

<<玩法变了>>

图书基本信息

书名：<<玩法变了>>

13位ISBN编号：9787121149726

10位ISBN编号：7121149729

出版时间：2012-1

出版时间：电子工业

作者：胖胡斐

页数：226

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>

## <<玩法变了>>

### 内容概要

目前网店的销售、运营、营销都碰到很多瓶颈，钱不再好赚，流量不再免费的情况下。网店常常陷入不断找流量的怪圈中，而真正潜心提升基本功的网店却拥有更多机会，网店需要突围。《玩法变了:淘宝卖家运赢弱品牌时代》系统地介绍整个电子商务零售领域的玩法变化，从网店基本功到网店品牌建设都有涉及。《玩法变了:淘宝卖家运赢弱品牌时代》将是网店用户重要的方法论和实践指南。

## <<玩法变了>>

### 作者简介

胖胡斐，真名李研珠。

哈尔滨工业大学热能动力工程专业毕业，后攻读香港大学整合营销传播专业研究生。

曾在A.O.史密斯热水器做营销，2005年加入淘宝网，先后负责广告投放和营销活动，曾是淘宝商城创始团队成员，负责淘宝商城活动。

2009年开始负责淘宝旗下口碑网的运营工作。

胖胡斐是淘宝若干促销和策划领域新玩法的创造者，并一直致力于此。

2011年从淘宝离职加入蘑菇街创业团队，现负责蘑菇街品牌营销。

## &lt;&lt;玩法变了&gt;&gt;

## 书籍目录

## 凛冬将至

卖家，你知道淘宝洗过2次牌么  
 牺牲品：运营能力不扎实的弱者  
 网店怪相：大变局的征兆  
 打探淘宝八卦和变相解读新政  
 财富分配失衡，爆款暴露六大弱点  
 为了资源：驻杭办  
 伤不起的促销：除了打折还是打折  
 新死循环：越有钱才能越好  
 花钱好辛苦，挤破头一掷千金  
 都在思考的出路：出淘  
 品牌弱在基本功  
 根源  
 网货：先天不足的“弱品牌”  
 出淘也很难洗掉的弱基因  
 测测你的“弱品牌”  
 弱品牌的三大症状  
 弱视：看不清也看不远  
 弱智：钱也解决不了的问题  
 弱势：缺少气场和后劲不足

## 玩法变了

调整三种心态  
 急功近利，最容易不平衡  
 很强了，会看不到缺点  
 浮躁，概念化带来的结果  
 改变四个看法  
 对流量的看法：流量不是铁饭碗  
 对品牌的看法：品牌是运营出来的  
 对促销的看法：要自己找奶喝  
 对产品的看法：避免无奈的产品和价格

## 新玩法一：不再畸恋流量

免费流量不是铁饭碗  
 以前的做法：曾经的淘宝和淘宝卖家们淘宝变了  
 砸钱做广告的长久之计  
 玩法真的变了  
 流量只解决了三分之一的问题  
 第二重要的是转化率  
 第三是回头率和人拉人的程度  
 基本客户分层思路  
 你有多少客户是满意的  
 满意度初建成  
 满意的客户有多少还会再来  
 老客户愿意向朋友推荐你家小店吗  
 网店运营基本思路框架

## 新玩法二：告别残缺的品牌观

## <<玩法变了>>

品牌不仅仅是LOGO

品牌是TM个什么东西

品牌客户体验

殊途同归：网货品牌与网店品牌的品牌道路

品牌是运营出来的

落地是关键：营销解决不了品牌问题

运营团队到底运营什么

哪些工作会对品牌产生影响

对症下药，在每个接触点精耕细作

量-率-度，运营的不二法则

新玩法三：正正经经玩促销

不正经的促销：促销的几大误区

什么是促销

什么时候做促销：正确的时机

凭什么做促销：合理的借口

挑一个恰当的玩法：促销最简公式

满就送/满就减/满就返

抽奖

真正的秒杀

加价购

积分换购

折扣券/储值卡/代金券

真正的团购

对症下药：挑个好方法

促销的实施

准备花钱（关于预算）

关于实施的技巧

评估：花了多少钱和办了多少事

促销体验三问：干啥，啥好处，怎么做

新玩法四：重塑产品线和利润构成

看大盘，产品越发单一引发另一个漩涡

看自己，无奈的产品无奈的价格

可以考虑的一些做法

建立店铺销量-利润结构模型，并分开努力

控制跟风，选正确的产品

找到“魅力属性”，不被复制的最好办法

看穿价格迷雾，建设独有价格体系

整个体验：售卖的根本

正着看书，倒着做事

后记

## &lt;&lt;玩法变了&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：说实话，如果是以前，淘宝不会妥协，这次为什么变了呢？

这就是众所周知的原因——和谐和稳定最重要。

话说回来，淘宝是一个商业网站，却一直背着。

创造就业，帮助企业成长的社会责任负担，还要被变相解读，也挺难的。

2011年8月底，微博上大家一直关注淘宝9月上线的新规则。

包括两个政策：一个是购买记录统一显示为“拍下价格”；另一个是聚划算的销售记录不参与排序。

我发现，现在有太多的卖家每天研究淘宝的政策，关心淘宝的人员变动，打听淘宝的八卦。

先说这两个政策吧。

第一个政策改动的背景是之前淘宝通过活动工具产生的交易，交易记录中会显示原价，而不是活动价格，这就让很多卖家通过大折扣换取销量，再恢复原价销售，而后来的消费者并不知道原先的价格。

这其实给了很多卖家钻空子的机会。

这次的规则修改，其实是最终走上了正确道路。

虽然卖家一定觉得玩法变了，甚至没法玩了，但确实对健康成长有帮助。

有关这个政策，我在第7章会专门说到。

第二个政策变化比较大。

我们知道，聚划算可以帮忙冲爆款，而爆款可以获得排序靠前，靠前就有流量……可是现在的变化是，聚划算产生的销量不计算在排序规则里，这就让聚划算的吸引力降低了不少。

当然，聚划算的定位也变化了，据说以后会向着“清库存”的角度转型。

同时，很多卖家会非常关心淘宝的每一次组织结构调整。

我本人就被卖家电话咨询过很多次，问我对这次调整的意义有什么解读和看法。

我常常告诉他们我没有看法，阿里巴巴的组织结构调整非常正常，没必要“解读”出什么。

还有什么东西人们会提前关注，会研究动向，会反复解读呢？

那就是国家政策，每次十几大，大家都要研究很久。

可是，那是一个国家的政策，而我们是一个贸易市场，为什么也会这样呢？

直觉告诉我，这不是好事儿。

<<玩法变了>>

编辑推荐

《玩法变了:淘宝卖家运赢弱品牌时代》：险峰华兴副总裁、御泥坊总裁、优酷战略发展总监、UCDChina发起人、Renuf梅森麦喆COO、古星电子商务CEO、淘宝大学校长、淘宝商城一电器城总经理、口碑网资深运营专家。

<<玩法变了>>

#### 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>