# 模块五 网店推广与营销

**一、单选题**

1.关于淘宝客描述错误的是（ ）。

A.淘宝卖家不用按点击或是展现付费，只需要在淘宝客推广成功之后，付给他们一定的佣金。

B.淘宝客主推商品按单独设置的佣金比率计算佣金。

C.卖家可以结合店铺活动、营销目的、产品结构、推广资源位等新建定向计划。

D.定向计划的类型只能选择公开类型。

2.微信订阅号一天内可群发（ ）条消息。

A.1条

B.2条

C.3条

D.5条

3.直通车的推广模式是（ ）收费。

A.按CPS

B.按CPC

C.按CPM

D.按CPA

4.直通车关键词的匹配方式有（ ）和广泛匹配两种。

A.精确匹配

B.短语匹配

C.否定匹配

D.以上均不正确

5.（ ）不属于微信订阅号中的自动回复。

A.被添加自动回复

B.消息自动回复

C.关键词自动回复

D.图片自动回复

6.卖家可以从哪些方面进行站内免费流量导入？（ ）

A.宝贝标题

B.宝贝图片

C.营销活动

D.以上均是

7.卖家在报名参加试用中心时，可从打造爆款、（ ）、客户资源、口碑营销和二次营销五方面入手。

A.关联营销

B.数据分析

C.活动效果

D.站外推广

8.公众号共有三种类型，不包括以下哪一种？（ ）

A.服务号

B.订阅号

C.企业号

D.个人账号

9.在店铺活动时，（ ）的促销方式可以一目了然地传达促销活动。

A.礼品促销

B.水印促销

C.商品促销

D.以上均不正确

10.服务号是为企业和组织提供更强大的业务服务与用户管理能力，主要偏向服务类交互，适用媒体、企业、政府或其他组织，1个自然月内可发送（ ）条群发消息。

A.4

B.10

C.15

D.20

**二、简答题**

1.淘宝客的招募方式有哪些？

2.直通车关键词的匹配方式有哪些？

3.设计宝贝图片时要注意哪几点？

4.为什么微信公众号文章的内容质量是关键？

5.卖家可以从哪些方面选择主推商品？

**三、论述题**

1.简述卖家利用微博淘宝版可以发布内容的形式。

2.简述如何增加个人朋友圈的粉丝数量。

3.淘宝平台免费活动在报名参加使用中心时应注意哪些问题？

**四、实训拓展题**

1.在淘宝客后台新建和设置定向计划。

**参考答案：**

**一、单选题**

1-5 DABAD 6-10 DADBA

**二、简答题**

1.淘宝客的招募方式有哪些？

答：后台公告招募、阿里妈妈社区招募和其他论坛招募。

2.直通车关键词的匹配方式有哪些？

答：目前关键词的匹配方式有精确匹配和广泛匹配两种，选择一种合适的匹配方式，可以为店铺获取更优质的流量，扩展潜在买家。

精确匹配：买家搜索词与所设关键词完全相同（或是同义词）时，推广宝贝才有机会展现。

广泛匹配：当买家搜索词包含了所设关键词或与其相关时，推广宝贝就有机会展现。

3.设计宝贝图片时要注意哪几点？

答：宝贝图片设计时要注意以下三点：

（1）清晰度决定印象

卖家想要图片吸引用户，提高消费者的购买欲，就要保证宝贝图片一定要清晰。清晰的宝贝图片，不仅能体现出产品的细节和各种相关信息，而且能够提高宝贝的视觉冲击力。

（2）突出重点

有些店铺在设计宝贝图片时，往往分不清主次，堆砌大量的文案，忽略要突出重点这一细节，这样容易造成视觉混乱。

（3）合理的文案策划

单一的图片不足以加深买家对店铺的关注度，图文结合才能留住买家的心。因此，为了突出商品优势和特点，在宝贝图片上，可加上合理的文案。

4.为什么微信公众号文章的内容质量是关键？

答：只有高质量的内容才能引起用户的阅读兴趣，进而有可能被广泛的传播，吸引更多的粉丝关注，通过曝光店铺名称、产品、策划用户活动等方式，进一步为店铺引流。

5.卖家可以从哪些方面选择主推商品？

答：为了吸引和刺激更多的淘宝客推广店铺商品，卖家可以从以下几个方面选择主推商品：

（1）店铺热卖款

根据店铺情况，选择5-10款热卖商品，作为主推款，吸引更多的淘宝客加入店铺的推广计划。

（2）店铺上新款

店铺上新活动时，选择人气较高的新品，作为主推款。比如女装类目，卖家前期可以设置15%-20%的高佣金比率，后期商品有了基础销量，进入稳定期后，可以适当降低佣金比率。

（3）店铺活动款

店铺促销类活动时，可以选取部分利润高的产品作为主推款，提前曝光产品的佣金比率，让更多的淘宝客推广，同时连带推广店铺其他产品，为活动正式期流量的爆发做准备工作。

**三、论述题**

1.简述卖家利用微博淘宝版可以发布内容的形式。

答：卖家运用微博渠道为店铺导入更多的流量，必须要通过内容营销和粉丝互动两个方面吸引更多的潜在用户，为店铺的产品进行大量曝光，促使用户产生购买行为。

（1）内容类

无论卖家将微博定位为品牌传播或是连带销售，所有的意图都是通过微博的内容传达的，所以内容为王是微博营销的根本所在。

卖家开展以产品为主的内容营销，通过多种方式向用户展示产品，比如通过定期更新上新宝贝、产品细节图曝光、原创视频、衣服搭配技巧、不同面料衣服洗护技巧等。

微博每天都有大量网民参与的热门话题，卖家可以选择一些进行热门话题讨论，使微博内容具有一定的娱乐性，不至于导致粉丝长期被动阅读商品推荐内容而厌烦。

（2）互动类

卖家以微博内容吸引粉丝，以多种形式的互动提高粉丝的活跃度与忠诚度，除了做好及时回复用户留言、私信的互动外，可以发起多种形式的互动活动。比如买家秀互动，将更具吸引力的买家秀微博进行转发或是原创，侧面宣传产品的质量、受欢迎度等。

卖家定期在微博后台发起抽奖活动，比如评论转发该微博的粉丝可以获取抽奖免费新品的机会。卖家也可以发起粉丝转发@规定数量好友的抽奖活动，这样可以拓展更多的潜在顾客。

卖家也可以针对节日发起多形式的活动，比如在七夕节发起秀恩爱赢烛光晚餐等活动，调动了粉丝的积极性，吸引更多的用户参加。

2.简述如何增加个人朋友圈的粉丝数量。

答：卖家一般可以利用以下几种方式增加粉丝数量：

（1）包裹内外印上卖家微信的二维码；

（2）结合产品特性，多加入一些相关的QQ群进行沟通交流；

（3）通过加活跃QQ群中的用户，导入微信端，互加微信好友；

（4）利用QQ空间、QQ签名、论坛等发布软文广告为微信引流；

（5）用户好评加店铺微信返红包；

（6）微信好友转发达到要求的数量进行抽奖活动。

3.淘宝平台免费活动在报名参加使用中心时应注意哪些问题？

答：卖家在报名参加试用中心时，可从以下五方面入手：

（1）打造爆款：试用中心的付邮试用模式，只要支付10元邮费就可以免费领取商品，如此大的诱惑力可以将一款新品成功地打造成爆款。

（2）关联营销：参与试用中心活动，通过设置相关的连带销售，带动其他商品的销量，从而完成从单品销量暴涨到店铺销量暴涨的飞跃。

（3）客户资源：从“申请理由”页面中可以看到对该产品感兴趣的客户ID，从这里可以得到宝贵的客户资源，从而可以规划活动结束后的二次营销。

（4）口碑营销：参与免费试用活动后，试用过的买家都会提交试用报告，让卖家不用再担心该商品的口碑，使用后的试用报告比任何的推广都更具有说服力。

（5）二次营销：试用中心活动完成后，针对申请试用的落选者，可以策划二次营销方案，从而抓住这部分优质客户，最终将他们培养成店铺的忠实粉丝。