

<<网店营销推广>>

图书基本信息

书名：<<网店营销推广>>

13位ISBN编号：9787121119217

10位ISBN编号：7121119218

出版时间：2011-1

出版时间：电子工业

作者：韦朝忠

页数：246

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>

前言

淘宝网作为全亚洲最大的C2C网络交易平台，承载着无数人的创业梦，无数的店主把淘宝店铺当做自己的唯一的职业，但由于网络营销知识的欠缺，在很大程度上阻挡了这种创业的梦想，使店铺停滞不前，要突破这种瓶颈，必须掌握更多的营销知识，以消费者为中心优化店铺。

淘宝无时无刻都在变，唯一不变的是给消费者更完善、美好购物体验的目标，淘宝给我们的启示是：店铺的每一次优化都要以消费者购物体验为优化目标，这样不管淘宝怎么变，店铺依然可以在大淘宝中生存下来。

本书思路 本书以培养读者店铺营销能力为目的，坚持“授之以渔”的思想，让读者掌握更多店铺营销的技巧，同时本书引导店主为消费者做定制化的店铺优化，模拟消费者购物习惯——RSSAS模式(Requirements需求, Search搜索, Screening筛选, Action行动, Share分享)对消费者购物时的每一步做出了透彻的分析并对店铺优化做出了明确的指导，目的是让店铺成为受消费者青睐的店铺，商品成为消费者认可的商品。

关于本书 本书分为8章，以店铺运营、推广为主。

第1章介绍电子商务和了解淘宝，目的是为了帮助读者把握淘宝大的发展方向。

第2章简单介绍了一种新的网络消费模式——RSSAS，是笔者通过无数的消费者调查总结而来的，笔者认为只有基于消费者的店铺才是有出路的店铺，所以本书的重点是引导大家在做店铺优化、升级的过程中首要考虑的因素是消费者。

第3章到第7章为模仿消费者购物行为而进行优化店铺，包含店铺装修、商品标题优化、商品描述优化、店铺活动包装、客服技巧、购买传播等帮助消费者定制个性店铺，一切都基于消费者购物习惯升级店铺。

最后一章为推广篇，从目前网络付费的三种广告形式——按展示付费、按点击付费、按成交付费着手分别介绍了钻石展位推广、直通车推广、淘宝客推广的操作技巧，同时结合一种经典的免费推广方法——软文推广，形成商铺生存的主要推广方式。

本书优势 淘宝网在不断的变化中，要想店铺能在变化中成长，必须掌握一种适应变化的能力，本书以灵活的营销方式、贴近实际的案例分析、最新的推广方法，为读者们打开营销思维，顺应淘宝发展，使店铺迅速发展起来，真正利用淘宝店铺实现创业价值。

本书最大的特点是逆向出发，从消费者出发，整体看本书，就是一次消费者的购物体验，我们在这次购物体验中植入一种营销的思想，把店铺的整体转化率提高，为店铺在淘宝谋得一席之地，并且具备这种能力的店主会知道以后怎么处理店铺遇到的种种难题。

淘宝心得 目前，淘宝竞争激烈，挑战性十足，当然对创业的影响是相当大的。

要想通过淘宝实现创业，辛苦是必需的。

在成功的店主中，他们刚开始每天休息的时间会比开店前少一半，在生活中几乎不会有真正属于自己的时间，只有消费时间和非消费时间，使这些店主们坚持下来的信念是店主们在百忙中享受着创业之乐。

总的来说，不管营销能力多么强，做店铺都会非常辛苦，一定不要轻言放弃，也许成功就在不远处。

本书顺利的完成首先要感谢淘宝网，为本书提供了丰富的材料，还要感谢石倩和张彦红及负责本书编辑的相关工作人员，辛苦地辅助本书从选材到完成，还要感谢L'AVER(莱薇尔)品牌团队对本书作者的鼓励和帮助，参与本书编写的人员有韦天斌、赖荣政、莫程富、韦朝成、韦天文、游腾强、陈智慧、韦朝宪、文兴燕、蔡明捷、韦天学、韦朝军、宾习娇、谢齐富，在此表示感谢。

在编写过程中，我们尽可能完善，对存在的少数小问题，还请广大读者指正。

编著者

<<网店营销推广>>

内容概要

本书以培养读者淘宝店铺营销能力为目的，坚持“授之以渔”的思想，让读者掌握更多店铺营销的技巧。

本书分为8章，以店铺运营、推广为主。

第1章介绍电子商务和了解淘宝，目的是为了帮助读者把握大淘宝的发展方向。

第2章简单介绍了一种新的网络消费模式——rssas，是笔者通过无数的消费者调查总结而来的，笔者认为只有基于消费者的店铺才是有出路的店铺，所以本书的重点是引导大家在做店铺优化、升级的过程中首要考虑的因素是消费者。

第3章到第7章为模仿消费者购物行为而进行优化店铺，包含店铺装修、商品标题优化、商品描述优化、店铺活动包装、客服技巧、购买传播等帮助消费者定制个性店铺，一切都基于消费者购物习惯升级店铺。

最后一章为推广篇，从目前网络付费的三种广告形式——按展示付费、按点击付费、按成交付费着手分别介绍了钻石展位推广、直通车推广、淘宝客推广的操作技巧，同时结合一种经典的免费推广方法——软文推广，形成店铺生存的主要推广方式。

本书适合有志于在网上开店的读者阅读，也可作为相关从业人员的参考手册。

作者简介

韦朝忠，电子商务一线运营者，曾任护肤品牌市场网络营销总监，主张基于消费者购物体验做营销。

<<网店营销推广>>

书籍目录

- 第1章 当前淘宝网 1.1 电子商务形式 1.2 开店平台选择 1.3 当前淘宝 1.4 淘宝发展趋势
 1.4.1 从淘宝首页入口看淘宝的发展趋势 1.4.2 淘宝将搭建c2b模式 1.4.3 在淘宝实现
 就业和创业梦的时代来临 1.5 淘宝店铺团队组建 1.6 店铺运营心态 1.6.1 店铺运营要恒
 心 1.6.2 店铺运营要信心 1.6.3 店铺运营要耐心 1.6.4 淘宝运营要有巅峰的意识
 1.6.5 淘宝营销要有学习的意识 1.7 店铺运营中的问题第2章 rssas消费者购物模式营销店铺
 2.1 rssas网购模式介绍 2.2 rssas网购模式营销淘宝 第3章 rssas需求篇 3.1 店铺风格制造需
 求 3.2 店铺装修制造需求 3.2.1 店铺装修的重要性 3.2.2 淘宝店铺装修模板套餐与价格
 3.2.3 店铺装修基本设置 3.3 产品描述制造需求第4章 rssas搜索篇 4.1 搜索优化之基本设
 置优化 4.1.1 掌柜名设置 4.1.2 店铺名设置 4.2 搜索优化之产品命名 4.2.1 淘宝最
 新搜索引擎 4.2.2 换位思考帮宝贝取名 4.2.3 提取搜索词 4.2.4 组合搜索词 4.3 搜索
 优化之产品发布 4.3.1 影响“所有宝贝”排名的3大因素 4.3.2 如何加入消费者保障服务
 4.3.3 如何科学正确地使用橱窗推荐 4.3.4 如何控制产品下架时间 4.4 人气排名优化 第5章
 rssas之产品筛选篇 5.1 筛选之产品淘宝页面 5.1.1 筛选之产品图片 5.1.2 筛选之价格
 定位 5.1.3 消费者保障服务 5.2 筛选之店铺活动 5.2.1 限时折扣 5.2.2 套餐搭配
 工具 5.2.3 满就送 5.2.4 三大付费促销工具的购买 5.2.5 秒杀活动 5.2.6 免单活
 动 5.2.7 免费试用 5.2.8 换购促销 5.2.9 抽奖促销 5.2.10 联合促销 5.2.11
 vip商品和抵价券 5.2.12 促销店铺需注意 5.3 筛选之评语、销量、信用 5.3.1 获得更多
 好评 5.3.2 畅销宝贝的打造 5.3.3 店铺信用的提升第6章 rssas行动篇 6.1 行动篇之售
 前知识 6.2 行动篇之售中技巧 6.2.1 揣摩顾客类型 6.2.2 说服来访顾客 6.2.3 促成交
 易 6.2.4 客服过程中注意 6.3 行动篇之售后服务 6.3.1 售后服务理念 6.3.2 售后服
 务流程 6.3.3 售后问题处理第7章 rssas分享篇 7.1 购物的分享方式 7.2 制造购物网络分享
 7.2.1 制造好评分享 7.2.2 制造淘宝社区分享 7.3 线下口碑传播第8章 淘宝推广 8.1
 直通车推广 8.1.1 直通车规则 8.1.2 上直通车前商品优化 8.1.3 上直通车时的技巧 8.2
 钻石展位推广 8.2.1 钻石展位关键词概念 8.2.2 钻石展位规则介绍 8.2.3 钻石展位的
 操作流程 8.2.4 钻石展位常见问题 8.2.5 钻石展位技巧 8.3 淘宝客推广 8.3.1 淘宝客
 的开通 8.3.2 寻找淘宝客做推广 8.4 淘宝推广数据分析 8.5 淘宝店铺免费推广

章节摘录

插图：2.交易结束以后指导买家评价评价是买卖双方对于一笔交易的最终看法，也是影响产品成交率的一个重要因素。

一个好的评语可能会带起一批的成交，差的评语可能会使买家望而却步。

交易结束要及时地评价，信用、评语至关重要，无论买家是否在乎这些，我们都应该引导买家及时对产品作出如实评价。

评价前的沟通还可以避免因买家对产品的一些误解而给出不合理的中差评，我们可以在之前作出正确、科学的解释，防止一个差评让其他买家对产品产生误解。

3.发展潜在的忠实顾客忠实顾客就是当有需要时能再交易，并且能帮我们介绍朋友来买产品的老顾客。

每一个店主都应该在第一次交易以后，做好后期的维护，让每一个顾客都成为店铺的忠实顾客。

忠实顾客的维护不是单纯地发一些促销信息，那样并不能拥有属于自己的忠实顾客。

忠实顾客是网络朋友，平时回访中注意用心交流，把每一个顾客都当做自己的朋友，为顾客分担生活中的喜怒哀乐。

把这些愿意和店主分担喜怒哀乐的顾客设为店铺VIP，以后购物价格都享受优惠，在服务上也能享受到VIP服务。

多接纳这些人的意见和建议，争取把店铺打造成他们真正满意的店铺。

编辑推荐

《网店营销推广:淘宝疯狂成交秘笈》：透彻的购买行为分析 最新的店铺装修支招商品名称的搜索优化 全面的促销方式应用店铺的客服技巧传授 实用的推广方法分享《网店营销推广:淘宝疯狂成交秘笈》以培养读者淘宝店铺营销能力为目的，坚持“授之以渔”的思想，让读者掌握更多店铺营销的技巧：特别为卖家介绍了最新网络消费模式（日SSAS），作者认为，只有基于消费者的店铺才是有出路的店铺，才能提高成交率。

《网店营销推广:淘宝疯狂成交秘笈》建议卖家：要模仿消费者购物行为来运营网店，包括店铺装修、商品标题优化、商品描述优化、店铺活动包装、客服技巧、网店推广。

从《网店营销推广:淘宝疯狂成交秘笈》开始，一切都基于消费者购物习惯从事，一切都为良性成交

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>