

任务3 打造爆款产品

【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

店铺从新店成长为旺铺需要一个过程，直通车、淘宝客是这个过程中必须要学会并且熟练使用的工具。打造爆款商品是快速提升商品销量和排序、带动整个店铺的总体评分与信誉度的常用战术，尤其在节假日，买家已形成了群体短时密集消费的习惯，顺势打造爆款商品可以让店铺的品牌知名度快速提高。

案例学习

CAILIN SHOP “借力”打造爆款商品

CAILIN SHOP是一家个性鲜明、小而美的女鞋淘宝店，首页如图3-23所示。自开店初期，它一直有着明确的店铺风格和人群定位，针对25~35岁的女性群体出售风格统一的商品。在人群精细化定位中，数据参谋为其提供了可视化的数据，帮助它树立自己的风格，获取优质的流量。在成长期，更是借着“双11”成功地打造了第一个爆款商品，突破了当日单品上千的销售记录，成功打上ifashion标签，成为店铺发展的第一个里程碑。

记录

欣赏案例店铺

- ☐ 1. 打开淘宝，搜索店铺“CAILIN SHOP”；
- ☐ 2. 浏览店铺，了解店铺大致情况。

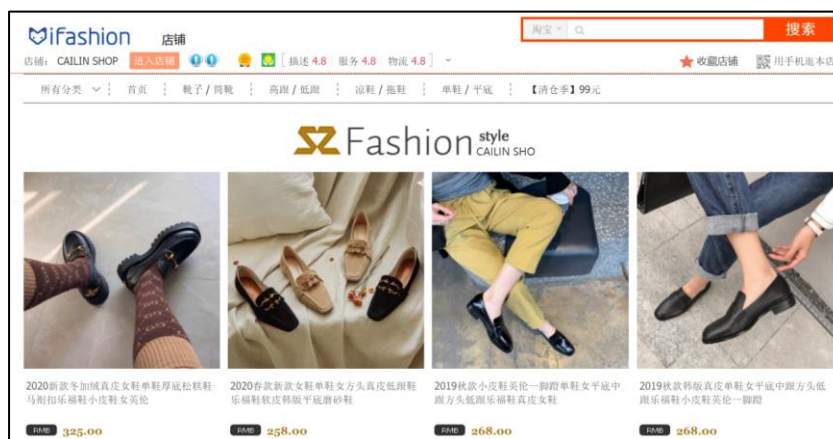


图3-23 CAILIN SHOP店铺首页

店铺打造爆款商品，要经过爆款商品筛选、爆款商品测试、优化商品设置、加大推广以及活动策划五个环节。

CAILIN SHOP店铺打造爆款商品的操作如下：

一、爆款商品筛选

选择爆款商品，除了店铺的活动支持，还需要商品自身具备竞争优势，符合市场的需求。

CAILIN SHOP店铺根据以下几个原则筛选爆款商品：

- (1) 属于应季商品，符合大众消费理念。
- (2) 库存充足，有完善的供应链。
- (3) 质量上乘，能打造品质口碑，降低售后风险。
- (4) 价格平民化、大众化。
- (5) 有一定的利润空间。
- (6) 和其他商品有一定的关联购买度。

二、爆款商品测试

(一) 自然流量测款

CAILIN SHOP店铺有一定的人气基础，人工筛选的新品需要在店铺中进行一轮自然流量测款。新品上架前一周在页面上做预告，让客户提前做好收藏、加入购物车（以下简称加购）操作，并且通过微淘、CRM工具、旺旺群等方式通知老客户新品上架的时间，配合相应的活动（如给老客户发放优惠券）达到上新破零的目的。

新品上架两周后单击【卖家千牛中心】→【生意参谋】→【品类】

店铺打造爆款商品，要经过（ ）

（ ）

（ ）

（ ）

（ ）

五个环节。

店铺自然流量测款可以参考（ ）

（ ）

（ ）

（ ）

（ ）

五个数据指标。

→【全量商品排行】，勾选商品的五个数据：商品访客数、商品加购件数、商品收藏人数、支付转化率、访客平均价值，如图3-24所示。



图 3-24 商品的上新数据

商品访客数越高，说明商品的排名越靠前，权重越高，推广较容易。商品加购件数和商品收藏人数代表商品的受欢迎程度。如果没有生成订单，说明商品还有不足之处，如商品价格高、详情页卖点不突出、销量评价差等。可有针对性地优化商品，然后观察优化后是否能提高支付转化率。

支付转化率表示在统计时间内，支付买家数除以访客数的值，即访客转化为支付买家的比例。CAILIN SHOP 店铺选择主推商品的标准为支付转化率 2%以上。

访客平均价值是指在统计时间内，支付金额除以访客数，即平均每个访客带来的支付金额。访客平均价值的数值越高越好，卖家可以参考该指标控制流量引入成本。

单击相应页面顶端的【下载】，可将数据导出成电子表格，计算商品的收藏加购比例，公式为： $(\text{商品收藏人数} + \text{商品加购件数}) / \text{商品访客数} \times 100\%$ 。数值越高，代表买家对商品的喜爱程度越高。CAILIN SHOP 店铺选款的标准是收藏加购比例大于等于 15%。如图 3-25 所示，将收藏加购比例进行降序排列，大于等于 15%的商品可进行直通车测款。

商品的收藏加购比例=

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
商品ID	商品名称	商品访客数	商品收藏人数	商品加购件数	支付转化率	访客平均价值	收藏加购比例			
575248028753	CAILIN自制帆布鞋	27,625	3,299	3,880	0.95%	2.18	25.99%			
583394709097	CAILIN自制19春夏新款	16,900	2,039	2,562	1.49%	3.00	24.34%			
586415261155	CAILIN自制19春夏新款	4,278	368	625	1.54%	3.39	23.21%			
567692926329	CAILIN自制19春夏新款	2,885	313	331	1.40%	3.14	22.32%			
577654342967	CAILIN自制19春夏新款	3,135	246	369	0.92%	1.97	19.47%			
586201476010	CAILIN自制19春夏新款	2,612	181	321	1.23%	2.66	19.22%			
580702872830	CAILIN自制19春夏新款	694	49	83	1.01%	2.16	19.02%			
587732639984	CAILIN自制19春夏新款	772	77	69	0.25%	0.49	18.89%			
586782187029	CAILIN自制19春夏新款	3,136	188	392	1.95%	4.53	18.49%			
545390613105	CAILIN自制19春夏新款	243	18	26	1.23%	3.26	18.11%			
58650065746	CAILIN自制19春夏新款	1,073	62	124	1.49%	3.63	17.33%			
567357709460	CAILIN自制19春夏新款	2,277	125	257	0.97%	2.25	16.78%			
583878499707	CAILIN自制19春夏新款	633	43	61	0.63%	1.61	16.43%			
567286127385	CAILIN自制19春夏新款	55	6	3	0.00%	0.00	16.36%			
569458989033	CAILIN自制19春夏新款	844	95	41	0.30%	0.70	16.11%			
586500401249	CAILIN自制19春夏新款	1,237	67	114	0.97%	2.10	14.63%			
40843435799	CAILIN自制2019新款	3,410	168	328	1.23%	2.02	14.55%			
545203731474	CAILIN自制2019新款	409	19	43	0.38%	1.95	14.10%			
587572114770	CAILIN自制2019新款	490	38	31	1.01%	2.03	14.00%			
587435561835	CAILIN自制2019新款	603	40	44	0.17%	0.34	13.93%			
586630683380	CAILIN自制2019新款	1,256	64	118	0.66%	1.43	13.42%			
566555100506	CAILIN自制2019新款	528	46	24	0.00%	0.00	13.31%			
57144436457	CAILIN自制2019新款	235	16	15	0.43%	0.89	13.19%			
586632345334	CAILIN自制2019新款	1,081	47	84	1.11%	2.76	13.04%			
539913880167	CAILIN自制2019新款	1,121	56	89	0.90%	2.59	12.67%			
644711758879	CAILIN自制2019新款	1,700	81	170	0.50%	6.67	12.50%			

图 3-25 收藏加购比例

（二）直通车测款

将达到选款标准的商品加入直通车进行二次测款。

1. 新建推广计划

单击【卖家千牛中心】→【我要推广】→【直通车】→【新建

计划】。投放平台可设置为移动设备的淘宝站内推广。对于CAILIN SHOP店铺而言，98%的订单来源于淘宝站内移动端，极少订单来源于淘宝PC端以及站外，所以CAILIN SHOP店铺在测款时选择了移动设备的淘宝站内推广。

投放地域设置在包邮地区。为避免过高的运费成本，测款时可根据发货地的地理位置进行选择，避免对边远地区进行包邮。后期可投放店铺买家集中的地域。

投放时间可使用行业模板设置，也可根据店铺实际情况选择投放时间。对于新品测试，CAILIN SHOP店铺的投放时间为8:00—23:00。

2. 添加商品和关键词

单击【新建宝贝计划】→【宝贝测款】→【标准推广自定义】，进入页面添加商品。关键词数量控制在10个左右，必须是精准词。根据商品延伸情况进行选择，如CAILIN SHOP店铺的爆品是女单鞋，投放关键词可以设置为“软皮女单鞋”“平底女单鞋软皮”“方头平底女鞋”等。店铺如果没有明确的目标人群，可暂不设置推荐人群。

三、优化商品设置

（一）上架时间

在店铺流量大的时间段上架商品。

（二）商品标题

保留原有的流量高的关键词，删掉无流量的关键词，加入新词。

（三）详情页布局

详情页布局一般由首屏聚焦、场景带入、卖点强化、价值塑造、帮客户做决定五部分构成。详情页布局优化可参考表3-10。

表3-10.详情页布局优化参考结构

表3-9 详情页结构逻辑	
结构	17点逻辑关系
首屏聚焦	1. 焦点图（引起消费者注意）
	2. 目标客户群设计
场景带入	3. 场景图（激发潜在客户的消费需求）
	4. 搭配推荐区（场景化搭配，提升消费者购买代入感）
卖点强化	5. 为什么购买（好处设计）
	6. 为什么购买（痛点设计）
	7. 商品属性
	8. 商品细节图展示
	9. 同类商品对比+如何辨别真假（消除顾虑）
	10. 客户评价，第三方评价（增加信任）
	11. 店铺产品保障（信任转信赖）
价值塑造	12. 拥有后的感觉塑造（给客户一个100%的购买理由）
	13. 给掏钱人购买理由（送恋人，送母亲，送朋友等）
	14. 品牌介绍增值
替客户做决定	15. 购买号召（为什么立刻在我店购买）
	16. 售后说明（无后顾之忧）
	17. 同类推荐

四、加大推广

- （1）除日常的店铺推广外，对于筛选出来的有潜力成为爆款的商品，使用直通车和钻展进行重点推广。
- （2）报名聚划算、品牌团活动进一步提升销量。
- （3）利用多种平台如移动新闻客户端、BBS、微博、微信、社

分析商品详情页图是否包含有下面几个部分：

首屏聚焦 ☐是 ☐否

场景带入 ☐是 ☐否

卖点强化 ☐是 ☐否

价值塑造 ☐是 ☐否

帮客户做决定
☐是 ☐否

还可以去那些社交平台推广产品？

区论坛等传达商品信息，增加店铺访问量。

五、活动策划

CAILIN SHOP 店铺报名参加“双 11”活动，策划了具体的促销活动，如表 3-11 所示。

表 3-11. “双 11”系列活动策划

活动主题	活动时间	天数	活动内容
双11	预热 11.1-11.10	10	【优惠券】200-20；300-30；500-50； 【收藏加购有礼】收藏加购送现金红包 【无门槛优惠券秒杀】每天早上10点；晚上10点，各秒杀5张20-50元无门槛优惠券 【提前付定金双倍减】11月1日-11月10日期间主推爆款商品提前付定金25元，并于11月11日下单购买可抵扣50元。 【签到有礼】连续签到5，送现金红包
	双11当天	1	【优惠券】200-20；300-30；500-50； 【下单前10送】11月11日00:00开始，下单前10名送MAC口红一支（一个ID限领一次） 【满送】11月11日当天订单额满1100送阿玛尼口红一支 【秒杀活动】11月11日11点11分开始抢购111元（11件）（价格低的旧款） 【第二件半价】特定区第二件半价（选定20款旧款特定区） 【双11必抢榜单】10款爆款备选品
双11返场	11.12-11.13	2	【优惠券】200-20；300-30；500-50； 【最后一天优惠】满1100送MAC口红一支 【第二件半价】特定区第二件半价（20款） 【双11TOP10款】选10款

为自己的店铺策划一场店铺活动：

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

速卖通店铺打造爆款商品操作

一、爆款商品筛选

常用的打造爆款商品筛选方法有两种：

方法一：选择店铺中已有一定销量的商品。所选的商品要有基础销量，好评率较高，属于应季商品，库存充足，性价比高，且平台成交转化率处于上升期。

方法二：选择店铺中的新品，从基础销量做起。商品名称在热门搜索词中靠前且同行竞争压力较小，具有一定发展潜力。

二、爆款商品测试

以上述第一种方法为例，在活动临近期，打造爆款商品，缩短平缓期，快速提升订单转化率。

单击【数据纵横】，根据店铺数据利用方法一筛选出3~5款商品进行爆款商品测试。

（1）新建快捷推广计划，加入筛选的商品，尽量多地添加匹配的流量词，让商品最大化曝光。

（2）用7~10天的时间观察商品的数据变化，对商品的曝光率、点击率、收藏、销量以及转化率进行分析。

（3）将数据最好的一款商品（高曝光、高点击率、高收藏）加入重点推广计划。

三、优化商品设置

（一）标题优化

商品标题应准确、完整、简洁，包含买家最关注的商品属性，突出商品卖点，一般由品牌+商品材质/特点+商品名称+物流运费+服务+销售方式构成。

例如，在速卖通平台热销的一条 H&Q 品牌长裙的标题 “H&Q New Fashion V Neck Slim Sexy Asymmetrical Backless Floor-Length Summer Club Party Women Dress 4 Color Size S-L Free Shipping 01-232” 包含了商品的品牌、领型、轮廓外形、裙长、适合穿着场合、颜色、尺码、物流运费、型号等多项信息，并用 “Dress” 作为核心词，体现了买家可能搜索到的关键信息，有利于商品曝

记录

遇到的问题有
哪些：

商品标题一般
由 _____

_____组成。

光，是一个优质的标题。

（二）详情页优化

详情页优化可参考表 3-10，部分国家的买家倾向于阅读文字，所以详细的产品文字描述不仅可以增加权重，更有助于提升买家体验。

四、改善物流

开设海外仓不仅可以降低基础成本，同时还能够提高订单量。同款商品，海外仓与国内仓发货，销售转化率相差 3~4 倍。

假设买家来自俄罗斯，发货地有中国和俄罗斯，中国售价为 59 美元，俄罗斯售价为 65 美元，虽然从俄罗斯发货贵 6 美元，但买家选俄罗斯发货的概率比选中国要大得多。因为对于跨境电商而言，买家更在意的是收货的安全和时效。尤其是遇到售后问题需退货、换货时，海外仓无疑具备相当的优势，买家体验更好。

五、加大推广

（一）直通车重点推广

1. 选词

系统推荐的关键词，建议全部添加。

2. 竞价

将所选关键词加入直通车推广计划，关键词会被评为三种状态：“优”“良”“--”。

（1）推广评分为“优”的词，在不超出承受范围内合理出价，出价后需到前台查看具体展示位，是否达到预期位置。

（2）推广评分为“良”的词，需要选择性竞价，选择与商品相关性强的关键词竞价。

（3）推广评分为“--”的词，目前阶段可以果断删除。

（二）平台推广

报名速卖通平台活动，如 Flash Deal、团购等，快速提升商品销量。

（三）站外引流

1. 在物流中，
()
不仅可以降低基础成本，同时还能够提高订单量。

速卖通的平台活动有_____

根据店铺具体情况适当进行站外引流，如国外主流的社交平台、视频网站和导购网站等。

六、活动策划

参与平台节假日促销活动，并根据实际情况策划店内的营销活动，可参考表3-11“双11”系列活动策划。

等。

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	爆款筛选	选出具备爆款潜质的商品
2	爆款测试	分析数据，找出爆款产品
3	商品优化	对优质商品进行详情优化
4	加大推广	加大商品的推广力度
5	活动策划	结合平台节日，策划店铺活动

任务2：速卖通平台之打造爆款

要求：登录自己的速卖通店铺，分析数据，通过选款、测款、优化商品详情、加大推广以及活动策划来打造一款爆款。

表 3-12 速卖通打造爆款实战记录表

序号	实战任务	具体要求
1	爆款筛选	选出具备爆款潜质的商品
2	爆款测试	分析数据，找出爆款产品
3	商品优化	对优质商品进行详情优化
4	加大推广	加大商品的推广力度
5	活动策划	结合平台节日，策划店铺活动

实战记录

实战记录

知识链接

一、爆款商品的含义

爆款商品是指在商品销售中供不应求、销售量很高的商品。

二、ifashion 标签的含义

ifashion 是淘宝推出的时尚互动平台，助推年轻设计师的成长。ifashion 标签代表着潮流店铺，意味着店铺具有较高的人气与竞争力。淘宝店铺入驻 ifashion，可以获得平台的推送机会，有助于积累店铺客户。

三、自然流量测款

店铺不使用付费工具，仅通过免费流量进入店铺内的客户的新品点击率、加购收藏数、支付转化率等数据来评价商品的受欢迎程度。

课后作业

1. 以下哪几个特点符合爆款商品的特点？（ ）
 - A 应季、符合大众消费理念
 - B 质量好，产品贵
 - C 有一定的利润空间
 - D 选择和其他商品有一定的关联购买度
2. 以下哪些数据有助于我们挑选出爆款商品？（ ）
 - A 商品访客数
 - B 商品加购件数
 - C 商品收藏人数，
 - D 支付转化率
 - E 访客评价价值
3. 产品的收藏加购比例=_____。

【工作结束】

数据整理及备份： ☐ 完成 ☐ 未完成

整理椅子: ☐完成 ☐未完成

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	选出具备爆款潜质的商品	15				
	2		分析数据，找出爆款产品	20				
	3		对优质商品进行详情优化	15				
	4		加大商品的推广力度	15				
	5		策划店铺活动	15				
非技术考评（20分）	6	态度	学习态度是否端正	5				
	7	纪律	遵守纪律	5				
	8	协作	有交流、团队合作	5				
	9	文明	保持安静，清理场所	5				
总 分：								