



黑马程序员
www.itheima.com

传智播客旗下
高端IT教育品牌

钻展淘宝客推广工具介绍

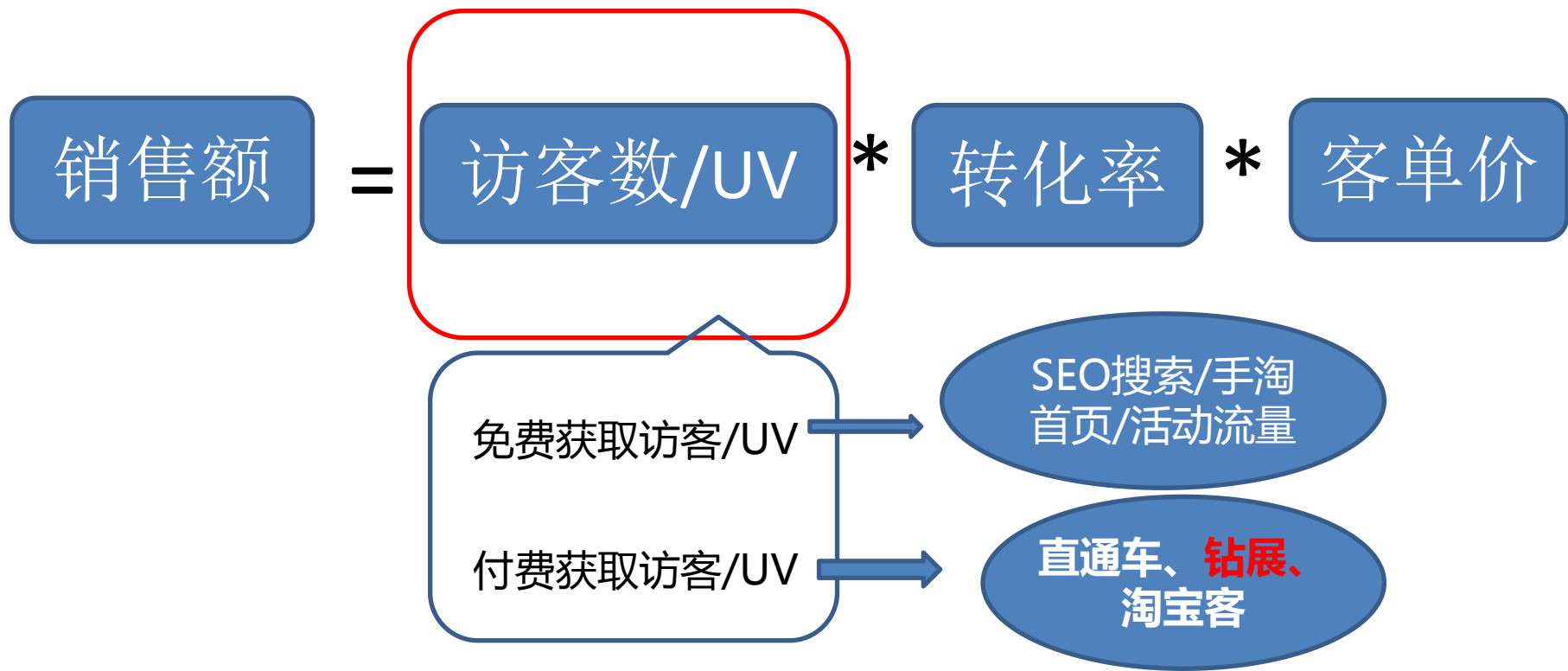


钻展推广学习目标

本节重点内容：

- 钻石展位应用场景及特点
- 钻石展位工作原理
- 掌握钻展的排名公式
- 了解钻展的流量预估
- 熟练掌握推广工具间的配合技巧

销售额=?

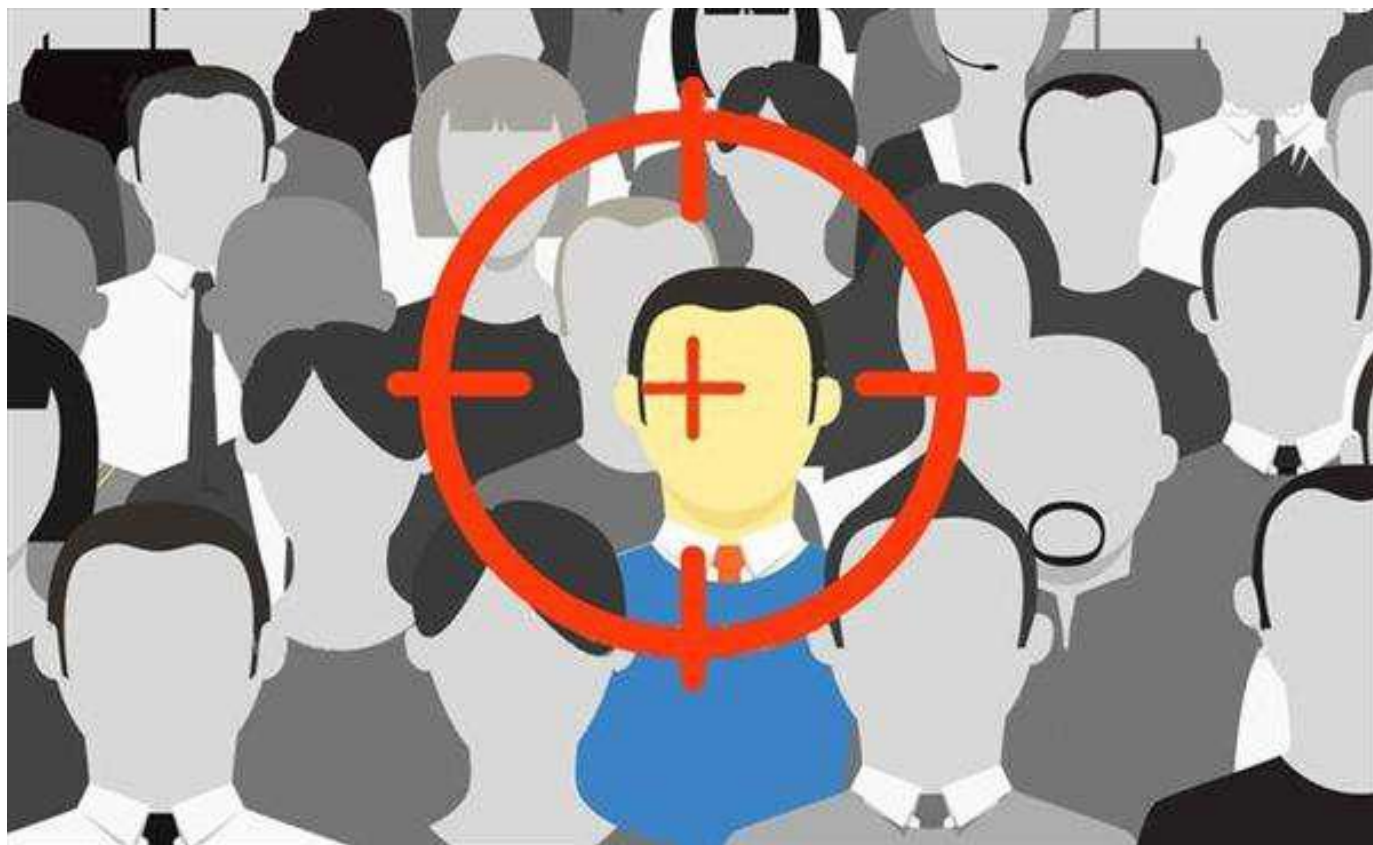


钻展的应用场景是什么？

钻展的特点一：曝光量大 → 快速获取流量

资源信息	媒体信息	可裂变尺寸	创意要求	日均可竞流量↓	点击率↓	上架时间↓
 <p>无线_流量包_网上购物_手淘app_手淘焦点图 广告主类型：淘宝集市商家和天猫商家 可投放类目：不限 创意最低等级：一级 计费模式：CPM/CPC</p>	淘宝网	-	多尺寸 单张图片	300,113,434	4.30%	2015-07-28
 <p>PC_流量包_网上购物_淘宝首页焦点图 广告主类型：淘宝集市商家和天猫商家 可投放类目：不限 创意最低等级：一级 计费模式：CPM/CPC</p>	淘宝网	-	多尺寸 单张图片	94,678,567	1.51%	2015-07-28
 <p>无线_流量包_门户_app_腾讯新闻客户端_fee... 广告主类型：不限 可投放类目：不限 创意最低等级：一级 计费模式：CPM</p>		-	多尺寸 创意模板	946,781,603	2.76%	2015-10-30

钻展特点二：精准人群定向，快速找到我们的目标客户



钻展的应用场景诞生：

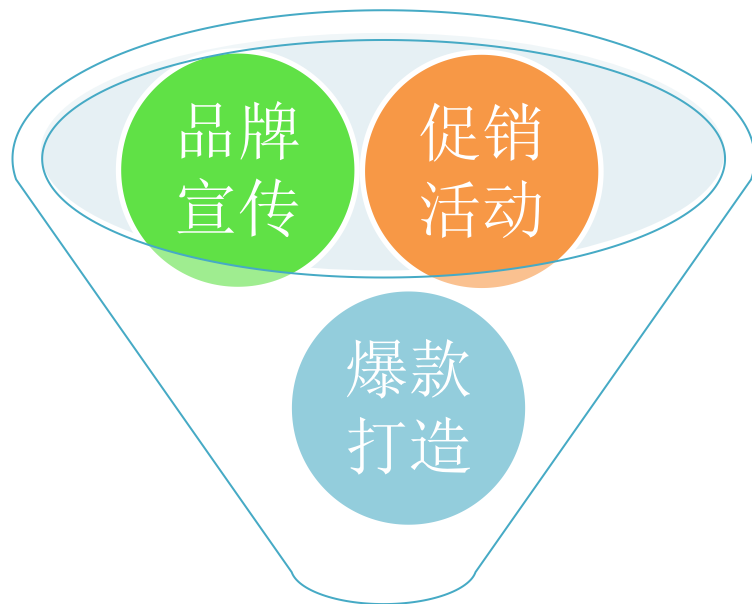
高曝光广告资源位

+

精准访客人群定向



能够解决商家的流量问题

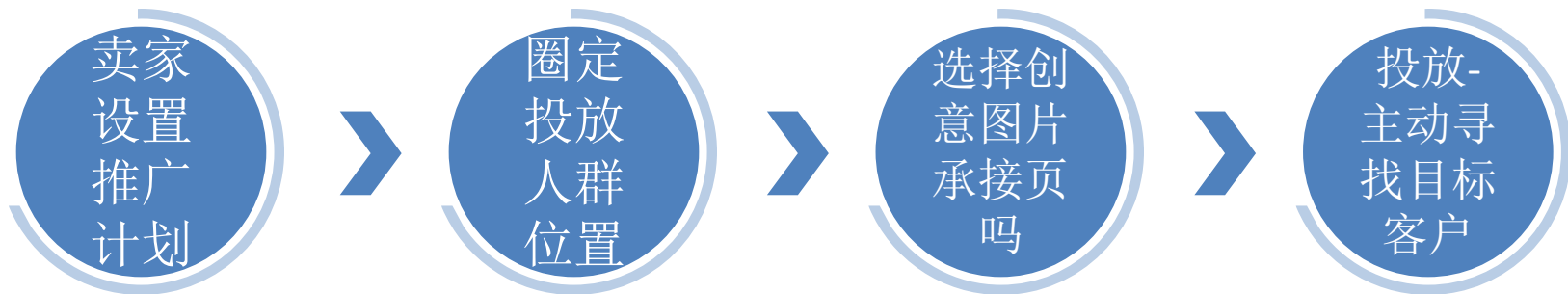


钻石展位介绍

开通钻展条件：

用户类型	主体资质																
淘宝网	<p>天猫卖家和飞猪商家</p> <p>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）；</p> <p>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：</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90天</td></tr></tbody></table> <p>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）。</p>	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
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															

钻展的工作原理



定义：面向全网精准流量实时竞价的展示推广平台，以精准定向为核心，为客户提供精准定向、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。

钻展推广扣费方式？

CPC（点击收费）

CPM（千次展现收费）

钻展排名逻辑及扣费公式：

按照出价高低顺序展现。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。**扣费规则：**千次展现费用=下一名的出价+0.1元

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=买到展现量**

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： $500/5*1000 \approx 10w$

.....

案例：流量预测及出价技巧

1) 可转化流量预测

- 展现预算 = 预算 / cpm 出价 * 1000
- 流量预算 = 展现预算 * 点击率
- 转化流量 = 流量预算 * 全店转化率

例如：今日投放预算为500元，CPM（千次展现费用）25元，创意图片点击率5%，店铺内购买的转化率为10%。

展现预算 = $500 / 25 * 1000 = 20000$

流量预算 = $20000 * 5\% = 1000$

分析：500元的投放预算，预估带来的2万次展现，其中有1000人点击创意图片进入店铺，最终由100人下单购买店内的产品

钻展CPC点击收费方式：

CPC（点击收费）

CPC钻石展位流量换算

- 点击付费投放模式下将“点击出价”折算成“千次展现的价格”。

公式： $CPM=CPC*CTR*1000$

CPC是您自己在后台的设置出价，其中**CTR**是系统参考创意的历史CTR来计算的**系统预估CTR**

- 举个例子：商家A设置的“点击出价”是0.8元，预估CTR是5%，参与竞价的 $CPM=0.8*5%*1000=40$ 元，

也就是说用点击付费模式设置的出价是0.8元，实际是以40元的CPM参与竞价，最后根据CPM出价高低进行展现排序

CPC钻石展位原理介绍

- 扣费计算：

竞价成功之后，按照下一名CPM出价+0.1元作为实际扣费的CPM价格，

根据公式 $CPM=CPC*CTR*1000$

推算出 $CPC=CPM/(1000*CTR)$

- 举个例子：根据刚才的例子：商家A折算后的CPM价格为40元且拿到了流量，假设下一名的结算价格为29.9元，商家A投放结算的CPM价格为 $29.9+0.1=30$ 元
- 实际扣费 $CPC=30元/(1000*5\%)=0.6$ 元

钻展后台功能板块介绍

首页



计划

为店铺引流计划管理 今日预算 0 消耗占比 0%

消耗 0.00元 展现量 3 点击量 0 点击率 0.00%

重点工作

定向

状态	计划信息	投放时间	日预算	消耗
Ⓜ	为店铺引流_日常销售计划_NB 日常销售推荐	起: 2017-09-30 止: 2017-10-06	⑥ 30	-

设置 详情 报表 复制 移除 置顶 加入对比

报表

智·钻 首页 计划 报表 工具 创意 淘积木 资源位 账户 玖品玲珑, 退

计划报表

- 账户整体报表
- 全店推广报表
- 单品推广报表
- 报表批量下载

锁定

账户整体报表 | 查看此页帮助

最近 30 天

消耗 (元) ①	点击量 ①	展现量 ①	千次展现成本 (元) ①	点击率 ①	点击单价 ①
--	--	385	--	--	--

消耗

1.00

工具

智·站 首页 计划 报表 工具 创意 淘积木 资源位 账户

收藏夹

- 资源位

投放工具

- 账户诊断

第三方市场

锁定

我的收藏

全部资源位类型 ▾

资源信息	媒体信息	创意要求	日均可竞流量 ↓	点击率 ↓	上架时间 ↓
 <p>PC_网上购物_淘宝首页焦点图右侧ban... 最低千次展现价格：元 广告主类型：淘宝集市商家和天猫商家 可投放类目：不限 创意等级：一级</p>	淘宝网	160x200 25K 单张图片	22,450,677	0.51%	2016-03-07
 <p>PC_流量包_网上购物_爱淘宝焦点图 最低千次展现价格：元 广告主类型：淘宝集市商家和天猫商家 可投放类目：不限 创意等级：一级</p>	爱淘宝	尺寸 ⓘ 单张图片	14,464,813	0.82%	2016-02-24
 <p>无线_流量包_门户_app_腾讯新闻客户端.. 最低千次展现价格：元 广告主类型：不限</p>		尺寸 ⓘ	1,081,730,947	2.49%	2015-10-30

资源位

智·站 首页 计划 报表 工具 创意 海积木 **资源位** 账户 玖品玲珑

资源位列表 | [查看此页帮助](#)

- 网站行业
- 影视
- 综合门户
- 地方门户
- 网上购物
- 军事
- 娱乐八卦

- 日均访问量
- 1000W 以上
- 100W ~ 1000W
- 10W ~ 100W
- 10W 以下

- 可裂变尺寸
- 336x280
- 640x110
- 480x850
- 380x400
- 1060x90
- 480x580

- 资源位尺寸
- 0x0
- 110x300
- 130x280
- 145x165
- 160x200
- 160x310

- 创意类型
- 图片
- Flash
- 视频
- 文字链
- 创意模板
- 套图

- 设备平台
- 计算机设备
- 无线设备

全部计费模式 全部资源位类型 [查看行业数据](#)


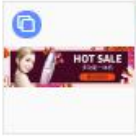

资源信息	媒体信息	可裂变尺寸	创意要求	日均可竞流量 <input type="text"/>	点击率 <input type="text"/>	上架时间 <input type="text"/>
 <p>无线_流量包_网上购物_手淘app_手淘焦.. 广告主类型: 淘宝集市商家和天猫商家 可投放类目: 不限 创意最低等级 <input type="text"/> : 一级 计费模式: CPM/CPC</p>	淘宝网	-	多尺寸 <input type="text"/> 单张图片	275,861,617	3.81%	2015-07-28
 <p>PC_流量包_网上购物_淘宝首页焦点图 广告主类型: 淘宝集市商家和天猫商家 可投放类目: 不限 创意最低等级 <input type="text"/> : 一级</p>	淘宝网	-	多尺寸 <input type="text"/> 单张图片	71,786,072	1.49%	2015-07-28

创意

智·站 首页 计划 报表 工具 **创意** 海积木 资源位 账户

创意管理 查看此页帮助

创意模板制作 本地上传 全部状态 所有尺寸 全部等级 全部类型


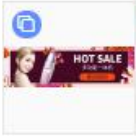

创意基本信息	创意状态	创意等级	创意尺寸
 查看全部尺寸			640x200 等2个尺寸
 类目: 彩妆, 护肤 到期时间: - 创意类型: 图片 创意来源: 创意实验室	部分通过 查看原因	一级...更多	640x200 等2个尺寸
 快速制作_宝贝推广_20...	审核拒绝 查看原因	-	520x280

创意

智·站 首页 计划 报表 工具 **创意** 海积木 资源位 账户

创意管理 查看此页帮助

创意模板制作 本地上传 全部状态 所有尺寸 全部等级 全部类型

创意基本信息	创意状态	创意等级	创意尺寸
 查看全部尺寸			640x200 等2个尺寸
 类目: 彩妆, 护肤 到期时间: - 创意类型: 图片 创意来源: 创意实验室	部分通过 查看原因	一级...更多	640x200 等2个尺寸
 快速制作_宝贝推广_20... 类目: 其他 到期时间: - 创意类型: 图片 创意来源: 创意实验室	审核拒绝 查看原因	-	520x280

淘积木

智·站

首页 计划 报表 工具 创意 淘积木 资源位 账户

我的落地页

落地页模板库 营销必

智能单品承接页

帮助手册

锁定

我的落地页 | 旺旺交流群：1531681043 营销必备，淘积木带你玩转落地页！

发布后的页面需要与创意绑定方可进行投放，在 [创意管理-本地上传] 或 [模板编辑器] 中，选择 [淘积木链接] 选项，选中用于投放的页面即可

+ 创建新页面 全部类型 按修改时间排序 批量分享 同步页面

666

页面类型: 大促热卖
创建时间: 09-30 13:56
最后修改: 09-30 13:59



编辑 预览 发布

已发布

精选好物推荐 2017...

页面类型: 单品承接页
创建时间: 09-30 12:14
最后修改: 09-30 13:51
无线链接: https://m.taobao.com/page/676723?shop_id=105758668&time=15148822124&checksum=7b2f9e606287905d336cada1c87eb



编辑 预览 发布

已发布

777

页面类型: 自定义类型
创建时间: 09-30 13:36
最后修改: 09-30 13:50
无线链接: https://m.taobao.com/page/676938?shop_id=105758668



编辑 预览 发布

66

页面类型: 大促热卖
创建时间: 09-28 16:25
最后修改: 09-28 16:30



编辑 预览 发布

已发布

精选好物推荐 2017...

页面类型: 单品承接页
创建时间: 09-28 15:56
最后修改: 09-28 16:06



编辑 预览 发布

账户

智·钻

首页

计划

报表

工具

创意

淘积木

资源位

账户

账户明细

账户设置

资质管理

操作记录

违规记录

锁定

账户明细

查看此页帮助

昨日消费

0.00元

账户余额

310.00元

立刻充值

财务记录

红包记录

现有红包

操作时间

交易金额(元)

类型

2017年09月29日 08:06:21

310.00

即时到账充值

当前 1-1 条 共 1 条 每页展现 40 条

联系客服

开放平台

法律声明

意见反馈

廉正举报

Taobao.com版权所有 2003-2017

后台常用重点名词解释说明

生成方案-什么是系统推荐？

01 什么是系统推荐计划

- 系统推荐计划即按照营销目标及店铺特征，由系统为你智能定制投放方案，包括定向人群、资源位和出价的设置，快速完成推广计划。



优质定向人群推荐



自动生成推广单元



提升操作效率



优化投放效果

生成方案-什么是系统托管？

01 什么是系统托管计划

- 系统托管计划即按照营销目标及店铺特征数据，系统为您自动匹配人群、资源位和出价，您只需要设置基础出价、上传创意，即可实现全自动投放。



托管
定向包

系统开启“上帝视角”为你筛选定向人群
系统大数据+店铺特征、人群数据
日常销售：以转化效果为目标

智能
调价

智能调价

CPC钻展投放功能人群设置

设置定向人群 已固定人数：10,980人

类目型定向-高级兴趣点 近期对某些购物兴趣点有意向的人群。兴趣点定向的升级版。 [设置定向](#)

相似宝贝定向 近期对指定宝贝的竞品宝贝感兴趣的人群 [设置定向](#)

智能定向（原系统智能推荐） 系统根据店铺人群特征推荐的优质人群 [设置定向](#)

行业店铺定向 近期访问过行业优质店铺的人群 [设置定向](#)

访客定向 近期访问过某些店铺的人群 [设置定向](#)

自主店铺：玖品玲珑，安自康电器专营店，美德龙电器，雨沐电器

营销场景定向 按用户与店铺之间更细粒度的营销关系划分圈定的人群 [设置定向](#)

核心客户

通投 不限人群投放

本小节内容全部完成

谢谢！

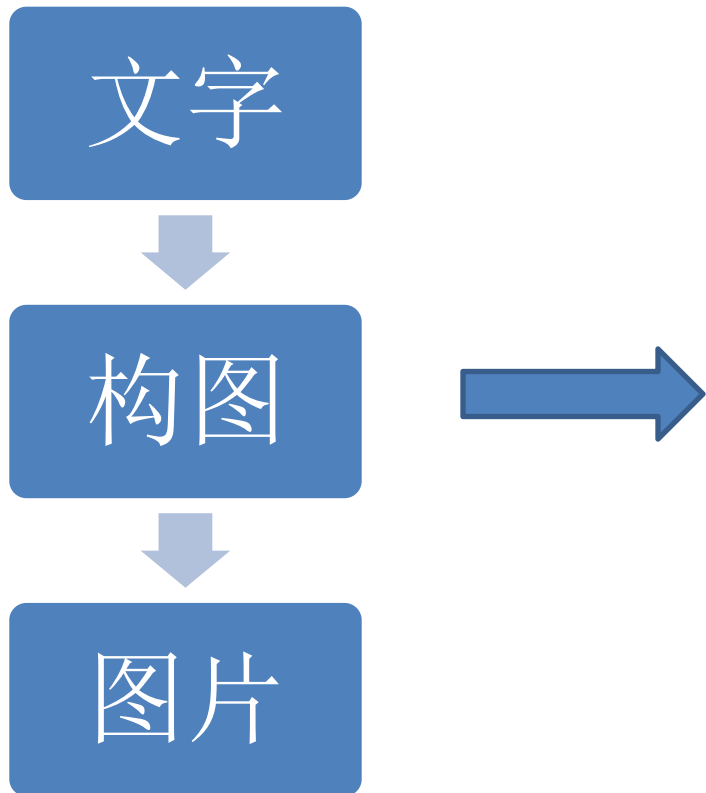


实战沙盘演练

- 迎新年年底大促销

钻展投放图设计思路：

图片很重要



Banner设计要点

- **主题：**主题一定要明确，有且只有一个主题。
- **风格：**表里如一，内外统一。
- **构图：**切忌整齐划一、主次不分、中规中矩。
- **细节：**细节决定成败、一切的效果都要在细节中实现。

钻展落地页设计思路：

主题海报（可以是主打产品店铺爆款产品少/可以连接到自定义页面适合爆款产品多的店铺）			
优惠券1	优惠券2	优惠券3	优惠券4
库存量大商品		爆款	
爆款		库存量大的商品	
主打产品海报			
新品预告			
性价比高的爆款收底			



CPM钻展投放逻辑

活动前7天测试
投放效果

活动当天



活动前3天
(每日投放加大)

CPM钻展投放技巧

活动前7
天圈人

- (1) **类目型定向-高级兴趣点**：近期对某些购物兴趣点有意向的人群。
兴趣点定向的升级版
- (2) **相似宝贝定向**：近期对指定宝贝的竞品宝贝感兴趣的人群
- (3) **智能定向**：系统根据您的店铺或宝贝为您挑选的优质人群（为保证投放效果，建议持续投放2天以上）
- (4) **营销场景定向**：按用户与店铺之间更细粒度的营销关系划分圈定的人群
- (5) **群体定向**：对某些一级类目感兴趣的人群
- (6) **店铺型定向**：近期访问过某些店铺的人群
- (7) **通投**：不限人群投放

活动当天增加：
访客定向：自己店铺

本小节内容全部完成

谢谢！



品销宝

展示位置



品销宝

品销宝推广原理？

品销宝明星店铺的展位是按**每千次展现计费**，且该费用是相对固定的。

品销宝如何收费？

参考淘宝/天猫直通车和免费流量的效果以及推广费用，从而系统算出每个关键词合理的千次展现费用。

品牌流量包关键词是如何生成的？

可投放的流量包是系统根据您的授权品牌、主营商品类目自动扩展而成（不收录搜索量过小的词）

品销宝

品销宝计划创建演示

本小节内容全部完成

谢谢！



淘宝客及淘内营销活动介绍

本节重点内容：

- 淘宝客工作原理
- 淘宝客计划创建

淘宝客工作原理

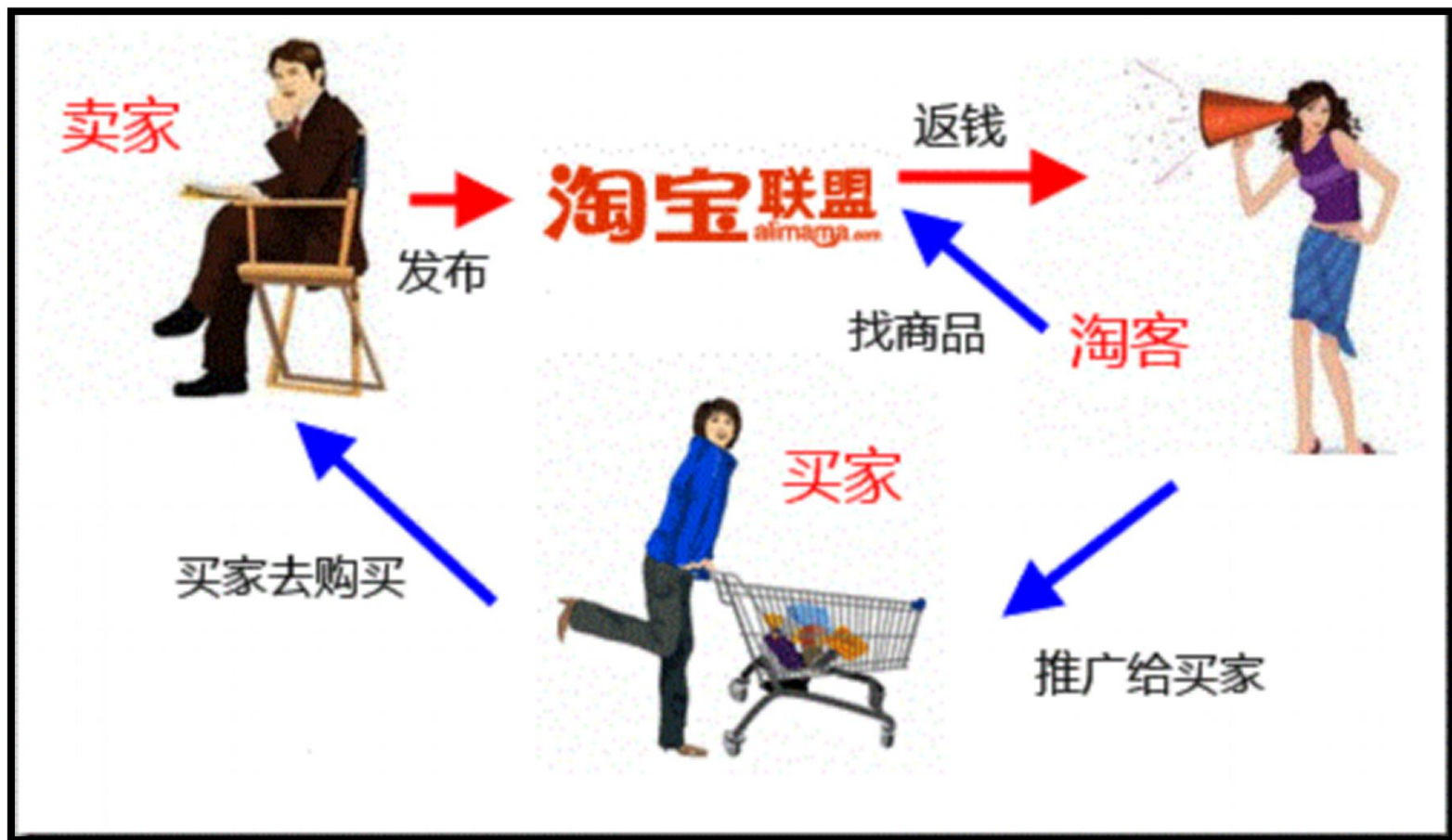
什么是淘宝客



淘宝客的推广：是一种**按成交计费（CPS）**的推广模式，淘宝客只要从淘宝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。

淘宝客结算流程

在淘宝客中，有淘宝联盟、卖家、淘客以及买家四个角色。他们每个都是不可缺失的一环，如图所示。



角色分工

- (1) **淘宝联盟**：一个推广平台，帮助卖家推广产品；帮助淘客赚取利润，每笔推广的交易抽取相应的服务费用。
- (2) **卖家**：佣金支出者，他们提供自己需要推广的商品到淘宝联盟，并设置每卖出一个产品愿意支付的佣金。
- (3) **淘宝客**：佣金赚取者，他们在淘宝联盟中找到卖家发布的产品，并且推广出去，当有买家通过自己的推广链接成交后，那么就on能够赚到卖家所提供的佣金（其中一部分需要作为淘宝联盟的服务费）。
- (4) **买家**：就是单纯的购买者，网购的购物人群。

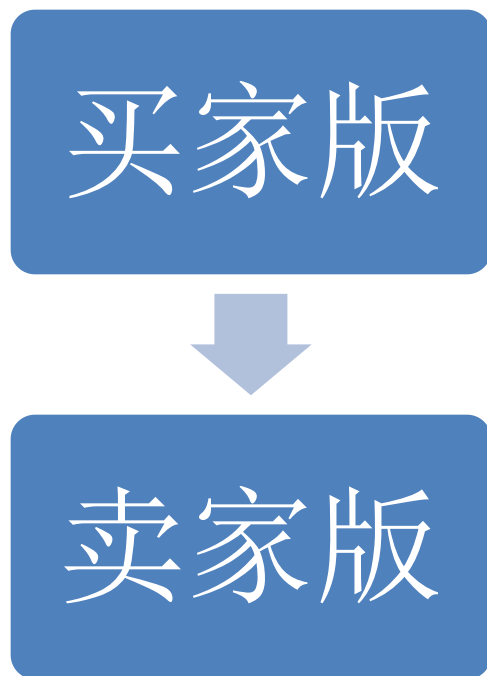
淘宝客的推广分类

淘宝客的推广主要可以分成如下2大类：

(1) **拥有独立平台的专业淘宝客**：这类淘宝客精通网站技术，搭建专业的平台，如淘宝客返利网站（优秀淘宝站内APP:开心赚宝，惠集网, 返利, QQ等）、独立博客、商品导购平台、用户分享网来吸引客户，赚取一定的佣金。

(2) **自由的淘宝客**：这类淘宝客没有固定的推广方式，不管技术还是实力都不是很雄厚，主要论坛、博客、SNS平台，或者微博、邮件、Q群等作为推广方式。很适合大众新手。

淘宝客后台操作界面



成为淘宝客的准备工作

开通账户

简单了解后
台各个版块
功能

创建和资源
位匹配的导
购专栏

创建产品库

找产品

推广结算

买家版账户开通

淘 Taob

阿里妈妈 Alimama.com

欢迎您! [用户名] 设置 退出

首页 会员社区 帮助中心 关于我们 营销推广平台

温馨提示

您好：在您按如下要求完成账户信息补全、绑定支付宝等操作后，您即成为阿里妈妈会员，可进入阿里妈妈平台哦。

完成与否	所需条件	状态	操作
✓	账户信息补全	已补全	补全
✗	绑定支付宝	未绑定	绑定支付宝

买家版：淘宝客后台介绍

淘宝联盟：<http://pub.alimama.com/>

你好, [用户名] ▾ 退出

阿里妈妈首页 媒体流量平台 ▾ 营销产品平台 ▾ 万堂书院 服务平台 ▾

淘宝联盟
阿里妈妈旗下产品

首页 广场 学堂 开发者中心 社区 帮助中心

快捷面板

您正在使用的阿里妈妈帐号是：
[用户名] [退出]

进入我的联盟

效果报表 | 结算中心

我要推广

频道 淘点金 自助推广 HOT 联盟APP

聚合淘宝网最丰富的强势类目，精选最优质的卖家和商品，提供最新的促销活动，达到最广泛的买家覆盖率，给买家带来全新的一站式购物体验，转化率高。详情 >

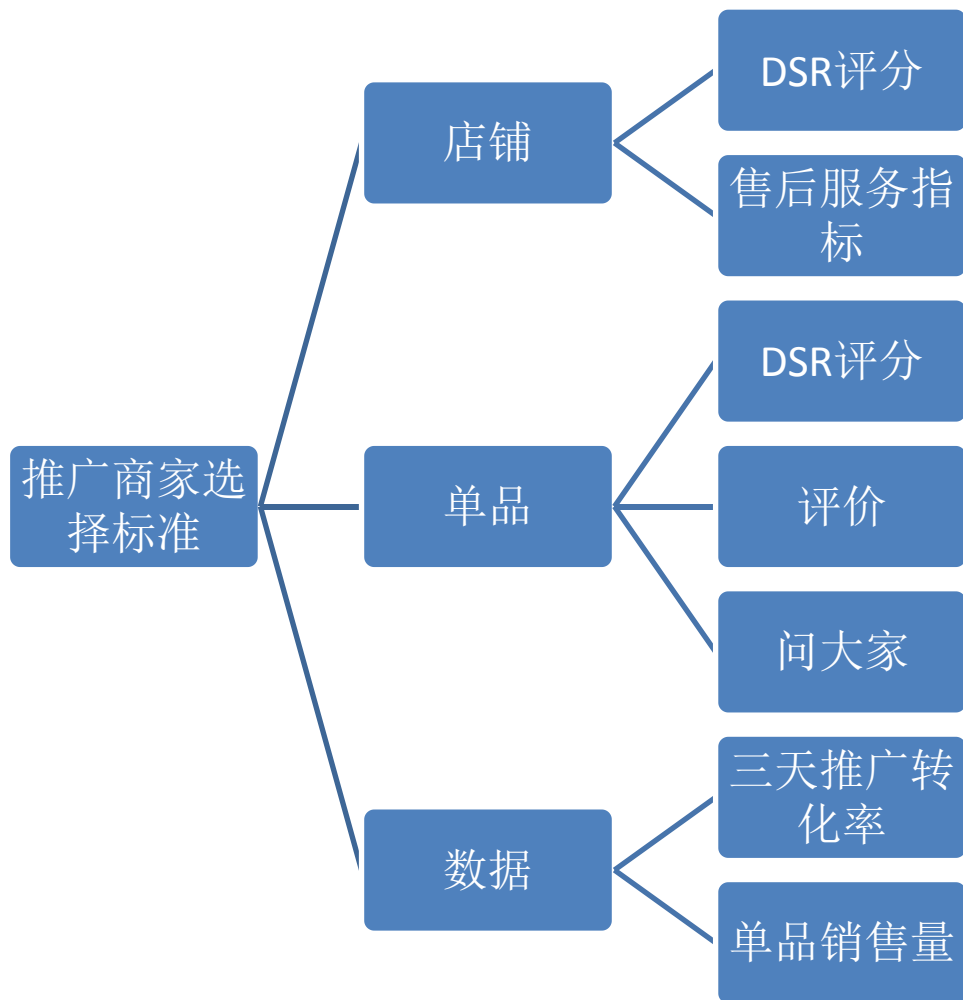
买家版：淘宝客后台介绍

如何获取佣金？

进入【我的联盟】——选择要推广单品或店铺——获取代码推广



怎么选择推广商家



买家版：淘宝客后台介绍

创建推广资源位

新建推广组件——根据个人资源建立推广自愿位



本小节内容全部完成

谢谢！



淘宝客后台操作界面

卖家版

商家通过淘宝客推广产品流程



卖家版：开通淘宝客

一、如要使用淘宝客推广软件服务的，应符合如下准入标准：

(一) 为天猫卖家（即入驻tmall.com的商户）、阿里旅行商家(即入驻 alitrip.com的商户)时，应同时符合如下要求：

- 1、店铺动态评分各项分值均不低于4.5。
- 2、店铺状态正常且出售中的商品数大于等于10件（同一商品库存有多件的，仅计为1件商品）。
- 3、店铺如因违反《天猫规则》、《阿里旅行规则》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365天

4. 签署支付宝代扣款协议。
5. 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、淘宝直通车、天猫直通车、网销宝全网版/1688版等）服务时因违规被中止或终止服务。

卖家版：开通淘宝客

(二) 为淘宝网卖家时，应同时符合如下要求：

1. 淘宝个人店铺信用等级在一心及以上或参加了消费者保障计划，企业店铺信用度等级>0。
2. 卖家店铺动态评分各项分值均不低于4.5。
3. 店铺状态正常且出售中的商品数大于等于10件(同一商品库存有多件的，仅计为1件商品)。
4. 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

5. 签署支付宝代扣款协议。
6. 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、淘宝直通车、天猫直通车、网销宝全网版/1688版等)服务时因违规被中止或终止服务。

卖家版：淘宝客后台功能介绍



淘宝客首页，左侧有3大功能模块：**推广管理**、**效果报表**、**账户**

账户总览：近一段时间推广产品的**点击数**、**结算金额**、**引入付款金额**、**佣金**等

卖家版：淘宝客后台功能介绍之名词解释

点击数：宝贝被点击的次数

结算金额：买家付款且已经确认收货的金额。

引入付款金额：拍下且付款的金额。

佣金：实际结算的佣金

平均佣金比例：结算佣金/结算金额，反应历史成交的佣金比例。

宝贝展现量（pv）：宝贝被买家看到的次数

卖家版：掌握淘客结算方式并设置各计划佣金

淘宝客推广方式
CPS

（按照成交效果
计费）

（按照分享回流
数量结算）现在
变成成交效果

卖家版：掌握CPS计划类型及作用

推广管理

- 计划管理
CPS计划管理
营销计划 全新改版
- 团长招商
团长活动广场 新!新!
我报名的团长活动
- 定向招商
我收到的招商需求
我参加的招商需求
- 互动招商
淘宝客活动广场
淘宝客活动管理
一淘活动广场
- 其他管理
【分享+】升级管理
权益类推广管理
返利管理
公告管理
商品违规查询工具
资质管理

效果报表

帐户

推广计划

状态	计划名称	产品类型	结算佣金↓	结算金额↓	平均佣金比率↓
👍	通用 通用计划	淘宝客	0.00	0.00	0.00%
👍	活动 活动计划	淘宝客	0.00	0.00	0.00%
👍 -	如意投 如意投计划?	如意投	0.00	0.00	0.00%
👍	定向 定向计划	淘宝客	0.00	0.00	0.00%

推广管理——CPS计划管理——设置各个计划佣金比例和查看推广计划数据报表

卖家版：掌握CPS计划类型及作用

- 1、通用计划：**通用计划为全店类目佣金计划，佣金比例范围1.5%-50%，所有淘宝客都能参加并推广，这个计划不需要申请，佣金不宜过高，没有参加活动的商品被推广后按此类目佣金收取。
- 2、如意投计划：**广告主要投放爱淘宝，有部分搜索权重，佣金比例范围1.5%-50%，带来的流量也会比较精确，可以用来测款和引流。
- 3、活动计划：**展示我们报名通过的鹊桥活动计划。
- 4、定向计划：**唯一一个我们自己说了算的计划，可以设置审核条件的推广计划，可以设置梯度式的佣金比例，用于维护淘客，淘客晋升。

卖家版：实操演示设置各计划佣金

本小节内容全部完成

谢谢！








淘宝客其他推广形式

卖家版：优惠券

高级设置： 商品要求▽ 店铺要求▽ 图片要求▽

默认排序 人气 ① 价格▽ 销量 收入比率 ① 月推广量 ① 月支出佣金 ① 发货地▽ 1/100 >

包邮
 定向计划
 店铺优惠券
 月成交转化率高于行业均值
 天猫旗舰店
 月销量 笔及以上
 收入比率 % - %
 价格 元 - 元

 <p>MAKI 2017春季新款裙子藏蓝色中长款百褶短裙女马甲背心连衣裙夏</p> <p>¥429.00 月销：98</p> <p>比率：15.00% 佣金：¥64.35</p> <p>MAKI独家设计... 定</p>	 <p>FVKK 春装新款宽松印花连衣裙中长裙雪...</p> <p>券 5元</p> <p>¥458.00 月销：74</p> <p>比率：15.50% 佣金：¥70.99</p> <p>fkk旗舰店 定</p>	 <p>诗绪 2017春装新款桑蚕丝真丝连衣...</p> <p>券 20元</p> <p>¥463.00 月销：99</p> <p>比率：11.13% 佣金：¥51.53</p> <p>poemlady旗舰店</p>	 <p>诗绪 2017春装新款女连衣裙长袖拼...</p> <p>券 20元</p> <p>¥463.00 月销：99</p> <p>比率：11.13% 佣金：¥51.53</p> <p>poemlady旗舰店</p>	 <p>2017夏装连衣裙新品款无袖A24显...</p> <p>券 20元</p> <p>¥298.00 月销：82</p> <p>比率：16.50% 佣金：¥49.17</p> <p>尘埃之家旗舰店 定</p>
---	--	---	--	--

卖家版：优惠券

双11时，各种群转发推广方式

淘口令：

¥ AAYVWDns ¥



卖家版：优惠券推广

- 设置满足条件

- 1、推广卖家店铺后台设置公开优惠券
- 2、优惠券领取数量 > 200张

- 什么时候，淘宝客能获取推广？

答：卖家设置满足以上条件后，24小时可以在淘宝联盟中看到。

本小节内容全部完成

谢谢！



卖家版：隐藏优惠券高佣金设置

淘宝联盟中获取推广时，常常会看到的推广内容



卖家版：隐藏优惠券高佣金设置

联盟商家中心 计划管理 活动管理 效果报表 传智播客旗舰店, 退出 返回我的淘宝客

营销计划 [新手教程](#)

今日实时数据 截止到2017-07-19 [查看更多数据](#)

点击数 [?](#)

--

商品管理

[?](#) 营销计划是商家通过阿... 每个商品同一时间段内

[添加主推商品](#)

添加主推商品

营销计划最多只能为 100 款商品设置推广策略，已有 0 款商品参加营销计划

已选 1/100 个 (商品在报名页面找不到? 请 [点此检测](#) 商品是否允许淘客推广。)

只显示可添加商品

	PHP入门到精通- 商品ID: 542116778130 ¥0.01		Java基础教程 Java开发入门 Java开发SSH框架项目 直接群 商品ID: 543854930540 ¥0.10
--	--	--	---

已添加了1款商品 [继续添加商品](#)

商品信息	推广策略	操作								
	Java基础教程 Java开发入门 java开发SSH 框架项目 直接群至李照 商品ID: 543854930540 ¥0.10	<table><thead><tr><th>推广时间</th><th>佣金比率</th><th>阿里妈妈推广券信息</th><th>操作</th></tr></thead><tbody><tr><td>2017-07-20至 不限</td><td>%</td><td>添加推广券</td><td>清空策略</td></tr></tbody></table> <p>+ 添加</p>	推广时间	佣金比率	阿里妈妈推广券信息	操作	2017-07-20至 不限	%	添加推广券	清空策略
推广时间	佣金比率	阿里妈妈推广券信息	操作							
2017-07-20至 不限	%	添加推广券	清空策略							

< >

本小节内容全部完成

谢谢！



卖家版：阿里妈妈优惠券

基本信息

名称： 10个字以内

使用位置： 通用 无线专享 天猫手机客户端

面额： 元

使用条件： 满 元使用 满1.01元使用

有效时间： - 开始前买家可以领取但不能使用

发行量： 不超过100000张

修改发行量时只能增加不能减少，请谨慎设置

每人限领： 张

商品范围：[选择商品](#) (已选择 2 个)

一张商品优惠券最多可以选择100个指定商品。优惠券一旦创建，指定商品只能增加，不能删除。

推广信息 (保存后不能修改)

推广方式： 买家领取

领券形式： 全网买家可领 一次性链接领取 渠道专享 阿里妈妈推广券

创建成功后优惠券将立即投放在商品详情页、工具栏、旺旺等资源位。优惠券可以在哪些位置展示？

券链接可全网传播，请勿用于抽奖、兑换等有门槛的营销活动，并谨慎设置基本信息。链接泄露引发的后果由您自负。

卖家版：阿里妈妈优惠券

互动招商——找到需要有优惠券的活动报名

推广管理

效果报表

帐户

- 计划管理
 - CPS计划管理
 - 【分享+】管理
- 定向招商
 - 我收到的招商需求
 - 我参加的招商需求
- 互动招商
 - 淘宝客活动广场
 - 淘宝客活动管理
 - 一淘活动广场
- 创意管理
 - 素材管理
- 其他管理
 - 返利管理
 - 公告管理
 - 商品违规查询工具 new
 - 资质管理

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

请输入活动名称

搜索

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
QQ2910779125 查看活动详情>>	昵称: 皇皇20151... 等级: K4 铂金会员	不限	男装 鞋包	2017-03-23	起: 2017-03-23 止: 2017-03-26	≥30.00%	使用条件不限	
淘客大V达人联合推广 清仓必报 打开介绍里的链接报名 查看活动详情>>	昵称: a58122303 等级: K4 普通会员	不限	女装 男装 鞋包	2017-03-23	起: 2017-03-25 止: 2017-04-05	≥8.00%	无要求	
【皇冠联盟】高佣金百分百主 推, 审核Q1610052692 查看活动详情>>	昵称: honey4336 等级: K4 铂金会员	不限	女装 男装 鞋包	2017-03-25	起: 2017-03-27 止: 2017-03-31	≥30.00%	满减使用	立即报名 卖家每天最多能报10个活 动, 当前已报名0个
千人斩! 查看活动详情>>	昵称: 百年官笑 等级: K4 普通会员	不限	女装 男装 鞋包	2017-03-24	起: 2017-03-26 止: 2017-04-24	≥20.00%	无要求	
■淘火哥团队■精品汇集 这一期重 点推广 点击活动详情了解 查看活动详情>>	昵称: 京地地123 等级: K4 普通会员	不限	女装 男装 鞋包	2017-03-23	起: 2017-03-25 止: 2017-04-23	≥38.10%	无要求	
定向优惠券+佣金模式皇冠或天猫 店加QQ聊定向直播日出500+ 查看活动详情>>	昵称: 微博红人招... 等级: K4 铂金会员	不限	女装 男装 鞋包	2017-03-23	起: 2017-03-25 止: 2017-03-26	≥31.24%	无要求	

卖家版：阿里妈妈优惠券

选择商品，根据提示设置即可

The screenshot shows the '淘宝客活动推广' (Alibaba Customer Activity Promotion) interface. The main heading is '1 选择主推商品' (1. Select Main Product), which is highlighted with a red box. Below the heading, there are four steps: '1 选择主推商品', '2 设置佣金和创意' (Set Commission and Creatives), '3 设置店铺优惠券' (Set Store Coupons), and '4 完成' (Complete). A red box also highlights the first step. Below the steps, there is a search bar with the text '请输入商品名称' (Please enter the product name) and a '搜索' (Search) button. A red box highlights a search result for 'Java基础教程 Java' (Java Basic Tutorial Java), showing '销量: 0件' (Sales: 0 items) and '价格: 0.10元' (Price: 0.10 yuan). To the right of the search results is a box labeled '已选中商品' (Selected Products) with '0/1' items. At the bottom left, there is a '下一步' (Next Step) button, also highlighted with a red box. The left sidebar contains navigation options like '推广管理' (Promotion Management), '效果报表' (Performance Report), and '帐户' (Account). The bottom of the page has navigation arrows.

本小节内容全部完成

谢谢！

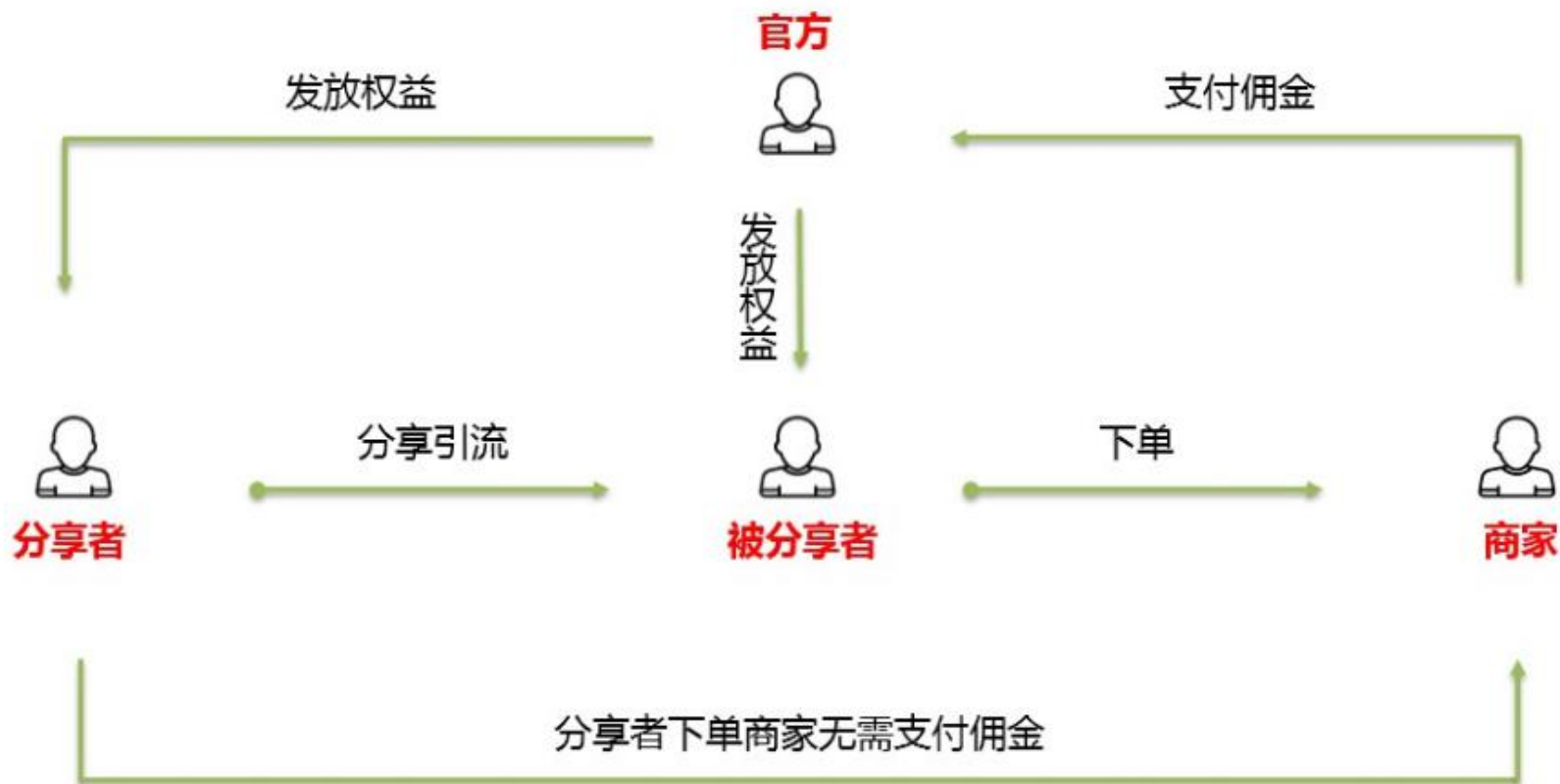


卖家版：分享+

【分享+】升级版默认淘宝客商家的商品详情页自动开通“分享有奖”功能，通过官方发放权益物，刺激消费者进行分享引流，淘宝客商家将免费获得优质的社交流量，分享带来的用户成交后商家才需要支付相应的淘宝客佣金。



卖家版：分享+



卖家版：分享+

【分享+】升级版是如何结算的？

1. 结算方式：按照淘宝客产品逻辑，分享带来的用户在15天内成交结算佣金
2. 结算佣金：按照淘宝客通用计划佣金比例结算

【分享+】升级版的使用条件有哪些？

1. 已加入淘宝客，且没有因被处罚而暂停淘宝客推广
2. 近365天因虚假交易（严重违规虚假交易除外）被淘宝、天猫扣分，累计扣分 <6分

注意：开启或关闭“分享有赏”的功能将在24小时内生效；由于结算有15天的有效所以关闭后结算效果将在15天后失效（关闭后第二天开始15天内回流用户购买仍需支付佣金，15天以后再购物商家无需再支付佣金）

本小节内容全部完成

谢谢!



淘宝客佣金结算规则

一、推广平台：

- 1) 平台类型为“淘宝/天猫”“飞猪”下获取的推广链接，已申请掌柜定向计划按定向计划计算，未申请定向按掌柜通用计划下佣金比率计算。
- 2) 平台类型为“聚划算”下获取的推广链接，聚划算订单默认按通用计划下佣金比率计算。
- 3) 平台类型为“淘宝特卖”下获取的推广链接按商品对应的活动佣金比率计算；
- 4) 平台类型为“爱淘宝”下获取的推广链接（除专享优惠券外），成交后按通用/定向或如意投佣金比率计算。

淘宝客佣金结算规则

二、佣金是按单品佣金算还是类目佣金算

答：1) 若设置了主推商品就按照主推商品的佣金比例计算，没有设置主推广商品就按照类目佣金比例来计算。

2) 类目佣金比率指的是该类目的宝贝未设置主推商品的情况下，全部走类目佣金比率结算

本小节内容全部完成

谢谢！



怎么招募淘宝客

- 可以通过两种方式来招募淘宝客：
- **1、发帖招募淘客：**掌柜可以在论坛进行发帖招募淘宝客，页面右上角【更多】---会员社区---橙领学堂---找淘宝客进入后台，可以点击【发帖】按钮。初次登陆论坛需要满24小时才可以回帖，回帖达到40个积分账户升级小学二年级才可以发帖。进入社区发帖页面请[点此](#)。



现在淘宝后台改版入口跳转出现异常，点击进入：
<http://club.alimama.com/index.php?m=area&alias=alimama>

怎么招募淘宝客

- 可以通过两种方式来招募淘宝客：
- 1、发帖招募淘客：

掌柜专区



找淘宝客 (今日455)

掌柜发布找淘宝客信息

版主: 鹿湖荷香 中国策划合作圈 枫岫@ 这是小瑾淘客

3194560/7660859

我是淘宝客 招优质商家 速度 ..
2017-08-03 19:38 富可倾



掌柜分享 (今日7)

掌柜营销推广交流，与淘宝客分享推广技巧

版主: 屏着呼吸 星月情缘 若冰♀

36205/499854

Re:淘宝店铺推广方法！
2017-08-03 19:06 俺家枣庄的



如意投 (今日2)

最新的如意投规则、动态，掌柜如意投推广经验交流分享和互助答疑。

版主: 靖薇 屏着呼吸

22008/42832

佣金30~50% 招淘宝客
2017-08-03 10:16 wylh666666@alima
ma

怎么招募淘宝客

- 可以通过两种方式来招募淘宝客：

2、论坛站内信：登陆阿里妈妈首页，鼠标放置在【媒体合作】上点击下拉菜单中的【联盟社区】——【论坛】——右侧【个人中心短消息】——【新建消息】——知道淘宝客昵称的情况下就可以直接发消息了（账户论坛等级小学二年级）更多等级要求[点此查看](#)

阿里妈妈 Alimama.com 会员社区 暗秋莎007 退出 | 消息(68) 首页 产品 会员社区 帮助中心 关于我们

社区首页 橙领学堂 商家学堂 橙领论坛 商家论坛 妈妈之声 高级

今日: 671 昨日: 751 最高日: 2584618 帖子: 771491143 会员: 11714538 新会员: xjk154 设置 短消息 个人中心 新帖 精华

淘宝联盟

	淘宝客交流 (今日4) 淘宝客交流平台, 淘宝客新手指南, 优秀淘宝客展示 版主: 武阿哥哦 鹿湖荷香 孤狼望月 子晨买卖 淘客任我行 昌北老狼	84533/594646	天猫超值季(8月)重点活动 .. 2017-08-03 17:08 联盟委员会
	新手上路 (今日90) 淘宝联盟新手学习专版 版主: yjw_wxl 鹿湖荷香 黑客亮 网络新人学堂 share3650 不会水的鱼2009	59338/1992168	Re:数freepure玫瑰玫瑰提亮 .. 2017-08-03 19:51 冬天的北风5682339 2@alimama

怎么维护淘宝客

淘宝客日常维护

淘客晋升机制

淘客奖励机制

建立淘客群进行维护

活动前的热身

做好店铺优化

淘宝客晋升机制

怎么维护淘宝客

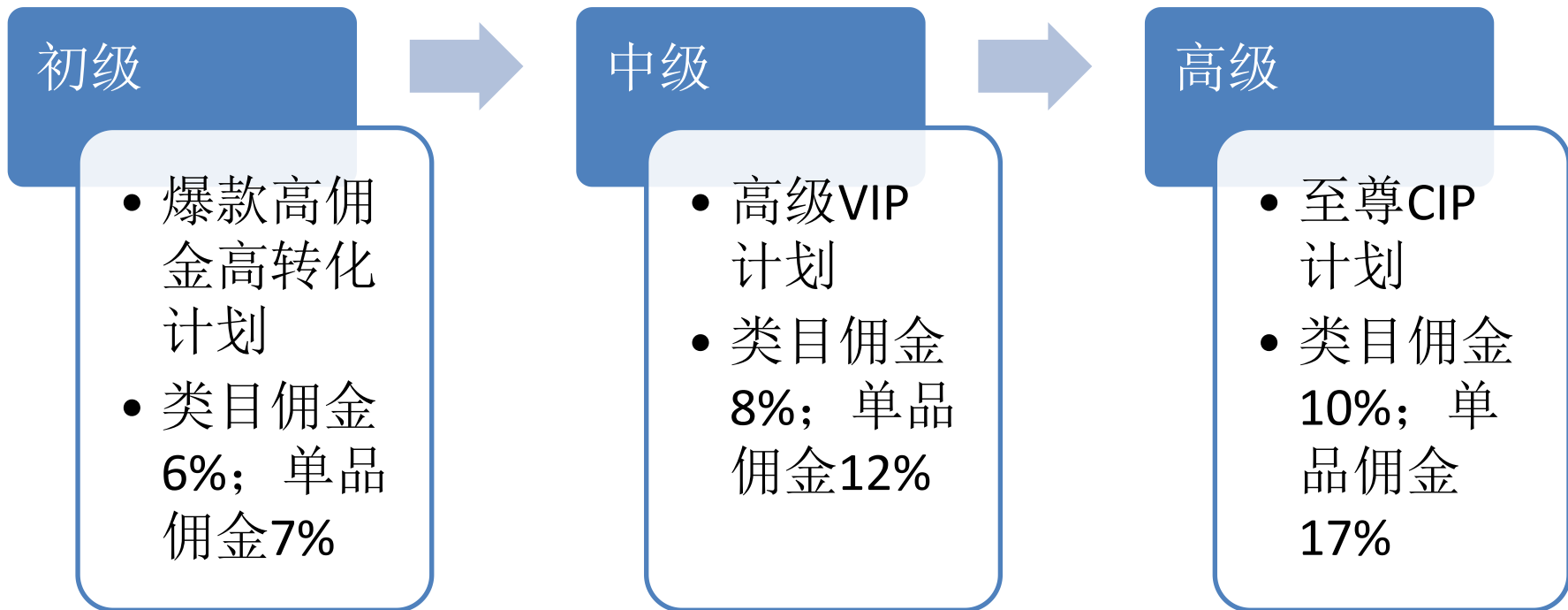
一、淘客晋升机制就是分阶梯性进行建立不同的计划，当满足一定的推广条件后可逐级向上晋升，每晋级一个计划对应的佣金就会越高。我们可以把后台的计划分成初级，中级和高级三个阶段，这里有三点需要注意：

1、晋升计划的命名。要足够吸引人，初级计划的时候我们可以命名为爆款高佣金，爆款意味着高转化，转化好佣金就会丰厚，所以爆款这个词对于淘客还是蛮有吸引力。计划里面附带着爆款，不能附带着欺骗淘客。另外在各个计划命名后面，请附带QQ。后期收集起来，可以组建淘客群，更好的服务和维护淘客。



怎么维护淘宝客

2、阶梯幅度要大。个人建议两计划间单品佣金相差5-8个点，类目佣金相差2-4个点，如果是中小卖家的话前期建议更高。因为有些淘客推广的单数比较少，加入你的奖励阶梯如何相差不大的话，他们是不会麻烦的去申请的。



怎么维护淘宝客

3、计划晋升的条件。一般以订单为基数，比如说成交50单或者100单晋级高佣金计划，300单或者500单晋级更高佣金计划，引入付款金额或者流量也可作为晋升基数。比如成交50或者100单，晋升高佣金计划，300或者500单，晋升更高佣金计划。引入付款金额或者流量也可以作为晋升的标准。

怎么维护淘宝客

二、淘客奖金激励制度

每个月对上个月推广较好的淘客进行奖励。可以以引入付款金额或者订单数作为奖金发放门槛。例如以订单数作为奖金发放的标准的。推广10单，30单，60单，都有相对应的奖励。奖励这块比较重要，淘客平时交流的圈子也是淘客，如果我们奖励做的好话，会形成口碑宣传。

四、建立淘客群进行维护

建立淘客群进行维护，建群的目的是便于以后的维护及服务，比如说发奖金，发礼品，双十一发淘客活动素材等等。那怎么提高群的活跃度呢？可以从淘客的角度分享一些跟他们相关的东西，比如淘客推广技巧。QQ群加用户的技巧。找到他们的共同的话题点，他们才愿意聊天，去分享。

怎么维护淘宝客

五、大活动前的小恩惠

就是指的是在大型活动到来之前，给淘客发一些小礼品，让他们能够记起我们，优先推广我们的店铺。

淘客推广的计划会很多，甚至有近千条。怎么让他在众多计划中想起我们？这就可以用到这个小技巧了。我们可以发一起小礼品提醒他们。小礼品，一定要突出实用性。比如鼠标垫，雨伞，钥匙包，等等。这些礼品大多是定制性。目的就是对于我们品牌的宣传，让淘客可以想起我们。另外我们可以把一些我们组织淘客推广大赛的资料，放到礼品里面，效果会更好。

怎么维护淘宝客

六、提升店铺转化挽留淘客

影响淘客推广的两个重要因素，一个是佣金，一个是转化率。高佣金，转化率相对较高的产品，淘客才愿意推广。那么当佣金到一定程度，接近饱和的时候，转化率显得尤为重要。因为淘客的流量，他们资源是有限的，假如我们的转化不高，如果三天没有成交的话，淘客以后基本上不会在推广你的店铺啦。所以提升咱们店铺自身的转化率显得尤为重要。

本小节内容全部完成

谢谢！





Thank You!

改变中国 IT 教育，我们正在行动

www.itcast.cn