

《深度解析淘宝运营》

图书基本信息

书名：《深度解析淘宝运营》

13位ISBN编号：978712126725X

出版时间：2015-9-1

作者：刘涛

页数：216

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《深度解析淘宝运营》

内容概要

淘宝运营，仅有知识是不够的，还需要有系统的运营思路。为帮助广大电商从业者以及众多中小卖家更好地运营店铺，《深度解析淘宝运营》全面阐述了整个店铺运营的重点环节，包括淘宝搜索规则、打造爆款、店铺规划、客户服务、直通车、钻石展位、数据分析等内容。具体操作步骤翔实，并且结合笔者的实际操作经验，将各个环节最本质的一面透彻展现给读者，结合理论与实战，尽可能向读者展示一个最真实的运营核心。《深度解析淘宝运营》没有长篇大论的叙述，内容精简，一切落实于具体执行思路，以营销思路为贯穿，以解决实际问题为诉求，环环相扣，可以帮助那些不知如何运营店铺的卖家与电商从业者找到运营方向。

《深度解析淘宝运营》实用性强，以卖家的视角来书写，观点独到，是众多中小卖家、电商从业者、个人创业者，以及在职运营人员提升技能的必备书籍。

《深度解析淘宝运营》

作者简介

刘涛，

电商实战作家

实战派电商运营操盘手

笨鸟电商俱乐部创始人

马克图片社终身高级顾问

多家店铺运营营销顾问

8年网络营销经验，5年电商运营经验，曾担任T猫男装TOP10店铺运营总监，T猫中老年女装TOP5运营总监，熟悉店铺运营详细流程，擅长产品策划、店铺内功提升、活动策划、直通车/钻展引流、数据分析等环节，并形成一套成熟的运营体系，所运营过的店铺累计销售额达2亿人民币，有着丰富的实战操作管理经验。

书籍目录

第1章 淘宝搜索：掌握搜索规则

1

1.1 淘宝搜索的重要性

1

1.1.1 什么是淘宝SEO

1

1.1.2 淘宝搜索与其他搜索引擎的区别

2

1.1.3 广义的淘宝SEO概念

3

1.1.4 淘宝搜索发展的三个阶段

3

1.1.5 为什么要做好淘宝SEO

4

1.2 淘宝SEO的三大误区

5

1.2.1 误区一：价格越低，买家越容易找到我的宝贝

5

1.2.2 误区二：信誉越高，卖得越好

6

1.2.3 误区三：销量越高，排名越靠前

7

1.3 淘宝搜索的十大处罚重点

8

1.3.1 虚假交易

8

1.3.2 偷换宝贝

9

1.3.3 重复铺货

10

1.3.4 错放类目与属性

10

1.3.5 SKU作弊

10

1.3.6 滥用标题关键词

11

1.3.7 广告商品

11

1.3.8 价格不符

11

1.3.9 邮费不符

11

1.3.10 商品信息一致性

12

1.4 淘宝的搜索模型

12

1.4.1 类目模型与反作弊模型

13	
1.4.2	时间模型与文本模型
13	
1.4.3	卖家模型
13	
1.4.4	服务模型
14	
1.4.5	人气模型
14	
1.4.6	商业模式
15	
1.5	淘宝搜索的核心因素分析
16	
1.5.1	标题关键词与商品信息相关性
16	
1.5.2	销量
16	
1.5.3	成交人数
16	
1.5.4	宝贝转化率
16	
1.5.5	DSR评分
17	
1.5.6	宝贝上下架时间
17	
1.5.7	橱窗推荐
17	
1.5.8	宝贝主图
17	
1.6	如何书写优秀的宝贝标题
18	
1.6.1	淘宝搜索切词技术
18	
1.6.2	该不该选择蓝海关键词
20	
1.6.3	如何挖掘关键词
21	
1.6.4	如何将关键词组合成优质标题
26	
1.7	宝贝上下架时间规划
31	
1.7.1	什么是宝贝上下架时间
32	
1.7.2	上下架时间的两种规划思路
32	
1.8	解读淘宝类目流量
35	
1.8.1	什么是类目流量
36	

1.8.2	类目流量的特征	36
1.8.3	类目流量与哪些因素有关	37
1.8.4	类目流量的属性分析	38
1.9	打造高点击率主图	39
1.9.1	什么是宝贝主图及其重要性	39
1.9.2	优化主图的注意事项	40
1.9.3	主图优化的常用招数	41
第2章	打造爆款：明星单品的诞生	45
2.1	一个低价爆款卖家的自述	45
2.2	什么是爆款	48
2.2.1	爆款的定义及打造爆款的目的	48
2.2.2	挖掘爆款背后的秘密	49
2.3	打造爆款前的准备工作	51
2.3.1	分析类目大环境	51
2.3.2	分析爆款特征	51
2.3.3	分析爆款的销售周期：导入期	52
2.3.4	分析爆款的销售周期：爆发期	52
2.3.5	分析爆款的销售周期：成熟期	53
2.3.6	分析爆款的销售周期：衰退期	53
2.3.7	慧眼识金，挑选爆款单品的注意事项	53
2.4	打造爆款的执行步骤	55
2.4.1	导入期：排兵布阵，步步为营	56
2.4.2	爆发期：快速冲量，速战速决	57
2.4.3	成熟期：稳定销量，追求利润	57
2.4.4	衰退期：回流资金，爆款衔接	

58	
2.5	店铺常见经营思路
59	
第3章	店铺规划：提升店铺内功
62	
3.1	店铺产品规划
62	
3.1.1	店铺产品规划之：引流款
63	
3.1.2	店铺产品规划之：利润款
64	
3.1.3	店铺产品规划之：高价款
64	
3.1.4	店铺产品规划之：超高价款
65	
3.2	店铺页面规划
66	
3.2.1	店招：店铺的招牌
67	
3.2.2	导航：做好宝贝分类
68	
3.2.3	首页：买家的购物导图
69	
3.2.4	自定义页面
70	
3.2.5	描述页、列表页模板左侧展示位
70	
3.2.6	详情页设计之：展示产品
70	
3.2.7	引导转化之：价值塑造
72	
3.2.8	引导转化之：打造零风险承诺
74	
3.2.9	引导转化之：打造稀缺紧迫感
76	
3.3	店铺促销管理
76	
3.3.1	什么是促销及促销的目的
76	
3.3.2	不同阶段店铺促销的目的
77	
3.3.3	给促销找个“借口”
78	
3.3.4	常见的促销形式
80	
3.3.5	满赠、满减、满返
82	
3.3.6	秒杀
84	

第4章 客户服务：做优秀的导购

88

4.1 做好客服工作需要正确的思路

88

4.1.1 客户没有问题就是最大的问题

88

4.1.2 一个简单的对话

89

4.1.3 优秀客服第一步：礼貌欢迎，解答产品属性问题

91

4.1.4 优秀客服第二步：换位思考，帮助用户选择产品

92

4.1.5 优秀客服第三步：选择快递，解答物流配送问题

92

4.1.6 优秀客服第四步：服务保障，解答店铺服务承诺

93

4.1.7 优秀客服第五步：限时优惠营造下单紧迫感

93

4.1.8 优秀客服第六步：客户下单，核对订单信息无误

93

4.2 售前客服解答全攻略

93

4.2.1 店铺产品知识解答

94

4.2.2 店铺促销优惠解答

94

4.2.3 店铺服务承诺解答

95

4.2.4 店铺物流配送解答

95

4.2.5 客户订单核对及修改

96

4.2.6 快捷回复的创建与使用

97

4.2.7 咨询未下单客户的订单催付

98

4.3 售后问题处理流程

99

4.3.1 退货问题处理流程

99

4.3.2 换货问题处理流程

101

4.3.3 物流信息异常处理流程

102

4.3.4 差价与缺货问题处理办法

104

第5章 直通车：一切为了精准

106

5.1 直通车背景介绍

106	
5.2	直通车概念及推广展示位介绍
107	
5.2.1	什么是直通车
107	
5.2.2	直通车的推广原理
107	
5.2.3	直通车扣费原理
108	
5.2.4	关键词推广展示位介绍
109	
5.2.5	店铺推广展示位介绍
112	
5.2.6	活动专区展示位介绍
113	
5.2.7	定向推广展示位介绍
113	
5.3	如何做好单品关键词推广
116	
5.3.1	直通车后台简介
116	
5.3.2	设置推广计划简介
117	
5.3.3	设置推广计划之1：设置日限额
118	
5.3.4	设置推广计划之2：设置投放平台
119	
5.3.5	设置推广计划之3：设置投放时间
120	
5.3.6	设置时间折扣的三种思路
121	
5.3.7	设置推广计划之4：设置投放地域
124	
5.3.8	设置推广宝贝之5：选择宝贝
126	
5.3.9	设置推广宝贝之6：添加创意
127	
5.3.10	设置推广宝贝之7：设置关键词
130	
5.3.11	不同阶段添加关键词的策略
132	
5.3.12	设置推广宝贝之8：关键词出价
133	
5.3.13	关键词的调整优化
134	
5.3.14	直通车的后续维护
135	
5.3.15	快速提升质量得分
137	

5.3.16 直通车推广常见问题与误区	139
5.4 如何做好店铺推广	141
5.4.1 设置关键词	141
5.4.2 选择页面	142
5.4.3 编辑创意	143
5.5 如何做好定向推广	143
5.5.1 定向推广的定义与原理	143
5.5.2 定向推广第一步：选对类目	144
5.5.3 定向推广第二步：选好宝贝	144
5.5.4 定向推广第三步：设置出价	145
5.6 看透直通车的本质	146
第6章 钻石展位：玩转定向推广	149
6.1 钻石展位基础介绍	149
6.1.1 什么是钻石展位	149
6.1.2 钻展的投放形式一：群体定向	150
6.1.3 钻展的投放形式二：兴趣点定向	150
6.1.4 钻展的投放形式三：访客定向	151
6.2 钻展投放操作步骤	151
6.2.1 新建营销计划	152
6.2.2 推广单元设置	154
6.2.3 设置通投出价	155
6.2.4 设置定向溢价	155
6.2.5 添加创意	160
6.2.6 素材审核的常见问题	162
6.2.7 钻石展位的出价原则	

162	
6.2.8	钻石展位竞价排名原理
163	
6.3	钻展投放思路与玩法
164	
6.3.1	钻展不同投放目的的设置技巧
164	
6.3.2	买不到流量的几种原因
165	
6.3.3	如何确保可以买到流量
166	
6.3.4	测试钻展定向推广的思路
168	
6.3.5	查看分析数据报表调整优化
170	
6.4	玩转明星店铺
171	
6.4.1	明星店铺简介
171	
6.4.2	明星店铺的投放流程
172	
第7章	淘宝客：寻找卖货帮手
177	
7.1	淘宝客推广概述
177	
7.1.1	什么是淘宝客推广
177	
7.1.2	淘宝客推广的优势
177	
7.1.3	商家对淘宝客推广的四大误区
178	
7.2	淘宝客推广操作
179	
7.2.1	熟悉淘宝客后台操作界面
179	
7.2.2	设置淘宝客推广计划
181	
7.2.3	如意投推广计划操作
182	
7.3	淘宝客运营的三大核心
183	
7.3.1	设置佣金的注意事项
183	
7.3.2	如何招募淘宝客
184	
7.3.3	如何做好后期维护工作
185	
第8章	淘宝数据化运营
187	

8.1	类目行业数据分析	187
8.2	店铺成交数据分析	190
8.2.1	提高营业额的两大关键四大重点	190
8.2.2	根据数据分析问题关键	192
8.3	店铺流量数据分析	193
8.3.1	常见的数据概念	194
8.3.2	生意参谋的使用	194
8.3.3	提取数据并分析	199
8.4	分析竞争对手数据	199

《深度解析淘宝运营》

精彩短评

- 1、为了帮公司运营.....
- 2、还不错，以前一直以为搞淘宝的都是无所事事不想工作的，后来才知道这叫电商而且里面门道非常多
- 3、可以对淘宝运营有一个浅显的认识
- 4、数据魔方早没了，电商发展就这么快
- 5、够我系统整理一下了，补充知识论点。
- 6、比较详细，建立电商运营结构思维比较合适
- 7、可以可以，对于我等入门级集市卖家很有帮助~
- 8、收获很多，干货十足。2017准备转运营的，看了这本大概了解了运营的工作。新手入门很好的选择。
- 9、对于了解淘宝运营基础有帮助...总体一般

《深度解析淘宝运营》

精彩书评

- 1、一直都想找一本好的电商类书籍，刘涛编著的这本书我还是比较喜欢的。因为这本书容易理解而且比较实用，这本书把理论与实践结合起来，让我很快就能掌握网上开店铺的基础技能。也希望这本书给更多的读者带来情感上的共鸣与技术的掌握。
- 2、现在是知识大爆炸的时代，开店只有知识是不行的，但是没有知识是万万不行的，这本书教读者学会更多的去思考、去行动，而不是简简单单的花钱去买左一个又一个的促销活动，深度的了解淘宝运营的规则与技能是非常有用的，而且作者写书的视角非常独特，给人眼前一亮的感觉。
- 3、这是一本淘宝开店赚钱的必备之书，写得非常棒！内容很多，而且浅显易懂，案例也很生动。看了这本书掌握了很多开店的经验技巧，使读者不仅能轻松掌握具体的操作方法，还可以做到举一反三，融会贯通，读了这本书我受益匪浅，很喜欢这本书
- 4、淘宝营销手段很多，不同的店铺有不同的方法，作者很明显是经验丰富的“老司机”，对于如何做好淘宝店铺运营，尤其是如何建立淘宝运营体系阐述的很深刻。内容还可以，知识面还算比较全，而且作者条理清晰，语言讲述通俗易懂。
- 5、一直都想找一本好的电商类书籍，刘涛编著的这本书我还是比较喜欢的。因为这本书容易理解而且比较实用，这本书把理论与实践结合起来，让我很快就能掌握网上开店铺的基础技能。也希望这本书给更多的读者带来情感上的共鸣与技术的掌握。
- 6、现在网购已经家喻户晓，电商正在崛起。如何在网上经营好自己的店铺，已经被许多电商爱好者关注。笨鸟电商俱乐部创始人刘涛编著的这本书从不同环节向我们介绍了电商运营方式及实操指导，读了这本书我受益匪浅。
- 7、对于淘宝运营,有太多的话要说,也有太多的知识要学。所谓的运营不是死板的职务,是要根据公司的实际情况运营,本书很好的佐证了这一观点。作者的文笔不错,淘宝运营的经验也很丰富。看了之后学到了很多核心技术,开拓了自己运营的眼界,受益匪浅

《深度解析淘宝运营》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com