

---

# 网店经营与推广

## 十、付费流量之淘宝客与钻展

黄红辉

# 课前问题

- 直通车的扣费方法是？ Cpc ， cpm ， cps ？
- 直通车扣费是怎么计算的？

# 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<sup>+</sup>



# 一、付费流量之 - 淘宝客

让所有人都成为您的粉丝

# 教学目标

知识要求：

- 1、了解什么是淘宝客
- 2、懂得如何使用淘宝客进行推广

技能目标：

自己能够成为一个淘宝客

# 目录

- 1、什么是淘宝客
- 2、淘宝客的工作原理
- 3、如何成为一名淘宝客
- 4、商家做淘宝客推广

# 韩都衣舍流量架构曝光 淘宝客带动30%销量

历史

作者：亿邦动力网 来源：亿邦动力网

【亿邦动力网讯】6月25日消息，据亿邦动力网了解，韩都衣舍2013年预期销售额将超过10亿。为了实现预期增长，韩都衣舍将通过充分利用淘宝客资源和开展老会员营销等方式进行引流，并对韩都衣舍的店铺流量架构进行了规划。

“未来，韩都衣舍的店铺流量来自搜索的免费流量占比30%，通过淘宝客、直通车和钻展等付费推广方式获得的流量占比30%，来自老客户的流量占比30%，其他等碎片化的流量占10%。”韩都衣舍市场部副经理许志松向亿邦动力网介绍了韩都衣舍流量架构的规划。

# 淘客推广专员/淘宝客招募运营专... 广州-天河区

广州卡洛莱化妆品有限公司

4.5-6千/月

该公司所有职位

## 职位信息

职位描述：

工作职责：

- 1、招募淘宝客，建立淘宝客档案，维护淘宝客关系，解决淘宝客常见问题，建立淘宝客激励机制，有效激励淘宝客推广；
- 2、即时发布淘宝客软文，配合在淘宝客联盟社区、网赚联盟社区的活动；
- 3、熟悉站长圈，有站长资源者优先；
- 4、开拓第三方淘客合作平台，有效配合店铺活动进行推广引流工作。

任职要求：

- 1、具有丰富淘客经验，可以短时间提高内提高店铺淘客流量；
- 2、有拓展第三方平台合作经验；
- 3、有成功淘客案例和淘客资源者优先考虑。
- 4、招募网店的淘宝客，并且建立淘宝客档案，维护淘宝客关系；
- 5、发布淘宝客招募软文，解答淘宝客的推广问题，解决淘宝客基本的建站问题；

---

# 1、什么是淘宝客

淘宝客是按 CPS ( Cost Per Sale ) 即按成交计费的推广模式

淘客只要从淘客推广专区获取商品代码，

任何买家（包括您自己）经过您的推广（链接，个人网站，博客或者社区发的帖子）进入淘宝卖家店铺完成购买后，

就可得到由卖家支付的佣金。

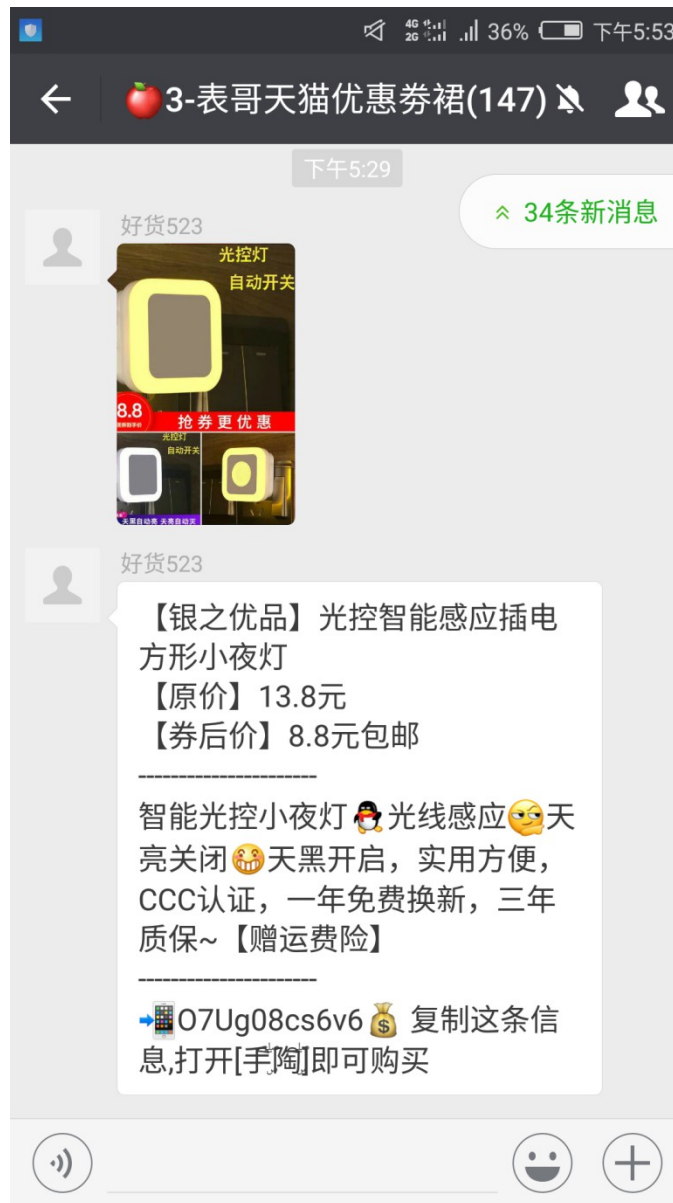
---

## 2、淘宝客的工作原理



问题思索：

真的有天猫内部优惠券吗？



# 3、让我们尝试做一回淘宝客

The screenshot shows the Alibaba.com website during the 2017 12.12 Double 12 event. The browser address bar shows the URL <http://pub.alimama.com/>. The main banner features the text "天猫年度盘点" (Tmall Annual Review) and "爆款好货 低价疯抢" (Hot items, low prices, crazy抢购). The navigation bar includes links for "亲, 请登录" (Please log in), "我要注册" (I want to register), "我的联盟" (My alliance), "阿里妈妈首页" (Alimama Home), "营销平台" (Marketing platform), "数据中心" (Data center), "媒体合作" (Media cooperation), "万堂书院" (Wan Tang Academy), and "服务" (Service). The "淘宝联盟" (Taobao Alliance) logo is prominently displayed, with the tagline "阿里妈妈旗下产品" (Product under Alimama). A search bar prompts users to "请输入您要搜索的商品名称或链接" (Please enter the product name or link you want to search for). The main content area is divided into sections: "首页" (Home), "学堂" (Academy), "开发者中心" (Developer Center), "社区" (Community), and "帮助中心" (Help Center). The "超级搜索" (Super Search) section offers "商品筛选、取链、推广" (Product filtering, link taking, promotion). The "活动推广" (Activity Promotion) section offers "官方活动一键推广" (Official activity one-click promotion). The "API" section offers "淘宝客商品技术接口" (Taobao affiliate product technical interface). The "联盟APP" (Alliance APP) section is also visible. On the right side, there are login options for "淘宝会员" (Taobao member) and "阿里妈妈会员" (Alimama member), a QR code for mobile login, and a "密码登录在这里" (Password login here) link. The bottom right corner includes "公告" (Announcement), "规则" (Rules), "教程" (Tutorial), and "淘宝双12火爆开启" (Taobao Double 12 is in full swing).

# 进入推广管理—告诉阿里妈妈您的推广渠道是什么

首页  
联盟产品  
**推广管理**  
效果报表

推广资源管理 ◀ 我们对推广资源管理进行了升级, [点此查看填写教程](#)。请您按实际推广方式创建推广资源管理的内容。详情请见 [阿里妈妈用户体系和产品升级通知](#)

媒体管理  
推广位管理  
渠道管理

推广产品管理  
推广计划管理

推广活动管理 new  
我发起的团长活动  
我推广的鹊桥活动

网站管理    APP管理    导购管理    软件管理

我拥有自己的网站, 在网站上部署淘宝联盟推广代码的推广模式。

新建网站推广

2  
[1  
[1  
[1  
-

# 进入推广管理—如通过群发邮件

网站管理

APP管理

导购管理

软件管理

新增导购推广

导购ID	导购名称	导购类型	媒体类型	提交状态 ?	拒绝原因	操作
7432681	邮件_40653105	分享	邮件	提交成功	--	<a href="#">查看详情</a>   <a href="#">修改</a>   <a href="#">删除</a>

# 进入联盟产品 - 选择产品推广

The screenshot displays the Taobao Alliance (淘宝联盟) website interface. On the left, a vertical navigation menu includes options like '首页' (Home), '联盟产品推广管理' (Alliance Product Promotion Management), and '效果报表' (Performance Report). The main navigation bar at the top features '自助推广' (Self-promotion) with sub-options '单品店铺推广' (Single Product/Store Promotion), '超级搜索' (Super Search), '定向招商' (Targeted Recruitment), and '链接转换工具' (Link Conversion Tool). The '单品推广' (Single Product Promotion) option is circled in red, with a red arrow pointing to it from the right. To its right is the '店铺推广' (Store Promotion) option. Below the navigation bar is a search bar with the placeholder text '请输入你要搜索的单品名称或URL' (Please enter the name of the product you want to search or the URL) and a search icon. The main content area is titled '精选清单' (Selected List) and features a promotional banner for '天猫双12爆款清单1' (Tmall Double 12 Bestselling List 1). The banner includes an illustration of a shopping bag and a smartphone, and contains the text: '1212天猫年终盛典, 年度盘点人气单品、尖货爆款, 不用挑任性买! 万千优惠: 购物津贴最高每满300-30, 还有各类券限时抢... 好货低价真疯狂!' (1212 Tmall Year-End Celebration, Annual Review of Popular Single Products, Sharp Goods Bestsellers, No Need to Pick, Buy任性! Thousands of Benefits: Shopping Subsidy up to 300-30, and various coupons for limited time... Good goods at low prices are really crazy!). A '立即下载' (Download Now) button is located on the right side of the banner, and the text '文档更新于: 2017-12-10' (Document updated on: 2017-12-10) is displayed below it.

# 进入联盟产品 - 选择您想推广的产品

品质保证 金牌母婴商品

所有分类 > 共 97.34万 件商品

相关分类: 童装/婴儿装/亲子装 孕妇装/孕产妇用品/营养 玩具/童车/益智/积木/模型 宝宝用品 童鞋/婴儿鞋/亲子鞋 奶粉/辅食/营养品

默认排序 价格 v 销量 收入比率 (i) 月推广量 (i) 月支出佣金 (i)

淘宝  金牌卖家  天猫  天猫旗舰店  店铺优惠券 月销量  笔及以上 收入比率  % -  % 价格  元 -  元 确认

 <p>随心调节宝宝适合头围</p> <p>初生婴儿枕头矫正防偏头定型枕新生儿0-1-3岁宝宝枕头纯棉荞麦枕</p> <p>¥29.00 月销: 2328</p>	 <p>天猫正品婴幼儿倍护润肤乳200g温和加倍滋润儿童婴儿补水保湿</p> <p>¥23.84 月销: 291</p>	 <p>电动吸奶器</p> <p>省力健康设计 不含双酚A</p> <p>0-2点满199减30</p> <p>¥49.90 月销: 11832</p>	 <p>小兔宅子 婴儿保暖内衣套装</p> <p>¥59.00 月销: 1179</p>	 <p>儿童羽绒马甲轻宝宝春秋冬背心</p> <p>¥69.00</p>
---	--	---	--	--

共选择 0 / 100 个推广商品

我的推广品

# 您的专属链接出来了。拿着它去推广吧

The image shows a Taobao product page for smart night lights. A modal window is open in the center, displaying sharing options and a list of terms. The background shows product images and promotional text like '人来即亮 人走即灭' (Lights on when you come, off when you go).

**短链接**      长链接      二维码      淘口令

- 1、如您推广的是航旅的当面付、火车票或者理财保险类商品，将无法获得佣金。
- 2、短链接只有**300天**的有效期，过期失效需要重新获取。
- 3、请勿将此推广链接打开后再发送给用户，否则无法跟踪。
- 4、若订单使用红包或购物券后佣金有可能支付给红包推广者，如您是自推自买，请勿使用红包及购物券。[红包推广是什么？](#)

商品链接： [复制链接](#)





领券链接： [复制链接](#)

[关闭](#)

# 有没有文案写好的我可以复制就推广的网站？

浏览器地址: <http://www.dataoke.com/>

收藏 手机收藏夹 谷歌 网址大全 360搜索 游戏中心 淘宝卡首

 <p>今日上新</p> <p>悦 WAFERS</p>	 <p>今日上新</p>	 <p>今日上新</p>	 <p>今日上新</p>
<p>淘 糖尿病人无蔗糖威化饼干500g</p> <p>优惠券 5 元, 优惠券总数 5000</p> <p>佣金 20% <span>营销计划</span> 目前销量 63</p> <p>券后 ¥ 10.8 <del>¥15.8</del> 加入推广</p>	<p>T 【富味】诺诺能水果糖qq糖4大包</p> <p>优惠券 10 元, 优惠券总数 3000</p> <p>佣金 30.5% <span>营销计划</span> 目前销量 28</p> <p>券后 ¥ 22 <del>¥32</del> 加入推广</p>	<p>T 杨桃水果新鲜5斤包农家热带水果</p> <p>优惠券 5 元, 优惠券总数 10000</p> <p>佣金 26.8% <span>定向秒过</span> 目前销量 366</p> <p>券后 ¥ 34.8 <del>¥39.8</del> 加入推广</p>	<p>T 苹果圈80gx8袋连包组合即食</p> <p>优惠券 15 元, 优惠券总数 5000</p> <p>佣金 20.5% <span>营销计划</span> 目前销量 33</p> <p>券后 ¥ 21.9 <del>¥36.9</del> 加入推广</p>

# 实训一

- 做一回淘宝客。找一件您喜欢的商品进行尝试推广。可分享到您的朋友圈，或者是同学。途径您自己选择。可使用邮箱，qq，微信等。如微信朋友圈推广截图：



# 4、商家做淘宝客推广

我是卖家 > 营销中心 > 我要推广

为双促加油 一备战神器 一站搞定!

立即查看



你的宝贝!  
在最佳位置展现  
让你的宝贝出现在搜索首页

淘宝/天猫直通车  
阿里巴巴旗下产品

即刻提升



优质店铺,  
就该上淘宝首页  
在最显眼的位置推广你的店铺

钻石展位  
阿里巴巴旗下产品

立即登顶



好商品,  
值得找人帮你分享  
在最显眼的位直推广你的店铺

淘宝客  
阿里巴巴旗下产品

开始拓展



全民分享,  
引爆无线社交流量  
流量裂变,口碑宣传

分享+

立即开启

# 4.1 准入标准



很抱歉，您的店铺暂未达到淘客宝推广的准入标准，不能在线申请此业务。加入淘客宝推广需要：店铺动态3项评分均 $\geq 4.5$ 。

您的店铺目前动态评分：

商品与描述相符：**0分**

卖家的服务态度：**0分**

卖家发货的速度：**0分**

欢迎您提升店铺质量后再来参加加入淘客宝推广。[点击查看详情](#)

## 4.2 淘宝客之计划

### 推广计划

查看仍有效果数据的已删除计划>

状态	计划名称	产品类型	结算佣金↓ <sup>?</sup>	结算金额↓	平均佣金比率↓ <sup>?</sup>	点击数↓	引入付款笔数↓	引入付款金额↓	点击转化率↓	操作
👍	<b>通用</b> 通用计划	淘宝客	0.00	0.00	0.00%	0	0	0.00	0.00%	<a href="#">查看</a>
👍	<b>活动</b> 活动计划	淘宝客	0.00	0.00	0.00%	0	0	0.00	0.00%	
👍 ▾	<b>如意投</b> 如意投计划 <sup>?</sup>	如意投	0.00	0.00	0.00%	1	0	0.00	0.00%	
👍	<b>定向</b> 定向计划	淘宝客	0.00	0.00	0.00%	0	0	0.00	0.00%	

---

# 佣金

- 淘宝客帮您推广商品可以获取的费用叫做佣金。佣金根据计划的不同进行设置。



---

## 4.2.1 通用计划

- 通用计划是淘宝默认的计划，所有淘宝客都可以参与推广的。佣金范围在 **1.5%-50%**。12小时上线后，所有淘客都可以参加推广。

## 4.2.2 活动计划

商家参与由有一定实力的淘宝客（或者官方）发起的计划。佣金和活动推广位由发起方设定。报名活动在互动招商和团长招商

淘宝客活动广场将逐步升级至“团长活动招商”。[了解详情](#)

促销类型 [全部](#) [不限](#) [9块9](#) [20元封顶](#) [50元好货](#) [一折清仓](#) [全场半价](#)

行业类目 [全部](#) [女装](#) [男装](#) [鞋包](#) [珠宝配饰](#) [运动户外](#) [美妆](#) [母婴](#) [食品](#) [内衣](#) [数码](#) [家装](#) [家居用品](#) [家电](#) [汽车](#) [生活服务](#) [图书音像](#) [游戏话费](#) [更多](#)

佣金比率 [全部](#) [5%以下](#) [5%-10%](#) [10%-15%](#) [15%-20%](#) [20%-30%](#) [30%以上](#)

[最新发布](#) [等级从高到低](#) 已报名活动 0/10 个  我能参加的活动

活动信息	发起方信息	促销类型	行业类目	报名截止时间	活动时间	佣金比率要求	优惠券要求	操作
<a href="#">大V团队，主推头条 有好货清单 爆款推荐千万流量 查看活动详情&gt;&gt;</a>	昵称：q337484780 等级： <a href="#">白银会员</a>	不限	女装 男装 鞋包	2017-12-10	起：2017-12-12 止：2018-01-10	≥20.00%	无要求	<a href="#">立即报名</a> 卖家每天最多能报10个活动，当前已报名0个

---

## 4.2.3 如意投

- 阿里官方为卖家制定的。展示位置由阿里设定。如：淘宝特卖，爱淘宝，中小合作媒体的橱窗推荐等。佣金在 1.5%-50%

---

## 4.2.4 、定向计划

- 定向计划是卖家为特定的淘宝客设定的推广计划，
- 佣金可以高达 70% 。开放给特定人群

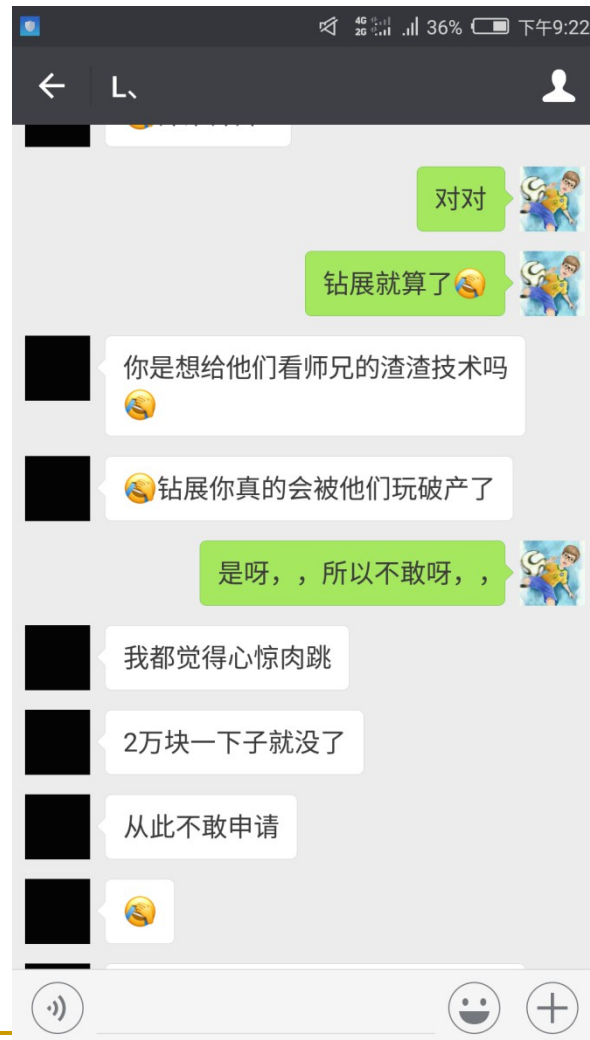


## 4.3 淘宝客推广要注意的事项

- 1、通用，如意投可尝试做。该计划的佣金可以设置的相对较低。
- 2、活动计划谨慎做
- 3、善用定向
- 4、淘宝客招募和维护是重点

## 二、付费流量之 - 钻展

从视觉上洗脑消费者的神器



# 教学目标

知识要求：

- 1、了解什么是钻展
- 2、懂得钻展的展现原理

# 目录

- 1、什么是钻展
- 2、钻展的准入标准
- 3、钻展的投放位置
- 4、展现逻辑原理
- 5、钻展扣费原理
- 6、钻展投放流程

# 1、什么是钻展

- **钻石展位**是面向全网精准流量实时竞价的展示推广平台，支持按展示付费（**cpm**）和按点击付费（**cpc**），
- 以精准定向为核心，为您提供精准定向、创意策略、效果监测、数据分析等一站式全网推广投放解决方案，帮助客户实现更高效、更精准的全网数字营销。主要给高端卖家使用

## 2、准入标准

用户类型	主体资质																
淘宝网卖家	<p>1) 商家店铺信用等级一钻及以上；</p> <p>2) 店铺每项DSR在4.4及以上（特殊类目无DSR要求或者可相应放宽，由阿里妈妈根据特殊类目的具体情况另行确定）；</p> <p>3) 店铺如因违反《<a href="#">淘宝规则</a>》中相关规定而被处罚扣分的，还需符合以下条件：</p> <table border="1"><thead><tr><th>违规类型</th><th>当前累计扣分分值</th><th>距离最近一次处罚扣分的时间</th></tr></thead><tbody><tr><td>出售假冒商品</td><td>6分及以上</td><td>满365天</td></tr><tr><td rowspan="3">严重违规行为（出售假冒商品除外）</td><td>大于等于6分，小于12分</td><td>满30天</td></tr><tr><td>12分</td><td>满90天</td></tr><tr><td>大于12分，小于48分</td><td>满365天</td></tr><tr><td>虚假交易（严重违规虚假交易除外）</td><td>大于等于48分</td><td>满365天</td></tr></tbody></table>	违规类型	当前累计扣分分值	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
违规类型	当前累计扣分分值	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															
	<p>4) 在使用阿里妈妈营销产品或淘宝服务时未因违规而被暂停或终止服务（阿里妈妈营销产品包括钻石展位服务、淘宝直通车、天猫直通车和淘宝客等业务，下同）。</p>																

天猫卖家和飞猪商家

1) 店铺每项DSR在4.4及以上(特殊类目无DSR要求或者可相应放宽,由阿里妈妈根据特殊类目的具体情况另行确定);

2) 店铺如因违反《天猫规则》、《飞猪规则》中相关规定而被处罚扣分的,还需符合以下条件:

违规类型	当前累计扣分分值	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90天

3) 在使用阿里妈妈营销产品或淘宝服务时未因违规而被暂停或终止服务(阿里妈妈营销产品包括钻石展位服务、淘宝直通车、天猫直通车和淘宝客等业务,下同)。

### 3、投放位置

- 淘宝、天猫首页，以及各个频道大尺寸展位、淘宝无线 app 端、以及淘宝站外如新浪微博、腾讯、优酷等各大优势媒体。
- 可以在钻展后台“资源位”中查看，分 19 个行业，其中“网上购物”为淘宝站内的资源位，其他为全网资源。



## 4、展现逻辑原理

- 钻展按照出价高低顺序进行展现。系统将各时间段的出价，按照竞价高低进行排名，价高者优先展现，出价最高的预算消耗完后，轮到下一位，以此类推，直到该小时流量全部消耗，排在再后面的无法展现。

广告展示的优先权——价高者得（但不要盲目出价）

购买到流量计算公式：**预算/CPM单价\*1000=买到流量数**

客户	CPM 每千次展示出价	预算	购买到PV	展示顺序
A	5元	500	10W	2
B	3元	1000	33W	3
C	7元	800	11W	1
D	2元	3000	150W	4

C客户预估购买的PV数： $800/7*1000 \approx 11w$

A客户预估购买的PV数： $500/5*1000 \approx 10w$

.....

## 5、钻展扣费原理

- 钻石展位支持**按展现收费（CPM）**和**按点击收费（CPC）**的扣费模式：
  - 1、按展现收费（CPM） --- 精准化圈定人群
  - 按照**CPM**竞价收费，即按照每千次展现收费，点击不收费。按照竞价高低进行排名，价高者优先展现。
  - 举例：
  - 如你出价6元，那么你的广告被人看1000次收取6元。

## 5、钻展扣费原理

- 钻石展位按照“展示付费（cpm）”的基础上，增加“点击付费（cpc）”的结算模式。在后台可选择的资源位上用“点击付费”模式投放，展示免费，点击扣费。

---

## 6、钻展投放流程

---

---

# ■ 更多关于钻展的知识

# 下节课预习

- 做电商运营的一定要了解平台可以参加的活动，怎么样去进行活动策划

---

THANKS

---