

<<月入过万>>

图书基本信息

书名：<<月入过万>>

13位ISBN编号：9787121112409

10位ISBN编号：712111240X

出版时间：2010-7

出版时间：电子工业

作者：穆紫21

页数：280

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：<http://www.tushu007.com>

## <<月入过万>>

### 前言

首先自我介绍一下：真名黄燕，80后，专职网商，在网络销售这一块摸爬滚打了3年。2006年淘宝打出“免费”旗号的时候，大学刚毕业的我成了专职淘宝卖家，和同学合作，白手起家。2007年因迫不得已的原因退居幕后近1年。2008年再次做专职网商，不过没有选择淘宝网，而是转向发展我们自己的独立网站——可伊伊服装批发网，以批发和代理服装为主，专门为淘宝掌柜们提供货源。2009年意识到放弃在淘宝网的店铺实在可惜，所以2009年7月的时候再次在淘宝开店，新开店的掌柜名：穆紫21。

由于主要业务还是来自可伊伊服装批发网，人手也比较有限，所以淘宝店铺开张后的半年中仅是抽空经营。2010年网站增加了人手，我终于可以专心负责淘宝网的店铺了，于是在研究和实践宣传技巧的时候，写了这本书。

上大学时，我看过不少营销方面的书籍，最大的感觉是：理论空洞不实在，操作性差，看完了也就忘了。

当时就有这样的念头：假如是我写营销类的书，一定是实用为主，大道理少谈，实用至上。这是我的第一本书，我努力去做到实用！

所以，这本书的目的很简单：希望看过这本书的掌柜们，学到实实在在的网店推广方法。书中所讲的都是我3年来的经验总结，或许不够全面也不够深入，但是毫无保留。

看完书后，或许你会随手一扔：“切~我都知道！”

看完书后，或许你会恍然大悟：“哦！原来有这么多我不知道的方法！”

知道就完事了？

非也，知道只是第一步，万里长征还在后头——要能做到！

一个一流的创意加上三流的执行，比不上一个三流的创意加上一流的执行带来的效果好。真正起作用的往往不是知道不知道，而是能不能做到。

彻底执行，需要耐心、信心和坚持不懈的努力。

## <<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、易趣、有啊等网店。

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。

本书共分为三篇。

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大效果的店铺。

本书适合于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，真实而有效的宣传经验全部是现成的，拿来即用！

## &lt;&lt;月入过万&gt;&gt;

## 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 1.1 酒香也怕巷子深 1.2 什么是网店推广 1.3 网店推广的重要性 1.3.1 流量和成交量的正比关系 1.3.2 挖掘更多潜在客户 1.3.3 培养回头客 1.3.4 树立店铺形象 1.3.5 有利于店铺排行 第2章 推广前的准备工作 2.1 成功前提：好产品好服务 2.1.1 好产品 2.1.2 好服务 2.2 店铺装修：不要让顾客觉得你的店铺是地摊 2.3 加入消保：给顾客吃定心丸 2.4 锁定目标受众：减少无效宣传 2.5 店铺管理软件：省时省力 2.6 计数器：宣传效果评估利器 2.6.1 计数器的功能 2.6.2 计数器的订购安装及使用 2.7 必备心理：长期奋战，贵在专一，贵在坚持 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 3.1 普通店铺VS旺铺 3.2 店招广告也疯狂 3.2.1 好店招的要素 3.2.2 怎么样做出出色的店招 3.3 分类也是广告牌 3.4 超大广告牌——店铺公告 3.5 商品就是活广告 3.6 重视销售排行和收藏排行 3.7 挖墙脚——友情链接 3.8 潜在客户的培养——店铺收藏和宝贝收藏 3.9 沟通的魅力——店铺交流区 3.10 常见问题解答 第4章 商品发布的秘诀 4.1 让顾客看到宝贝的秘诀——定时发布 4.2 让顾客搜到宝贝的秘诀——商品标题优化 4.2.1 淘宝搜索规律 4.2.2 宝贝标题优化 4.3 吸引顾客眼球的秘诀——图片优化 4.4 促使顾客购买的秘诀——商品描述优化 4.5 排名更靠前的秘诀——橱窗推荐 4.6 增加更多流量的秘诀——设置促销和爱心捐赠 4.7 常见问题解答 第5章 带来流量的法宝——人气宝贝 5.1 什么是人气宝贝 5.2 人气宝贝的排名规则 5.3 如何培养人气宝贝 5.3.1 准人气宝贝的选择 5.3.2 推广前的准备工作 5.3.3 准人气宝贝初期推广 5.3.4 人气宝贝的热卖期维护 5.4 人气宝贝培养日记 ..... 下篇 出钱省力的付费推广方法

## &lt;&lt;月入过万&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：持续地推广，可以挖掘更多的潜在顾客。

推广的意义不仅仅是直接带来店铺的销量，它更重要的意义在于吸引更多人关注你的产品，你的店铺。

这和电视广告后作用类似。

或许你的产品广告第一次出现的时候，很多人都记不住，但当你的广告总是持续不断出现的时候，就会在受众的心里留下印象，当某一天顾客需要这个产品的时候，他可能第一个想到的就是记忆中的产品或店铺，或当他再一次看到广告时，很快就下了购买的决心。

推广也是不断刺激老顾客购买的过程。

保持和老顾客的联系，周期性地给他们发一些促销活动信息。

老顾客比新顾客更容易被打动，更容易培养他们的忠诚度。

伺候一个老顾客的成本比发掘一个新顾客的成本要低很多。

为什么信誉越高的店铺他们生意越好？

很大一部分原因就在于他们都拥有一批忠实的顾客。

店铺信誉高的重要性并不在于它积累了多少个好评，而在于它积累了多少个回头客。

踏踏实实做出来的店铺和刷信誉刷出来的店铺，信誉相当，但其价值却是不一样的，前者有拥护者，后者只是一个空壳，除了稍微能让进来的新顾客放心外，其含金量非常低。

信誉高的店铺的优势不在于它的信誉分数高，而在于它所积累的庞大忠实顾客群体！

我在淘宝社区里看到过这么一篇文章，有一个三皇冠的老店，掌柜停了两个月没开张，再次开张的时候发现怎么做都达不到以前的销售业绩了。

原来是两个月没有开张导致没有人气宝贝了，很多老顾客也选了别的店铺，因为停业，老顾客严重流失。

可见，持续不断地推广店铺很重要！

## &lt;&lt;月入过万&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

本书完全从实战角度出发，对网上开店的推广技巧进行了系统、全面的讲解，介绍了对网商最实用的推广经验和技巧，简明扼要，通俗易懂，相信会为更多的中小企业和新加入到网商大军的创业者提升自身业务能力提供有益的参考和借鉴。

祝所有的朋友能创业成功！

——张翔中 山歌瑞尔服装有限公司总裁 淘宝商城歌瑞尔内衣旗舰店作者从一个草根视角向掌柜们娓娓道来淘宝网上的营销秘籍，值得淘宝卖家，尤其是中小卖家和刚刚起步的新手卖家一读。

——肃观 淘宝网淘宝大学运营小二“用最少的投入，获取最大的回报”是本书的焦点；“关注细节，注重创新”是本书的核心；“知无不言，言无不尽”是本书的特色。

《月入过万——网店推广实战方法》对淘宝网的卖家。

尤其是中小卖家，无疑是一本必备的秘籍，如果读者都能将看、思、行结合起来，那么绝对可以成为淘江湖上的“武林高手”！

——水糖小妖怪 淘宝大学讲师 辽宁商盟盟主 香丽芳旗舰店掌柜刚拿到这本书的时候，很激动，因为这正是我想要的，很多疑惑及问题迎刃而解。

其实这本书不仅仅适合一个初级卖家，当皇冠店铺遇到瓶颈的时候同样可以让人豁然开朗，更有针对性地解决店铺推广时遇到的大部分问题。

书中一些推广的小技巧，我也打算一步步跟着尝试一下，谢谢作者将自己的经验无私奉献！

——格格坞淘宝大学讲师、淘宝皇冠卖家本书内容包括从初级新手的免费推广，到中级卖家的付费推广，还详细介绍了推广前的准备工作，全面且详实，操作性强，可以说是一本店铺推广实用宝典。

——小yu美人鱼淘宝大学讲师 武汉爱帝高级服饰有限公司电子商务运营负责人本书是一位灵性小女子的心血结晶。

她有着广告学的深厚底蕴，结合具体的案例。

深入浅出，图文并茂，对淘宝店铺的推广做了专业详实的剖析。

利用推广增加顾客流量是成功的第一步。

相信有了这本书，可以让您实现从菜鸟到大师的飞跃，策马扬鞭飞奔在淘宝的康庄大道上。

——bonny四皇冠卖家

## <<月入过万>>

### 编辑推荐

《月入过万:网店推广实战方法》：与淘宝网站升级同步写作曼皇冠卖家、讲师、小二鼎力推荐！  
卖家必读，拿来即用！  
淘宝一线营销人无私分享，月入过万十大秘籍。



<<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:<http://www.tushu007.com>