

6.18 双十一 作为店铺老板 您准备好了吗

产品名称	6.18 双十一 作为店铺老板 您准备好了吗
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

6.18 双十一 作为店铺老板 您准备好了吗

6.18 双十一 作为店铺老板 您准备好了吗

运营就是对运营过程的计划、组织、实施和控制，是与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称。从另一个角度来讲，运营管理也可以指为对生产和提供公司主要的产品和服务的系统进行设计、运行、评价和改进的管理工作。

在这里我们可以提取出5个关键词：产品、生产、服务、各项管理、总称。

对于新手来说，同时兼顾这么多肯定不是件容易的事情，所以我们首先就要抓住最核心的一点——产品。如果是你在网上买东西，会随便走到一家没有装修好，东西没有几件的店铺去买吗？肯定不会，所以，在正式开店前，一定要认真找好产品，把店铺装修好再开始营业。

——卖什么？怎么卖？是我们新手卖家最先要考虑的问题。

1、关于选品

卖家要提升的各种能力有哪些？最重要的就是选品，我这个说过很多遍了，你必须有一天内找到100个可以尝试的产品的能力，才算及格。淘宝是个超级大市场，上千万的不同产品，只要拥有不断找到好卖的产品能力，就能够快速赚钱。有了这个能力，就算运营水平差，也能赚钱。反之，你运营水平再强，也就只能帮别人店铺运营，自己一开店就失败。

去选择细分冷门的产品，满足少数细分人群的需求

万能的淘宝服务的是全国上亿的客户，我们不追求主流需求市场，而是要寻找1%人口的需求。比如这个

牵孩子用的牵引绳，就是很多人都意识不到的。这就属于一个相对冷门的市场，做的人少，就不存在一个很大的竞争。这种小产品，如果把握准了，市场还是非常好看的。

那么具体需要我们怎么操作呢？

第一个方法：大类目中找小类目，小类目中找细分关键词

确定细分关键词之后再把关键词拿到生意参谋里去搜索，小类目的细分关键词加上一个细分的方向，拿毛呢外套举例，你可以搜索“毛呢外套短款”或者是“毛呢外套中长款”去挨个搜索，寻找细分市场。

第二个方法：从发布宝贝也可以寻找细分类目

如图所示，首先需要选择类目，可以在选择类目的时候去看一下淘宝到底有哪些类目。在大品类里面还包括一级品类，一级品类下面又有二级品类。往往二级类目的类目词，就是这个类目的核心词。我们只需要把这个核心词拿去生意参谋里搜索，看看这个类目有没有细分方向。

总结一下找细分市场的思路：

- a)到你做的类目当中找细分类目，拿子类目关键词去搜索相对好做的关键词。
- b)在行业粒度，看子类目中，竞品流量，关键词，成交量，利润。
- c)在淘宝搜索框搜索关键词，看类目是否有主流品牌，价格带利润分析，销量分析。

2、产品策划

在确定了我们要做的产品之后，就要去总结每个同行的产品，对各家的产品卖家要有个清晰的认识和分析，知道自己能占据哪个细分市场，且在这个细分市场的优势。

目前的淘宝，同质化现象很严重，超过九成的产品和同行都是很像的。那么怎么去拉开差距就是体现在我们的产品策划上面。在淘宝的世界里，消费者是见不到实物的。能够看到的就是你的图片和文字描述，或者甚至是70%是图片，30%是文字。

在消费者那端，没有『事实』，只有『眼见』，所以我们要突出他们眼睛看到的，包括每个细节。我们要通过策划让他从感觉上就认为：我们不一样。

3、上架产品

淘宝有一个规则，叫做新品规则。大多数产品有一个新品期，大约14天，在这14天刚上架的时候，淘宝是扶持的，也是观察的。如果你表现好，那么后期流量起来得就很快。如果你表现不好，那么后期流量就很难起来。这里的表现，自然就是点击率、收藏率、转化率等数据了，也是上面提到的产品策划。

而很多卖家，在上架前，完全没有做优化，完全浪费了淘宝对你的观察期。反而是上架后慢慢再优化，这就是很大的浪费了。所以说，做好优化后，再上架。按此方法，上架产品后，已经完成这款产品运营的70%了。而很多人这70%不认真做，反而做了后面的30%，这就是属于舍本求末。

产品优化能够很大程度上确保客户看到你的图片，愿意点你，了解你的产品，并且购买你的产品。