

《漫步天猫》

图书基本信息

书名：《漫步天猫》

13位ISBN编号：9787121170928

10位ISBN编号：7121170922

出版时间：2012-9-1

出版社：电子工业出版社

作者：Tmall商家成长部

页数：296

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

《漫步天猫》

内容概要

本书是Tmall商家成长部的20位商家运营小二和讲师，经过一年时间，跟踪了上万个新入驻淘宝商城的商家的成长路径，总结出来的新商家成长期必修内容。本书既包含了商城的市场特点、淘宝商城规则等大方向，又详细介绍了商家基础工具和操作、新商家运营思路、基础流量获取、页面展现、客户服务等店铺运营核心模块，全面涵盖了天猫新商家必须掌握的学习内容，是新商家必备的操作手册。

《漫步天猫》

作者简介

Tmall商家成长部（peixun.tmall.com）诞生于天猫旗下，肩负整个天猫电商成长与发展的重任，担负着中国电子商务转型与升级的使命。

Tmall商家成长部是一个以自有讲师为核心、以商家成长导师为主体、以电子商务行业专家为中心，集商家运营、课程研发、讲师运营为一体的，应用线上线下立体的培训展示模式，提升商家电商运营能力和实际绩效的综合性学习平台。商家运营目前主要覆盖天猫新商家至中级商家，提供专业小二辅导咨询；课程研发以商家运营模块维度切分，致力建立全面、专业、系统的课程体系，并提供在线课程视频、在线直播课程、线下培训及企业内训；天猫智囊团将天猫各行业、各层级优秀商家聚合，定期开展交流讨论，挖掘电商运营干货，建立分享机制。

Tmall商家成长部的目标是提升天猫商家电子商务运营能力与电子商务全流程的系统能力，最终真正实现电商经营业绩的提升，促进和引导整个天猫与商家的共赢与成长，营造健康发展的电子商务生态圈。

书籍目录

第1章 天猫之路1

- 1.1 天猫大事记 2
- 1.2 天猫的优势与发展 2
- 1.3 天猫的消费者和商家现状 4
- 1.4 天猫未来发展方向与关键词 11

第2章 天猫规则13

- 2.1 天猫规则概述 14
- 2.2 一般违规行为及案例 16
 - 2.2.1 滥发信息 16
 - 2.2.2 延迟发货 25
 - 2.2.3 虚假交易 26
 - 2.2.4 违背承诺 27
 - 2.2.5 未依法公开或更新营业执照信息 28
 - 2.2.6 描述不符 28
 - 2.2.7 不当注册 29
 - 2.2.8 恶意骚扰 29
 - 2.2.9 竞拍不买 29
 - 2.2.10 不当使用他人权利 29
- 2.3 严重违规行为及案例 31
 - 2.3.1 出售假冒商品 31
 - 2.3.2 泄露他人信息 32
 - 2.3.3 发布违禁信息 32
 - 2.3.4 骗取他人财物 32
 - 2.3.5 盗用他人账户 32
 - 2.3.6 发布非约定商品 33
 - 2.3.7 假冒材质成分 33
 - 2.3.8 出售未经报关进口商品 33
 - 2.3.9 不正当谋利 33
 - 2.3.10 扰乱市场秩序 34

第3章 天猫之路35

- 3.1 新商家的良好经营习惯 36
- 3.2 关于新商家工商亮照 37
- 3.3 如何发布宝贝 37
- 3.4 如何添加类目 45
- 3.5 如何添加品牌授权 48
- 3.6 数码家电类如何添加新型号 50
- 3.7 宝贝标题的设置与优化 53
 - 3.7.1 宝贝标题的基础搭建 53
 - 3.7.2 宝贝标题的优化技巧 53
 - 3.7.3 宝贝标题的注意事项 56
- 3.8 图片会说话 58
 - 3.8.1 图片的作用 58
 - 3.8.2 图片拍摄的准备 59
 - 3.8.3 图片拍摄技巧 61
- 3.9 宝贝描述设计 63
 - 3.9.1 宝贝描述的作用 63
 - 3.9.2 宝贝描述的内容 66

- 3.9.3 宝贝描述的展现规律 69
- 3.10 店铺装修基础操作 73
 - 3.10.1 功能介绍与前台展示 73
 - 3.10.2 装修操作流程 81
 - 3.10.3 案例解析 97
 - 3.10.4 装修操作常见问题解答 105
- 3.11 子账号（E 客服）设置 108
 - 3.11.1 子账号（E 客服）的概念 108
 - 3.11.2 子账号（E 客服）的开通和授权 108
 - 3.11.3 子账号（E 客服）的使用流程 111
 - 3.11.4 子账号（E 客服）的分流规则 120
 - 3.11.5 子账号（E 客服）的设置技巧 121
- 第4章 店铺基础运营 123
 - 4.1 新店运营思路 124
 - 4.1.1 新商家必备的基础运营公式 124
 - 4.1.2 新商家的运营步骤 124
 - 4.1.3 团队人员配备 126
 - 4.2 基础流量构成 127
 - 4.3 基础流量之自然流量——淘宝搜索和类目 129
 - 4.3.1 自然流量的分类 129
 - 4.3.2 搜索流量 132
 - 4.3.3 类目流量 135
 - 4.4 基础流量之活动流量——免费资源 137
 - 4.4.1 免费活动资源的本质 138
 - 4.4.2 淘宝免费活动资源概览 138
 - 4.4.3 关于免费资源活动的总结 162
 - 4.5 基础流量之推广流量——付费营销 163
 - 4.5.1 付费营销方式在后台的查看入口 164
 - 4.5.2 常用的付费营销方式简介 164
 - 4.6 产品结构及运营 176
 - 4.6.1 产品结构基础 176
 - 4.6.2 产品结构划分与策略 177
 - 4.6.3 产品生命周期与运营 181
 - 4.6.4 产品运营之打造人气单品 183
 - 4.6.5 产品转化率监控及分析 191
 - 4.7 关联销售 196
 - 4.7.1 什么是关联销售 196
 - 4.7.2 关联销售的目的 197
 - 4.7.3 关联销售的形式 198
 - 4.7.4 关联销售的商品选择技巧 200
 - 4.7.5 关联商品的展现 203
 - 4.8 店铺促销工具 209
 - 4.8.1 满就送工具介绍及设置 209
 - 4.8.2 限时打折工具介绍及设置 213
 - 4.8.3 搭配套餐工具介绍及设置 218
 - 4.8.4 店铺优惠券 222
 - 4.8.5 天猫活动优惠券 226
 - 4.8.6 其他店铺促销设置入口 227
 - 4.9 基础数据解读 230

- 4.9.1 数据分析的重要性 230
- 4.9.2 数据的采集 231
- 4.9.3 基础数据分析思路 232
- 4.10 量子恒道店铺经 233
 - 4.10.1 量子恒道店铺经介绍 233
 - 4.10.2 店铺基础数据流量分析 234
 - 4.10.3 销售分析 242
 - 4.10.4 推广效果 244
 - 4.10.5 客户分析——访问地区分析 247
 - 4.10.6 其他功能介绍 248
- 4.11 会员关系管理 250
 - 4.11.1 客户管理 251
 - 4.11.2 客户分析 258
 - 4.11.3 会员营销 262
 - 4.11.4 潜在营销机会 263
- 第5章 店铺服务 265
 - 5.1 天猫需要什么样的客服 266
 - 5.2 客服销售技巧 268
 - 5.2.1 如何了解客户需求 268
 - 5.2.2 客户类型分析及应对 270
 - 5.2.3 一般销售流程 274
 - 5.2.4 销售必备&禁忌 278
 - 5.3 天猫售后处理——规则及投诉 281
 - 5.3.1 如何查询退款或维权的纠纷订单 281
 - 5.3.2 退款规则 282
 - 5.3.3 退款处理方法 284
 - 5.3.4 投诉规则以及处理方法 289

章节摘录

版权页：插图：1.什么是产品生命周期 产品生命周期是产品的市场寿命，即一个新产品从开始进入市场到被市场淘汰的整个过程。产品和人的生命一样，也要经历导入（或称为形成）、成长（或称为上升）、成熟（或称为鼎盛）、衰退，这4个阶段即构成了典型的产品生命周期。2.产品不同周期的运营策略（1）产品生命周期曲线：在产品的不同阶段，销售表现与贡献的利润情况各不相同，典型的产品生命周期销售与利润关系的曲线如图4—97所示。在产品处于导入期的时候，由于需要投入市场推广费用，让市场接受产品，在早期阶段商家的销售很有可能是亏损的。当进入到上升期后，由于产品的市场接受度提高了，慢慢的销售与利润曲线都会正向上升。到了鼎盛期，产品的市场接受度已经成熟，这时销售会稳定在一个较好的水平上，同时由于不用过多投入推广费用，产品贡献的利润也能稳定在良好的情况。当产品的市场接受度饱和，产品将不可避免地进入到衰退期，这时产品销售与利润都会显示下滑趋势，尤其是销售的下滑会很明显，但产品的利润贡献下滑没有销售下滑那么明显。

（2）导入期：导入期也称投入期或形成期，指新产品刚进入市场的时期。特点：消费者接受程度低，产品销售量低且增长缓慢，通常处于亏损状态。运营推广策略：目的：告之推广开始，快速渗透让市场接受新产品。店内陈列：将店内首页、推荐位、促销位等相应重要的位置给予新产品，增加展示曝光的机会，同时在产品详情页的关联新品推荐上也给予较好的位置，集中店内的流量帮助提升销售量。店外推广：根据产品定位的不同制定店外的推广策略。如果是作为人气产品，可以考虑备货，积极参与相应官方频道的活动，力争短时间内提升产品销售量与人气。在相应的付费资源上也可以进行投入，如直通车、淘宝客、钻石展位等。（3）上升期：也称成长期，产品经过一段时间和一定力度的宣传、推销而被市场所接受，产品销售量开始有较好的增长，止损赢利。特点：产品被消费者接受，销售量不断增长，止损赢利；对推广资源的需求减弱，但市场竞争加剧。运营推广策略：目的：继续提升销售量，提升人气。店内陈列：继续在店内首页等重要位置进行陈列展示，并在产品详情页的关联推荐中以热卖形式进行推荐。同时释放一些掌柜推荐、分类页推荐的位置给下一批的新品。

《漫步天猫》

名人推荐

这本书是天猫商家成长部数年商家培训交流及商家咨询分析的宝贵结晶，涵盖了天猫发展历史与未来的发展方向，全面剖析了电子商务的规划结构与运营体系，并结合前沿的电子商务理论及实战的电商发展案例进行讲解。希望本书能成为大家了解天猫、了解电子商务的一个渠道，为商家的成长发展贡献一份力量。——天猫总裁 逍遥子 毋庸置疑，中国的电子商务是有鲜明的淘宝痕迹的。我们的成功，得益于电子商务大潮，更得益于在人员培养过程中，天猫各种培训和互动给我们提供了坚实的人才库，而这本书，无疑是电子商务时期最完备的一本操作手册。——2010年全球十大网商童装品牌绿盒子CEO 吴芳芳 本书是基于诸位小二和天猫讲师多年针对天猫的研究、参与和见证的丰富积累和第一手经验，融会贯通，创造性地提出了一系列针对天猫的运营方法和富有创新的数据分析理论，为深度理解天猫的规则以及相关的运营方法提供了很好的参考、借鉴和帮助。这确实是一本很及时的书。——国际品牌箱包运营商UTC旅行家电商总经理 曾轶宁 这本书都是干货，非常实用，对新商家是很好的入门教材，对老网商是很好的员工培训教科书，是商家在天猫的掘金术。这本书，注定是网商发展的最佳助推器！——TCL通讯电子商务中心总监 孙传峰

《漫步天猫》

精彩短评

- 1、对于新手了解天猫，有一点帮助
- 2、书还是可以 就是邮寄速度太慢 而且还像有点旧
- 3、对于天猫新商家很有用。
- 4、快递不好 把书都弄破了 我晕死!!! 建议快递服务要给力些!!!!
- 5、很好!赞!!
- 6、好,还不错啦
- 7、熟悉天猫必读
- 8、很实用的一本书,内容生动详实,读后很受用。
- 9、书应该还可以!发货速度很给力!
- 10、好,买来研究研究。
- 11、挺系统的 就是有点简单
- 12、进军电商必备的一本书
- 13、非常好,很便宜,趁着活动多买点,哈哈
- 14、淘宝官方出的书,相信对想入驻天猫的童鞋会有帮助
- 15、粗粗看过些,还行吧感觉
- 16、书的印刷质量非常好,学到了很多东西
- 17、书的封面很旧很花,好像垃圾堆里拿出来的,内页内容还可以,速度也很慢,不满意!买了两本,一本是亚马逊发货的,这款是第三方发货的,差别很大,亚马逊的书又新又快,这本又旧又慢
- 18、对天猫的具体操作,天猫规则,业务流程等有详细的描述,适合初学者
- 19、做天猫,值得一看~~~~~
- 20、书本包装不错。里面的内容也很好。
- 21、里面的内容只是天猫的使用说明,相当于产品说明书一样,内容一般
- 22、很好的书籍,很适合想进入天猫的人士!
- 23、所有想了解天猫,操作天猫入门的必备书籍,看见天猫的门在哪里
- 24、非常基础,比较适合新手使用~
- 25、真是坑爹的书。新手可以买,熟手千万别买,真是坑爹。太不划算了。这是买的最不值得的书之一。
- 26、全彩书籍,非常好看。感谢天猫,感谢马云!
- 27、对天猫平台的运作和基本知识有全面的阐述。
- 28、漫步天猫:新商路导航(全彩)
- 29、适合准备开店的人群!不错~~期待有提高
- 30、非常不错,深入浅出。涉及方方面面。
- 31、书不错,蛮喜欢的!
- 32、还不错,只是过于简单了~!
- 33、一般吧,适合入门的看,太基础了!!!
- 34、很好,值得一看!书中的内容比较干货。
- 35、更多的感觉是说明...犹如网上直接复制黏贴。后续...
- 36、当初为了从事电商工作而买的书,贵。但内容和排版以及图片的注明都比较业余。
- 37、让我对天猫进一步了解,知道了天猫与淘宝的区别
- 38、内容比较充实,可以当做本工具书使用
- 39、质量好内容好送货包装糊弄
- 40、太简单适合新手
- 41、这本书对于新商家还是有些参考作用,里面的大部分内容在网上都有!有一定的参阅价值!
- 42、买了一直没有时间看,包装很好
- 43、希望对我们有帮助
- 44、东西不错,只是更新太快内容容易过时
- 45、干货,非常好

《漫步天猫》

- 46、书不错，就是送货的扯淡
- 47、想做好一个运营，所以订购了这本书，怎么说呢？很多内容，但是不够深入，操作性没有那么强。期待更好的更深入的内容！
- 48、感觉价格有点贵了，讲得不详细。又有种买广告的感觉。
- 49、值得拥有和阅读
- 50、还没读呢，也才看了几页
- 51、没必要买，很多规则都是天猫后台，网上都可以看到的。而且书的时效性很差，规则后台都是一直在变化的。所以真没有必要买书。
- 如果有钞票就作为一个普及贴吧，做互联网，电商的人需要随时自己摸索变化。这个洞察学习能力不可以少
- 52、如果想在天猫上开店还是很有用的，但是没有描述进入天猫的资金需求
- 53、挺好的 做天猫可以看看
- 54、快递态度很差，广州寄广州，第三天才到，而且要打了好多个电话自己跟快递联系，快递还嫌这嫌那的，实在不满!!
- 55、不知道是被谁翻看过还是怎么的，拿到手后数被折的乱七八糟。好几页都是折痕，连首页封皮都快断的样子了。汗
- 56、很精美，学习
- 57、慢慢研究下。应该行
- 58、合适初学者！
- 59、刚想学，这本很不错，新手可以购买
- 60、内容比较浅显，比较适合刚接触天猫的商家
- 61、还行马马虎虎还行马马虎虎还行马马虎虎
- 62、不知这本书出版的意义何在?只是一本天猫开店手册，还好是别人买的，对一般人没什么用，想开店的可以看看。
- 63、如果内容再丰富一些，把一些营销思路加上会更好
- 64、给朋友先看，说很好，非常实用
- 65、入门教学挺不错的，在网上也找不到其他的书了！如果开天猫真的可以好好研究一下，但是很多东西还是要靠自己摸索
- 66、书不错，内容都是基础性的知识
- 67、作为一个新手来说还是一本不错的书呢 学习到了不少的内容
- 68、东西收到了，还没有来的及看！快递也挺快的！
- 69、新手值得一看哦
- 70、全部彩页，对淘宝有了更深入的了解！
- 71、没有感觉特别实用，一般般。
- 72、实用性很强，帮助很大。
- 73、刚接触天猫开店，很多流程细节都不清楚，遇到不少困难。这个书对实操挺有用的。
- 74、印刷精美，内容实用，值得!
- 75、很不错的书 能学到东西
- 76、只是基础中的基础讲解，不买书一样的的
- 77、喜欢这本书，有实用价值
- 78、内容很丰富，值得一看！
- 79、印刷精美，很实用，有一点点压折。
- 80、这本书，我去淘宝看，太贵，还是当当比较实惠，内容还没有全看。
- 81、果断是新书，好好读才是~
- 都是图片。唯一有用的是第一章的数据分析
- 82、都是很基础的东西，早该注意这是给新手看
- 83、包装就一个很薄的纸箱，也不防水。收到快递时纸箱都残破不堪了，里面的书也有好几本弄烂了和压皱了。最主要是刚收到货就发现降价了。
- 84、电子商务必须学习的书籍

《漫步天猫》

- 85、推进大家看一下，新卖家必备
- 86、买的比同事便宜，赚到了
- 87、很好的书，可以好好学习学习，不错
- 88、很基础的 满意
- 89、一般吧，针对天猫的书不多

章节试读

1、《漫步天猫》的笔记-第102页

通过使用这个旺聊天下的功能，可以在任何地方放在旺旺的代码，这个功能比较实用，之前还补知道

《漫步天猫》

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