

<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

图书基本信息

书名：<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

13位ISBN编号：9787115225757

10位ISBN编号：7115225753

出版时间：2010-6

出版时间：人民邮电

作者：蔡同超

页数：231

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：<http://www.tushu007.com>

<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

前言

创业是艰难的，就业是辛苦的。

阿里巴巴集团创始人马云先生曾说过这样一段话“今天很残酷，明天很残酷，后天很美好；但大部分人死在明天的晚上，看不到后天早晨的太阳。

”再好的理论，再精妙的实战经验，你吸收了但是不去做，那连明天的太阳你都看不到；你去做了，遇到些小苦难就没有坚持下去，那么你就不可能看到后天的太阳。

店内推广是本书的重点，所占的篇幅也是最长的，这是因为留客工作是基础，没有留客工作即使拉来顾客也不会产生成交。

就像本书的篇幅比例一样，建议你以后在网店推广的工作中也把大部分的时间和精力花在店内推广上。

。 店外推广是在店内推广的基础上，可以直接让店铺业绩翻番的工作。

相对店内推广而言，店外推广的执行难度低了很多，但它是你把网店做大做强的唯一选择。

网络世界的发展是很快的，淘宝网也天天在变化着，很多人因为不适应各种各样的变化而被淘汰。

。 马云先生曾经这样说过阿里巴巴和淘宝网的变化，“在阿里巴巴公司的文化里有一条非常重要的价值观：拥抱变化！

我们认为，除了我们的梦想之外，唯一不变的是变化！

这是个高速变化的世界，我们的产业在变，我们的环境在变，我们自己在变，我们的对手也在变……

我们周围的一切全在变化之中！

面对各种无法控制的变化，真正的创业者必须懂得用乐观和主动的心态去拥抱变化！

当然变化往往是痛苦的，但机会却往往在适应变化的痛苦中获得。

我们阿里巴巴在过去的七年里和我本人近十年的创业经验告诉我，懂得去了解变化，适应变化的人很容易成功！

而真正的高手还在于制造变化，在变化来临之前变化自己！

”

<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

内容概要

本书基于淘宝网零售平台，为网店推广提出了全新的理论定义，并在这个定义的基础上，全面介绍了网店推广的实战技巧。

本书由淘宝大学特聘讲师撰写，第1章明确了网店推广的理论定义，提出网店推广就是拉来顾客并留住顾客，即店外推广和店内推广；第2章介绍了网店留住顾客(即店内推广)的各种实战技巧；第3章介绍了网店拉来顾客(即店外推广)的各种实战技巧；第4章提出新的推广概念，以及可以让网店永续经营的循环推广法。

本书不仅适合经营网店的个人卖家及企业卖家阅读，而且适合对网店经营感兴趣的读者阅读，同时还可以作为各大中专院校、培训机构网络零售推广的教材。

<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

作者简介

蔡同超，会吹小号的猫，淘宝大学红带讲师，淘宝网皇冠级别卖家，淘宝网福建商盟副盟主，淘宝大学推广帮运营帮主。

2008年3月开始专职经营自己的网店，到2009年4月底达到皇冠信用，期间创造过按摩健身行业的按摩器单品销售记录。

2008年6月通过考核成为一名淘宝大学讲师，负责线下课程的讲授及淘宝大学推广学科帮派的运营工作。

擅长网店推广实战技巧及理论的研究、商品图片的拍摄和后期处理。

至今在全国各地授课200余场，培训学员超过万人，授课满意度名列前茅。

赢在执行、胜在坚持。

愿与您分享我的所知，在创业路上为您加油鼓劲。

<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

书籍目录

第1章 没有不能推广的店铺，只有不会推广的掌柜	1.1 分析自己店铺的经营现状	1.1.1
人均浏览页面数	1.1.2 人均页面停留时间	1.1.3 店铺后台数据分析
1.2 明确推广目的	1.2.1 追求浏览量	1.2.2 追求销售量
1.2.3 追求销售额	1.3 规避推广中的误区	1.3.1 规避推广的认识误区
1.3.2 规避推广的行动误区	1.4 通过店内推广留住上门的顾客	1.5 通过店外推广拉来更多的顾客
1.6 推广中有舍才会有得	1.7 赢在执行，贵在坚持	第2章 店内推广之留客秘诀
2.1 策略制胜——有的放矢不迷茫	2.1.1 确立目标顾客群	2.1.2 寻找优质货源
2.1.3 找准店铺定位	2.2 一图胜千言——准备出色的商品图片	2.2.1 拍摄器材的准备
2.2.2 选择和商品搭配的背景	2.2.3 寻找能让图片增色的道具	2.2.4 做好拍摄前的准备
2.2.5 营造最佳的拍摄环境	2.2.6 分别表现商品的全貌和细节	2.2.7 使用图像处理软件修饰图片
2.3 店铺装修——好店要有好门面	2.3.1 设计有特点的店招	2.3.2 制作个性名片
2.3.3 拓展促销区功能	2.3.4 美化商品描述页面	2.4 学做“标题党”——设置精准的商品标题
2.4.1 精炼关键词	2.4.2 囊括重要特征	2.5 定价策略——价格决定成败
2.5.1 增加销售量的定价策略	2.5.2 增加销售额的定价策略	2.5.3 运费设置的策略
2.6 文字描述——让商品多一些看点	2.6.1 准确描述商品属性	2.6.2 真实形容使用效果
2.7 分类设置——建设方便快捷的购物通道	2.7.1 确定商品分类	2.7.2 建设分类引导
2.8 让商品推销“同伴”——加一销售法	2.8.1 为同类商品做“导购员”	2.8.2 为可搭配商品做“导购员”
2.8.3 为同等价位商品做“导购员”	2.9 打消疑虑——坚定顾客的购买信心	2.9.1 解决顾客对售后的疑虑
2.9.2 解决顾客对包装的疑虑	2.9.3 解决顾客对物流的疑虑	2.10 做有效果的促销活动——做促销就是在战斗
2.10.1 确立促销战术	2.10.2 实施促销行动	2.11 自定义区妙用——增强店铺的吸引力
2.11.1 办场“商品推介会”	2.11.2 用宝贝展台开“掌柜影展”	2.11.3 在自定义区做顾客互动
2.12 客服赢天下——打造至尊客户体验	2.12.1 专业的产品知识	2.12.2 谦和的服务态度
2.12.3 良好的沟通能力	2.13 增值服务——拥抱变化新思路	2.13.1 消费者保障计划
2.13.2 钱掌柜网店版	2.13.3 VIP制度	2.13.4 爱心捐赠
第3章 店外推广之拉客妙招	3.1 店外信息接触点——攘外必先安内	3.1.1 让图片起到美化窗口的作用
3.1.2 让商品标题符合搜索规则	3.1.3 让你的价格能触动人心	3.2 商品上架技巧——抓住销售最佳时机
3.2.1 得到流量的黄金时间表	3.2.2 在最佳时机上架宝贝	3.3 联合推广——你好我好大家好
3.3.1 商品间的联合推广策略	3.3.2 店铺间的联合推广策略	3.4 感情营销——口碑是最好的推广
3.4.1 唯客独尊	3.4.2 增强店铺粘性	3.5 付费推广工具——花一毛赚一块的诀窍
3.5.1 淘宝直通车	3.5.2 淘宝客	3.6 评价管理——有创意才有说服力
3.6.1 给他人评价的广告创意	3.6.2 把差评变成最佳广告位	3.7 传统推广方式——有效才是硬道理
3.7.1 论坛发帖针对性	3.7.2 博客推广覆盖强	3.8 其他的店外推广方式
第4章 循环推广法	4.1 用店内留人带动店外拉客	4.1.1 用留人工作带动PV值
4.1.2 用PV值提升商品的人气指数	4.1.3 用人气指数提升商品的搜索排名	4.2 利用拉人工作让店铺永续经营
4.3 拓展网络销售渠道	4.3.1 常见的网络零售渠道	4.3.2 常见的网络批发渠道

<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

章节摘录

第1章 没有不能推广的店铺，只有不会推广的掌柜 什么是推广？

这个问题我问过很多人，但是到现在我都没有得到一个满意的答案。

用淘宝大学的理论来说，网店推广就是让顾客知道我们，网店营销就是让顾客选择我们。我和很多人探讨过到底什么是网店推广，发现部分人认为拉来顾客就是推广，而留住顾客是营销。但是从实战的角度来讲，有些工作对拉来顾客起的作用大还是对留住顾客起的作用大是很难判断的。所以为了让大家更容易理解，我们可以把网店拉来顾客和留住顾客的工作都看作网店推广。

但是现在很多人进入了一个误区，觉得自己的店铺没有生意是因为没有人来。

但是我们发现大部分店铺没有生意不是因为没有人来，而是因为即使人来了您的店铺也留不住他们。

举个例子，不同的两个店铺A店和B店，今天都来了100个客人，对于我们网店而言就是一天都有100个IP。

但是A店照片差、装修差、描述差、结构功能差，于是每个进来的顾客都看了一眼就走，这个店铺的PV数也就是100。

B店照片不错、装修不错、描述不错、店铺结构功能也构建得不错，假设每个客人进店后都看了10个宝贝，那B店一天的PV数就是1000。

那您看这两个店铺中的哪一个会有生意呢？

显然是B店会有生意。

由这个例子我们可以得到一个结论：如果您的店铺无法让顾客选择您的话，那么即使有很多人知道您也不会有生意，只有您的店铺能留住顾客，然后再去拉来顾客，您的店铺才会有成交量。

<<淘宝网店铺推广黄金法则>>

媒体关注与评论

推广是店铺销售活动的前提，一个店铺即便有了好产品和好口碑，若没有推广，口碑也很难传播开来。

要想店铺深入人心，口碑就像钉子，推广就像锤子，推广能把口碑轻松准确地植入顾客心里，让您的店铺人人皆知。

——三创农民(淘宝大学特聘讲师) 顾客说的我们做到了，他认为我们是自己人；顾客想的我们也做到了，我们就是他心中的神；发现需求、满足需求、创造需求是成功销售的精髓。

本书带给您的不仅是经验的分享，更是对网络营销深层次的总结和启示。

——岚姐姐(淘宝大学特聘讲师) 网商对于网络推广的认识尚处于朦胧的原始阶段，阅读本书可以让您全面了解网络推广，并走上实践的道路。

——家家康徐大地(淘宝大学特聘讲师) 网络销售离不开网店的推广，只有多渠道的全面推广才能让您的网店立于不败之地。

——kevin907(淘宝大学特聘讲师)

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:<http://www.tushu007.com>