**电商面试宝典**

1.专业术语的解读

2.对某种操作手段或者推广方式的理解

3.简要阐述一个运营推广思路

4.一个新店你的运营思路和大致流程

5.如何分析一个店铺的数据，并给出合理化的意见

6.对公司薪水，待遇要求

7.了解电商公司各部门之间的关系并了解在具体工作当中如果出现冲突解决的办法

8.讲述自己的工作经历或者实习经历

**1.专业术语的解读**

**运营类**：UV，PV，PPC，ROI,CTR,CVR,CPM，CPC分别代表什么含义？

参考答案：

UV：一个店铺的访客数，即一个店铺在某个时间段内进店的人数

PV：一个店铺的浏览量，即一个店铺在某个时间段内被浏览的页面数量，比如一个店铺一 天进来2个访客。A访客浏览了2个页面，B访客浏览了3个页面。 那么，此店铺当天UV=2，PV=1\*2+1\*3=5

PPC：单次点击花费。在直通车工具中，即直通车在推广位置上被客户点击一次所花的费用。

ROI：投入产出比。在直通车工具中，即直通车产出与投入的比值。例如：直通车花费100元，直通车带来成交额200元。那么直通车的ROI=200/100=2

CTR:点击率=点击次数/展现次数

CVR转化率=成交笔数/点击次数

CPM：千次展现成本，在钻展工具里，即广告每1000次展现，所消耗的推广费用。

CPC：单次点击成本，在钻展工具里，即广告每点击一次，所消耗的推广费用。

**美工类：**店铺跳失率，人均停留时长，人均访问深度，静默转化率分别代表什么含义？

参考答案：

店铺跳失率=进店未购买的人数/进店总人数，严格意义来讲=进店只浏览了一个页面并且没有产生成交人数/进店总人数（此项考虑到只是一个非常小的细节，知道的人不多，所以学生回答前面粗略的答案即可）

人均停留时长：即平均每个客户在店铺停留的时间长短

人均访问深度：即平均每个客户在店铺内浏览了几个页面

静默转化率：客户没有经过客服咨询而直接下单付款的比率。比如一天成交10笔，其中4笔订单没有经过客服咨询，那么当天静默转化率即40%。静默转化率主要是考察美工宝贝详情页做的信息详尽与否。比如，一款鞋子如果大量客户咨询穿多大尺码的，尺码标准不。那么证明美工在做宝贝详情的时候，没有对尺码做详细的描述！

**客服类：**退款率，纠纷退款率，退款完结时长，旺旺响应时间，旺旺回复率分别代表什么含义？

参考答案：

退款率=近30天成功退款笔数/近30天支付宝交易笔数\*100%；

纠纷退款率=最近30天纠纷退款笔数/最近30天支付宝成交笔数

退款完结时长=最近30天所有退款订单完结（从申请开始到退款完成为止）的时间/最近30天申请退款的总笔数

旺旺响应时间：客户从发问到你给出答案的时间间隔。此项会作为店铺客服的绩效考核内容

旺旺回复率：旺旺咨询人数的回复概率。比如你一天有10个客户咨询，你漏掉了一个客户，没有给任何回复。那你当天的旺旺回复率就为90%。此项也是客服绩效考核的一项。

**2.对某种操作手段或者推广方式的理解？**

**直通车的理解：**

参考答案：直通车是按点击收费的付费推广工具。在三大付费工具（直通车，钻展，淘宝客）里，属于应用最广泛的一种付费推广方式。

直通车三大作用:测款，测图，引流（做爆款）。直通车是烧钱的工具，所以你要明白在每个阶段直通车的定位和作用，这样才能做到收放自如。比如测款，测图是第一，二步，也是你直通车是否能开好甚至是你店铺是否能够做好的基础，此阶段直通车必然是赔钱的。但是测款，测图费用是可以预计的，是可以精准控制的。次两步做好，第三步做起来就会起到事半功倍的效果。

另外一点，直通车花钱是很快的，所以直通车的花费和接下来的预算，一定要根据店铺现阶段的流量和盈利能力来定，切忌盲目烧钱。还有就是控制好付费流量和免费流量的比例，一般付费流量占比30%较合理。并且直通车开的好坏的唯一判定标准，是你能不能把自然流量拉上去。切忌不要直接评论说，直通车的好与坏，她只是一种工具，要看人怎么驾驭利用。

**淘宝客的理解：**

参考答案：淘宝客是按成交收费的付费推广工具。在三大付费工具（直通车，钻展，淘宝客）里，属于性价比最高的一种推广方式。

现阶段，淘宝客带来的销量权重，已经非常低了。所以单纯的想依靠淘宝客把销量做起来（而且淘宝客前期都是要亏钱才能有效果），就会得到大量自然流量是不可能的。淘宝客适合一些低客单价的产品，前期跑量用。仅仅是跑量，后期的商品权重还要通过直通车等工具的辅助！

当然如果你有能力或者资源获取一些非常优质的淘宝客，那另当别论。比如做母婴产品的，你有一个拥有众多宝妈粉丝的群，那效果就会非常好。

同理，切忌不要直接评论说，淘宝客的好与坏，她只是一种工具，要看人怎么驾驭利用。

**刷单的理解：**

俗话说：10个淘宝9个刷，还有一个搞批发。证明刷单有其必要性。千万别说，我感觉刷单没有什么用，我从来不刷单！因为现实中，严格意义来讲，没有店铺是不刷单的。就看刷单你的目的是什么？销量破零，评价破零，你不刷怎么办？如果单纯想靠刷单一种手段就想把店铺做起来，那就是一厢情愿了。

其实刷单有两个弊端：1.刷单容易被稽查到虚假交易 2.刷单容易破坏店铺人群标签！

**3.简要阐述一个运营推广思路**

参考答案：比如做牙膏类目。你通过数据分析，发现“美白酵素牙膏”这个词，最近流量飙升，那么你就要快速上架此类产品，并短期内想办法做起来销量后，用付费推广拉自然权重。要赶在这种产品衰退期前收割！

**4.一个新店你的运营思路和大致流程。**

参考答案：第一步：测款，测图，找出其中的潜力款，大致周期7天。 第二步：针对测好的潜力款，做基础销量和评价，可以通过淘宝客或者老客户，大致周期7天。第三步：直通车引流拉权重，大致周期14天。期间配合补单提升转化率，大致一个月的时间，测款产品要做起来！

**5.如何分析一个店铺的数据并给出合理化的意见？**

参考答案：进入店铺以后，快速大体浏览一遍首页和所有产品后（切忌一直停留在首页和详情页），首先打开生意参谋后台，分析店铺数据，看两个主要参数，店铺流量和转化率。此两个参数要与同行进行对比。我们至少要赶上同行平均值。如果低的话，找出来相应的原因并优化。

**6.对公司薪水和待遇要求**

参考答案：这一般是面试的最后一步，只有当面试官感觉你基本符合他们的用人标准时，才会给你谈这一项。所以前期不要着急问这一项。面试官一般会把这个问题抛给你，这时你可以先采取踢皮球的方式，反问公司正常的工资标准是什么？ 如果面试官再次让你先表达观点的时候，那就不要再客气了。你就说出你的期望薪资就可以了，很多老板更喜欢敢张口要高工资的人（当然不能太离谱，参考市场行情）。

另外在谈到工资组成时，很多老板更倾向于低底薪+高提成， 一定不要进入这个圈套。你要说，底薪是对我生活的基本保障，因为成绩的好坏，我一个人不能完全决定，比如货源是否有优势、资金储备是否充分等。

**7.了解电商公司各部门之间的关系并了解在具体工作当中如果出现冲突解决的办法**

参考答案：运营，美工，客服，仓库人员之间的关系。

特别是运营和美工意见不一致。比如关于一张图片是否符合要求，美工更多会从艺术美学角度考虑，而我们运营会从销售角度考虑。如果出现纠纷，那就让数据说话，图片发布以后，看图片的数据，任何主观的看法在真实数据面前都显得不值一提！ 还有就是运营在安排美工做一项工作的时候，不能任由美工发挥，要有一些大致的框架，不要求面面俱到，但是一定要有。这样美工做的时候，才有的参考，而且一旦有哪些不符合标准，你也可以拿框架据理力争！还有就是运营要精通各个岗位的职责和考核标准。

**8. 讲述自己的工作经历或者实习经历**

如实讲述，一定要诚实，做了多久就是多久，切忌夸大其词，面试官都是非常有经验的，你说你工作过多久，他们一问便知。如果工作时间段，可以更多的谈你工作的心得和体会！主动引导面试官避开工作经历的话题！

**---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

**1、哪些因素会影响宝贝权重？**

参考：销量、停留时长，跳失率，自然/直通车/转化率，收藏率，好评率和描述评分，人气值等。

**2、如果店铺平均访问度较低，你可以考虑那种方式进行优化？**

参考：关联推荐、搭配销售、提升优化宝贝展示图、展示描述、淘宝客、主播、主流媒体曝光

**3、在淘宝日常数据中，如何看待UV、转化率、页面停留时间、客单价、销售额直接的关系。**

参考：销售额 = UV\* 转化率\* 客单价

**4、你觉得要跟美工怎么配合？意见不合怎么办？**

在学习运营知识的同时，也要多学管理和沟通的知识。在交代设计任务说清楚设计思路和目的设计要求要说得越详细越好，要让美工有一个具体的设计框架。

意见不合时，要好好沟通，要从销量和艺术两个方面进行权衡

**5、业绩下滑，你觉得应该分析哪些内容？**

参考：销售业绩=UV\* 转化率 \* 客单价，先从这些业绩相关数据上分析下滑数据造成的原因再根据实际情况做具体分析提出解决建议。

**6、你觉得做电商运营重要的能力是什么？**

（1）定位市场能力（2）数据分析能力（3）诊断店铺的能力（4）布局产品的能力全局（5）把控的能力（6）营销推广的能力（7）卖点挖掘能力

**7、新店/新品交给你，如何来运营？**

分析：这是一个非常宽泛的问题，所以回答不要太细，围绕着新店就可以

答：我来运营这个新店，首先我要了解一下市场情况，（如果提前做过调研，可以简述一下调研情况，很加分！），再了解一下我们产品的卖点以及客户需求，主图和详情页以及关键词的选取都要围绕着真实的卖点和客户需求，这是前期的准备工作，也是非常重要的环节，因为这些东西在运营推广后我们尽量是不要去动的；

那接下来就是推广运营了，现在较大的流量的三个渠道，1.排名2.付费推广3.活动;

新品后期也是围绕这些内容来做，那么我们新品前期要做的工作的内容可以先做一些基础销量和攻心评价，也为付费推广打下一些基础，因为前期我们的产品排名是很低的，所以可以利用付费推广加补单或淘宝客等等方式来提升我们的流量，增加商品权重，这是我对新店运营的一些见解。

**8、现在市场上很多店铺都刷单，你对于刷单的理解是什么？**

分析：每个公司他的电商运作模式都不太一样，切记不要给出答案，还是那句话，给出思路与见解就可以

答：首先市面上很多店铺都刷单这个情况是正常的，因为销量会影响排名嘛，但我是这

样认为的，刷单或者叫做补单，你用不用完全取决于需不需要，如果是一个新品或许就要用到补单了，因为要新品破零嘛，那如果是一个爆款，排名已经很靠前了，或许就没有补单的必要了，平台一直在改变，现在补单和搜索流量的情况也一直在变，所以我认为刷单是个辅助我们做运营的辅助工具，用不用要看需不需要，怎么用，要看要干嘛~

**9、直通车给你\*\*万，怎么来推广？**

分析：很多人往往被这个数据吓到，，这个问题高手利用数据来回答，但现在我们都是比较基础，所以不要说具体的数据其实，面试官想知道的是你直通车的能力和经验，所以，把自己对于直通车的理解说出来就可以

答：首先，我要知道我推广的是什么样的产品，他的定位是什么(要让面试官知道你给出答案，是经过考虑的)，有没有销量评价等，如果没有，我们先把这些做好再开车，否则容易翻车（可以举例，假如大中午去吃饭，看到一个没有客户的餐厅，心里意识一定会认为他的饭不好吃，所以才没有人去，如果没有销量就开车跟这个情况一样，消费者会认为东西不好，所以没人买，甚至点都不会点）;

如果有，分两种，第一种是我们来操作的销量和评价，那这些客户的属性一定是不精准的，那这种情况我们可以拿出一部分经费去测车啦，测图，测款，测卖点，测人群时间等等，

拿到精准的数据和卖点，把这些卖点再加到我们的产品中，这样车优化或组装好后，我们才能在更加顺畅的去推广；

第二种情况，这个情况不太多，就是正在运营，且有销量和评价都是自然的，那这些肯定是精准的，我们可以直接拿到这些指标作为参考，省去了很多测试的精力成本，再去做推广就可以，开车的方式也不太一样，如果是流量款我追求的肯定是低价的流量，如果是利润款就需要去考虑怎么做到精准投放提高ROI，这些是我对直通车简单的理解；

**10、我们面试的人很多，你如何证明你是最优秀的，或者说你如何让我相信我选择你是对的?**

参考：我在上一份工作中，在很压抑的资源下结合自己经验和技巧和一些人脉关系把店铺短时间提高十倍流量五倍销量并得到领导认可。

在枯燥简单的一些工作上我可能比较像一匹孤狼亲力亲为做到最好因为省时间，在团队工作上每个项目每个岗位分享最新最有效率的技巧东西，因为团体战斗赢的面积大，前提大家应变得优秀和专业。

我对工作的态度一向很进取，这个时代变化很快，站在核心上就应该面对应有的压力打击与新挫折的冲击

**11、你觉得这个职位最吸引你的地方是什么？最不吸引你的地方又是什么？**

分析：此类问题目的在于考查求职者对应聘单位、职位的看法以及求职者有无充分的准备。求职者的回答应使面试官确信求职者具备应聘职位所要求的素质，同时，求职者也对这份工作充满了兴趣与期待，也能保证一定的稳定性。回答不吸引的地方则要委婉巧妙一些。

参考：个职位最吸引我的地方在于可以发挥我的优势，公司提供的平台很有发展前景，很符合我的职业规划。我很期待在这个职位上做出成绩，实现价值观和大家的认同。

**12、简单谈一谈为什么从上一家离职？**

分析：用人单位询问这个问题的目的，一是看你是什么原因离开的，离开是否有道理；二是看你面部表情，看你这人是否诚实；三是看你择业的标准、动机，对企业的忠诚度。

参考： 1、要说原企业是怎么的优秀，但原工作岗位不适合我；

2 、我现在选择贵企业，是认为更适合本人的发展；

3 、我近来通过阅读有关贵企业的有关资料，我认为贵企业更有发展前景。

**13、你从上一份经历中学到了什么？**

参考：结合自身经历，清楚罗列自己的优秀成果，可以叙说电子商务网络营销各个环节的一些技能和技巧；最终表达出能让店铺长期发展与增长。

**14、你一般通过什么方式来提高自己的专业知识和专业能力？**

看书、上网了解行业或专业的最新资讯、课程视频，课程，在工作中不断摸索学习，向有有能力伙伴学习分享等。

**15、对于电商这个行业的发展前景，说说你的看法？**

这个时代变化很快，我学的是电子商务网络营销，这里面包含了我的兴趣和求知欲望。

如果问我看待电商、网络营销。从老一辈的传统行业演变的互联网、O2O、迭代的移动互联、物联网。前景是巨大化的

**16、你如何规划你个人的职业生涯？**

面试官的目的是看你是否具备能力？你做事情是不是有计划？对待自己的人生是不是有远见？你的规划是否和他们公司能有一个融入点？面试官结合这些因素去判断你能否胜任他们的工作。

参考：所以面对这个问题自己一定要准备充分, 不要高谈阔论的谈论自己将来要怎样怎样 , 这样会引起对方的反感,建议话说的简洁一些, 但是一定要明了织好语言把自身的优势和面试的公司有效的结合起来, 让对方知道你可以给他们带来帮助, 这也是面试官想听到的我个人规划，展现我自身知识与技能带领优秀团队得到领导老板认同并让自己过得更好，让家人更舒服的生活。

**17、你平时喜欢单独工作，还是团队工作？**

参考：多数公司都非常重视团队合作的技能。但同时，也不要暗示面试官你一点也不希望或无法担任需要你单独完成的工作。这个问题没有一个万能的

这个问题很简单，一些简单枯燥的工作我比较亲力亲为去做得完好，因为省时间。

在团队工作上每个项目每个岗位分享最新最有效率的技巧东西，因为团体战斗赢的面积大，前提大家应变得优秀和专业。

**18、与上级意见不一致的时候，你会怎么做？**

分析：面试官的目的是考验你的沟通能力以及对自己的角色定位。

参考：（1）我会给上级必要的解释和提醒，如果上级不予采纳或建议，在这种情况下，我会服从上级的意见。毕竟上级终究是上级，他做事肯定有经验，有他的理由。

（2）作为这个团队的其中一员，虽然和上司在某些问题上产生了分歧，但是大家最终的目标都是能够更出色地完成任务。意见不一致，可能是思考问题的角度和沟通方式上出了问题。我不会急于去和上司辩论，而是先站在上司的角度去考虑问题，毕竟上司比我有着更丰富的实战经验，是站在大局、宏观的角度考虑问题。

**19、对于不喜欢的同事，你会怎么处理？**

首先在工作过程中，我不会带着个人情绪去跟他工作！其次，如果大家在工作中有不同意见的，我会先听取她的意见再告诉他，我的建议，如果还是解决不了，我们就找上司商量一下，看采纳哪个方案比较好！

**20、你在工作中通常怎样分配时间？**

参考：基本上，我会在前一天安排好第二天的工作，并在第二天有计划的完成。如果上班工作有效率，工作量合理的话，应该不太需要加班。

**21、怎么提升关键词的质量度呢?在不出钱的情况下?**

答案：提高质量得分有如下三个因素：1 提高创意和关键词匹配度 2 提高关键词点击率和转化率 3 提高账户质量度

**---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

**面试题-基础篇**

**1、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、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、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”、“颜色分类”、“尺码”等。

**4、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、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、投诉率；

2、宝贝与描述相符DSR；

3、发货速度DSR；

4、退款时间；

5、处罚数；

6、客服响应速度；

7、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、销量

2、转化率

3、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、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、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、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、超低价格 2、超高邮费

3、偷换宝贝 4、标题滥用

5、宝贝不符 6、违规商品

7、重复铺货 8、宣传商品

9、错放类目 10、同样产品发布不同类目

11、SKU作弊 12、虚假交易

**9、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、影响店铺权重的因素都有哪些？**

**11、影响宝贝权重的因素都有哪些？**

销量、停留时长，跳失率，自然/直通车/转化率，收藏率，好评率和描述评分，人气值等。

**12、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、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），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！

**面试题-关键词篇**

**14、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。

**15、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。

**16、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。

**17、列出你的类目和找核心词的渠道？**

**18、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、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、门户网站seo优化”等等和核心关键词相关的词。

**19、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。

**20、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出平均值了。

**21、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。

**22、举一个例子说明你为某一个宝贝选词的操作流程？**

**23、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

**24、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。

**25、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 数据魔方来比较。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、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。

**26、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。

**27、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。

**28、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。

**面试题-标题篇**

**29、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。

**30、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、出口原单、LV正品、gucci授权等。

**31、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。

**32、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

**33、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。

**34、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。

**35、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。

**36、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。

**37、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。

**38、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。

**39、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

**40、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。

**41、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。

**42、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。

**面试题-权重篇**

**43、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。

**44、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。

**45、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。

**46、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。

**47、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。

**48、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。

**49、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。

**50、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。

**51、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。

**52、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。

**53、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。

**54、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、稳定的销量趋势；

2、增长的销量趋势；

3、持续的销量趋势；

4、销售的金额；

**55、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

**56、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。

**57、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！

**58、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。

**59、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。

**60、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。

**61、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。