做对这100道运营题，你就懂了当下的淘宝

**看资料的过程中，有任何的疑问可以在直播课上问老师，老师会在课上放自己的微信，加上老师微信，课后可问老师**

1丶什么是淘宝seo？

传统的淘宝seo即淘宝搜索引擎优化，通过优化店铺宝贝标题，类目，上下架时间等等来获取较好的排名，从而获取淘宝搜索流量的一种新型技术。广义的淘宝seo是指除去淘宝搜索引擎优化以外，还包括一淘搜索优化，类目优化，淘宝活动优化等等，我们也把它叫做淘宝站内免费流量开发，即是最大限度的吸取淘宝站内的免费流量，从而销售宝贝的一种技巧。

2丶什么叫PV，UV，展现量，跳失率？

简单说就是UV是指每一个独立的访客，PV指的是刷新次数，比如一个UV访问了三个页面，那么就是3个PV，这两个概念对我们的参考意义在于，如果PV/UV的比例过低，说明我们的网店浏览深度太浅，正常来讲，PV/UV的比例至少应该在2到3比较正常；展现量指的是宝贝被买家看到的次数，我们想要转化，必须要有点击也就是访问量，想要访问量，必须要有展现量，所以展现是第一步；跳失率是指在该关键词带来的所有入店次数中，只访问了一个页面就离开的访问次数占比，跳失率越低越好

3丶什么是宝贝SKU？

SKU在淘宝指宝贝的销售属性集合，供买家在下单时点选，如“规格”丶“颜色分类”丶“尺码”等

4丶什么是滞销宝贝，应该如何处理？

定义:宝贝在90天内未售出一件,且宝贝的关键属性连续90天未修改{包含价格,标题,主图等}原因:店铺宝贝数量过多;没有优化店铺之中的宝贝。自检:依次进入宝贝管理,体检中心;或是查看量子关注销售情况,查看宝贝发布时间

处理：完全没有市场需求的宝贝直接下架或删；通过淘宝的系列活动进行反季清仓销售:如限时折扣,满百就送,关联营销,站外推广等

5.淘宝seo筛选一共几步，分别是什么？

当买家搜索一个关键词的时候，淘宝搜索机制要进行宝贝的筛选，最终选择seo做的好的宝贝展示在前面；这个筛选过程一共是六个步骤：第一，相关性筛选，不想关的产品淘宝会直接屏蔽掉，比如买家搜连衣裙，你是做牛仔裤的，

会被直接屏；第二，违规过滤，有过违规行为的宝贝会被直接屏蔽；第三，优质店铺筛选，淘宝会优先选择权重高的店铺；第四，优质宝贝筛选，淘宝会优先展示权重高的宝贝；第五，上下架筛选，当淘宝将很多优质宝贝筛选出来之后，为了公平起见，会按照下架时间来排序，第六，橱窗推荐，淘宝会将橱窗推荐的宝贝优先展示

6丶你认为影响淘宝seo相关性的因素都有哪些？

一：相关性

这个很好理解啦，你的商品要属于淘宝某个类目，这里的标题强调一下很主要，比如搜索牛仔裤，和搜索牛仔裤 女，那结果相差很大的。

二：系统机制

系统机制包括了宝贝下架时间，消费保障，和橱窗推荐，这几个都设置好问题不大。

三：卖家服务质量

1丶投诉率

2丶宝贝与描述相符DSR

3丶发货速度DSR

4丶退款时间

5丶处罚数

6丶客服响应速度

7丶客户维权

这些则是你商品质量与整体服务的总和，我认为这一点是排名影响非常重要的因素

四：宝贝人气分

1丶销量

2丶转化率

3丶回头客

其实在做淘宝SEO优化的时候不要忘记了很多推广手段，比如说直通车丶阿里妈妈，只有多方面的对淘宝店铺进行推广宣传才能与淘宝SEO排名一起为店铺做到最好的效果。

7丶当你找出的关键词最优类目不一致时，你怎么做，请举例说明？

当找出的关键词最优类目不一致时，那么要考虑这些词在你的宝贝中是否能用！如果可以用，那么把关键词按照类目区分，用在不同的宝贝里面，发布宝贝也发布到相应类目。例如“运动服”和“运动套装”这两个词属于户外类目，运动套装属于女士精品-休闲套装类目，这两个词都适合这个宝贝，那么可以找两个类目的核心词，然后找出黄金词，进行分类。把这些黄金词用在两个宝贝上，一个发布到女士精品类目，一个发布到女装-女士精品类目。注意：女装类目和户外类目是两个大类目，会影响主营占比，我只是举个例子，如果想这样做也是可以的，只不过会影响主营占比，少了主营占比的权重。

8丶你认为比较重要的淘宝搜索违规都有哪些？

比较常见的主要有12种：

1丶超低价格2丶超高邮费

3丶偷换宝贝4丶标题滥用

5丶宝贝不符6丶违规商品

7丶重复铺货8丶宣传商品

9丶错放类目10丶同样产品发布不同类目

11丶SKU作弊12丶虚假交易

9丶你认为什么叫店铺权重和宝贝权重？

简单说就是淘宝对于你这个店铺和宝贝的好感度，换句话说就是淘宝认为你的店铺和宝贝的重要程度，你的权重越高，淘宝给与你的排名越好

10丶影响店铺权重的因素都有哪些？

由于影响店铺权重的因素有很多，就不在此一一例举

11丶影响宝贝权重的因素都有哪些？

主要有持续稳定增长的销量+高质量的点击率+搜索转化率+有用的收藏+动态评分这里的每一项都会在后面有详细的问题和解答

12丶你如何理解上下架时间对宝贝排名的影响？

越临近下架的宝贝搜索权重越高，排名越靠前；同时我们希望的是，当买家来访多的时候正好赶上我们的宝贝临近下架，这样的话我们的宝贝会尽可能多的展现在买家的面前了

13丶请举例说明你如何布局上下架

比如我有30款宝贝，首先我需要平均分布在每一天（这里暂时不考虑竞争透视的因素，后面细讲），一个周期为7天，那么每天需要上架30/7=4到5个宝贝，假设我查出来的买家来访高峰期为下午14：00到15：00，下午17：00到18：00，晚上20：00到23：00，那么我会把每天需要上架的4个宝贝分布到每一个时间段的末端稍微延后一点，也就是说15：15，18：15，20：20，23：15，如果需要上架5个，就在22：00穿插一个，这样我就能保证在每一次买家来访高峰时正好赶上宝贝的下架；这里说明一下，至于延后多少，这个不用纠结！

14丶你如何理解橱窗推荐对宝贝排名的影响？

橱窗推荐的宝贝淘宝会优先展示，这里的优先是指在其他因素同等的前提下相对于没有橱窗推荐的宝贝；我们要做的就是将临近下架的宝贝进行橱窗推荐，这样就可以对这个宝贝进行权重的叠加，排名会更加靠前

关键词篇

15丶什么是淘宝搜索关键词？

用户在淘宝的搜索引擎中，通过输入关键词来筛选符合条件的宝贝，从而使满足条件的宝贝获得展示的词语

16丶举例说明什么叫关键词搜索指数，竞争度？

关键词搜索指数，指的该词每天是搜索次数和搜索人数，可通过淘宝指数(shu.taobao.com)查询该词时间段的搜索趋势。也可用数据魔方——淘词——全网关键词查询，查询该词昨日数据和一周数据。竞争度就是竞争的意思，跟别的相同宝贝竞争排名的意思

17丶举例说明什么是核心关键词？

核心关键词即是最要突出的关键词，比如：连衣裙

18丶列出你的类目和找核心词的渠道？

19丶什么是相关词？

相关词也叫做扩展关键词，就是对核心关键词的一个扩展，还是比如，我们的网站是一个seo服务型的网站，那么我们的核心关键词是“seo丶网站优化”等，那么我们的相关关键词就是类似于“企业seo优化丶门户网站seo优化”等等和核心关键词相关的词

20丶相关词和关键词相关性的区别，你怎么理解？

相关词是与宝贝类目，属性，搜索关键词有相关性的词，关键词相关性是指关键词的关键属性与类目属性，宝贝标题有相关性。区别就在于相关词是一个词语，关键词相关性是一种形容的属性，它不是词，是用来形容的，理解的话就是如果相关词与宝贝类目，属性，搜索关键词的相关性高，且搜索量也很大，相关词也可以作为关键词来使用。

21丶什么是黄金关键词？

黄金词就是搜索指数大于宝贝数量，而且还有转化的词，尽量是最近7天的平均值，用淘宝指数一查就估算是平均值了

22丶你如何理解“根据宝贝权重选词”这句话？

一般情况下能从淘宝获取的流量真的少之又少，还有一些卖家，比较聪明一些，直接复制同行的标题，如果说对方的标题优化的很好，而且，宝贝的权重与你的宝贝权重一样，那你就赚大了，问题是，你的同行做的真的很好，淘宝每天都新开几万家淘宝新店，然后又有几万家淘宝店死去，所以，自己掌握淘宝运营的一些技巧才是更重要的。那对于自己的宝贝该选择什么样的关键词呢?选择跟你宝贝匹配的关键词，这样你才能够获取排名，引来流量。举例来说，你是做女包的，0销量，然后你选择的关键词，排名前三页的都是一些销量几百几十的。我可以很负责任的跟你说，你除了快下架的时候，有机会排名到前几页，平时，你很难得到流量。有时候会看到同行一连好几天都在首页的某个位置，你考虑清楚是什么原因了吗?是因为，你的同行选择的关键词与自己宝贝的权重非常匹配。所以你是0销量的宝贝，你就选择0销量的宝贝能够排名靠前的关键词然后把这些关键词融入到宝贝里面。你的销量是100的，你就选择你宝贝前后左右基本上也是100销量的宝贝所用的关键词。

23丶举一个例子说明你为某一个宝贝选词的操作流程？

24丶找不到黄金词怎么办？

要深度查找，（1）首先确定基本核心词（2）通过搜索看到可以用的词（3）继续搜索发现可以用的词（4）通过参考同行标题发现可以用的词（5）通过淘宝排行榜查找（6）通过流量解析类目词表去发现可用词（7）直通车添加关键词查找（8）主核心词和属性关键词的结合注意，增加深度要有限度，避免重复工作

25丶建立关键词数据库时查昨天数据还是7天数据，你是怎么理解的？

最近7天

26丶怎么判断一个关键词是假词？

个人觉得可以结合淘宝指数shu.taobao.com和 生意参谋来比较。如果查到一个词每天有几百上千的流量，又做到首页了，但是一点流量都没有。主图丶价格没问题的话，估计就得考虑换词了。 还有就是每个词每天的流量是不同的，这点容易忽略，要及时关注

27丶同一个关键词能否用在不同的宝贝里，你怎么理解？

可以的，一个页面最多出现2个你的产品，反复使用没啥关系，只是在展现时不会同时展现同一个关键词的宝贝

28丶你怎么理解重复核心词的概念？

所谓的重复核心词们就是出现搜索重复的词语，比如说童装和童装男童就是重复的，因为搜童装就会出现童装男童的关联词，但是如果童装这个词是很热搜的词，你就可以用童装男童这个词进行扩展搜索，这样你的黄金词就更容易找，如果你是搜，男童童装T恤的话，就没必要了，因为，男童童装，这个词就不是热搜词了，就算搜男童童装T恤，也不会出什么有用的词了

29丶为什么有的时候紧密排列的词没有排名，而非紧密排列的词却有排名？

（1）第一关键词 第二关键词 第一关键词 特殊字符 第二关键词即紧密排列规律，搜索时特殊字符将被忽略，搜索结果不含拆分（即搜索结果中多个关键词按照顺序紧密相连）。

（2）第一关键词 空格第二关键词 第二关键词 空格 第一关键词，即顺序无关规律，用空格分割两个关键词搜索的结果中含拆分（即搜索结果中既有多个关键词紧密相连又有多个关键词不紧密相连的情况），关键词出现顺序和搜索时的顺序无关。例如搜索 ;特价 女装 文胸 ;，那么标题为 ;特价文胸女装 ;和 ;女装文胸特价 ;这两种情况都将被搜索到。同时无论搜索的结果含不含拆分，排名一定严格按照搜索结果排名规则来排序。经过大量测试，淘宝基本没有对关键字排名进行干预

30丶为什么有的时候搜整个标题能找得到，而搜其中的某一个词找不到，应该怎么处理？

这样的情况是宝贝还没有很高的权重，所以在搜索某个关键词的时候没有相应权重的宝贝自然是没有排名的，用数据魔方找出适合宝贝权重的关键词，然后来优化标题和上架下时间

31丶你怎么理解每一个关键词都有他的使命这句话？

如果将关键词分为一丶二丶三类，根据宝贝权重的不同，选词的依旧也就不同，比如零销量或者低销量的宝贝需要通过搜索指数还行丶竞争宝贝数不大的精准长尾关键词也就是一类词带来精准流量，提升转化率，从而提升宝贝的权重；销量和权重提高了，就可以使用搜索指数大的热词即二三类词带来大量的流量。当然类似一些营销词本身就可以带来不少的流量，比如：短裤 女 包邮等。

标题篇

32丶举例说明什么是关键词堆砌？

即是与产品相关的多条关键词直接罗列，其中包含多个重复字词，标题语句不通顺，例如：充气床单人充气床单人蜂窝充气床单人床宽99cm单人立柱充气床包邮

33丶举例说明什么叫品牌词和敏感词？

品牌词即关键词中含有品牌，如：波司登羽绒服 ， 敏感词为淘宝禁止或不明确允许发布的关键词，如：淘宝特许丶出口原单丶LV正品丶gucci授权等

34丶标题组合中一般用什么符号隔开？

理论上来说，是用空格或者/这两种符号，一般情况下我们习惯用空格，但有的时候为了标题看起来更加的可读，会用到/，比如苹果4/4s，要比苹果4 4s更加的可读。

35丶淘宝标题分词的三个原则是什么？

三个原则是紧密优先原则，前后无关原则，偏正组合原则；这里三个原则的重要程度为：紧密优先>前后无关>偏正原则，也就是说我们组合标题时最应该考虑的原则是紧密优先原则。

36丶举例说明什么叫紧密优先原则？

紧密优先就是：比如这2个标题（其他因素都相同的情况下），如果买家搜索“长款毛衣链”。优先展示的是下面那个标题：“高品质正品韩国毛衣链 韩版长款项链 女葫芦玫瑰花朵钥匙” “高品质正品 韩国猫眼石项链 韩版长款毛衣链 女葫芦玫瑰花朵钥匙”

37丶举例说明什么叫前后无关原则？

如果一个词是用一个或几个空格隔开的，那么分开的那几个小词的排列顺序是怎样都可以的。如“2013新款 男士 羽绒服”和“男士2013羽绒服 新款”或“羽绒服 男士 新款2013”这三个词的搜索效果是一样的。

38丶举例说明什么叫偏正组合原则？

偏正组合原则：修辞词在标题前面，名词放后面。。如2016新款女鞋高跟皮鞋

39丶按照这三个原则组合一个标题，并加以说明？

这个没有标准答案，请各位同学写清楚自己的思路即可

40丶你怎么理解一类词，二类词，三类词？

我们所说的一类词丶二类词丶三类词丶只是相对的，就像我们找黄金关键词一样，没有绝对的黄金关键词，只是相对而已，所谓的一类词就是有一定搜索但竞争数很低可以给我们轻松的带来流量的词，我们在宝贝权重低的情况下（比如我们刚上的新款），在毫无能力的和其他竞争对手去竞争的情况下才选用的词，或者店铺流量实在少，实在做不上去，我们才考虑选择竞争宝贝数不高但有一定的搜索（比如，男装皮衣里面的关键词，皮尤男外套，当天搜索1689宝贝竞争数200）二类词，也就是我们所说的精准长尾词，相对比一类词精准，转化和搜索流量整体趋势也比一类词大，但竞争度也相对大的词，这样的词也是我们后期主攻的词，三类词，这样的词竞争力度是超级大的，宝贝竞争数也大，虽然数据上很可观但相对没有二类次转化率精准，（比如，连衣裙-3类词，雪纺连衣裙长袖-二类词，连衣裙包含了很多种它只是一个大概）这样的词我们一般在组合标题的时候不考虑，因为在做标题的时候一类词和二类次已经包含了三类词了

41丶一个标题里一般情况下一类词和二类词的比例是多少，你怎么理解？

一般情况下宝贝权重第一类词应该占标题的80%，二类词占标题的20%，因为低权重宝贝做三类词基本上是做不到排名，等权重高了再换掉一类词，为宝贝带来更多的流量。

42丶一个宝贝做到什么时候就可以主做二类词了，你怎么理解？

当一类词已经稳定排名，有一定权重的时候，开始考虑做二类词。以此类推

43丶修改标题需要下架宝贝吗？

不需要下架也可以，出售中的宝贝，可以直接编辑修改

44丶组合标题的时候要不要加空格，怎么加，加多少？

如果我们要做的关键词本身带空格，那么这个空格就留着，比如“牛仔裤 女”这个词本身带空格，那么我们就不能把这个关键词写成“牛仔裤女”；如果是两个独立的关键词，我们需要组合到标题中，加不加空格都无所谓，比如关键词1“单肩包 女”，关键词2：“斜挎包韩版”这两个词组合的时候中间可以不用空格。可以写成“单肩包 女斜挎包韩版”，一般情况下，一个标题中最多可以出现2-3个空格，这样显得标题紧密性的同时，标题的可读性也会好一点。

45丶某一个关键词带空格和用文字隔开有区别吗，举例说明？

效果是一样的，比如“单肩包 女”和“斜挎包韩版”这两个词，如果写成“单肩包斜挎包韩版女”，对于“单肩包 女”这个词来说，效果是一样的

46丶组合标题的时候为什么不能抄其他同行的标题？

因为你的宝贝权重和同行的不一样，如果抄同行的标题，有的词适合你的宝贝，未必适合你的宝贝，所以抄同行标题的做法是非常拙劣的，有可能运气碰上了，蒙得不错，也有可能运气碰不上。

47丶标题里的关键词位置变动对排名有影响吗？

位置的变动对搜索权重是没有影响的，换句话说，当我们修改标题的时候，将某些关键词的位置进行变动对我们的权重是没有影响的。

48丶标题打造出来之后多长时间需要修改，这段时间应该做什么？

一般情况下，一个周期到两个周期就需要修改了，这段时间我们要做的就是通过生意参谋里面的关键词监控这个宝贝，重点关注的是标题中哪些关键词给我们讲带来了流量，哪些连展现都没有，观察一到两个周期之后，我们需要将没有带来展现的关键词删除，替换新的关键词，将能给我们带来流量的关键词保留，这就是以后优化工作，这个工作需要不断去做

49丶修改标题的依据是什么，哪些词需要换掉，哪些词不能动，你怎么理解？

答案参考48题

50丶为什么不能相信一些标题诊断工具的诊断结果？

因为没有一个诊断工具可以正确的诊断出你的标题权重适合做什么词，所有的诊断工具都是依据你的关键词的搜索指数高低，来判断你的标题健康不健康，这是非常不靠谱的依据

51丶两个不同的宝贝，用了很多相同的关键词，会不会违规？

不会的，因为这两个宝贝的属性，主图，价格，描述都不一样，所有没有关系，不过提醒一句，为了买家更好的辨识宝贝，在组合标题的时候尽量避免一样。

52丶一个宝贝多长时间修改一次标题比较合理，你怎么理解？

一般七天修改一次，修改标题不要太过于频繁，最多7天内不要超过两次，因为你每修改一次标题，淘宝就要对你的宝贝进行重新收录，这相当于增大淘宝服务器的负担，如果修改得过于频繁，淘宝会不爽，这是其一，修改过于频繁会导致淘宝误认为你的宝贝有问题，这是其二。

权重篇

53丶为什么到处发自己的店铺链接会影响搜索权重？

因为到处发店铺链接会给你带来很多不精准的流量，这些不精准的流量会导致你店铺的转化率非常的低，淘宝会认为你的店铺或者宝贝买家体验度很差，会导致你的店铺权重很低

54丶为什么参加活动的宝贝搜索权重会很低？

如果参加活动的话，可能会导致三个结果，

第一，可能会带来很多不精准的流量，这些流量很多时候不精准，会降低转化率；

第二，可能会带来销量的暴增，活动结束销量暴降，暴增暴降的销量淘宝是不喜欢的；

第三，可能会带来中差评和低评分，尤其是低评分会严重影响搜索权重

55丶什么样的点击才是对搜索权重有帮助的？

三个因素：停留时间长，无跳失，上下浏览；简单说就是一个访客进来之后鼠标上下滑动，把描述浏览完，然后点击这个页面上的任何一个链接，包括购买，收藏，首页或者其他宝贝等；原理是，如果停留时间过短就关闭，淘宝会认为你的页面不吸引人；如果没有上下浏览的行为，描述页的图片不会被打开，淘宝会认为你的页面不吸引人；如果看了这页就直接关闭，淘宝还是会认为你的页面不吸引人

56丶搜索一个关键词到A宝贝，然后点击B宝贝成交，A和B的搜索权重有什么帮助？

这种情况对于A来说是一个无跳失的点击而已，对A的搜索权重的影响仅限于这个点击质量还不错；对于B来说仅仅是一旦成交，没有任何搜索权重的直接提升

57丶提升动态评分的策略都有哪些，你是怎么做的？

最常规的做法是好评5分返现或者送礼品，这种常规做法可不仅仅是在描述中写上就行了，你需要在描述页上写明，包裹中写上一封感谢信进行说明，等客户签收之后旺旺上及时提醒等很多辅助手段；当然，最重要的核心就是用户体验，我们想的任何方法都是为了让客户满意

58丶哪些收藏对搜索权重是有帮助的，你为此做了哪些工作？

能够产生二次访问的收藏是对搜索权重有帮助的，建议的做法是在全店做一个收藏送优惠券的活动，同时在宝贝详情页面上做一个这样的事情，就是给客户两个选择，第一，现在购买我的宝贝，可以享受什么优惠，第二，暂时不想购买，没关系，收藏我的宝贝，就送什么东西，比如我是做鞋子的，收藏我的宝贝就送10元代金券，有效期为一个月，同时送一双袜子，等什么时候决定买的话，可以使用代金券省10元同时送上袜子

59丶你对隐形降权是怎么理解的？

没有隐形降权的说法，市面上所有检测隐形降权的工具都是有各种目的的,至于为什么没有隐形降权一说。

60丶你对于新店扶持是怎么理解的？

淘宝为了扶持新店的发展，对新店是有很多扶持的，其中搜索权重方面的扶持也是比较明显的；扶持阶段为从新开店到一钻以下，具体的扶持时间要看你的表现，店铺表现好可以一直扶持到一钻，表现不好一周可能就结束了；扶持对象为新开店的实物店铺，虚拟店铺是不享受扶持的；扶持标准为：专一的优质店铺，也就是说从始至终做一种类目宝贝的店铺，用户体验度好的，重点是点击率和转化率；了解这些以后，我们知道，如果想要享受新店的扶持，第一，不要以虚拟起步，第二，不要到处找流量，重点做好点击率和转化率等内功，第三，不要轻易更换类目

61丶为什么不建议新店做虚拟转实物，你怎么理解？

第一，淘宝对于虚拟店没有扶持，第二，淘宝希望你从一而终的做类目；如果你虚拟转实物，相当于这两点都犯了，淘宝对于你的店铺印象会非常不好

62丶为什么不建议经常换主营类目，你如何理解？

淘宝seo里有一项非常重要的指标就是相关性，你的主营类目占比的高低决定这你的这个店铺跟客户搜索的关键词的相关性，如果经常换主营类目，会导致你的主营类目占比会非常的低，淘宝会认为你的相关性很差

63丶关于转化率能提升搜索权重，你是怎么理解的？

最能提升搜索权重的转化率是搜索转化率，举例：如果买家搜索关键词“单肩包 女”进入这个宝贝，然后成交，那么这个转化率对于“单肩包 女”这个词的权重提升是相当好好处的；另外，如果买家搜索“单肩包 女 韩版”这个词进入这个宝贝，然后成交，那么这个转化率除了对“单肩包 女 韩版”这个词权重提升之外，对于“单肩包 女”这个词的权重也是有提升的，因为“单肩包 女 韩版”这个词里包含了“单肩包 女”这个词

64丶关于销量对搜索权重的提升，你是怎么理解的？

销量对与搜索权重是有影响的，最有好处的销量为持续稳定增长的销售额；这里有这么几点：

1丶稳定的销量趋势；

2丶增长的销量趋势；

3丶持续的销量趋势；

4丶销售的金额；

65丶修改宝贝标题，描述，主图，价格，会被降权吗，你如何理解？

这些东西不要同时修改，否则可能会让淘宝误判你为换宝贝，最安全的做法是一个一个的换，而且如果没有特殊需求，下架当天最好不要修改主图，描述，一口价

66丶买家搜索某关键词然后选择所在城市成交，对宝贝权重有提升吗？

这种情况只会对选择城市之后的搜索结果页面的搜素排名有提升，对于淘宝综合排名的权重是没有提升的

67丶代销的产品产品属性不能修改是否会影响宝贝的权重？

不可以修改的都是带红星号的，都是相关属性，不需要修改，不会影响权重！

68丶一台电脑一根网线能不能同时开两个店，你怎么理解？

如果一台电脑一根网线开两个不同类目的店铺是没有问题的，一台电脑一根网线是不可以同时开两个相同类目的店铺的，会被淘宝认定为重复开店；就算是同一个类目下不同的产品也是不行的，尽量不要这么做

69丶你的店铺是做女装类目的，能不能上女包的宝贝，如何理解？

如果是女装的店铺上女包的宝贝，在整店主营类目占比方面是体现不出来的，因为都属于服饰鞋包的大类目，但是淘宝系统里会认定你的店铺跟女包的相关性不好，所以尽量不要这么做；不过如果真这么做，只要你的其他权重不错，也不会产生很严重的影响

70丶同一个IP下做相同类目的C店和天猫店是否可以？

这种情况是可以的

71丶做代销如何避免同款的状况？

主要从这么几个方面去避免，主图，价格（如果允许修改）标题，详情重点说明的是主图，不要在供货商提供的主图上进行修改。最好的方法是在详情页里找一个完全不同角度的图片，自己作主图。

72丶你理解的上下架软件的作用是什么？

主要的作用就在于批量修改在售宝贝的上架时间，新品上架时其实作用并不大，一般都使用淘宝后台的定时上架功能

73丶你如何找买家来访高峰期？

用魔方和生意经查看数据来分析买家来访高峰期

74丶你如何理解竞争薄弱期？

当我们好不容易把排名做到首页或者前几页时，我们不希望旁边的临近都是月销量在几千几万的宝贝，我们不希望和他们同时出现在一起；

而我们知道，影响排名很重要的一个因素就是下架时间，所以我们希望找到一些比较强大的竞争对手，然后查出他们的下架时间，然后避开这个时间段；

75丶上架宝贝是否一定要每隔15分钟或者半小时上架一个，你如何理解淘宝刷新周期？

不是这样的思路，你要知道，所谓的15分钟或者30分钟指的是淘宝排名的刷新周期，也就是说淘宝服务器在白天会每隔15分钟刷新一次，晚上7点30到11点30半小时刷新一次，那么我们在布局上下架的时候就要至少隔开15分钟或者半小时，这里注意是至少，不是一定要每15分钟上传一个宝贝；

76丶生e经的成交高峰期和数据魔方的来访高峰期你如何取舍？

这两个都是我们的参考数据，这两个数据有的时候会有冲突，毕竟一个是成交，一个是来访，一个是第三方工具，一个是官方工具；这时候我们怎么取舍，其实很简单，既然都是参考数据，那么为什么要取舍，最简单的方法就是都取用，后期再根据量子的反馈进行调整；

77丶在建立竞争透视表格时搜什么样的词去找强劲的竞争对手？

用能精准表达你产品的热词，比如牛仔裤 女，连衣裙等等，因为你用精准表达你产品的词可以找到你准确的竞争对手，用热词可以找到强大的竞争对手，所以这两个元素缺一不可；

78丶在找强劲的竞争对手时为什么按人气找而不按销量找？

因为我们要找的是强劲的竞争对手，能够占据销量排名的对手有可能是靠活动，靠低价等一些手段，这些对手并不是强劲的竞争对手，而能够占据人气排名的对手就需要权重的积累和人气的积累，这些对手才是真正的对手；

79丶修改宝贝信息，比如主图，详情，标题等会改变宝贝上下架时间吗？

修改宝贝的信息不会改变宝贝的上架时间，只有下架再上架才会更改上架时间；

80丶如果经过分析发现最佳时间是晚上八点，你会在几点钟上架你的产品？

如果最佳上架时间为20：00的话，建议延后上架，这样可以在整个来访高峰期我们的宝贝都处于临近下架的状态，比如20：15，具体延后时间多少无所谓；

81丶出售中的宝贝修改上下架时间，会不会导致之前的销量清零？

这种情况是不会清零的；

82丶天猫店是否也有上下架的影响，你如何理解？

在之前，天猫是没有上下架的影响的，而且至今，淘宝官方也没有公告说上下架对天猫的排名有什么影响，但是从我们的测试数据来看，上下架对天猫是有影响的，但是不像C店那么明显，所以建议天猫店也要把宝贝分开上架；

83丶如果发现三个时间段，周三，周四，周五都不错，只有一款产品，你会选择在周几上架，为什么？

我会选择在周五下架，因为前提是这三个时间段都不错，那么我就想要尽可能多的拿下这些时间段，如果是周五下架，那么周三，周四的时候，离我的宝贝下架还差一天两天，如果选择周三下架，那么到周四，周五的时候离宝贝下架就会差五天六天，所以周五下架的话最优

数据分析篇

84丶数据魔法最有价值的功能是哪些？

1、全网关键词查询——建立关键词数据库

2、行情分析买家什么时候来——买家来访高峰期

3、行情分析买家在什么地方——直通车地区投放

4、什么宝贝好卖——竞争对手分析

85丶数据魔方订购有什么要求，一般使用什么版本，需要一次订购多长时间？

建议购买数据魔方专业版，标准版功能少，一年起订

86丶生e经一般使用什么版本？

专业版

87丶行业分析最主要的作用是什么？

行业分析最主要的作用是分析行业哪款卖的好，分析行业玩法

91丶数据魔方和量子恒道在做标题时的主要作用是什么？

数据魔方的作用:宝贝标题的选词量子恒道的作用:宝贝标题的后期优化

92丶量子恒道里的哪个数据对于上下架后期优化有用，怎么用？

量子没有了

93丶生e经里的价格分布是原价还是售价，这个数据对你有什么参考作用？

这个价格是原价，对我们的参考意义在于我们在发布一口价是可以参考，顺便说一句，这个一口价尽量不要轻易修改。

94丶量子的搜索流量诊断表格里每一个指标都是什么意思？

量子没有了

95丶店铺没有展现应该如何考虑应对策略？

1、关键词没选好，不适合宝贝权重；

2、宝贝有不良记录；

3、宝贝类目属性有误；

4、宝贝搜索转化率低；

5、宝贝未到下架时间。

96丶店铺有展现没有点击应该如何考虑应对策略？

1、关键词不精准，关键词跟宝贝不匹配；

2、宝贝选款问题，款式买家不喜欢；

3、宝贝定价问题，定价不符合买家心理预期；

4、宝贝主图问题，主图不够吸引人；

5、宝贝销量问题，宝贝销量过低，公信力不够。

97丶店铺有点击没有转化应该如何考虑应对策略？

重点分析如下几个问题：

1、宝贝主图问题，后四张主图非常影响转化率；

2、宝贝销量问题，销量过低，还缺乏公信力的说明；

3、宝贝评价问题，有中差评还没有相应的解释；

4、宝贝详情页问题，写的描述没有触动买家心里。

98丶店铺流量下跌应该如何考虑应对策略？

1、按天流量趋势，来看下整个月以来，流量有什么变化，从哪一天开始下降？是持续下降还是某一天突发情况？

2、流量来源构成，来看下，免费流量，自由访问，付费流量，淘宝站外一个月以来的发展趋势，看下是哪种流量出现了问题？

3、宝贝被访排行，来看下，宝贝被访详情，看下是哪个宝贝的流量出现了问题？

4、如果发现是某一个或者某几个宝贝的搜索流量出了问题，分析关键词的变化趋势，看看是哪些关键词出了问题？

5、拿这个关键词去淘宝指数查一下，看下是否是因为淘宝行情的问题？

99丶店铺转化下跌应该如何考虑应对策略？

1、数据魔方中有店铺分析，来看下整店转化率的趋势？

2、宝贝销售明细中，哪个宝贝或者哪些宝贝的转化率在降低，可以按月，按周，按天来看？

3、转化率低的原因：流量不精准，宝贝不够吸引人，竞争对手太强大，淘宝大势不好。

100丶流量解析里的展现指数和数据魔方里的搜索指数为什么不一样？

流量解析里的展现指数指一定时间内该关键词（或类目）的总展现量经过数据处理后得到的对应指数。出于保护商业信息的考虑，流量解析对数据进行了一定的系统处理；我们仅仅做为参考就可以了。