

《月入过万》

图书基本信息

书名：《月入过万》

13位ISBN编号：9787121205552

10位ISBN编号：7121205556

出版时间：2013-7

出版社：电子工业出版社

作者：穆紫21

页数：312

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《月入过万》

内容概要

本书以淘宝网为例，结合各种案例全面介绍了网店推广宣传的各种方法，手把手教读者如何运用这些方法来增加网店的客流量和成交量。这些方法也同样适合于拍拍等网店。本书最大的特色是不讲空洞理论，注重实用，力求达到看就了就知道如何去做的效果。

本书共分为3篇。上篇讲述的是网店推广的重要性及推广前的准备工作，避免新手卖家走弯路，节约成本。中篇讲述的是各种免费的网店推广方法。这些方法比较花时间但是省钱，除了能给店铺累积人气和带来成交量外，还可以提高顾客忠诚度和树立品牌形象，适合资金不足的中小卖家和需要树立品牌形象的大卖家。下篇讲述的是网店付费推广的方法，这些方法需要花钱但是省时间，大部分都具有立竿见影的效果，适合有资金进行宣传的卖家，以及需要在短时间内产生效果的店铺。

本书适合广大网店卖家阅读和使用，无论是对初涉网店的新手卖家还是成功的大卖家，都具有参阅价值。

《月入过万》

作者简介

穆紫21，本名黄燕，穆紫爱衣女装店掌柜，可伊伊服装批发网骨干之一，现居广州市。2006年大学毕业后全职网络销售，主要负责网络推广，几经沉浮，从白手起家到拥有自己的团队，历时4年，积累了大量一线网店推广实战经验。本书的写作与新淘宝店的营销活动同步进行，

书籍目录

上篇 磨刀不误砍柴工

第1章 酒香也怕巷子深——网店推广的重要性

2

1.1 酒香也怕巷子深

3

1.2 什么是网店推广

3

1.3 网店推广的重要性

4

1.3.1 流量和成交量成正比关系

4

1.3.2 挖掘更多潜在顾客

5

1.3.3 培养回头客

5

1.3.4 树立店铺形象

6

1.3.5 有利于店铺排行

6

第2章 推广前的准备工作

7

2.1 成功的前提：好产品与好服务

8

2.1.1 好产品

8

2.1.2 好服务

11

2.2 店铺定位：拼什么

11

2.3 店铺装修：不要让顾客觉得你的店铺是地摊儿

13

2.4 加入消保：给顾客吃定心丸

16

2.5 锁定目标受众：减少无效宣传

20

2.6 店铺管理软件：省时省力

21

2.7 计数器：宣传效果评估利器

22

2.7.1 计数器的功能

22

2.7.2 计数器的订购、安装及使用

23

2.8 必备心理：长期奋战，贵在专一，贵在坚持

25

中篇 出力省钱的免费推广方法

第3章 利用好店铺宣传资源——店铺装修

28

3.1 普通店铺VS旺铺

29

3.2 店招广告也疯狂

33

3.2.1 好店招的要素

34

3.2.2 怎样做出出色的店招

35

3.3 左侧模块广告牌

39

3.4 超大广告牌——店铺首页

40

3.5 商品就是活广告

43

3.6 重视销售排行和收藏排行

49

3.7 挖墙脚——友情链接

51

3.8 潜在客户的培养——店铺收藏和宝贝收藏

54

3.9 沟通的魅力——店铺交流区

58

3.10 常见问题解答

59

第4章 商品发布的秘诀

60

4.1 影响淘宝搜索排名的因素

61

4.2 淘宝搜索排名的降权规则

63

4.3 让顾客看到宝贝的秘诀——定时发布

66

4.4 让顾客搜到宝贝的秘诀——商品标题优化

67

4.4.1 标题优化注意事项

68

4.4.2 标题优化

69

4.5 吸引顾客眼球的秘诀——图片优化

74

4.6 促使顾客购买的秘诀——商品描述优化

79

4.7 排名更靠前的秘诀——橱窗推荐

82

4.8 增加更多流量的秘诀——设置促销和公益捐赠

86

4.9 常见问题解答

89	
第5章 带来流量的法宝——人气宝贝	
90	
5.1 什么是人气宝贝	
92	
5.2 人气宝贝的排名规则	
93	
5.3 如何培养人气宝贝	
94	
5.3.1 准人气宝贝的选择	
94	
5.3.2 推广前的准备工作	
95	
5.3.3 准人气宝贝初期推广	
96	
5.3.4 人气宝贝的热卖期维护	
97	
5.4 人气宝贝培养日记	
97	
5.5 常见问题解答	
104	
第6章 客服就是活广告	
106	
6.1 客服的职责	
107	
6.2 客服的必备素质	
107	
6.3 事半功倍的技巧——快捷回复	
110	
6.4 如何在为顾客服务时推广店铺	
113	
6.5 常见问题解答	
115	
第7章 社区宣传和帮派推广	
116	
7.1 社区和帮派的异同	
117	
7.2 社区推广方法	
118	
7.2.1 发帖和回帖	
118	
7.2.2 参加社区活动	
118	
7.2.3 购买社区推荐位	
119	
7.2.4 买家秀	
121	
7.3 帮派推广	
121	

7.3.1 淘宝帮派	121
7.3.2 自己创建帮派还是加入别人的帮派	123
7.3.3 帮派的组建和管理	124
7.3.4 如何利用帮派推广	129
第8章 博客营销	134
8.1 什么是博客营销	135
8.2 你适合做什么样的博客	136
8.2.1 明确博客营销的目的	137
8.2.2 确定开博客的场所	137
8.3 如何写出优秀的博文	138
8.3.1 引人入胜的标题	138
8.3.2 丰富的文章内容	140
8.3.3 简洁明了的文章结构	141
8.3.4 通俗易懂的表达方式	142
8.4 如何提升博客流量	142
8.5 博客营销成功案例	146
8.6 常见问题解答	147
第9章 发帖推广	148
9.1 发帖推广的好处	149
9.2 如何发帖	149
9.2.1 发帖前的心理准备	149
9.2.2 发帖的基本步骤	150
9.2.3 帖子的内容	150
9.2.4 帖子的形式	151
9.2.5 少发广告帖，多写软文帖和精华帖	

151	
9.3 在哪里发帖	153
9.4 发帖以后要做什么	154
9.5 回帖推广	155
9.6 软文示例帖	156
第10章 口碑营销	159
10.1 什么是口碑营销	160
10.2 开发老顾客的意义	161
10.3 你的店铺适合做口碑营销吗	162
10.4 口碑营销的方法	163
10.4.1 会员等级制	163
10.4.2 会员积分制	164
10.4.3 常做促销活动	165
10.4.4 和顾客保持联系	166
10.5 常见问题解答	170
第11章 促销	171
11.1 促销的作用	172
11.2 什么时候最适合做促销	173
11.3 什么商品适合做促销	174
11.4 花样百出的促销方式	175
11.4.1 包邮	175
11.4.2 降价	175
11.4.3 拍卖	177
11.4.4 赠送	179
11.4.5 打折	181

11.4.6 搭配促销

183

11.5 常见问题解答

183

下篇 出钱省力的付费推广方法

第12章 淘宝直通车

186

12.1 什么是淘宝直通车

187

12.2 直通车“烧钱”吗

191

12.3 直通车关键词排名规则及扣费原理

192

12.3.1 关键词排名规则

192

12.3.2 直通车扣费原理

195

12.4 如何驾驶直通车

196

12.4.1 开通直通车账户

196

12.4.2 推广新宝贝四步曲

197

12.4.3 管理推广宝贝

213

12.4.4 优化直通车账户

215

12.5 如何提高流量与成交量的转化率

216

12.6 常见问题解答

217

第13章 淘宝客推广

218

13.1 什么是淘宝客推广

219

13.2 如何使用淘宝客推广

219

13.2.1 开通淘宝客推广的条件

220

13.2.2 开通淘宝客推广

220

13.2.3 淘宝客推广管理

227

13.2.4 退出淘宝客

229

13.3 如何找淘宝客

230

13.4 让更多的淘宝客来推广你的商品

232	
13.5	淘宝客推广效果评估
234	
13.6	招募淘宝客案例
235	
	第14章 促销工具
239	
14.1	促销工具的功能
240	
14.2	如何订购店铺促销工具
241	
14.3	满就送
243	
14.3.1	什么是“满就送”
243	
14.3.2	设置“满就送”信息
244	
14.3.3	送什么
247	
14.3.4	怎么送
248	
14.4	限时打折
249	
14.4.1	限时打折的作用
249	
14.4.2	限时打折规则
250	
14.4.3	限时打折的设置方法
250	
14.4.4	利用限时打折提升流量
252	
14.5	搭配套餐
254	
14.5.1	搭配套餐的功能
254	
14.5.2	搭配套餐的设置
254	
14.5.3	搭配套餐的使用技巧
257	
14.6	常见问题解答
258	
	第15章 钻石展位
259	
15.1	钻石展位概述
260	
15.1.1	钻石展位的优点和缺点
260	
15.1.2	钻石展位的操作流程
260	

15.2 钻石展位的收费方式	263
15.3 如何购买钻石展位	264
15.4 钻石展位的使用技巧	268
15.4.1 推广什么	268
15.4.2 选择什么位置进行投放	270
15.4.3 广告图片是关键	273
15.4.4 竞价技巧	274
15.5 钻石展位和直通车比较	277
第16章 网络广告	278
16.1 什么是网络广告	279
16.2 网络广告的类型	279
16.2.1 图文广告	279
16.2.2 文本链接广告	280
16.2.3 搜索引擎竞价排名	280
16.2.4 活动赞助	281
16.3 网络广告计费方式	282
16.4 网络广告投放步骤	283
16.5 怎样赞助活动	295

《月入过万》

精彩短评

1、实用性较差。过时了

《月入过万》

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:www.tushu000.com