

不谋全局者不足以谋一域

流量专题



# 流量结构分布

（ 适用绝大多数平台 ）

平台流量大致归类可以分为 3 种：

- 1、免费流量
- 2、付费流量
- 3、活动流量

这 3 种流量适用于某宝和某东以及类型相似的电商平台



# 免费流量（淘宝平台）

免费流量我们又称为自然流量，是店铺生存的根本，其特点在于流量完全不需要投入任何成本，由此流量带来的成交，性价比最高，最省成本！

- 1、站内搜索流量
  - PC（电脑端）
  - 无线端（移动设备，包括手机和平板）
- 2、站外其他（社会化媒体）
- 3、老客户 CRM
- 4、其他流量（包括：类目、旺旺、客服推荐等）

# 站内搜索流量（PC+无线）

免费流量中的重点，它是最直接最根本的流量，操作得当也是最具效率流量。好处在于有规可循，花费时间短，转化和精准度高，难点在于竞争大，获取不易！

## 1、宝贝搜索

（结合平台搜索规则进行宝贝优化，后面有专题讲解）

## 2、店铺搜索

（品牌策略）

# 站外流量

又称为社会化媒体流量，泛指当前热门的多媒体手段，例如：论坛、微博、微信、短信 SNS 等！

站外流量非常廉价，但是要做到拥有稳定流量需要花费大量精力和时间去积累客源，好处在于来源和操作容易，难点在于花费时间长，流量大而不够精准，转化率低。

# 老客户 CRM

老客户带来的流量是非常重要的点，也是所有淘宝和天猫卖家最重视的一点，随着流量碎片化时代的到来，开发新客户的成本越来越高，老客户资源成为所有人眼中的蓝海。

。

老客户维护也是对运营服务的一种要求，后面会有专题讲解。

# 其他流量

参考运营思维导向图中内容讲解。。。。



# 付费流量

目前淘宝平台中，付费流量主要来源分为“2+1”

- 1、 淘宝 / 天猫直通车 ( CPC ) ----- 简称直通车
- 2、 钻石展位 ( CPM )
- 3、 淘宝客 ( CPS )

以这3种推广方式为主，主要是因为这3种方式无门槛或者门槛较低，易上手，行业规则相对比较透明。

# 直通车（CPC）

直通车是目前淘宝平台中使用最广最热的推广工具，其特点为：

- 1、流量可控 --- a、可根据需求调整； b、关键词重点投放转化高
- 2、针对性强 --- a、针对精准关键词投放； b、针对精准款式投放
- 3、转化率高 --- a、客户群体定位精准（关键词精准）

PS：后面会有直通车专题讲解

# 钻石展位 ( CPM )

淘宝常用三种推广工具中入门门槛最高，使用人数最少的一种工具。

这里只做简单介绍，后面会邀请一个阿里巴巴最强算法金奖获得者来做一个专题讲座。

# 淘宝客 (CPS)

淘宝推广当中入门门槛最低，最容易达成成交的一种推广方式，CPS 也称为按成交付费。

- 1、高 ROI (投产比) ---- 投入少，高产出
- 2、积累时间长 --- 前期难以开展，开展以后滚雪球模式壮大
- 3、羊群效应 ---- 从众心理



# 活动流量

站内活动流量

天天特价

淘抢购

聚划算

淘金币

淘宝活动  
(包括手淘)

站外活动：U站平台