

<<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。

<<玩法变了>>

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

<<玩法变了>>

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>