

1、淘宝天猫网店运营核心知识

1、小卖家思维误区

2、行业分析和爆款打造

3、点击率和转化率优化策略

4、淘宝各种流量来源

5、淘宝seo执行核心知识架构

1、小卖家思维误区卖家

1

习惯性的用头脑去想问题，不知道为什么成，为什么不成。

2

一天一味的去寻找流量

3

依靠刷信誉，刷销量，刷收藏

4

抱怨竞争对手太强，淘宝不公平。

5

从来不看或者看不懂数据报表

1

习惯性的用头脑去想问题，不知道为什么成，为什么不成。

爆款的必要元素

爆款的知识

爆款的误区

2

一天一味的去寻找流量

不精准的流量会让你店铺慢性自杀

流量不是目的，成交才是我们想要的

了解淘宝游戏规则，学会遵守规则

3

依靠刷信誉，刷销量，刷收藏

如果为了信誉去刷就别再去做了

刷一定是要实现多种效果，因为成本很高

刷来的收藏没有任何意义

4

抱怨竞争对手太强，淘宝不公平。

社会本来就不公平，相对来说淘宝已经很公平了

淘宝的排名是机器，比人工要公平多了

任何事情都有竞争，强者自强

5

从来不看或者看不懂数据报表

量子恒道数据
必须要看懂

数据魔方数据
要看懂

Excel表格数据
要看懂

第三方公证数
据要看懂

2.行业分析和爆款打造

- 1 什么是爆款
- 2 种子爆款储备
- 3 爆款引流分析
- 4 爆款打造阶段

1

什么是爆款

只看到别人在做
爆款，但不知道
背后的苦衷

成与不成的原因
何在，你要学会
去分析

了解淘宝游戏规
则，学会遵守规
则



种子爆款储备

宝贝选款

行业分析

热卖款式宝贝的销售层次如何

热卖款式宝贝的市场需求趋势如何

这些市场容量大的款式的发展趋势如何

什么样的款式容量大

什么样的宝贝是热卖的

什么样的行业是热卖的

3

爆款引流分析

其他流量

老客户

淘宝客

淘宝活动

淘宝直通车

淘宝
s
e
o

4

爆款打造阶段

储备期

成长期

爆发期

衰退期

3、点击率和转化率优化策略

1

精准定位

2

点击率

3

转化率

1

精准定位

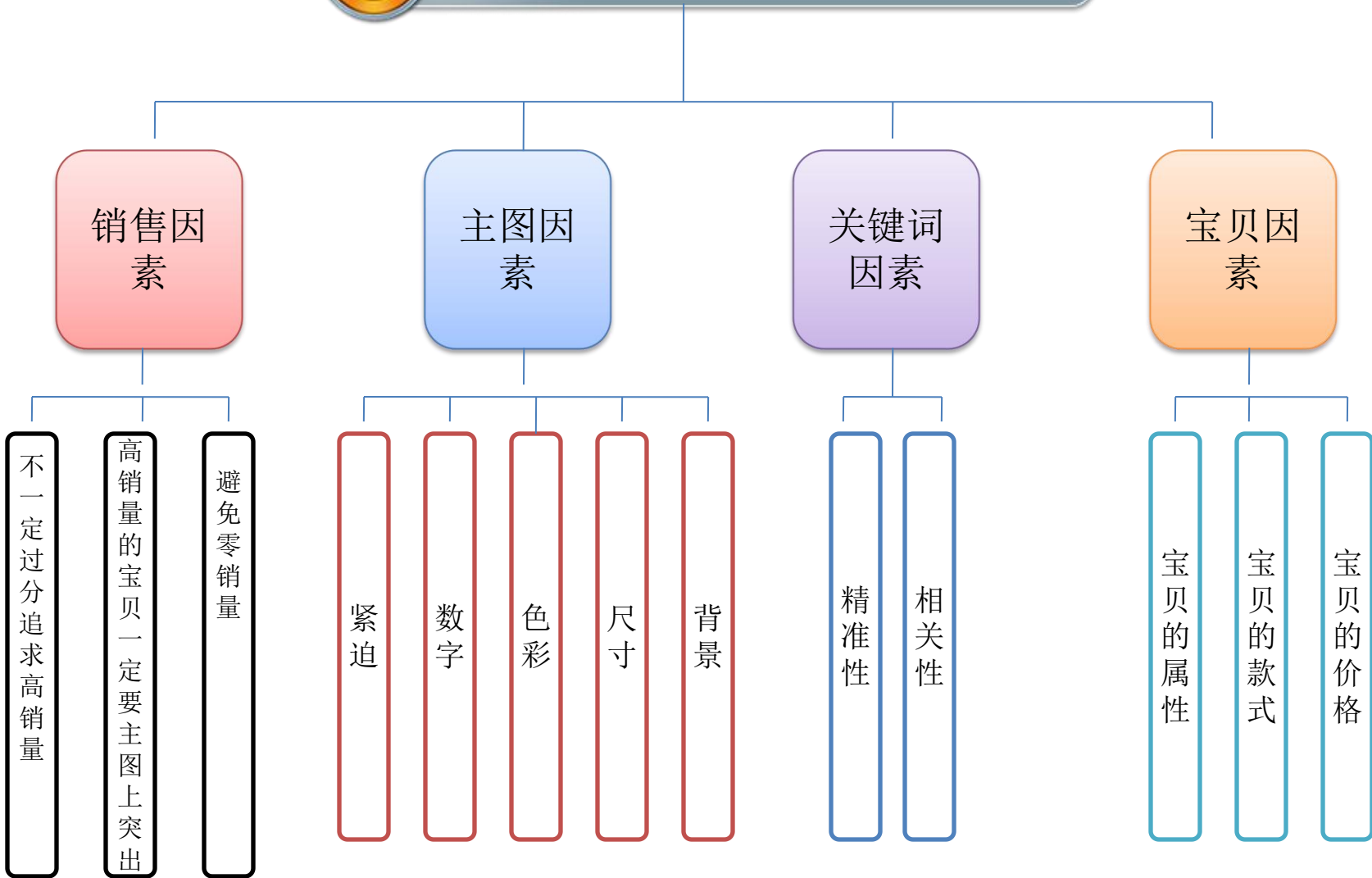
将如何解
决这些问
题

你的目标
客户有什
么顾虑

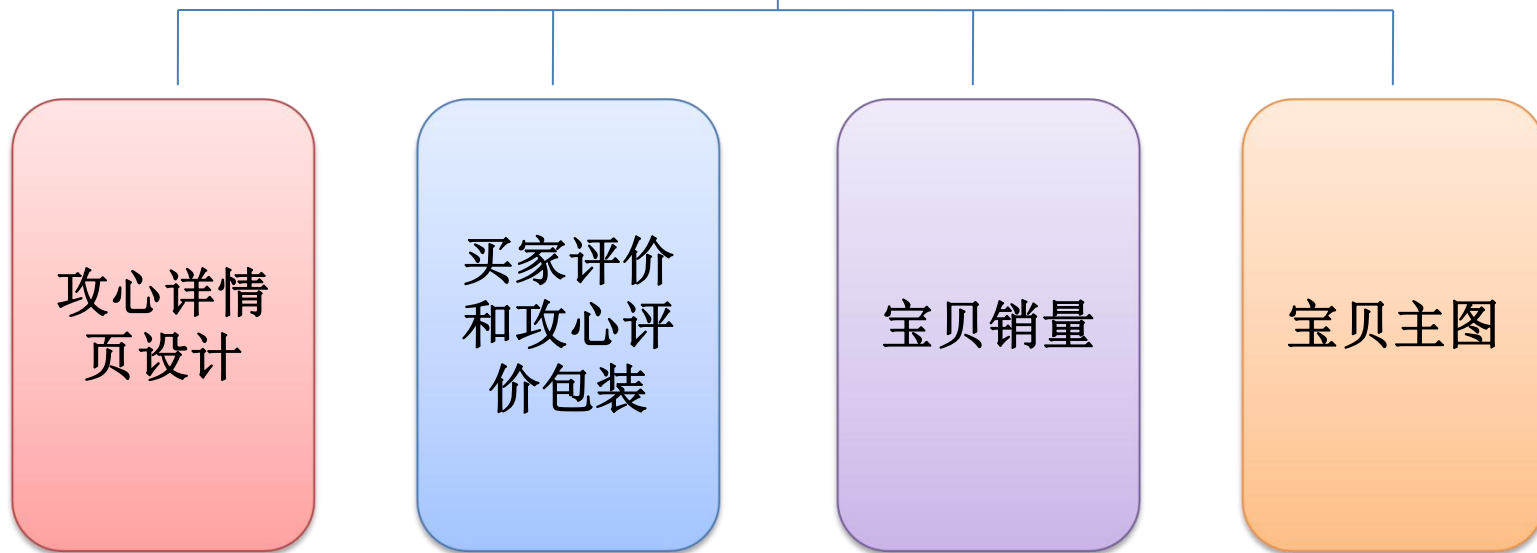
你的目标
客户的需求
是什么

你的目标
客户是谁

2 点击率



3 转化率



4、淘宝各种流量来源

1

关键词搜索展示位置

2

类目查找展示位置

3

直通车展示位置

4

各种活动

5

给你提个建议



关键词搜索展示位置

所有宝贝排名流量分析

综合排名展示
85%

人气排名展示
5%

销量排名展示
5%

信誉排名展示
2%

最新排名展示
2%

其他排名展示
1%

排名规则变动

个性化排名规则

爆款排名权重降低

人气排名比例降低

2

类目查找展示位置



核心问题

市场容量

属性

类目

3

直通车展示位置



核心问题

点击扣费

质量得分

排名位置

投入产出

4

各种活动

参加活动
对你有哪些不利

宝贝的搜索权重

中差评

低评分

你参加会有什么好处

做关联

留在客户

为了流量

推广新品

为了库存

通过活动购买的买家是什么需求的买家

省钱

心里作用

其他

5

给你提个建议

我们要玩
转淘宝，
而不是淘
宝的奴隶

Seo和直通
车玩不好
就考虑做
别的推广

做不好seo，
就别去急
着开车

先做好内
功转化率，
再去做seo

5、淘宝seo执行核心知识结构

1

淘宝搜索买家购买流程模拟

2

淘宝seo排名原则（1； 淘宝搜索引擎的排名原则 2； 淘宝发展大势）

1

淘宝搜索买家购买流程模拟



买家购买流程

买家收货
好评打分

点击一个
或者多个
意向宝贝，
成交

看到一页
宝贝，选
择意向宝
贝

搜索关键
词

2

淘宝seo排名原则（1：淘宝搜索引擎的排名原则）

动态评判

淘宝seo的第一目的是把排名做上去（狭义seo）

淘宝seo的最终目的是把排名稳定住（广义seo）

淘宝排名不是固定的，不断刷新

优胜劣汰
(点击率
转化率)

给你排名没人点你，说明你不是买家想要的

有人点击没人购买，说明你不是买家喜欢的

特别强调：买家喜欢谁，淘宝就优先展示谁

计划均等

新店扶持

