

任务 1 卖出商品

【工作准备】

是否正常培训：（部门经理填） ☐ 到席 ☐ 请假 ☐ 旷工 原因：
是否遵守纪律：（部门经理填） ☐ 严格遵守 ☐ 迟到 ☐ 早退 ☐ 出位 ☐ 其他
检查电脑的完好性： ☐ 完好 ☐ 故障：报告值班经理并换机

【工作过程】

引言

卖出商品的关键是店铺拥有流量。获取流量的方式主要有两种，一是通过优化店铺获取免费流量（也称自然流量），二是通过付费工具获取流量。对店铺而言，获取免费流量是店铺最重要最基础的工作；而通过付费方式获取流量需根据店铺在不同时期、不同产品、不同营销目标及不同资金实力情况下酌情投入。本任务是在分析店铺基础数据的基础上，通过优化引流商品，提高店铺的自然流量，从而吸引客户产生订单，卖出商品。

案例学习

果二妹水果坊之“火龙果”引流

果二妹水果坊（<http://shop36538593.taobao.com>）是一家淘宝两钻店铺，首页如图3-1所示，主营热销水果。店铺开店初期日均流量（访客数）30左右，在节假日前夕或淘宝大促活动时日均流量可达100左右。果二妹从新店开始，利用店铺基础数据分析选择、优化引流商品，从而获取自然流量，逐步做到两钻店铺。

记录

欣赏案例店铺

- ☐ 1. 打开淘宝，搜索店铺“果二妹水果坊”；
- ☐ 2. 浏览店铺，了解店铺大致情况。



图3-1 果二妹水果坊店铺首页

果二妹的具体操作如下：

1.分析店铺基础数据选出引流商品

1.1了解自家店铺流量，全面掌握店铺基础数据

打开【千牛卖家中心】→【数据】→【生意参谋】→【流量】，可以查看店铺实时、1天、7天、30天等时间段的流量数据，包括访客数、浏览量、跳失率、人均浏览量、平均停留时间、老访客数、新访客数、关注店铺人数等数据，这些数据反映了店铺流量的基本情况。

1_天流量数据记录：

访客数（ ）、浏览量（ ）、跳失率（ ）、人均浏览量（ ）、平均停留时长（ ）、老访客数（ ）、新访客数（ ）、关注店铺人数（ ）。

7_天流量数据记录：

访客数（ ）、浏览量（ ）、跳失率（ ）、人均浏览量（ ）、平均停留时长（ ）。

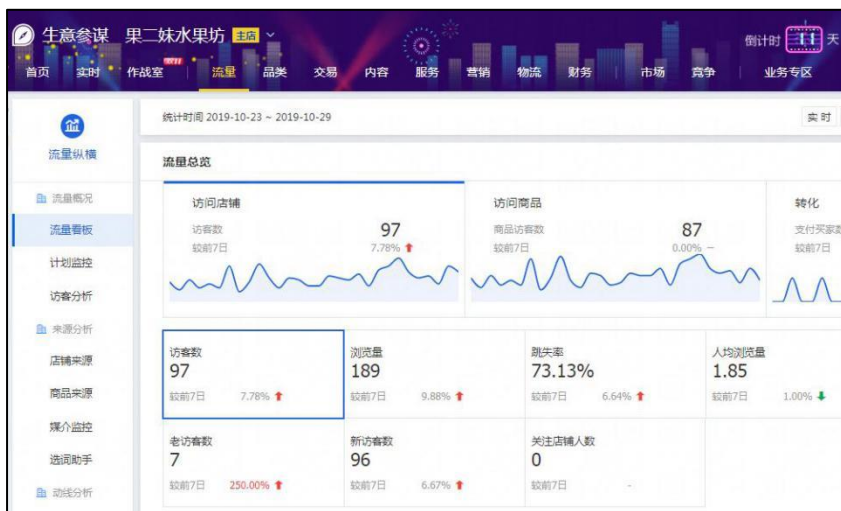


图3-2 果二妹店铺流量数据图

如图 3-2 所示，果二妹水果坊在过去的一周里，访客数 97、浏览量 189、跳失率 73.13%、人均浏览量 1.85、平均停留时间 14.16、老访客数 7、新访客数 96，店铺的流量比较小。

1.2.对比商品流量排行，选出备用引流商品

打开【千牛卖家中心】→【数据】→【生意参谋】→【流量】，查看商品流量排行top10板块，这个版块显示的是店铺里流量前十的商品。

如图3-3所示，果二妹水果坊里流量最高的是火龙果、雪莲、柿子、杏、苹果，可将这五种商品列为备选引流产品。

商品流量排行TOP10				
排名	商品	访客数	(占比)	支付买家数
1	越南火龙果白心大果10斤新鲜包邮现摘孕妇水果应季白肉火龙果	26	30.95%	2
2	现挖云南天山红泥沙雪莲果新鲜带箱11斤红心当季水果整箱5	11	13.10%	0
3	脆柿子新鲜水果当季整箱硬柿子6斤带箱脆皮甜水晶柿子当季	6	7.14%	0
4	陕西金太阳大黄杏5斤大果新鲜水果杏子应季鲜果	6	7.14%	0
5	甘肃天水花牛苹果10斤带箱水果新鲜当季整箱粉丑红泥应季苹果	5	5.95%	0

图3-3 果二妹店铺商品流量排行top10板块图

如图 3-3 所示，可以看到果二妹店铺里获取流量最高的五个商品是火龙果、雪莲、柿子、杏、苹果，将这五个商品列为备用引流商品。

1.3.对比同行优秀店铺数据，确定引流商品

打开【千牛卖家中心】→【生意参谋】，查找行业排行板块，

()、老访客数 ()、新访客数 ()、关注店铺人数 ()。

30 天流量数据记录：

访客数 ()、浏览量 ()、跳失率 ()、人均浏览量 ()、平均停留时长 ()、老访客数 ()、新访客数 ()、关注店铺人数 ()。

店铺中流量前 10 名的商品分别是：

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

从商品的排名中找出自家店铺

这个版块显示的是同行排名前100的店铺、商品、搜索词的信息，从商品的排名可以分析出目前哪些商品受欢迎。

行业排行			主营类目：水产肉类/新鲜蔬果/熟食		
店铺			商品		
排名	店铺	交易指数	排名	商品	交易指数
1	甘福源旗舰店	856,953	1	14只现货金大闸蟹鲜活母蟹公螃蟹特大...	397,194
2	王小二旗舰店	849,319	2	【买1送1】苹果水果新鲜应季带箱10斤...	298,501
3	福瑞达旗舰店	703,941	3	苹果水果新鲜当季10斤批发应季带箱甜...	291,058
4	苏尚港旗舰店	578,480	4	【甘福源】甘肃天水花牛苹果水果10斤...	271,757
5	天猫超市	480,567	5	王小二 福建平和蜜蜜柚红心柚子红肉...	269,260
6	大希地旗舰店	454,346	6	甘肃天水花牛苹果水果新鲜当季10斤批...	263,135
7	今旺旗舰店	377,794	7	【大希地】牛排套餐团购黑椒开心家庭...	257,442
8	小牛凯西旗舰店	373,157	8	第2份半价 大闸蟹鲜活现货特大全母蟹...	253,673
9	横中蟹王旗舰店	309,167	9	12只现货金母蟹大闸蟹鲜活螃蟹特大礼...	244,253
10	红高粱食品旗舰店	297,419	10	批14只阳澄湖大闸蟹协会鲜活水产海鲜...	243,102

图3-4 同行优秀店铺排名

从图3-4 可以看与果二妹水果坊备选引流商品是苹果与火龙果，因火龙果的货源比苹果货源更好，果二妹水果坊选定火龙果为引流商品。

- 从备用引流商品中选出引流商品的策略有以下三点：
- （1）选价格相对比较低的商品。由于新店且销量记录少，很难让客户信任，价格低可以满足客户抱着试试也不亏的心理。
 - （2）选质量过硬的商品。商品质量好才能得到客户的好评，对于新店来说好评非常重要，能够提高转化率。
 - （3）选物流相对方便的商品。如果客户首次购买就碰到物流延迟，不仅可能给出差评，而且会让客户失去对店铺的信任。

2.优化引流商品名称

2.1.优化商品名称

2.1.1保留自家商品流量高的关键词

打开【千牛卖家中心】→【数据】→【生意参谋】→【关键词排行top10】，查看自家店铺排名比较好的关键词，在优化标题时保留作为备选关键词。

商品排名靠前，根据引流策略（考虑价格、质量、物流性价比最高）选出的商品是_____。

- （1）自家店铺排名靠前的关键词：
- （2）同行流量高的关键词：

关键词排行TOP10			
排名	关键词	访客数	浏览量
1	火龙果白心 较前7日	6 +200.00%	13 +160.00%
2	柿子新鲜 脆柿 较前7日	5 -	5 -
3	火龙果 较前7日	3 +200.00%	9 +350.00%
4	黄杏新鲜 5斤 较前7日	3 +200.00%	7 +600.00%
5	白心火龙果大果 较前7日	2 0.00%	8 +166.67%
6	火龙果白心大果 10斤 较前7日	2 0.00%	2 0.00%
7	水晶柿子 长安十二时辰 较前7日	2 +100.00%	2 +100.00%
8	白火龙果 10斤 较前7日	2 -	2 -
9	火龙果10斤包邮 较前7日	2 0.00%	2 0.00%
10	白心火龙果 较前7日	2 0.00%	2 0.00%

图3-5 果二妹店铺商品关键词排行top10图

如图3-5所示，可以保留“火龙果白心”、“火龙果”、“火龙果白心大果10斤”、“白心火龙果大果”、“火龙果10斤包邮”、“白心火龙果”作为备选关键词。

2.1.2找出同行流量高的关键词

打开淘宝首页，在首页搜索框输入“火龙果”，查看近期与火龙果相关且流量高的关键词，找出与商品相关的关键词并保留作为备选关键词。



图3-6 火龙果产品流量高的相关关键词

如图3-6所示，与店铺相关的关键词有“火龙果白心”、“火龙果

(3) 组合的标题是:

(4) 更改标题

☐ 已用最新标题

☐ 未修改标题

10斤包邮”，将其保留作为备选关键词。

2.1.3组合关键词

淘宝商品的标题可以包含60个字符（30字），标题优化的原则是高流量关键词越多越好，兼顾标题吸引力，同时要包含一些促销信息。可以遵循以下的公式：商品标题=高流量关键词+商品名称关键词+商品特点关键词。

根据商品标题优化公式，从以上两步选出的备选关键词中找出高流量关键词：“火龙果白心”、“10斤包邮”；根据火龙果的名称与别称选出“火龙果”、“白肉火龙果”；根据产品特点选出“越南火龙果”、“新鲜”、“现摘”、“应季”、“孕妇水果”。根据标题公式整合确定标题为“越南火龙果白心大果10斤新鲜包邮现摘孕妇水果应季白肉火龙果”。

2.1.4更改关键词

打开【卖家中心】→【宝贝管理】→【出售中的宝贝】→【编辑商品】→【编辑商品】，进入商品编辑页面，修改宝贝标题并提交宝贝信息。



图3-7 修改商品名称

如图3-7所示，把商品名称修改为“越南火龙果白心大果10斤新鲜包邮现摘孕妇水果应季白肉火龙果”，保存提交。

2.2.优化引流商品价格

新店引流产品的价格一般采用能够快速带动店铺流量的低价定价法，即参考同一平台里同类商品的低价位价格。低价位价格的寻找方法：利用主关键词（商品名称+主要属性，例如“火龙果10斤”）进行搜索，在搜索结果页中选择【价格从低到高】，可以看到同类商品在所有的搜索结果中的最低价，最低价只能作为参考，卖家需要结合综合排名里的低价位价格与自身情况进行最终定价。

利用主关键词（即商品名称+主要属性，如“火龙果 10 斤”）进行搜索，在搜索结果页中选择【价格从低到高】进行排序，查看同类商品的最低价。以最低价作为定价的参考，结合综合排名里的低价位价格与

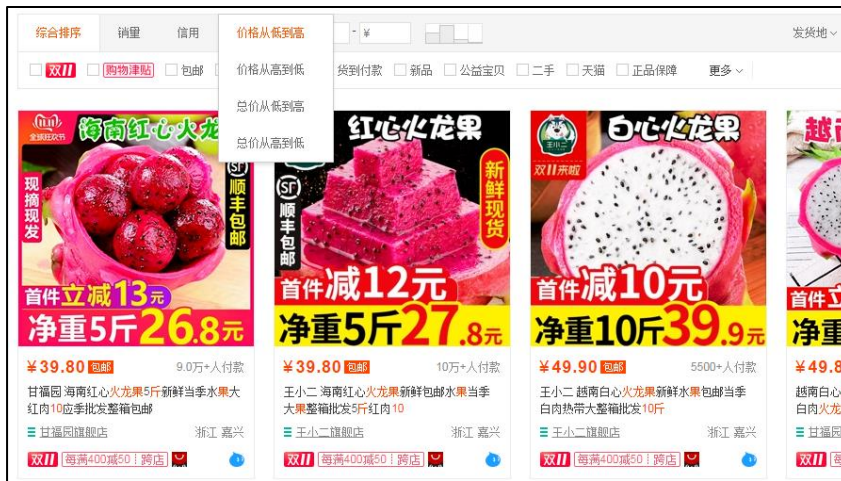


图3-8 “火龙果10斤”搜索排名

利用主关键词“火龙果 10 斤”在淘宝首页搜索，搜索结果如图 3-8 所示。通过综合排序与价格排序整合出同类商品的低价范围在 32.8~39.8，根据店铺实际情况及综合实力可以把价格定在这个范围。另外，参考尾数定价法，可以定为 34.8、35.9 等。

2.3.优化商品促销设置

商品促销信息容易刺激客户下单。店铺的促销方式以参考表 3-1。

表3-1 网店常见促销方式表

序号	促销方式	解释	举例
1	满额促销 满就减和 满就送	购买商品到达计定的额度，立刻减价或赠送某些优惠。	满 100 减 30、满 1000 送 100 购物券
2	限时折扣	在特定的时间内提供优惠的价格	双 11 点-2 点 8 折优惠
3	优惠券	用于吸引买家到店购买，可以预发给买家，让买家在优惠券的引导下到店铺消费。	双 11 来临前通过邮箱或者社群提前发送的优惠券
4	秒杀	网上显示抢购活动，由于价格非常低，很容易被抢光，容易获取高流量。	9.9 元秒杀平时 30 元的商品
5	团购	团体购物，通过消费者自行组团或商家组团等形式，降低单购的价格，提高销售数量。	聚划算

自身情况进行最终定价，定价为：_____。

你设置的促销方式是：_____，
你遇到的问题有哪些：

6	关联促销	将集中商品根据一定联系组合在一起销售,通过促销套餐让卖家一次购买,提高店铺销售业绩、转化率、客单价。	购买榴莲,搭配山竹一块销售
---	------	--	---------------

淘宝店设置促销的路径是【千牛卖家中心】→【营销】→【促销管理】→【优惠活动】。部分促销工具属于第三方服务,需要另外购买服务。



图3-9 设置促销信息

如果接近双 11,可以设置双 11 主题的促销,如图 3-9 所示,根据店铺特点设置促销信息。设置促销后需要实时监控店铺销售情况,适当调整促销方式。

平台拓展

在案例学习的基础上,拓展到速卖通平台,进行学习与操作。

1.分析店铺数据选出引流商品

1.1了解自家店铺流量,全面掌握店铺基础数据

登录后台,打开生意参谋页面,可以查看到店铺的实时数据,如图3-10所示。

记录

___天流量数据

记录:

访客数 ()、浏览量 ()、转化率 ()、客单价 ()、支付买家数 ()、支付金额 ()。

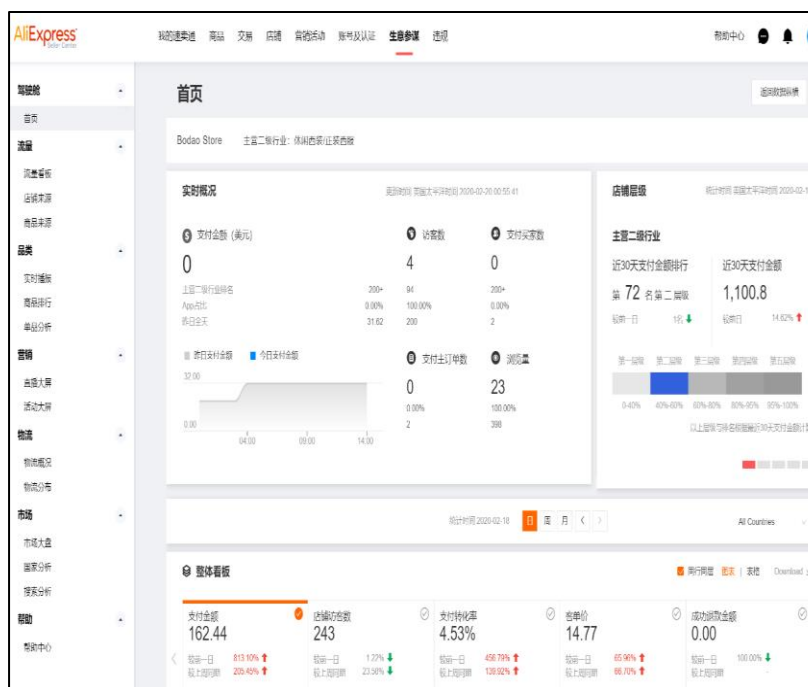


图3-10 速卖通生意参谋页面

生意参谋是店铺各类数据的入口，店铺流量、商品分析、行业情况等数据都可以从生意参谋里获得。

1.2 根据商品流量排行榜确定备选引流商品

单击【生意参谋】→【商品分析】，查看商品的相关数据，包括搜索曝光量、商品页访客数、平均停留时长、加购次数、加收藏夹人数等，卖家可以根据需要选择显示哪些指标，如图3-11所示。

备选引流商品是：

最近7天 ▼		2020-02-12 ~ 2020-02-18	请选择行业 ▼	全球 ▼	所有商品	
商品标题		搜索曝光量	商品页访客数	平均停留时长	加购次数	加收藏夹
	CINESSD Office Lady Blazers Coat Solid Long Sleeves Cardi...	18,878	654	25	34	27
\$37.58 ~ \$37.58						
流量来源						
	CINESSD 2019 Autumn Winter Coat Jacket Women Turn Down Co...	11,063	439	21	16	21
\$31.89 ~ \$31.89						
流量来源						
	CINESSD Solid Pullover Sweaters Women O Neck Long Sleeve ...	6,607	183	22	5	7
\$21.49 ~ \$21.49						
流量来源						
	CINESSD Women Casual Tops Chiffon Blouse Sexy V Neck Shor...	6,554	99	20	8	4

图3-11 速卖通商品分析数据页面

备选引流商品主要综合商品的搜索曝光量、商品页访客数两个指标进行选择，因此选第一、二个商品作为备选引流商品。

1.3 利用平台选品专家，确定引流商品

登录后台，单击【生意参谋】→【商机发现】→【选品专家】→【热搜】，查看选品专家提供的相关行业商品热搜情况，如图3-12所示。新手卖家要选择搜索指数高的商品作为备选引流商品，因为搜索指数越高商品的曝光可能性越大。

确定引流商品是：



图3-12 速卖通选品专家相关行业商品热搜情况

如图3-12所示，根据销售类目选择同类商品，可以看到同一类目下不同商品的供需指数，供需指数高说明需求大但供给少，因此选择供需指数第一的商品作为引流商品。

2.优化引流商品

2.1.优化引流商品名称

2.1.1优化标题及排布

速卖通平台的商品标题可包含145个字符，但页面只能显示45个字符，因此前45个字符要呈现主关键词。

2.1.2优化标题内容

根据公式进行优化：商品标题=主关键词+主属性词+促销词+品牌词+单复数词。

主关键词：主关键词要置于前45个字符内。例如女高跟鞋、男士鞋子等，这种商品标题性的主关键词应该放到标题的前面。

主属性词：主属性词也要置于前45个字符内，这样有利于提高标题的搜索权重。例如，真皮、棉、丝绸等，这类词属于主属性词，对提高产品的转化率、点击率有非常大的帮助。

优化后的标题是：

促销词：促销词(如买二赠一)对转化有帮助，但也会计算在标题的145个字符之内。因此，要特别注意促销词的使用数量，尤其是标题的前45个字符内，最好不使用促销词。

品牌词：如果运营的是一个知名度较高的品牌产品，品牌词可以放在标题的前面。但如果品牌的知名度较低，对于产品转化的作用不大，建议将品牌词放在标题的后面。

单复数词：单复数次的搜索结果显示不一定一样，对于单复数词搜索结果是一样的可以不用区分单复数，对于单复数词搜索结果不同的要把单复数词都加到标题里，这需要提前测试好搜索情况。

2.2.优化引流商品价格

引流产品同样也适用低价定价法，利用主关键词到平台搜索，确定低价范围后定出比较有竞争力的价格。

2.3.优化商品促销设置

速卖通平台为卖家提供了限时限量折扣、全店铺打折、满件折/满立减和店铺优惠券四大营销工具，适用这四大营销工具时要注意以下几点。

（1）注意活动生效时间。限时限量折扣活动设置12个小时后生效；全店铺打折、满件折/满立减活动设置24个小时后生效；店铺优惠券活动设置1-2个小时后生效。

（2）注意活动时长。限时限量折扣、全店铺打折、店铺优惠券活动可跨月设置，但会同时扣减两个月的活动数量；满件折/满立减活动开始和结束的日期必须在同一个月內。

（3）注意等待状态。限时限量折扣活动在开始前6个小时内、全店铺打折和满件折/满立减活动在开始前12个小时内处于“等待展示”状态，此时无法修改活动信息；店铺优惠券活动处于“展示中”状态，也无法修改活动信息或关闭活动。

（4）注意活动优先级。限时限量折扣活动的优先级大于全店铺打折活动，即当两个活动时间重叠时，优先展示限时限量折扣活动信息，限时限量折扣活动结束后，再展示全店铺打折的活动信息。满件折/满立减和店铺优惠券活动可以和其他活动同时进

引流商品定价为：

设置的促销方式是：

遇到的问题有哪些：

行。折扣产品以折后价(包括运费)计入全店铺满立减金额。

实战应用

任务1：淘宝店铺之商品引流

要求：登录淘宝店铺，通过分析店铺数据选出引流商品、优化引流商品争取卖出商品。

表3-3 淘宝平台卖出商品实战记录表

序号	实战任务	具体要求
1	分析店铺数据	了解自家店铺流量，全面掌握店铺基础数据
	选择引流商品	对比商品流量排行，选出备用引流商品
		对比同行优秀店铺数据，确定引流商品
2	优化引流商品	利用商品标题优化公式优化商品名称
		利用低价定价法优化商品价格
		根据平台与店铺实时情况设置商品促销信息

实战记录

任务2：速卖通平台之商品引流

要求：登录自己的速卖通店铺，通过分析店铺数据选出引流商品、优化引流商品争取卖出商品。

表3-4 速卖通平台店铺优化实战记录表

序号	实战任务	具体要求
1	分析店铺数据	了解自家店铺流量，全面掌握店铺基础数据
	选择引流商品	根据商品流量排行榜选出备用引流产

实战记录

		品
		利用蓝海行业数据，确定引流产品
2	优化引流商品	利用商品标题优化公式优化商品名称
		利用低价定价法优化商品价格
		根据平台与店铺实时情况设置商品促销信息

知识链接

一、店铺基础类数据释义

店铺基础类数目释义见表3-2所示。

表3-2 店铺基础类数据释义表

数据名称	释义
浏览量	浏览店铺页面和商品页面的次数
访客数	浏览店铺页面和商品页面的访客的数量，当天数据
收藏量	用户访问店铺页面过程中，添加收藏的总次数(包括分类页和宝贝页的收藏次数)
浏览回头客	指前6天内访问过店铺当日又来访问的用户数，所 段内去重计算
浏览回头率	浏览回头客占店铺总访客数的百分比
平均访浏览量	用户平均每次连续访问浏览的店铺页面数
跳失率	用户通过相应入口进入，只访问了一个页面就离开 次数占该入口总访问次数的比例
平均停留时间	所有访客的访问过程中，平均每次连续访问店铺的 间，单位为秒
宝贝页浏览量	店铺宝贝页面被查看的次数，用户每打开或刷新一 页面，该指标就会增加
宝贝页访客数	店铺宝贝页面的访问人数。所选时间段内，同一访 访问去重计算
宝贝页收藏量	用户访问宝贝页面添加收藏的总次数
入店页面	单个用户每次浏览您的店铺时查看的第一个页面为 页面
出店页面	单个用户每次浏览您店铺时所查看的最后一个页面为 店页面

14	入店人次	从该页面进入店铺的人次	
15	出店人次	从该页面离开店铺的人次	
16	进店时间	用户打开该页面的时间点,如果用户刷新页面,也会记录下来	
17	停留时间	用户打开本店最后一个页面的时间点减去打开本店第一个页面的时间点(只访问一页的顾客停留时间暂无法获取,这种情况不统计在内,显示为“-”)	
18	到达页浏览量	到达店铺的入口页面的浏览量	
19	平均访问时间	打开该宝贝页面到打开下一个宝贝页面的平均时间间隔。(用户访问该宝贝页后,未点击该页其他链接的情况不统计在内,显示为“-”)	
20	搜索曝光量	买家通过关键词搜索展示在搜索结果页面中的次数	
21	加购次数	买家把当前商品加入购物车的次数	
22	加收藏夹人数	买家把当前商品加入收藏夹的次数	
23	搜索指数	在一定时间内,搜索某个关键词的总共次数	

除了上表还有一些常用的数据,释义如下。

1.流量

我们在店铺运营中常说的流量,通常指店铺的访客数。

2.引流

我们在店铺运营中常说的引流,指的是增加店铺的流量。

二、如何打造“潜力商品”

以淘宝平台为例,打造一款潜力商品需要注意以下几点。

(一) 注重第一笔订单

由于新品期第一笔订单效果等同于新品期后三笔订单效果,因此要重视新品的第一笔订单。卖家可以给第一笔订单的客户提供比较大的优惠,以此打动客户,请客户及时完成评价与收藏等操作。

(二) 注重各项数据

潜力商品的各项数据都应该在平均数据之上,尤其是转化率,转化率高才能向平台证明有能力保持住流量,因此要重视潜力商品的转化率,可以通过精美的详情页、一定力度的优惠、优质的客户服务等操作提高转化率,并且要注意数据的变化,如果转化率降低

了，要及时找出原因，并采取措施提高转化率。

三、如何做一个“勤劳”的店主

“勤劳”店主是指保持定期（开店初期可以每天）上架新商品且定期更新店铺的店主。被平台判为“勤劳”店主的店铺会得到平台的流量倾斜。

四、如何用好“新店扶持期”

“新店扶持期”是指新开的店铺会得到一段时间平台给与的流量、设置等方面的扶持。例如淘宝的“新店扶持期”是3个月，如果店内商品在这3个月内的好评率很高而且是应季商品，淘宝系统就会推荐给更多有需要的人。另外，淘宝系统会分配给有销量的新品更多的流量资源。

课后作业

- 1.以下哪些步骤属于优化商品名称的步骤。（ ）
- A 保留自家商品流量高的关键词
 - B 找出同行流量高的关键词
 - C 组合关键词
 - D 更改关键词
- 2.挑选店铺引流商品时，需要注意的要求有哪些。（ ）
- A 选价格相对比较低的商品
 - B 选相对大众化商的品
 - C 选质量过硬的商品
 - D 选物流相对方便的商品
- 3.请根据下面商品信息给商品命名：

商品图片	商品信息
------	------

	品牌：衣世情缘 型号：5585 颜色分类：黑、蓝、红 货号：5896 面料：纯棉 薄厚：常规 风格：原创设计 图案：卡通动漫 适用季节：夏季 适用对象：一家三口 妈妈尺码：XXL、XL、S、M、L 爸爸尺码：S、M、L、XL、XXL 儿童尺码：童XS、童S、童M、童L、童XL、童XX……
---	---

你的命名是：_____。

这样命名的原因是：_____。

4.请列出五种促销方式

_____。

【工作结束】

- 数据整理及备份： ☐完成 ☐未完成
- 关机检查： ☐正常 ☐强行关机 ☐未关机
- 整理桌面： ☐完成 ☐未完成
- 地面卫生检查： ☐完成 ☐未完成
- 整理椅子： ☐完成 ☐未完成

【工作评价】

类别	序号	考核项目	考核内容及要求	分值	学生自测	学生互测	教师检测	分数
技术考评（80分）	1	质量	合理选出引流商品	20				
	2		完成引流商品优化	40				
	3		卖出商品	20				

非 技 术 考 评 (20分)	4	态度	学习态度是否端正	5				
	5	纪律	遵守纪律	5				
	6	协作	有交流、团队合作	5				
	7	文明	保持安静，清理场所	5				
总 分:								