
网店经营与推广

九、付费流量之直通车

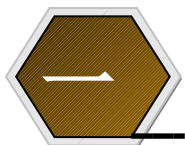
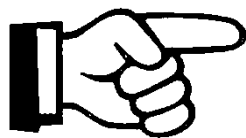
黄红辉

课前问题

- 你会如何使用免费的方法引流了吗？



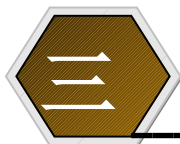
爆款篇



打爆款之引流手段维护



打爆款之视觉系统维护



打爆款之产品服务改进

一、引流手段维护

- 1 店铺流量结构
- 2 免费流量 - 手淘搜索
- 3 付费流量
- 4 内容流量
- 5 活动流量

付费流量

- 站内推广：直通车，钻展，淘宝客
- 站外推广：网络广告，搜索竞价，阿里妈妈其他

分享+

 联盟商家中心
阿里妈妈旗下产品

 麻吉宝
阿里妈妈旗下产品

 Tanx ADX
阿里妈妈旗下产品

 品销宝
阿里妈妈旗下产品

付费流量之 - 直通车

天下武功 唯快不破

教学目标

知识要求：

- 1、了解直通车基本构成与概念
- 2、掌握直通车推广的使用技巧

技能目标：

掌握淘宝直通车推广方式的使用技巧



浙江


天猫运营直通车烧20W转化3单被老板打

13:48

来自公安部的消息：醉驾入刑四个月来，全国



22:42:26



老师，其实我觉得真的是实践是最好的老师，就像直通车，自己不去摸索，学到理论的根本没用的，而且现在电子商务发展得太快，淘宝也每天在变的，我真的觉得做什么事情都要勇敢，要有冒险的精神，也要不怕苦不怕累，也要很坚持的

1、什么是直通车

- 概念：淘宝付费推广的一种竞价广告系统
- 原理：卖家设置与推广商品相关的关键词和出价，在买家搜索相应关键词时，推广商品获得展现和流量，实现精准营销，卖家按所获流量（点击数）付费。



1.2、直通车入口

- 加入入口：卖家中心 - 营销中心 - 我要推广 - 直通车



1.3、加入要求

淘宝网卖家

- 1) 店铺状态正常(店铺可正常访问)；
- 2) 用户状态正常（店铺账户可正常使用）；
- 3) 淘宝店铺的开通时间不低于24小时；
- 4) 近30天内成交金额大于0；
- 5) 店铺综合排名（指阿里妈妈通过多个维度对商家进行排名，排名的维度包括但不限于商家的类型,店铺主营类目，店铺服务等级，店铺的历史违规情况等，以及阿里妈妈认为不适宜加入直通车的因素。店铺综合排名仅适用于淘宝\天猫直通车准入，阿里妈妈不对外公示具体的排名结果）；
- 6) 店铺如因违反《[淘宝规则](#)》中相关规定而被处罚扣分的，还需符合以下条件：

违规类型	当前累计扣评分值	距离最近一次处罚扣分的时间
出售假冒商品	6分及以上	满365天
严重违规行为（出售假冒商品除外）	大于等于6分，小于12分	满30天
	12分	满90天
	大于12分，小于48分	满365天
虚假交易（严重违规虚假交易除外）	大于等于48分	满365天

- 7) 未在使用阿里妈妈或其关联公司其他营销产品（包括但不限于钻石展位、淘宝客、网销宝全网版/1688版等）服务时因严重违规被中止或终止服务。

2、展示位置 - 无线端

■ 推广展示位置。

展现位置明显——首屏展示位

展现样式醒目—— hot 标识，免邮，销量

信息一目了然



2.2、展示位置 -pc 端

■ 宝贝推广展示位置。pc 端

首页搜索文字链点击后搜索结果页【中部】前4个



淘宝网热卖页面



关键词搜索结果页【右侧】掌柜热卖12个



关键词搜索结果页【底部】掌柜热卖5个



2.3、展示位置 - 其他位置

通投位置 	
 手机淘宝消息中心_淘宝活动 	无线站内
 手机淘宝首页_猜你喜欢 	无线站内
我的购物车_掌柜热卖	pc站内
淘宝收藏夹_热卖单品	pc站内
我的淘宝首页_猜你喜欢	pc站内
我的淘宝_物流详情页	pc站内
我的淘宝_已买到的宝贝	pc站内

3、展示内容

- 创意标题 20 个字
- 创意主图
- 价格
- 付款人数
- 属性



4. 展示规则

- 淘宝直通车目前的排名规则是根据关键词的质量得分和关键词的出价综合衡量出的商品排名。
- 什么是质量得分：
- 质量得分是系统估算的一种相对值，主要用于衡量你的关键词与宝贝推广信息和淘宝网用户搜索意向之间的相关性。
- 其计算依据涉及多种维度包括：基础分、创意效果、相关性、买家体验。

5、扣费公式

- **【按单击计费（cpc 付费） Cost Per Click】**
：
- 买家搜索一个关键词，设置了该关键词的宝贝就会在淘宝直通车的展示位上相应出现。当买家单击你推广的宝贝时，你才需付费，淘宝直通车才会进行相应扣费。根据你对该关键词设置的价格，~~淘宝直通车的扣费均小于或等于你的~~关键词出价。

5、扣费公式

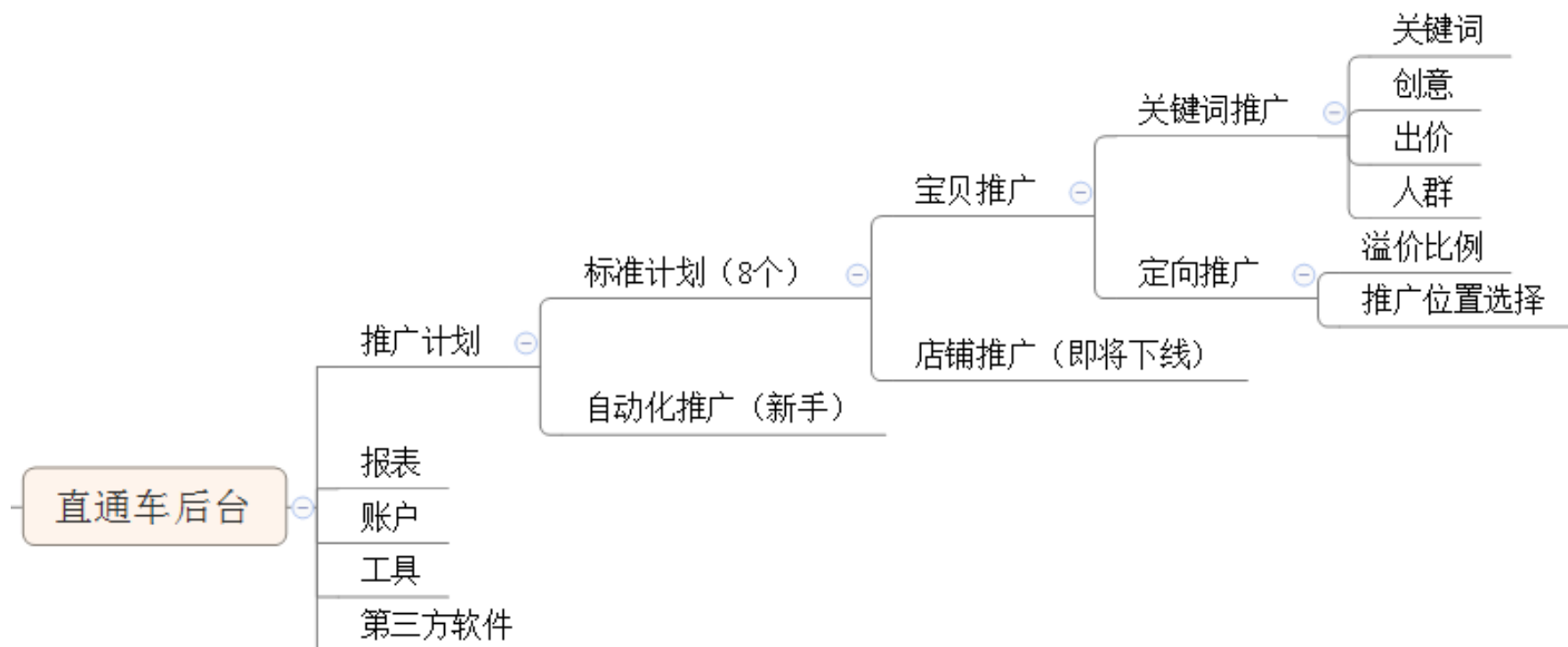
- 【扣费公式】：
- 单次单击扣费 = 下一名出价 * (下一名质量分 / 本人质量分) + 0.01 元
-)

实际情况举例：（得分后台显示时做了标准化处理）

序号	关键词	出价	质量得分	实际分值	排名	实际扣费
A	短袖 t 恤男	0.68	10	92344	1	0.63
B	短袖 t 恤男	0.7	10	85470	2	0.66
C	短袖 t 恤男	0.8	9	80720	3	0.73
D	短袖 t 恤男	1.2	7	73560	4	1.2

所以你只需要记住，扣费多少最重要的环节是质量得分！出价次之（最终扣费不会高于你的出价）

6、直通车后台介绍



6.1 计划

- 计划：商家为了便于具有相同特质的不同宝贝进行的分组。
 - 一个计划可以添加多个相同类型的宝贝
-

6.2 关键词推广和定向推广

- 关键词推广：基于客户搜索关键词在淘宝搜索结果页中展示的宝贝广告信息
- 定向推广：一钻以上卖家。基于行业潜在客户展示在特定的页面特定位置的宝贝广告信息

6.3 定向推广

- 1)、智能投放
- 综合评估访客、购物意图、其他等多种维度挖掘最适合该宝贝的人群。最基础的人群包，建议选择投放，流量较为精准，出价会比较低，投入产出比比较高。
- 2)、访客定向
- 访客定向分为“喜欢我店铺的访客”和“喜欢同类店铺的访客”。“喜欢我店铺的访客”是根据近3个月内，浏览、收藏、加购、购买过我店铺商品的客户，适合需要老客户营销或者老客户转化高的店铺投放。“喜欢同类店铺的访客”是根据近3个月内，浏览、收藏、加购、购买过同类店铺商品的客户（除去我店铺的访客），适合需要新客户营销或者有流量需求的店

6.3 定向推广

- 3)、购物意图定向
- 根据投放的宝贝标题，系统筛选出可以代表该宝贝的多种关键词，则对应为有该关键词购物意图的买家人群，而买家人群的购物意图是通过其在淘宝内出大的宝贝分析而得，类似关键词推广，适合需要精细化分析人群设置出价以及获取更多流量的店铺投放。
- 4)、搜索重定向
- 开通搜索重定向会将宝贝投放给搜索过“该宝贝设置的关键词推广”的买家，适合精准长尾词质量分高的计划开启，流量相比购物意图定向不精准。

7、直通车推广注意事项

- 设置日限额
 - 设置投放平台
 - 设置投放时间
 - 设置投放地区
-

8、直通车实操演示

9、直通车主要作用



日常销售

系统为您推荐日常销售宝贝的推广方案，该方案平衡转化和流量。



宝贝测款

系统为您推荐宝贝测试阶段的推广方案，该方案偏重在短时间内快速拿到流量。

10、直通车进阶

- 为什么那么多人做直通车
 - 直通车怎么做可以不亏钱
-

10、直通车进阶

- 单次单击扣费 = (下一名出价 * 下一名质量分) / 本人质量分 + 0.01 元
- 问题：直通车推广中最重要的是什么？

10.1 关键词推广思路

- 重点宝贝 - 选好产品
- 关注选词 - 选词渠道
- 关注质量得分（创意质量，相关性，买家体验）
- 关注排名位置（抢首页）
- 创意标题和创意主图优化（4个创意，4个主图轮播）
- 精准人群溢价

计算机质量分 **7** 分 (1-10)



11 、常见问题

- 一个帐户可以推广多少个宝贝？

对于推广的宝贝数量是没有限制的。

- 一个账号最多可以添加多少个计划？

8 个计划

- 一个宝贝最多可以添加多少个关键词？

每个宝贝一个对应的关键词的数量是 200 个。

思考：一个宝贝最大可以设置多少个关键词

11、常见问题

■ 竞价词在什么情况会自动上下线？

有以下两种情况：

- 当消耗达到您设置的日最高消费限额，所有竞价词会自动下线。第二天零点会再次上线。（手动下线的竞价词此时不会自动上线）
- 当淘宝店铺中的宝贝下架的时候，相对应的竞价词也会自动下线，当淘宝店铺中的宝贝重新上架，竞价词也会自动上线参加推广。

11、常见问题

- 我在淘宝直通车中修改了宝贝的标题或简介，会影响我淘宝店铺中销售的宝贝吗？

不会。您在淘宝直通车中对宝贝进行的修改只针对您参与竞价时生效，对您本身店铺中的宝贝不会产生影响

12、更多关于直通车的知识 - 自学参考

- <http://shuyuan.taobao.com/#!/tutorial/index?categoryId=187>



总结

- 1. 必须聚焦数个商品在财力有限情况下；
- 2. 必须根据自身情况的分时段和分地区；
- 3. 必须结合直通车再做相应的推广活动；
- 4. 必须策划一个爆单品 1600 关键词案例；
- 5. 必须双手抓住类目和关键词不能松懈；
- 6. 必须知道热门关键词作为参考并借鉴；
- 7. 必须懂得运用大量长尾关键词的投放；
- 8. 必须跟踪转化率和回报率并先做测试；
- 9. 必须懂得并重视类目属性和质量得分；
- 10. 必须明白排名位置和买家单击的关系；
- 11. 必须优化在销售量和高转化率才投放；
- 12. 必须明确直通车是为了销量还是流量。

THANKS
