

中国电子商务协会
副会长李一杨
作序推荐

凤凰高新教育 罗奕炎◎编著

淘宝、天猫 微店

网店产品爆款打造

从入门到精通

丰富的教学视频

与书同步的246分钟打造爆款视频教程
5小时手把手教你装修高品质店铺视频教程
15个网店宝贝优化必备技能视频教程
6小时Photoshop照片处理视频教程

超实用电子书

新手开店快速促成交易的10种技能
不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案
你不能不知道的100个卖家经验与盈利技巧
10招搞定“双11”“双12”营销活动

超人气素材

28款详情页设计与描述模板
46款搭配销售套餐模板
162款秒杀团购模板
200套首页装修模板
396个关联多图推荐格子模板
330个精美店招模板
660款设计精品水印图案
2000款漂亮店铺装修素材

配套的PPT课件

制作精美，拿来就用

赠送



配套光盘



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

淘宝、天猫 微店

网店产品爆款打造

从入门到精通

凤凰高新教育 罗奕炎◎编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书全面、系统地讲解淘宝、天猫、微店三大网店平台中“爆款的打造方法与技巧”，旨在帮助从事开网店创业的新手学到经验，避免走弯路，以及帮助已有网店但经营效果不理想的卖家，使其学会如何通过打造爆款改变网店经营现状，并能快速实现赢利。

全书按照“电商爆款产品打造基础篇→淘宝、天猫产品爆款打造实战篇→微店产品爆款打造实战篇”为写作线索，分为3篇，共10章内容。

第1篇为电商爆款产品打造基础（第1~2章），系统地讲解正确认识网店爆款的作用与意义、打造爆款的思路、爆款产品打造的相关准备工作，如市场调研、产品定位、定价策略等内容。

第2篇为淘宝、天猫产品爆款打造实战（第3~7章），重点介绍淘宝网、天猫店打造与运营爆款产品的思路、方法及营销策略，让卖家真正学会如何科学、合理地花最少的钱，打造出最适合自己店铺的爆款，从而达到通过爆款“以一带十”，增加产品销量和营业收入。

第3篇为微店产品爆款打造实战（第8~10章），主要讲解微店爆款产品的定位与挖掘方法、微店爆款的线上线下引流方法、微店爆款产品的成交转化秘诀。

本书不仅适合在校大学生、广大毕业生、初创业者、兼职寻求者、想创业的自由职业者，也适合有产品、有门店，想扩大销售渠道的商家及个体老板学习参考，还可作为各类院校或培训机构的电子商务相关专业的教材参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝、天猫、微店网店产品爆款打造从入门到精通 / 凤凰高新教育, 罗奕炎编著.

—北京: 北京大学出版社, 2017.8

ISBN 978-7-301-28336-3

I. ①淘… II. ①凤… ②罗… III. ①网店—运营管理 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第114350号

- | | |
|-------|---|
| 书 名 | 淘宝、天猫、微店网店产品爆款打造从入门到精通 |
| | TAOBAO、TIANMAO、WEIDIAN WANGDIAN CHANPIN BAOKUAN DAZAO CONG RUMEN DAO JINGTONG |
| 著作责任者 | 凤凰高新教育 罗奕炎 编著 |
| 责任编辑 | 尹毅 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-28336-3 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路205号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | pup7@pup.cn |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62580653 |
| 印 刷 者 | 三河市博文印刷有限公司 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 787毫米×1092毫米 16开本 13.5印张 彩插2 344千字 |
| | 2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷 |
| 印 数 | 1—3000册 |
| 定 价 | 39.00元 |

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

举报电话：010-62752024 电子信箱：fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题，请与出版部联系。电话：010-62756370

大型多媒体教学光盘精彩内容展示

一、丰富超值的教学视频

(一) 赠送超值实用的视频教程

1. 5小时手把手教您装修高品质店铺的视频教程
2. 6小时Photoshop照片处理视频教程
3. 15个网店宝贝优化必备技能视频教程
4. 246分钟与书同步的打造爆款视频教程

二、超值实用的电子书

(一) 新手开店快速促成交易的10种技能

- 技能01: 及时回复买家站内信
- 技能02: 通过千牛聊天软件热情地和买家交流
- 技能03: 设置自动回复, 不让客户久等
- 技能04: 使用快捷短语, 迅速回复客户
- 技能05: 使用移动千牛, 随时随地谈生意
- 技能06: 保存聊天记录做好跟踪服务
- 技能07: 巧用千牛表情拉近与买家的距离
- 技能08: 使用电话联系买家及时跟踪交流
- 技能09: 与买家交流时应该注意的禁忌
- 技能10: 不同类型客户的不同交流技巧

(二) 不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案

主题一: 中差评产生的原因及对店铺的影响

1. 中差评产生的原因
2. 中差评对店铺的影响

主题二: 应对差评的10种方案

- 方案一: 顾客没有问题——谦卑心态、积极应对
- 方案二: 对症下药——根据问题根源来针对处理
- 方案三: 拖沓不得——处理中差评要有时效性
- 方案四: 适当安抚——对情绪激动的顾客给予适当安抚
- 方案五: 客服处理——客服处理中差评的方法流程
- 方案六: 主动防御——运营严丝密缝, 不留漏洞
- 方案七: 留存证据, 自我保护——应对恶意中差评
- 方案八: 中差评转化推广——通过回评把差评转化为推广机会
- 方案九: 产品是商业之本——重视产品品质、描述一致
- 方案十: 有诺必践——承诺一定要兑现

主题三: 常见中差评问题处理及客服沟通技巧

1. 常见中差评问题处理技巧
2. 中差评处理中, 客服常用沟通技巧

(三) 你不能不知道的100个卖家经验与赢利技巧

1. 新手卖家开店认知与准备技巧

- 技巧01: 网店店主要具备的基本能力
- 技巧02: 个人开淘宝店要充当的角色

- 技巧03: 为店铺做好市场定位准备
- 技巧04: 新手开店产品的选择技巧
- 技巧05: 主打宝贝的市场需求调查
- 技巧06: 网店进货如何让利润最大化
- 技巧07: 新手开店的进货技巧
- 技巧08: 新手代销产品注意事项与技巧
- 技巧09: 掌握网上开店的流程
- 技巧10: 给网店取一个有卖点的名字

2. 网店宝贝图片拍摄与优化相关技巧

- 技巧11: 店铺宝贝图片的标准
- 技巧12: 注意商品细节的拍摄
- 技巧13: 利用自然光的拍摄技巧
- 技巧14: 不同商品拍摄时的用光技巧
- 技巧15: 新手拍照易犯的用光错误
- 技巧16: 用手机拍摄商品的技巧
- 技巧17: 服饰拍摄时的搭配技巧
- 技巧18: 裤子拍摄时的摆放技巧
- 技巧19: 宝贝图片美化的技巧与注意事项

3. 网店装修的相关技巧

- 技巧20: 做好店铺装修的前期准备
- 技巧21: 新手装修店铺的注意事项
- 技巧22: 店铺装修的误区
- 技巧23: 设计一个出色的店招
- 技巧24: 把握好店铺的风格样式
- 技巧25: 添加店铺的收藏功能
- 技巧26: 做好宝贝的分类设计
- 技巧27: 做好店铺的公告栏设计
- 技巧28: 设置好广告模板
- 技巧29: 增加店铺的导航分类
- 技巧30: 做好宝贝推荐
- 技巧31: 设置好宝贝排行榜
- 技巧32: 设置好淘宝客服

4. 宝贝产品的标题优化与定价技巧

- 技巧33: 宝贝标题的完整结构
- 技巧34: 宝贝标题命名原则
- 技巧35: 标题关键词的优化技巧
- 技巧36: 如何在标题中突出卖点
- 技巧37: 寻找更多关键词的方法
- 技巧38: 撰写商品描述的方法
- 技巧39: 写好宝贝描述提升销售转化率
- 技巧40: 认清影响“宝贝”排名的因素
- 技巧41: 商品发布的技巧
- 技巧42: 巧妙安排宝贝的发布时间

- 技巧 43: 商品定价必须考虑的要素
- 技巧 44: 商品定价的基本方法
- 技巧 45: 商品高价定位与低价定位法则
- 技巧 46: 抓住消费心理原则巧用数字定价

5. 网店营销推广的基本技巧

- 技巧 47: 加入免费试用
- 技巧 48: 参加淘金币营销
- 技巧 49: 加入天天特价
- 技巧 50: 加入供销平台
- 技巧 51: 加入限时促销
- 技巧 52: 使用宝贝搭配套餐促销
- 技巧 53: 使用店铺红包促销
- 技巧 54: 使用彩票拉熟方式促销
- 技巧 55: 设置店铺 VIP 进行会员促销
- 技巧 56: 运用信用评价做免费广告
- 技巧 57: 加入网商联盟共享店铺流量
- 技巧 58: 善加利用店铺优惠券
- 技巧 59: 在淘宝论坛中宣传推广店铺
- 技巧 60: 向各大搜索引擎提交店铺网址
- 技巧 61: 让搜索引擎快速收录店铺网址
- 技巧 62: 使用淘帮派推广
- 技巧 63: 利用“淘帮派”卖疯主打产品
- 技巧 64: 利用 QQ 软件推广店铺
- 技巧 65: 利用微博进行推广
- 技巧 66: 利用微信进行推广
- 技巧 67: 微信朋友圈的营销技巧
- 技巧 68: 利用百度进行免费推广
- 技巧 69: 店铺推广中的八大误区

6. 直通车推广的应用技巧

- 技巧 70: 什么是淘宝直通车推广
- 技巧 71: 直通车推广的功能和优势
- 技巧 72: 直通车广告商品的展示位置
- 技巧 73: 直通车中的淘宝类目推广
- 技巧 74: 直通车中的淘宝搜索推广
- 技巧 75: 直通车定向推广
- 技巧 76: 直通车店铺推广
- 技巧 77: 直通车站外推广
- 技巧 78: 直通车活动推广
- 技巧 79: 直通车无线端推广
- 技巧 80: 让宝贝加入淘宝直通车
- 技巧 81: 新建直通车推广计划
- 技巧 82: 分配直通车推广计划
- 技巧 83: 在直通车中正式推广新宝贝
- 技巧 84: 直通车中管理推广中的宝贝
- 技巧 85: 修改与设置推广计划

- 技巧 86: 提升直通车推广效果的技巧

7. 钻展位推广的应用技巧

- 技巧 87: 钻石展位推广有哪些特点
- 技巧 88: 钻石展位推广的相关规则
- 技巧 89: 钻石展位推广的黄金位置
- 技巧 90: 决定钻石展位效果好坏的因素
- 技巧 91: 用少量的钱购买最合适的钻石展位
- 技巧 92: 用钻石展位打造爆款

8. 淘宝客推广的应用技巧

- 技巧 93: 做好淘宝客推广的黄金法则
- 技巧 94: 主动寻找淘宝客帮助自己推广
- 技巧 95: 通过店铺活动推广自己吸引淘客
- 技巧 96: 通过社区活动增加曝光率
- 技巧 97: 挖掘更多新手淘宝客
- 技巧 98: 从 SNS 社会化媒体中寻觅淘宝客
- 技巧 99: 让自己的商品加入导购类站点
- 技巧 100: 通过 QQ 结交更多淘宝客

(四) 10 招搞定“双十一”“双十二”

- 第 1 招: 无利不起早——“双十一”对你的重要意义
- 第 2 招: 知己知彼——透视“双十一”活动流程
- 第 3 招: 做个纯粹的行动派——报名“双十一”活动
- 第 4 招: 粮草先行——“双十一”活动准备工作
- 第 5 招: 打好热身仗——“双十一”活动活动热身、预售
- 第 6 招: 一战定胜负——“双十一”活动进行时
- 第 7 招: 善始善终——“双十一”活动售后服务
- 第 8 招: 乘胜追击——“双十二”活动备战
- 第 9 招: 出奇制胜——“双十一”“双十二”营销策划与创意
- 第 10 招: 他山之石——“双十一”成功营销案例透析

三、超人氣的网店装修与设计素材库

- 28 款详情页设计与描述模板 (PSD 分层文件)
- 46 款搭配销售套餐模板
- 162 款秒杀团购模板
- 200 套首页装修模板
- 396 个关联多图推荐格子模板
- 330 个精美店招模板
- 660 款设计精品水印图案
- 2000 款漂亮店铺装修素材

四、PPT 课件

本书还提供了较为方便的 PPT 课件, 以便教师教学使用。

Foreword

序言

“电子商务”开创了全球性的商业革命，带动商业步入了数字信息经济时代。近年来，我国电子商务发展迅猛，不仅创造了新的消费需求，引发了新的投资热潮，开辟了新的就业增收渠道，为“大众创业、万众创新”提供了新空间，同时加速与制造业融合，推动服务业转型升级，催生新兴业态，成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。

在商务部、中央网信办、发改委三部门联合发布的《电子商务“十三五”发展规划》中，预计到2020年将实现电子商务交易额超过40万亿元，同比“十二五”末翻一番，网络零售额达到10万亿元左右。电子商务正以迅雷不及掩耳之势，进入百姓生活的方方面面，可以说，电子商务已成为网络经济中发展最快、最具潜力的新兴产业，而且是一个技术含量高、变化更新快的行业。要做好电子商务产业，应认清行业的发展趋势，快速转变思路，顺应行业的变化。电商行业的发展呈现了以下5个较为鲜明的发展趋势。

移动购物。2016年天猫“双十一”全天交易总额为1207亿元，其中无线端贡献了81.87%的占比，这是阿里巴巴举办“双十一”8年来的最高交易额，比2015年全天交易额的912亿元、移动端贡献的68%，有了大幅增长。随着智能终端和移动互联网的快速发展，移动购物的便利性越来越突出。在主流电商平台的大力推动下，消费者对于通过移动端购物的接受程度也大大增加，用户移动购物习惯已经养成。无线购物正在迅猛发展，21世纪不仅是PC端网购的时代，更是无线端网购的新时代。

电子商务向三、四、五线城市及农村电商渗透。如果说前10年是电子商务的起步和发展阶段，一、二线城市享受着电子商务带来的产业升级变化和大众的生活便利，那么，后10年会是三、四、五线城市，以及农村电商发展的黄金时期。随着国家政策的大力扶持，以及交通运输、网络物流的改善，电商正在逐渐渗透到三、四、五线城市及农村电商市场。

社交购物。社交购物的模式大家一定不陌生，在我们的社交平台上已经充斥着各种各样的电商广告，同时通过亲人、朋友等向我们推荐，作为购物参考。社交购物可以让大家在社交网络上更加

精准地营销，更个性化地为顾客服务。

大数据的应用。大家知道，如果将电子商务的盈利模式作一个分级，最低级的盈利是靠商品的差价；往上一点是为供应商商品做营销，做到返点；再往上一点的盈利是靠平台，通过流量、顾客收取平台使用费和佣金，提高自己的盈利能力；再往上一点是金融能力，也就是说为供应商、商家提供各种各样的金融服务的能力；而在电子商务迅猛发展的今天，要通过保存电子商务中顾客大量的行为数据，分析和利用这个大数据所产生的价值，来提高赢利，这个能力是当前电子商务盈利的最高层次。

精准化营销和个性化服务。这个需求大家都有，都希望网站为我而设，希望所有为我推荐的刚好是我想要的，所以以后的营销不再是大众化营销，而是精准化营销。而这个趋势也是基于数据应用来实现的，通过数据的分析为顾客提供个性化的营销和服务。

随着我国电子商务的急剧发展，互联网用户正以每年100%的速度递增，但电子商务人才严重短缺，预计我国在未来10年大约需要200万名电子商务专业人才，人才缺口相当惊人。从社会调查实践来看，大量中小企业正在采用传统经济与网络经济相结合的方式生产经营，对电子商务人才的需求日益增加。行业的快速发展与人才供应不足的矛盾，形成电子商务领域巨大的人才真空。

面对市场对电子商务人才的迫切需求，人才的培养已得到普遍重视，国内很多大学及职业院校都已开设了电子商务专业，力争在第一时间将符合需求的专业人才推向市场。目前市场上关于电子商务的图书很多，但很多图书内容时效性差、技术更新落后、理论多于实际操作。北京大学出版社出版的这套电子商务教程，结合了当前几大主要电商运营平台（淘宝、天猫、微店三大平台），并针对电商运营中重要的岗位（如网店美工、网店运营推广）和热点技术（如手机淘宝、大数据分析、爆款打造）等，进行了全面的剖析和系统的讲解。我相信这套教程是中国电子商务人才培养、产业发展创新的有效补充，能为电商企业、个体创业者、电商从业者带来实实在在的帮助。互联网的发展很快，电商的发展更是如此，相信电商从业者顺应时代发展，加强学习，一定能取得更好的成果。

中国电子商务协会副会长

李一杨

Preface

前言

◆ 致读者

无论我们有没有开过网店，我们都或多或少听到过这样一个词——“爆款”。在互联网背景和大电商时代下，无论是开淘宝店、天猫店还是微店，“爆款”的打造意义都很重大。

对于网上开店的商家来说，打造出爆款，可以让店铺占据很靠前的搜索排名，为店铺带来大量的免费流量，并且能够增加爆款的销量，同时还能带动店铺其他产品的关联销售。任何一个网店都是从运营好一个单品开始，然后运营多个单品，再到运营好一个系列、一个类目。

但是，广告费几十万元、几百万元砸下去不一定能够出爆款！在过去，打造爆款都是使用一些简单粗暴的方法，如靠平台活动、砸广告、战略性亏损，来获得基础销量、占据搜索排名而获取流量。而现在，随着电商运营规则和搜索排名规则的调整，这种打法已经完全失效。电商经过疯狂的生长，现已经开始回归商业的本质，即产品才是商业的核心。

电商网店运营做爆款是必须的选择，那么如何才能成功打造爆款呢？在打造爆款前，我们需要先对市场进行分析，挖掘到市场需求的产品后再去挖掘客户，而不是拿着现有的产品去找客户。店铺运营者及商家不仅要掌握选款的技巧，更要掌握打造爆款各环节的技术手段；不仅要了解打造爆款的步骤，更要了解爆款的营销与推广策略。这些内容本书都会为读者一一解答，教会你如何通过系统规划、数据分析、科学选款、活动策划、整合营销、高效执行等方法快速打造网店的爆款。

◆ 本书内容

全书按照“电商爆款产品打造基础篇→淘宝、天猫产品爆款打造实战篇→微店产品爆款打造实战篇”为写作线索，分为3篇，共10章内容。

第1篇为电商爆款产品打造基础（第1~2章），系统地讲解正确认识网店爆款的作用与意义、打造爆款的思路、爆款产品打造的相关准备工作，如市场调研、产品定位、定价策略等内容。

第2篇为淘宝、天猫产品爆款打造实战（第3~7章），重点介绍淘宝店、天猫店打造与运营爆款产品的思路、方法及营销策略，让卖家真正学会如何科学、合理地花最少的钱，打造出最适合自己店铺的爆款，从而达到通过爆款“以一带十”，增加产品销量和营业收入。

第3篇为微店产品爆款打造实战（第8~10章），主要讲解微店爆款产品的定位与挖掘方法、微店爆款的线上线下引流方法、微店爆款产品的成交转化秘诀。

◆ 本书特色

本书充分考虑初开店用户的实际情况，通过通俗易懂的语言、翔实生动的实例，系统完整地讲解了“淘宝、天猫、微店”爆款产品的打造与运营方法等相关知识。本书具有以下特色。

① 真正“学得会，用得上”。全书围绕当前最实用、最流行的三大创业平台——淘宝、天猫、微店来讲述爆款产品的打造与运营方法等知识。即使读者以前完全不懂爆款打造，也能由此入门，懂得如何定位用户市场、如何选择爆款产品、如何对爆款产品进行包装设计、营销推广，以及引流转化成交等秘诀。

② 案例丰富，参考性强。全书通过相关案例进行分析讲解，完整地剖析爆款商品的打造流程及运营策略。并且总结了30个“大师点拨”的内容，汇总成功卖家的经验心得，吸取成功卖家打造爆款的方法、策略，并将他们之所以成功的宝贵经验加以总结和提炼，帮助卖家提高开网店的成功率及网店产品的销售量，赚取更多的利润，少走弯路。

③ 思维导图，直观易学。所谓“字不如图”，在信息化时代，人们对图的接受效率要远远高于文字。本书穿插了大量的思维导图，帮助卖家快速掌握淘宝、天猫、微店爆款产品的打造方法与思路。

◆ 超值光盘

本书配套光盘内容丰富、实用、超值，不仅赠送与书同步的打造爆款教学视频，还赠送了皇冠卖家

运营实战经验、运营技巧的相关电子书。另外,还为新手卖家提供了丰富的网店装修模板。具体内容如下。

1. 实用的开店视频教程

- ① 5小时手把手教卖家装修高品质店铺的视频教程。
- ② 15个网店宝贝优化必备技能的视频教程。
- ③ 6小时Photoshop照片处理的视频教程。
- ④ 246分钟与书同步的打造爆款的视频教程

2. 超值实用的电子书

- ① 你不能不知道的100个卖家经验与赢利技巧。
- ② 不要让差评毁了你的店铺——应对差评的10种方案。
- ③ 新手开店快速促成交易的10种技能。
- ④ 10招搞定“双十一”“双十二”营销活动。

3. 超人气的网店装修与设计素材库

- ① 28款详情页设计与描述模板。
- ② 46款搭配销售套餐模板。
- ③ 162款秒杀团购模板。
- ④ 200套首页装修模板。
- ⑤ 396个关联多图推荐格子模板。
- ⑥ 330个精美店招模板。
- ⑦ 660款设计精品水印图案。
- ⑧ 2000款漂亮店铺装修素材。

4. PPT课件

本书还提供了较为方便的PPT课件,以便教师教学使用。

◆ 读者群体

本书尤其适合以下类型的读者学习参考。

- ① 在淘宝、天猫平台开店的店主。
- ② 淘宝、天猫、微店的运营人员。
- ③ 品牌企业的电商部门人员。
- ④ 爆款打造专员。

- ⑤ 互联网运营专员。
- ⑥ 电商产品经理。
- ⑦ 设有电子商务相关专业的各类院校或培训机构。

◆ 创作者说

本书由凤凰高新教育策划并组织编写。本书作者为电商实战派专家，在搜索优化、数据分析、爆款打造方面有很深的造诣。同时也得到了众多淘宝、天猫、微店卖家及运营高手的支持，他们为本书奉献了自己多年的运营实战经验，在此表示衷心的感谢。同时，由于互联网技术发展非常迅速，网上开店的相关规则也在不断变化，书中疏漏和不足之处在所难免，敬请广大读者及专家指正。

读者信箱：2751801073@qq.com

投稿邮箱：pup7@pup.cn

读者QQ群：218192911

Contents

目录

第 1 篇 电商爆款产品打造基础

第 1 章 SEO 搜索营销基础解析

- 1.1 认识电商爆款 / 2
 - 1.1.1 究竟什么是爆款 / 2
 - 1.1.2 爆款存在的重要意义 / 3
 - 1.1.3 互联网爆款思维 / 3
 - 1.1.4 电商爆款运营的本质——羊群效应 / 4
- 1.2 解析后爆款时代 / 5
 - 1.2.1 看待后爆款时代爆款的四大观点 / 5
 - 1.2.2 品牌电商爆款运营模式 / 6
 - 1.2.3 PC 端淘宝搜索变化解析 / 7
 - 1.2.4 移动端淘宝发展变化解析 / 9
- 1.3 打造爆款的思路 / 11
 - 1.3.1 挖掘爆款的四大要素 / 11
 - 1.3.2 打造爆款的核心操作思路 / 15
 - 1.3.3 爆款的相关指标 / 18
- 本章小结 / 20

第 2 章 电商爆款打造的准备工作

- 2.1 调研互联网用户关注动向 / 22
 - 2.1.1 互联网用户近期关注的产品 / 23
 - 2.1.2 互联网用户对产品的关注变化 / 24
- 2.2 调研淘宝买家对产品的关注动向 / 28
 - 2.2.1 淘宝买家在关注什么产品 / 28
 - 2.2.2 产品在淘宝类目市场的分布及动向 / 29
- 2.3 关注细分属性，精确定位产品 / 33
 - 2.3.1 通过 3 个途径对客户画像，定位客户 / 33
 - 2.3.2 全面分析爆款产品属性 / 39
- 2.4 爆款产品定价策略 / 40
 - 2.4.1 定价的 3 个基本要素 / 40
 - 2.4.2 抓住买家心理的 6 个基本定价法 / 41
 - 2.4.3 定价的 3 个高级技巧 / 43
- 本章小结 / 44

第2篇 淘宝、天猫产品爆款打造实战

第3章 爆款产品的视觉营销设计

- 3.1 爆款产品图片拍摄 / 46
 - 3.1.1 图片拍摄的4个构图技巧 / 46
 - 3.1.2 多维度拍摄出产品卖点 / 49
- 3.2 爆款产品首图设计三大策略 / 51
 - 3.2.1 视觉冲击策略 / 52
 - 3.2.2 多维卖点展示策略 / 53
 - 3.2.3 出奇制胜策略 / 54
- 3.3 爆款产品详情页设计 / 55
 - 3.3.1 分析买家需求, 确定详情文案 / 56
 - 3.3.2 提炼卖点, 突出需求契合点 / 57
 - 3.3.3 详情页重要元素优化要点 / 58
 - 3.3.4 移动端详情页设计 / 61

本章小结 / 63

第4章 爆款产品的流量基础

- 4.1 爆款产品标题设计及优化 / 65
 - 4.1.1 寻找关键词 / 65
 - 4.1.2 关键词筛选 / 67
 - 4.1.3 组合、优化标题 / 69
- 4.2 爆款产品上下架 / 71
 - 4.2.1 产品7天上下架周期解读 / 71
 - 4.2.2 新品上下架时间设置策略 / 72
 - 4.2.3 全店产品上下架策略 / 74
- 4.3 爆款产品破零及基础销量规划 / 77
 - 4.3.1 销量破零有妙招 / 77
 - 4.3.2 循序渐进累积基础销量 / 78

本章小结 / 79

第5章 打造爆款产品的引流及转化工具

- 5.1 直通车引流 / 81
 - 5.1.1 设置合理的直通车计划 / 81
 - 5.1.2 关键词及时间折扣设置技巧 / 82
 - 5.1.3 位置变化监控及报表优化分析 / 86
- 5.2 钻展引流 / 86
 - 5.2.1 制订钻展投放计划 / 87
 - 5.2.2 钻展投放的3个关键点 / 90
- 5.3 淘宝客引流 / 92
 - 5.3.1 淘宝客推广模式解读 / 92
 - 5.3.2 淘宝客推广三大形式 / 92
 - 5.3.3 淘宝客的招募及维护 / 94
- 5.4 活动引流及提升转化 / 95
 - 5.4.1 店铺自主促销活动 / 95
 - 5.4.2 平台官方活动 / 96
 - 5.4.3 淘金币活动 / 97
 - 5.4.4 天天特价活动 / 98

本章小结 / 100

第6章 爆款打造攻坚战——4周打造出爆款

- 6.1 爆款打造第一周 / 102
 - 6.1.1 累积产品权重 / 102
 - 6.1.2 聚集流量 / 104
 - 6.1.3 做好破零和转化 / 104
 - 6.1.4 监控转化、维护“买家池” / 105
- 6.2 爆款打造第二周 / 106
 - 6.2.1 累积产品权重 / 107

- 6.2.2 优化关键词 / 108
- 6.2.3 优化详情页 / 108
- 6.2.4 直通车聚集流量 / 109
- 6.3 爆款打造第三周 / 110
 - 6.3.1 钻展投放拉升流量 / 110
 - 6.3.2 店铺促销提升转化 / 111
 - 6.3.3 利用平台活动锦上添花 / 112
- 6.4 爆款打造第四周 / 113
 - 6.4.1 分析数据, 深度优化 / 113
 - 6.4.2 关联销售, 全店拉动 / 115
- 本章小结 / 116

第7章 维护好爆款——延长爆款生命周期

- 7.1 时刻关注, 维护爆款 / 118
 - 7.1.1 根据市场变化调整爆款策略 / 118
 - 7.1.2 培养后备爆款 / 120
- 7.2 从3个维度延长爆款的生命周期 / 122
 - 7.2.1 分析并解决退货问题 / 122
 - 7.2.2 分析并解决评价问题 / 125
 - 7.2.3 分析并解决交易问题 / 126
- 本章小结 / 129

第3篇 微店产品爆款打造实战

第8章 微店爆款产品的定位与挖掘

- 8.1 微店产品定位 / 131
 - 8.1.1 微店爆款产品的特质 / 131
 - 8.1.2 微店爆款产品打造策略 / 134
- 8.2 如何找到爆款产品 / 139
 - 8.2.1 从身边朋友的需求找 / 139
 - 8.2.2 从自身兴趣找 / 141
 - 8.2.3 从电商平台找 / 143
- 8.3 爆款产品市场营销定位 / 148
 - 8.3.1 客户定位 / 149
 - 8.3.2 客户价值定位 / 152
- 本章小结 / 153

第9章 微店爆款的线上 线下引流方法

- 9.1 线上引流方法 / 155

- 9.1.1 利用百度平台引流 / 155
- 9.1.2 利用QQ平台引流 / 159
- 9.1.3 利用微信平台引流 / 161
- 9.1.4 利用微博平台引流 / 163
- 9.1.5 利用自媒体平台引流 / 168
- 9.1.6 利用视频引流 / 172

- 9.2 线下引流方法 / 176
 - 9.2.1 线下活动引流方法 / 176
 - 9.2.2 传统地推引流技巧 / 177

本章小结 178

第10章 微店爆款产品的成交 转化秘诀

- 10.1 朋友圈营销系统 / 180
 - 10.1.1 朋友圈客户定位 / 180
 - 10.1.2 朋友圈互动技巧 / 184
 - 10.1.3 朋友圈成交技巧 / 185

10.2 微信群营销 / 190

10.2.1 朋友圈成交技巧 / 190

10.2.2 微信群持续发展的必备要素 / 193

10.2.3 快速找到微信群及让自己的群被找到 / 194

10.2.4 如何在微信群中成功展现自己 / 196

10.2.5 提高群活动参与度的技巧 / 197

10.3 玩转情感营销 / 199

10.3.1 轻松解决信任问题 / 199

10.3.2 改变消费者习惯的技巧 / 201

10.3.3 锁定客户，建立强关系 / 202

本章小结 / 203

附录

电子商务常见专业名词
解释（内容见光盘）

第1篇

电商爆款产品打造基础

谈到电商运营，基本离不开“爆款”这个词。打造爆款是一个敏感的话题，也是曾经公认的让店铺销售额快速增长的一种手段，一时间人们开始疯狂寻求打造爆款的思路和方法。但结果并没有像人们想象的那样，反而“夭折”于爆款打造路上的人越来越多，所以应该好好反思。电商经过疯狂的野蛮生长，现已经开始回归商业的本质，即产品才是商业的核心。所以，在打造爆款前，需要先对市场进行分析，挖掘市场需求的产品后再去挖掘客户，而不是拿着现有的产品去找客户。

第1章

SEO 搜索营销基础解析

本章导读



无论我们有没有开过网店，都或多或少听到过这样一个词——爆款。其实，爆款不是网店专属的词汇。在互联网背景和大电商时代下，爆款的意义更加重大。到底什么是爆款，其对店铺有何重要意义？带着这些问题，进行本章内容的学习。

知识要点



通过本章内容的学习，读者能够学习到什么是爆款及爆款对店铺有何重要意义，并了解互联网思维下打造爆款的思路。本章需要重点掌握的相关技能如下。

- 爆款的定义及爆款存在的重要意义
- 互联网下的爆款思维
- 认识淘宝搜索的变化
- 打造爆款的核心思路及相关指标

1.1 认识电商爆款

每个经营者都希望打造出属于自己的爆款，如果对爆款没有清楚的认识，那么在经营过程中，爆款只会是偶然性的产物。

1.1.1 究竟什么是爆款

商品在市场销售过程中，出现销售量很高，供不应求的情况，就是广义上的爆款。通俗地讲，一款销量很高、人气也很高、并且能为店铺贡献大部分销售收入的产品就是爆款。

在传统的生意经营中，常常会有这样的广告语“我的产品不赚钱，只是为了走量”。每当看到这句话，消费者都会想“老板不赚钱，真是捡到大便宜了”，然后就口口相传，引导更多的消费者前来购买。产品的人气就越来越旺，销量也越来越高。此时，因为“产品不赚钱”，老板是不是在一旁默默地伤心忐忑呢？然而，现实情况恰恰相反，老板此时正在偷着乐呢。到这里，大家应该明白了——老板一定是赚钱的，至少是不亏本的。其实，这就是传统生意的“爆款经”。

从传统生意的“爆款经”中，不难概括出爆款产品的一些基本特征。

- 一、 爆款产品是大众需求的产品。
- 二、 爆款产品的价格相比竞品更有竞争力。
- 三、 爆款产品一定不是亏本销售的产品。
- 四、 爆款产品供货渠道稳定，能保证长期销售。
- 五、 爆款产品一定要人气高、销量高。