《淘宝天猫服装网店运营秘笈》

1. 概况

1．1市场

面向不同的年龄层次，收入团体

年龄：

12-：

12—20：多为学生，购买力较差，服装消费的**潜在群体**

20—30：工薪阶层，追求时尚，五花八门，消费迭代快，习惯网购形式

30—55：收入稳定，注重生活品质

50+：服装要求不高，更换较慢

1．2缺陷

服装消费的需求虽然旺盛，然则，仍存在缺点。

非快速消费品

单价不高：淘宝上的货品几乎保持在100-200元

1．3如何做

实体与网店同步

视觉冲击，提升点击

详情页设计，将点击转化为买家

推广，淘宝每天都有上千万流量，需有好的宣传吸引流量、

服务，帮买家解决问题。买家满意了，自然好卖东西。

1.4 买家的问题

对商品不放心，货不符实，没有体验。

解决：

品牌同款

7日退货，回退也包邮（显眼）。解决买家顾虑。

1.5 老客户

过节问候，推送活动。增加出现频率（亦不可过多）

微信，QQ问候

1.6 生存，盈利，扩大

商品质量是底线

商品价格=成本+正常利润（成本价的1/3到2/3）+物流费用

生存之后，谋求发展：如增加投入在1.3的问题上。

多平台运营

1. 行业分析

通过百度指数，分析行业需求，明确客户需求商品，销售时间，客户群体，客户区域

通过阿里指数，分析大盘情况，什么时候什么类型商品销量高，明确商品的热搜词，价格分布，还可以 分析进货渠道。

最后还要理解自己所售商品的分类，特点，及相关。

1. SEO（增加商品曝光）

需要提高商品的出镜率，主要了解搜索商品的方式和排序的衣规则，并分别对应处理。

换句话说，就是如何将商品通过搜索在展现在客户的眼中。

一方面需要了解商品对应的热搜词，并对这些词，适当组合，说明商品的特点和情况。这一点可以通过阿里的生意参谋进行了解。

另外，还可以从上架时间增加曝光度：1）将下架的商品会在前。2）确定商品的行业上架情况，一天中最佳上架时间，一周中最佳上架时间。这个可以在网站“生E经”中查看

最后，商家信誉也是很重要的，需要在日常运营中服务客户，引导客户好评

再最后，淘宝有自己的雷区，触犯会使商品，乃至商家隐私权（搜索靠后显示）。

四、

还需设置商品的详情页，从排版，色彩，详情的说明匆内容（如：尺码表，适合场所）

直通车：付费引流工具

聚划算：打造爆款，冲击销量