝的第一张主图, 如图 1-3 所示。



图 1-3

在无线端搜索出来的页面上, 普通类目展现的是第一张主图, 如图 1-4 所示。

图 1-4 所示的两张图为普通类目, 展示的是第一张主图。如果是女装类目, 会有所不同, 列表模式展示的是第一张主图, 通过单击红色箭头所指向的按钮切换到长图模式展示的是第 6 张长图, 如图 1-5 所示。



图 1-4



图 1-5

其他展示页面也会是主图的第一张图，例如：无线端首页下方“猜你喜欢”的位置，如图 1-6 所示。



图 1-6

3. 主图发布规则

知道了主图的重要性，接下来了解一下发布宝贝时主图的规则，宝贝主图的大小不能超过 3MB。鼠标移动到该图片上就能看见图片大小，如图 1-7 所示。



图 1-7

右键并选择查看属性或者在该图片上单击鼠标也可以看见,如图1-8所示。



图 1-8

700×700 像素以上的图片上传后自动提供放大功能,如图1-9所示。



图 1-9 放大镜展示图