

聚划算 惠生活 聚精彩
juhuasuan.com

BroadWell

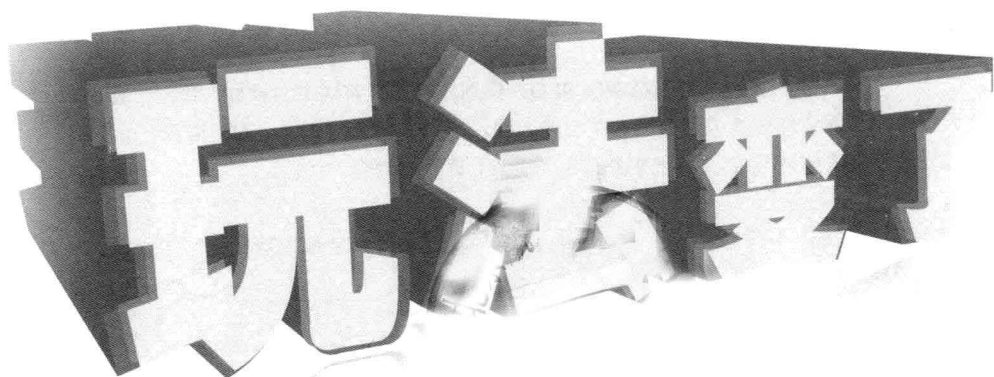
玩法变了

聚划算攻略

贺曼妹妹 主编
紫青 吴杰 李辉 编著



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



一聚划算攻略

贺曼妹妹 主编
紫青 吴杰 李辉 编著

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

内 容 简 介

《聚划算攻略》是《玩法变了》系列丛书之一，主要介绍网商应该如何利用好聚划算活动平台，这里面有很多技巧和细节要掌握。比如了解聚划算的分类及规则，明确聚划算的目标，制定活动规划及组合营销策划，把控好每一个活动流程及环节，提高聚划算产出比，达到预期目的，同时提升电商各板块运营水平，使整个店铺获得良性发展等。

《玩法变了》系列丛书包括淘宝 SEO、聚划算攻略、直通车与钻展、卖家工具集和天猫原创品牌运作等 5 大淘系网商关心的专题，每个专题单独成书，均聘请具有丰富实战经验的作者团队写就，力争为读者奉上最“干货”的内容。

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

聚划算攻略 / 贺曼妹妹主编；紫青，吴杰，李辉编著. —北京：电子工业出版社，2014.1
（玩法变了）

ISBN 978-7-121-22011-1

I. ①聚… II. ①贺… ②紫… ③吴… ④李… III. ①电子商务—商业经营—中国
IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 281904 号

策划编辑：张彦红

责任编辑：李云静

特约编辑：乔 影

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

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：900×1280 1/32 印张：7.125 字数：183 千字 彩插：1

印 次：2014 年 1 月第 1 次印刷

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 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

丛书编辑寄语

——玩法变了！卖家如何抓住机会？

淘宝首页改版、淘字号开放申请、微淘内测、爱淘开放、搜索权重变更、个人开店流程简化、来往问世……所有的变化令人应接不暇。实际上，淘宝（天猫）在构建移动电商时代的新版图。当下，如何变化，使自己立于不败之地，是一个很现实的问题。诸如流量的变化问题，卖家缺流量仅是一方面，更重要的是如何用好流量；如何用好流量又涉及粉丝与店铺的关系，这种关系肯定会得到淘宝（天猫）卖家前所未有的重视！

你准备好了吗？卖家如何了解这些变化呢？如何掌握变化背后更深层次的运营知识呢？《玩法变了》丛书正是在这样一个电商大背景下策划出版的，希望卖家能够静下心来充充电，总结出一套适合自己的技巧和打法。丛书特点如下。

1. 将与卖家息息相关的专题规划成书

本套丛书包括淘宝 SEO、聚划算攻略、直通车与钻展、卖家工具集、天猫原创品牌运作、全网营销与 SNS 引流等淘系网商最关心的专题，每个专题单独成书。

2. 确保作者是相关领域实战型精英

避免有些作者讲理论一套一套，真正让他搞个活动却玩不转。本丛书的作者 100% 是实战型的，比如《聚划算攻略》一书的作者吴杰，曾操作过单品聚划算 72 场，这些单品在多个类目里都排名第一！作者团队的目标就是要为卖家捧上最“干货”的内容！

3. 丛书定期更新，保证内容的新鲜度和实用性

电商变化太快，一年 N 小变，两年一大变，五年就翻天覆地的了！因此每本书的内容不厚重，读着不累，内容精悍、实用！这样，有变化的内容更新也会很快，保证内容绝大部分新鲜。

4. 多渠道与卖家进行互动

做电商没有自己的圈子，埋头苦干肯定不行，欢迎卖家加入。

渠道 1：QQ 群 210589731，不定期邀请作者做线上访谈活动，交流新变化。

渠道 2：微信公众号 wangshang03，发布丛书更新信息与精选“干货”文章。

渠道 3：淘宝论坛>经验畅谈居>网商读书会，每周一期精品阅读分享，卖家有机会获得精阅书屋 (<http://jybook.taobao.com>) 试读赠书。

好了，就限定 3 个渠道吧，编辑亲自参与维护，渠道太多维护不过来，反而不好：)

最后与卖家分享一句话：网店需要精细化运作，我们不投机，但一定要了解变化，善于抓住机会并稳步提升！祝本套书红色的封面能给您带来好运气！

本书编辑

序 1

狄华明

第一次接触聚划算是在 2010 年，每天上午 10 点等待开团时兴奋雀跃的心情依然记忆清晰。那时，团购奔驰 smart、世博会英国馆圣殿种子，你想不到的聚划算在做；帮助蕉农的“聚蕉行动”，让聚划算尝试了公益新模式。

紧接着，铺天盖地的团购网站“充斥”在消费者的眼前。网络团购“井喷”式发展，是 2010 年电子商务中的一大热点，不论是团购网站还是消费者的数量都随着时间的增加而增加。但 2011 年第 4 季度，团购网站进入了发展“寒冬”。与此同时，聚划算却开始正式独立运营，从 2010 年开始，聚划算的交易额在不停地增长。从聚划算的发展来看，“团购网站寒冬”似乎并不是寒冬，应该是团购网站进入理性化发展的开始。

作为淘宝目前最热门的一个营销平台，聚划算从上线至今，一直是商家争夺的运营重戏。越来越多的商家通过聚划算这一平台，打造爆款、提升销量、拓宽销售渠道、扩大品牌影响力。聚划算成功的秘诀是什么？究其原因，消费者可以在聚划算完成从选择团购网站到选

择团购商品，再到选择交易的“一站式”团购体验。

在与众多商家的接触中，我发现其店铺乃至品牌的成长多多少少都离不开聚划算的“推波助澜”。但很多腰部力量卖家，却不敢轻易去尝试这个活动，其主要原因就是聚划算的各种规则、运营手法不熟悉。本书收集了多家成功运营聚划算活动的店铺而总结出来的经验，由简入繁地向大家详细解析了聚划算活动的一些技巧。

在我接触淘宝的8年间，经历过几十次的聚划算活动，有一次活动热卖350万元销售额的，有在活动中找到合适销售模式的……分析其成功原因，无非是熟悉聚划算的规则，清晰地掌控聚划算的流程，在一次又一次的活动中摸索出各种有效的方法，最重要的是，他们从来没有放弃。

感谢紫青，感谢吴杰，感谢李辉，大家几天几夜的头脑风暴，互相学习探讨，分享了聚划算的不同玩法，为本书提供了不少建议和素材。正因为有了你们的合作与付出，才会有这本书的诞生。

要成功就要行动，要成功就要坚持。

序 2

吴杰

感悟：电子商务是一个只要你坚持，只要你时刻准备好，随时都会给你惊喜的地方。

我是从 2010 年开始从事电子商务运营的，商城是从 2010 年下半年开启的。一开始和所有人一样，我也是在摸索的阶段，每天只成交几单，活动踊跃报名，但是总也通过不了，一直在困惑迷茫中坚持着。2011 年大年初八，过完年以后上班的第一天，早上 9 点，我接到淘金币小二的旺旺询问今天上班没有、能不能发货。当时我非常兴奋，立马回答可以。10 点我们做了第一个淘宝官方活动，1 天就销售了 400 盒产品，后来 7 天共销售 1 000 多盒产品。那种幸福的感觉溢于言表，这个销售额等于比之前翻了 400 多倍，一下子就充满了希望。

但是接着就遇到很多后续问题，比如打单的问题，那时还没有那么多打单软件，我们就做了个很疯狂的决定，所有人通宵手写快递单，并且必须在 24 小时内发完当天的订单。三个人一人一天写 100 多张快递单，另外借了两个别的部门的同事来帮我们打包。就这样接连熬了两个通宵，最后总算把所有产品都发了出去。

没过几天各方面的好评就接踵而至，我们也不禁欢呼雀跃，接下来聚划算也就顺利通过了。渐渐地，自己任职的店铺已经策划了 40 多场单品聚划算，加上外面帮朋友策划的聚划算也有 60 多场了。每次活动我都要求一定做到让客户体验度最好，只有这样市场才会给你一次又一次的机会。随着做的次数的增多，熟能生巧，也就有了一些心得，研究了一点方法，借由这本书和大家分享一下。

在此我想感谢石川、罗信、光豪，是他们的指导和鞭策让我不停地进步，同时他们还推荐我参加了淘大的聚划算专场赛马。在此我遇到了无敌的牛人李辉，瓷器第一家冯平，从线下走到线上拥有很多淘宝人所不具备的系统化、流程化、制度化的紫青，超强总结能力的长征，无限创意的晨晨，从他们身上我学到了很多。大家一起几天几夜进行头脑风暴，互相学习探讨，不仅让我见识了很多聚划算的其他做法，也为本书提供了很多建议和素材。只有当不停和高手切磋的时候自身的能力才能不断提高。

也非常感谢亦师亦友的寅达老师、若愚老师，还有糖西、明月……真的有太多的人想感谢了，谢谢大家一直以来的帮助。最后还要感谢一直以来和我拼搏过来的同事们。

前言

《聚划算攻略》是一本讲授如何利用聚划算活动平台，结合商家目前的阶段以及品牌定位，通过了解聚划算的分类及规则，明确聚划算的目标，制定活动规划及组合营销策划，把控好每一个活动流程及环节，提高聚划算产出比，达到预期目的，同时提升电商各板块运营水平，使整个店铺获得良性发展的工具书。

本书能帮助商家解决以下问题：

一、能使商家了解聚划算的规则，帮助商家明确做聚划算的目的，带领商家真正读懂招商公告。同时为各种不同类目、不同阶段的商家确定活动目标提供非常好的参考依据。

二、通过解析聚划算的每个流程，分析聚划算活动一定要经过哪些环节及在各环节中需注意哪些问题，如何解决这些问题；配合成功案例分享活动前要做哪些准备工作，活动中执行过程要注意什么，活动后后续营销如何策划，活动总结分哪几部分；再结合失败的案例，找出失败产生的主要原因及如何规避风险，为各位商家参加聚划算活动提供各流程、环节精准的指引。

三、对聚划算平台进行介绍，使商家更深入了解这个平台；解开商家对聚划算容易产生的几个误区，正确解读聚划算的一些规则，聚划算小二判断报名审核通过的几个步骤以及关心的内容，正确解读没有审核通过时系统通知的原因；了解小二是如何策划聚划算活动系统的各项产品，如何设计聚划算的系统服务，商家碰到问题时，正确解决的途径和入口在哪里；目前聚划算存在哪些不对称的信息对接问题及小二解决问题的思路，以及卖家规避风险的方法。

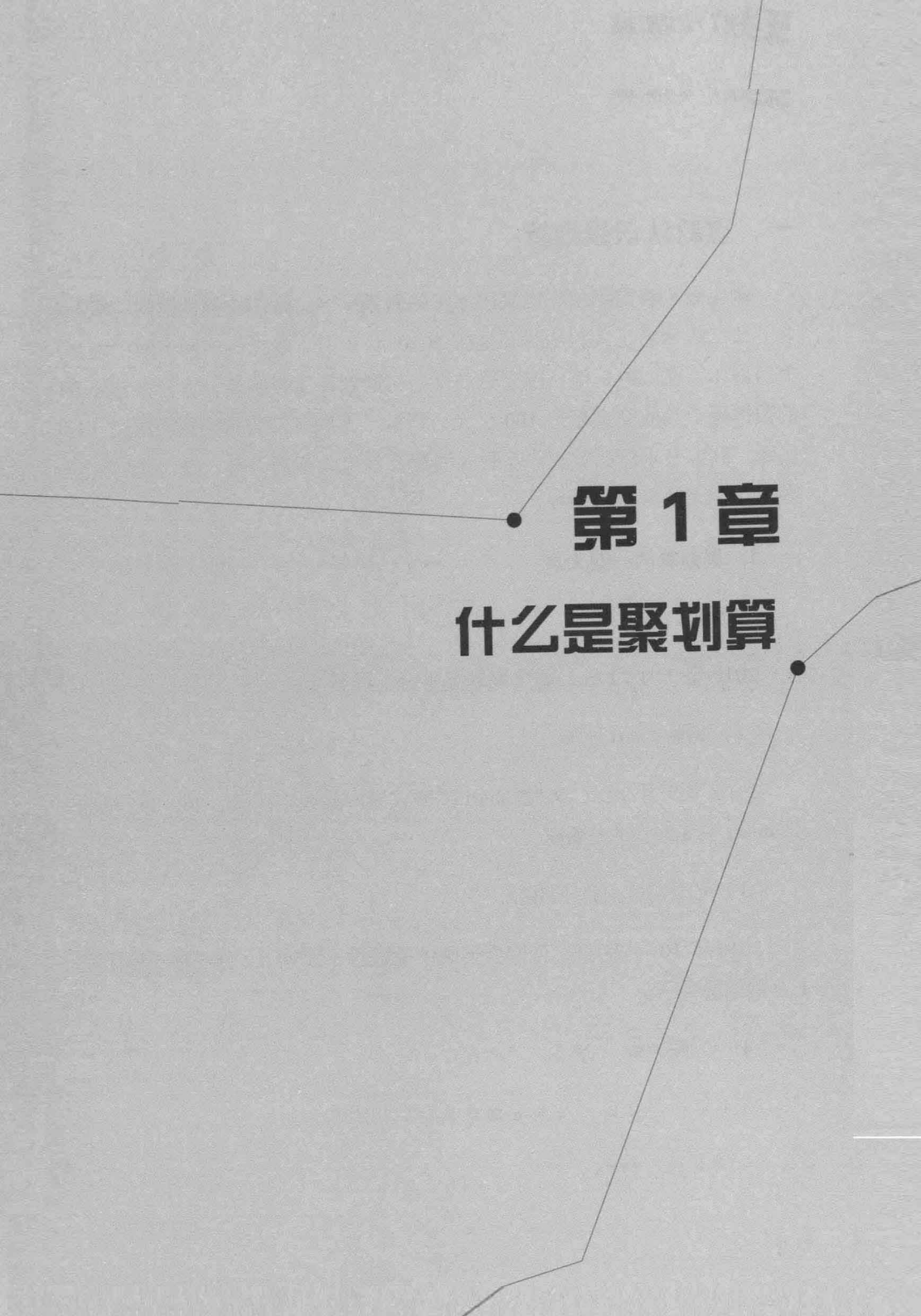
本书共 10 章，其中第 1 章、第 2 章、第 3 章、第 6 章、第 10 章由紫青撰写，第 4 章、第 5 章、第 7 章、第 8 章、第 9 章由吴杰撰写。感谢贺曼的牵头策划，以及李辉的全力配合。

目录

第 1 章 什么是聚划算	1
一、重新认识聚划算	2
二、聚划算能给商家带来什么	9
三、现在商家上聚划算有什么问题	12
第 2 章 聚划算规划	15
一、设定活动的目的	16
二、聚划算活动品类规划表	23
三、分析聚划算活动的财务数据	29
四、聚划算活动的开发及供应链	31
第 3 章 聚划算前期的准备	37
一、量化目标的分解	38
二、目标分解后的执行	44
三、目标分解后的考核与激励	48
第 4 章 聚划算审核	55
一、报聚划算基本资质	56
二、单品条件	60

三、类目条件·····	65
第 5 章 聚划算活动选品·····	69
一、挑选品类·····	70
二、产品定位·····	75
三、设计产品·····	78
四、制定价格·····	83
五、供应链的把控·····	85
第 6 章 聚划算活动的各类测试与详情页·····	89
一、聚划算页面·····	93
二、设计聚划算页面与店铺的内页描述·····	109
第 7 章 聚划算竞价·····	117
一、了解品类规划·····	119
二、确定聚划算的目标·····	127
三、了解竞价区间·····	129
四、制定损益平衡以及竞价价格·····	131
五、了解竞价规则·····	134
六、小技巧的把控·····	139
第 8 章 聚划算活动设计·····	141
一、设计活动主题·····	142
二、设计单品活动·····	144
三、关联销售·····	148
四、整店活动·····	156
五、开团 30 分钟活动和老客户的活动·····	161

六、聚划算预热活动和结束之后的活动	164
第9章 聚划算推广制定	173
一、开团提醒及前半个小时销量	185
二、策划聚划算活动要环环相扣	187
第10章 聚划算的客户体验	189
一、管理好销量及好评	191
二、活动前，商品体验的测试	195
三、客服的旺旺分配及排班标准	199
四、活动后的售后、催付、文字的应用	201
五、活动中物流的管理	203
六、后续组合营销策划	205
后记	209

The background features several thin, dark gray lines. One line starts from the left edge, goes horizontally, then diagonally up and to the right, ending near the top right. Another line starts from the bottom left, goes diagonally up and to the right, ending near the top right. A third line starts from the bottom left, goes diagonally up and to the right, ending near the top right. There are three small black dots: one on the horizontal line, one on the diagonal line starting from the bottom left, and one on the diagonal line starting from the bottom right.

第 1 章

什么是聚划算

一、重新认识聚划算

淘宝聚划算是阿里巴巴集团旗下的营销平台，是淘宝网的二级域名。该二级域名正式启用时间是在 2010 年 9 月。依托淘宝网巨大的消费群体，在 2011 年，淘宝聚划算启用聚划算顶级域名。官方公布的数据显示其成交金额达 100 亿元，帮助千万网友节省费用超过 110 亿元。淘宝聚划算已经成为互联网消费者首选的营销平台，同时也是淘宝活动流量最大的平台。

1. 聚划算的一些大事

(1) 聚划算上线。

2010 年 3 月 22 日，淘宝聚划算平台上线开团。

(2) 奔驰 smart 团购。

2010 年 9 月 9 日，奔驰 smart 团购成国内最大宗团购，205 辆奔驰 smart 在 3.5 小时内团空。

(3) 英国馆圣殿种子团购。

2010 年 10 月 28 日，世博会英国馆圣殿种子团购，2 分 5 秒团空 1 万颗圣殿种子。

(4) 空调定制。

2011 年 6 月 2 日，万人定制奥克斯空调团购。

(5) “聚蕉”行动。