

# 《拍拍小店运营宝典》

## 图书基本信息

书名：《拍拍小店运营宝典》

13位ISBN编号：9787121265184

出版时间：2015-8-1

作者：刘徽

页数：256

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](http://www.tushu000.com)

# 《拍拍小店运营宝典》

## 内容概要

《拍拍小店运营宝典》是一本系统阐释拍拍小店和微商运营方面的书籍，《拍拍小店运营宝典》包括微店相关概念、拍拍小店开店实操、拍拍小店运营战略、拍拍小店战术四个方面的内容。

《拍拍小店运营宝典》内容覆盖了整个拍拍小店的运作和运营知识，以及实战的具体操作方法，还包括丰富的微商运营思路。《拍拍小店运营宝典》以专业的视觉全方位解读微商、微店等移动电商给传统产业带来的变革，适合微商人员、网络营销人员、移动互联网营销人员及企业人员阅读。

## 书籍目录

- 第1章 微店概况 // 1
  - 1.1 微店时代已经来临 // 2
  - 1.2 常见的微商平台 // 3
    - 1.2.1 拍拍小店 // 3
    - 1.2.2 京东微店 // 4
    - 1.2.3 有赞 // 5
    - 1.2.4 口袋购物微店 // 6
    - 1.2.5 淘宝微店 // 7
    - 1.2.6 微店网 // 8
    - 1.2.7 微盟 // 8
    - 1.2.8 中兴微品会 // 9
  - 1.3 六大微店商业模式 // 11
    - 1.3.1 微店自营模式 // 11
    - 1.3.2 微店批发模式 // 12
    - 1.3.3 微商代理、分销模式 // 12
    - 1.3.4 淘宝客户资源转微店模式 // 13
    - 1.3.5 传统店铺O2O微商模式 // 13
    - 1.3.6 微商服务模式 // 14
- 第2章 拍拍小店注册与安装 // 15
  - 2.1 安装拍拍小店 // 16
  - 2.2 拍拍小店注册 // 18
  - 2.3 微店认证 // 20
  - 2.4 拍拍小店相关功能介绍 // 22
- 第3章 拍拍小店装修与产品上传 // 29
  - 3.1 拍拍小店的装修 // 30
    - 3.1.1 店铺名称 // 30
    - 3.1.2 店铺头像 // 31
    - 3.1.3 店铺招牌 // 31
  - 3.2 上传商品到拍拍小店 // 42
    - 3.2.1 手机端拍拍小店添加产品 // 42
    - 3.2.2 PC端（电脑）微店后台管理上传商品 // 43
    - 3.2.3 一键搬家 // 44
  - 3.3 建立拍拍小店分销系统 // 49
  - 3.4 拍拍小店营销管理 // 50
    - 3.4.1 批发价 // 51
    - 3.4.2 签到 // 53
    - 3.4.3 设置优惠券 // 55
    - 3.4.4 满减满送 // 57
    - 3.4.5 限时折扣 // 59
    - 3.4.6 阶梯价 // 60
    - 3.4.7 更多工具 // 62
  - 3.5 拍拍小店的店铺分享与商品分享 // 62
    - 3.5.1 拍拍小店店铺分享 // 62
    - 3.5.2 拍拍小店商品分享 // 62
- 第4章 拍拍小店的订单管理和售后服务 // 64
  - 4.1 拍拍小店购物流程 // 65
    - 4.1.1 买家进入卖家拍拍小店 // 65

- 4.1.2 买家购买流程 // 66
- 4.2 拍拍小店的订单管理 // 68
  - 4.2.1 待发货 // 68
  - 4.2.2 待付款 // 71
  - 4.2.3 已完成 // 72
  - 4.2.4 已取消 // 72
  - 4.2.5 已发货 // 73
  - 4.2.6 待打款 // 73
  - 4.2.7 待退款 // 74
- 4.3 售后服务 // 74
- 第5章 移动互联网的商业法则 // 79
  - 5.1 这是一个互联网的世界 // 80
  - 5.2 电商的变迁 // 81
    - 5.2.1 买家的变化 // 81
    - 5.2.2 卖家的变化 // 82
    - 5.2.3 平台的变化 // 82
  - 5.3 互联网思维 // 83
    - 5.3.1 用户思维 // 83
    - 5.3.2 产品思维 // 92
    - 5.3.3 平台思维 // 95
    - 5.3.4 流量思维 // 98
    - 5.3.5 大数据思维 // 99
  - 5.4 移动互联网生存法则的三个特点 // 101
- 第6章 微店产品运营策略 // 104
  - 6.1 产品营销战略的选择 // 105
  - 6.2 产品类别的选择 // 107
  - 6.3 产品差异化的提炼 // 109
    - 6.3.1 为什么要提炼概念 // 109
    - 6.3.2 如何提炼概念 // 109
  - 附：29种常见产品差异化概念方法 // 110
  - 6.4 产品的布局 // 116
  - 6.5 产品的包装 // 117
    - 6.5.1 定位 // 117
    - 6.5.2 外形包装 // 123
    - 6.5.3 品类占有 // 125
- 第7章 微引流 // 127
  - 7.1 微引流的相关概念 // 129
  - 7.2 增加粉丝 // 129
    - 7.2.1 朋友推荐 // 130
    - 7.2.2 手机号添加 // 134
    - 7.2.3 QQ好友添加 // 139
    - 7.2.4 微信群聊添加 // 140
    - 7.2.5 二维码扫码吸粉 // 141
    - 7.2.6 添加微信好友的其他方法 // 144
  - 附：微商引流46式 // 147
  - 7.3 个人微商玩法 // 155
    - 7.3.1 塑造“高大上”的形象 // 156
    - 7.3.2 攒人品，软营销 // 157
    - 7.3.3 杜绝硬广告、软广告，贯穿植入性广告 // 158

- 7.3.4 多互动 // 158
- 7.3.5 塑造“朋友+专家”的形象 // 159
- 7.4 做好内容营销 // 159
  - 7.4.1 内容的制作 // 159
  - 7.4.2 内容的发布 // 165
- 第8章 微沟通 // 168
  - 8.1 互动是微沟通的基础 // 169
  - 8.2 情感可以黏住人心 // 172
  - 8.3 价值是品牌形象的核心 // 175
- 第9章 微促销 // 177
  - 9.1 微促销心法 // 178
  - 9.2 微店销售业绩倍增的方法 // 181
    - 9.2.1 增加客户数 // 182
    - 9.2.2 增加平均交易值 // 187
    - 9.2.3 增加回购频率 // 197
  - 9.3 别让销售最后毁在产品的详情页上 // 198
- 附：拍拍小店宝贝详情页面思路和设计流程 // 203
- 第10章 微关系 // 207
  - 10.1 情感营销——以情动人 // 209
    - 10.1.1 情感上的满足 // 210
    - 10.1.2 心理上的认同 // 211
    - 10.1.3 学会跟客户“谈恋爱” // 212
    - 10.1.4 塑造客户的归属感 // 213
  - 10.2 信任营销——给客户零风险 // 213
  - 10.3 自发传播——让微店自动造血 // 219
    - 10.3.1 Why——人为什么会在线分享 // 219
    - 10.3.2 Who——是谁分享你的信息 // 223
    - 10.3.3 How——如何去分享 // 226
    - 10.3.4 When——什么时候分享，什么时候回复 // 229
    - 10.3.5 What——什么样的内容更容易被分享 // 231
    - 10.3.6 Where——在哪里分享 // 236
  - 10.4 强关系——激活粉丝 // 236
    - 10.4.1 站在用户的角度，说他们的语言 // 237
    - 10.4.2 根据平台特性制定内容 // 237
    - 10.4.3 要求用户参与 // 237
    - 10.4.4 丰富的表现形式 // 237
    - 10.4.5 持之以恒 // 238
- 附：赚钱的微店，是这样做的！ // 238
- 第1章 微店概况 // 1
  - 1.1 微店时代已经来临 // 2
  - 1.2 常见的微商平台 // 3
    - 1.2.1 拍拍小店 // 3
    - 1.2.2 京东微店 // 4
    - 1.2.3 有赞 // 5
    - 1.2.4 口袋购物微店 // 6
    - 1.2.5 淘宝微店 // 7
    - 1.2.6 微店网 // 8
    - 1.2.7 微盟 // 8
    - 1.2.8 中兴微品会 // 9

- 1.3 六大微店商业模式 // 11
  - 1.3.1 微店自营模式 // 11
  - 1.3.2 微店批发模式 // 12
  - 1.3.3 微商代理、分销模式 // 12
  - 1.3.4 淘宝客户资源转微店模式 // 13
  - 1.3.5 传统店铺O2O微商模式 // 13
  - 1.3.6 微商服务模式 // 14
- 第2章 拍拍小店注册与安装 // 15
  - 2.1 安装拍拍小店 // 16
  - 2.2 拍拍小店注册 // 18
  - 2.3 微店认证 // 20
  - 2.4 拍拍小店相关功能介绍 // 22
- 第3章 拍拍小店装修与产品上传 // 29
  - 3.1 拍拍小店的装修 // 30
    - 3.1.1 店铺名称 // 30
    - 3.1.2 店铺头像 // 31
    - 3.1.3 店铺招牌 // 31
  - 3.2 上传商品到拍拍小店 // 42
    - 3.2.1 手机端拍拍小店添加产品 // 42
    - 3.2.2 PC端（电脑）微店后台管理上传商品 // 43
    - 3.2.3 一键搬家 // 44
  - 3.3 建立拍拍小店分销系统 // 49
  - 3.4 拍拍小店营销管理 // 50
    - 3.4.1 批发价 // 51
    - 3.4.2 签到 // 53
    - 3.4.3 设置优惠券 // 55
    - 3.4.4 满减满送 // 57
    - 3.4.5 限时折扣 // 59
    - 3.4.6 阶梯价 // 60
    - 3.4.7 更多工具 // 62
  - 3.5 拍拍小店的店铺分享与商品分享 // 62
    - 3.5.1 拍拍小店店铺分享 // 62
    - 3.5.2 拍拍小店商品分享 // 62
- 第4章 拍拍小店的订单管理和售后服务 // 64
  - 4.1 拍拍小店购物流程 // 65
    - 4.1.1 买家进入卖家拍拍小店 // 65
    - 4.1.2 买家购买流程 // 66
  - 4.2 拍拍小店的订单管理 // 68
    - 4.2.1 待发货 // 68
    - 4.2.2 待付款 // 71
    - 4.2.3 已完成 // 72
    - 4.2.4 已取消 // 72
    - 4.2.5 已发货 // 73
    - 4.2.6 待打款 // 73
    - 4.2.7 待退款 // 74
  - 4.3 售后服务 // 74
- 第5章 移动互联网的商业法则 // 79
  - 5.1 这是一个互联网的世界 // 80
  - 5.2 电商的变迁 // 81

- 5.2.1 买家的变化 // 81
- 5.2.2 卖家的变化 // 82
- 5.2.3 平台的变化 // 82
- 5.3 互联网思维 // 83
  - 5.3.1 用户思维 // 83
  - 5.3.2 产品思维 // 92
  - 5.3.3 平台思维 // 95
  - 5.3.4 流量思维 // 98
  - 5.3.5 大数据思维 // 99
- 5.4 移动互联网生存法则的三个特点 // 101
- 第6章 微店产品运营策略 // 104
  - 6.1 产品营销战略的选择 // 105
  - 6.2 产品类别的选择 // 107
  - 6.3 产品差异化的提炼 // 109
    - 6.3.1 为什么要提炼概念 // 109
    - 6.3.2 如何提炼概念 // 109
  - 附：29种常见产品差异化概念方法 // 110
  - 6.4 产品的布局 // 116
  - 6.5 产品的包装 // 117
    - 6.5.1 定位 // 117
    - 6.5.2 外形包装 // 123
    - 6.5.3 品类占有 // 125
- 第7章 微引流 // 127
  - 7.1 微引流的相关概念 // 129
  - 7.2 增加粉丝 // 129
    - 7.2.1 朋友推荐 // 130
    - 7.2.2 手机号添加 // 134
    - 7.2.3 QQ好友添加 // 139
    - 7.2.4 微信群聊添加 // 140
    - 7.2.5 二维码扫码吸粉 // 141
    - 7.2.6 添加微信好友的其他方法 // 144
  - 附：微商引流46式 // 147
  - 7.3 个人微商玩法 // 155
    - 7.3.1 塑造“高大上”的形象 // 156
    - 7.3.2 攒人品，软营销 // 157
    - 7.3.3 杜绝硬广告、软广告，贯穿植入性广告 // 158
    - 7.3.4 多互动 // 158
    - 7.3.5 塑造“朋友+专家”的形象 // 159
  - 7.4 做好内容营销 // 159
    - 7.4.1 内容的制作 // 159
    - 7.4.2 内容的发布 // 165
- 第8章 微沟通 // 168
  - 8.1 互动是微沟通的基础 // 169
  - 8.2 情感可以黏住人心 // 172
  - 8.3 价值是品牌形象的核心 // 175
- 第9章 微促销 // 177
  - 9.1 微促销心法 // 178
  - 9.2 微店销售业绩倍增的方法 // 181
    - 9.2.1 增加客户数 // 182

- 9.2.2 增加平均交易值 // 187
- 9.2.3 增加回购频率 // 197
- 9.3 别让销售最后毁在产品的详情页上 // 198
- 附：拍拍小店宝贝详情页面思路和设计流程 // 203
- 第10章 微关系 // 207
  - 10.1 情感营销——以情动人 // 209
    - 10.1.1 情感上的满足 // 210
    - 10.1.2 心理上的认同 // 211
    - 10.1.3 学会跟客户“谈恋爱” // 212
    - 10.1.4 塑造客户的归属感 // 213
  - 10.2 信任营销——给客户零风险 // 213
  - 10.3 自发传播——让微店自动造血 // 219
    - 10.3.1 Why——人为什么会在线分享 // 219
    - 10.3.2 Who——是谁分享你的信息 // 223
    - 10.3.3 How——如何去分享 // 226
    - 10.3.4 When——什么时候分享，什么时候回复 // 229
    - 10.3.5 What——什么样的内容更容易被分享 // 231
    - 10.3.6 Where——在哪里分享 // 236
  - 10.4 强关系——激活粉丝 // 236
    - 10.4.1 站在用户的角度，说他们的语言 // 237
    - 10.4.2 根据平台特性制定内容 // 237
    - 10.4.3 要求用户参与 // 237
    - 10.4.4 丰富的表现形式 // 237
    - 10.4.5 持之以恒 // 238
- 附：赚钱的微店，是这样做的！ // 238



# 《拍拍小店运营宝典》

## 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](http://www.tushu000.com)