

# 天猫女装行业品牌商与服务商合作应用指南

(电商分包服务)

天猫--商家业务部--托管服务

2012.03

Version 1.0

天猫 TMALL.COM



前言.....	4
<b>一、天猫女装行业品牌商与服务商合作导航.....</b>	<b>6</b>
1、天猫女装行业商家背景简析.....	6
2、不同成熟度女装商家所遇问题.....	7
3、品牌电商之路一向左走，向右走.....	8
4、天猫第三方服务的类型.....	9
5、天猫女装行业商家服务应用路径.....	10
<b>二、天猫电商分包服务发展现状.....</b>	<b>11</b>
1、电商分包服务类型.....	11
2、天猫电商分包服务商分布区域.....	14
3、各类型电商分包服务通用合作方式与操作流程.....	15
1) 培训咨询服务通用合作方式与操作流程.....	15
2) 直通车服务通用合作方式与操作流程.....	16
3) 摄影服务通用合作方式与操作流程.....	18
4) 装修设计服务通用合作方式与操作流程.....	20
5) 营销工具服务通用合作方式与操作流程.....	22
6) IT 系统服务通用合作方式与操作流程.....	25
<b>三、天猫女装行业电商分包服务应用案例.....</b>	<b>25</b>
1、直通车服务案例.....	25
1) Dekeleedoo 旗舰店.....	26
2) 玫瑰心语旗舰店.....	29
3) 戈润服饰专营店.....	32
2、摄影服务案例.....	36
Takeit 官方旗舰店.....	36
3、装修设计服务案例.....	40

红袖官方旗舰店.....	40
4、营销工具类服务案例.....	44
1) 签到有礼—HZ 旗舰店.....	44
2) 视觉营销_IS 装修大师— Glamour girl 旗舰店.....	49
3) 淘助手—范熙朵服饰旗舰店.....	54
<b>四、天猫女装行业电商分包服务展望.....</b>	<b>59</b>

Tmall.com

## 前言

在商业社会中只要存在市场需求，就必定会出现满足该需求的产品与服务。随着近几年以大淘宝为代表的网购平台的高速发展，中国线上零售市场呈现一片繁荣。基于大淘宝平台的第三方服务也随之兴起，从最早作为平台的一种服务补充，到现在逐渐成为线上零售市场不可或缺的重要角色，第三方服务为品牌商和平台带来的价值有目共睹。

作为天猫商家数量和交易额占比最高的女装行业，2011年的整体发展十分强劲，流量、交易额都有高速增长。通过对天猫女装行业商家的抽样调研，第三方服务在女装行业呈现出旺盛的需求。然而，大部分品牌商对市场上第三方服务资源了解有限，在如何分辨第三方服务资源的优劣与选择正确的合作方式上都存在或多或少的困难。

在此背景下，天猫商家业务-托管服务部通过多方调研、沉淀，推出《天猫女装行业品牌商与服务商合作指南-电商分包服务版》，为天猫女装行业品牌商提供第三方服务合作的建议，旨在推动资源互补，合作共赢。

### 天猫女装行业类目第三方服务应用全景图

#### 女装品牌商家背景属性

- 国外品牌  
欧美系  
日韩系
- 国内线下品牌  
商场、专卖店系  
零售卖场系
- 淘品牌  
传统工厂系  
贸易、批发商系  
集市大卖家转型系



品牌电商之路  
向左走？  
向右走？

- 女装商家通常所遇问题  
无运营团队，无法运作  
有运营团队，引流困难  
有运营团队，转化不佳  
有运营团队，管理升级  
.....

- 向右走，自己做。  
应用方式：电商分包服务

- 服务类型选择  
培训咨询服务  
直通车服务  
摄影服务  
营销工具服务  
IT 系统服务

- 电商分包服务合作方式  
培训咨询服务  
直通车服务  
摄影服务  
营销工具服务  
IT 系统服务

- 电商分包服务合作要素  
需求沟通  
问题诊断  
资源配合  
数据跟踪  
.....

- 向左走，找人做。  
应用方式：电商托管服务

- 服务类型选择  
店铺整体托管服务  
店铺代运营服务

- 电商托管服务商选择  
成功案例  
服务商团队  
是否天猫认证服务商  
收费模式  
公司办公场地所在区域  
可提供服务范畴

- 电商托管服务合作要素  
团队结构  
信息系统  
采购管理  
仓库管理  
电商营销  
日常运营  
数据分析

- 电商托管服务合作方式  
货权归属  
开店主体  
日常运营  
物流系统  
结算方式

## 一、天猫女装行业品牌商与服务商合作导航

目前天猫女装行业共有 6000 余商家，基本囊括了线上、线下所有业态类型的女装品牌，在 2011 年度女装在天猫的整体交易额接近百亿元大关，是天猫第一大核心行业。据不完全统计，几乎所有的女装行业商家都有使用第三方分包服务的经历，通过整体外部资源以达到快速增强自身短板的目的。目前电商分包服务现阶段仍处于供不应求的状态，市场空间和潜力十分巨大。

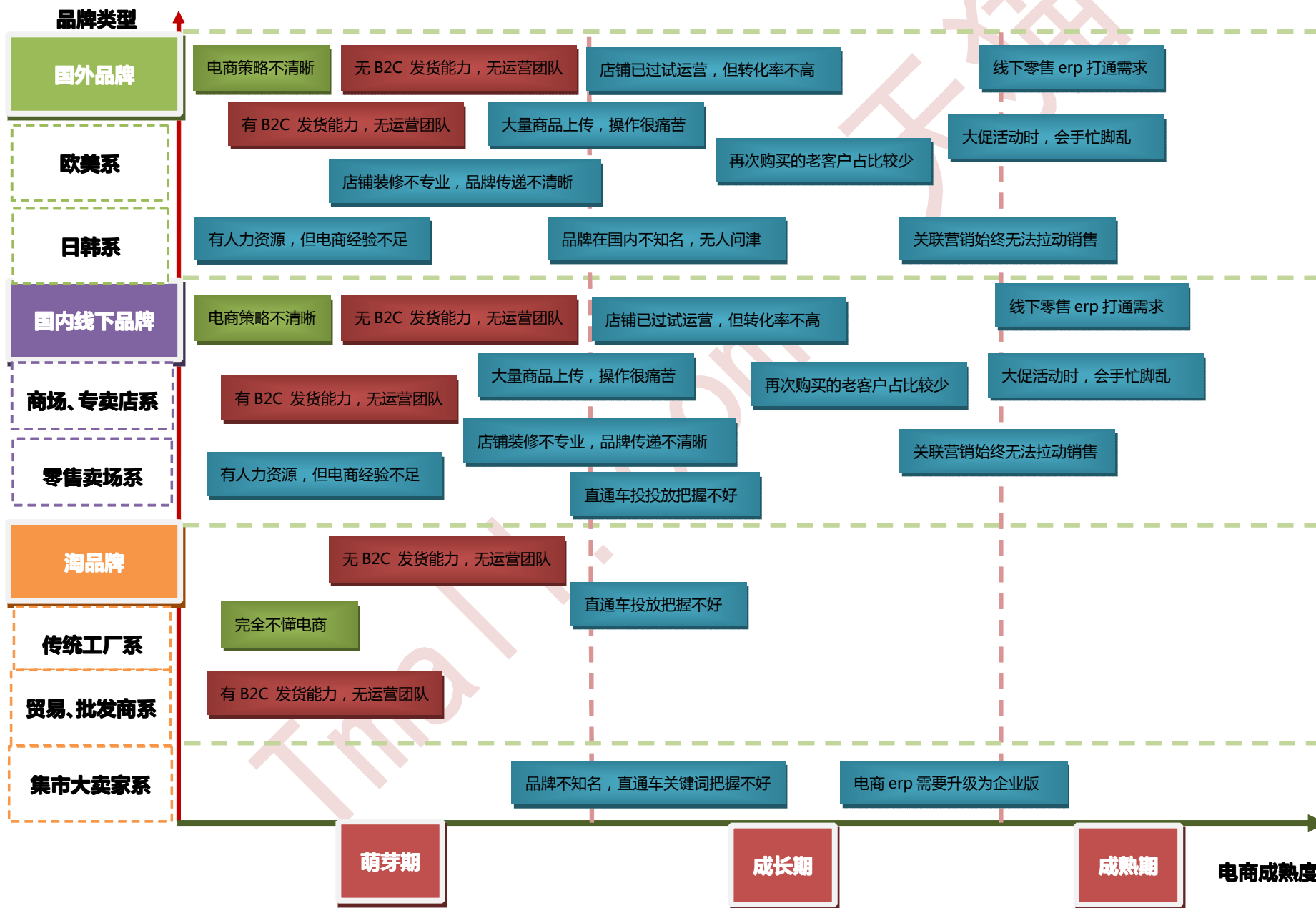
### 1、天猫女装行业商家背景简析

品牌来源	国外品牌		国内线下品牌		淘品牌		
细分类型	欧美系	日韩系	商场、专卖店系	零售卖场系	传统工厂系	贸易商系	集市卖家转型系
品牌线下影响力	强	强	强	强	弱	弱	弱
线下供应链	强	强	强	强	强	弱	弱
线上供应链	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱
商品价格优势	弱	弱	弱	弱	强	强	强
整体资本	强	强	强	强	弱	弱	弱
电商资本投入	或多或少	或多或少	或多或少	或多或少	或多或少	或多或少	或多或少
综合运营能力	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱	或强或弱
代表品牌	Esprit	优衣库	玖姿、雅莹	银泰百货	HZ 花朝	飞魅	天使之城

● 通过天猫女装行业的背景属性分析，我们看到女装品牌商家的电商之路，核心在于资本投入、线上供应链以及综合运营能力。

● 寻求第三方服务应用合作的目标价值，是在满足必要的电商资本投入的前提下，提高电商综合运营能力，打通线上供应链体系，衡量电商托管服务商优劣的基本指标也在于此。

## 2、不同成熟度女装商家所遇问题



### 3、品牌电商之路——向左走，向右走

#### 向左走，找人做（应用方式：电商托管服务）

- 短期无法组建完整的电商运营团队
- 只做电商供货，寻求纯粹的外包、代理合作

优点：启动快速 缺点：品牌理解有限

坚定的、明确的  
电商战略规划  
执行策略

#### 向右走，自己做（应用方式：电商分包服务）

- 目标即为建立品牌自有的电商运营团队
- 无法获取到彼此匹配的电商托管服务商

优点：有利电商运营沉淀 缺点：启动较慢

#### 国外品牌：

大部分国外品牌入驻天猫时，普遍会选择找人做，将电商这块整体托管给服务商运营。这种选择一般和其在中国经营的整体策略有关。

#### 国内线下品牌：

小部分国内线下品牌会采用电商外包合作方式，选择原因一般为两类：电商人才稀缺，无法组建团队；以对线上进行供货方式做电商，通过寻求线上代理商合作。

#### 淘品牌：

大部分工厂、贸易公司转型的淘品牌，由于对电商无太多经验，加之人才问题，普遍会选择电商托管服务。

#### 国外品牌：

小部分在中国市场已经经营多年，已成国内主流的国外品牌会选择自运营的方式操作。在不同的电商发展阶段会有不同的电商分包服务的应用。

#### 国内线下品牌：

大部分的国内线下女装品牌会选择自建团队，在积累运营经验和店铺发展的过程中会应用不同阶段所需的电商分包服务。

#### 淘品牌：

集市大卖家转型的女装淘品牌商家都才用自运营方式，对淘宝相对熟悉，在发展到一定阶段时，会对系统类的服务有一定需求。

#### 4、天猫第三方服务的类型

要全面了解天猫的第三方服务发展的现状，首先要了解目前市场上的第三方服务的类型。从广义上理解第三方服务可以分为两类，通俗的来说分为电商托管服务和电商分包服务两类。

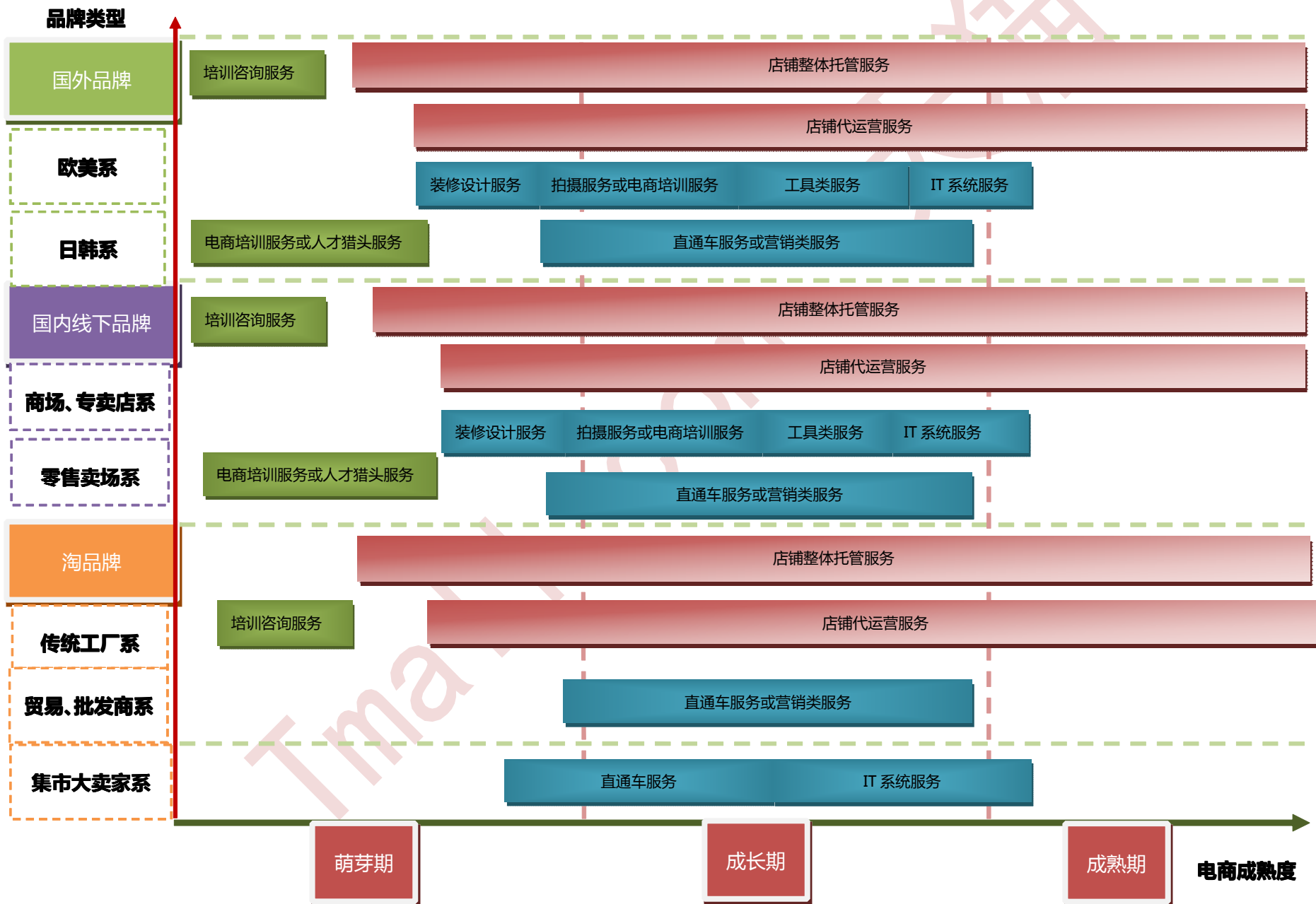
电商托管服务，通常适用于前期不具有成型运营团队的品牌商家，通过使用电商托管服务可快速的进入到正常的电商业务运营轨道中，帮助商家尽快找到自己品牌和商品的合理定位。虽然现金成本相对较高，但可以节省大量的时间成本。如品牌方的电商策略相对开放，又和电商托管服务商之间配合默契，完全可以建立起长期合作，发挥各自所在擅长领域的优势。

电商分包服务，通常适用于已具备一支成型但不成熟的运营团队的商家，对于基础日常运营工作已可以实现基本流转，但在效率和效果上表现不理想，可以通过使用电商分包服务提升自己的短板。在提升店铺对应的运营绩效指标以外，使用电商分包服务有的时候在现金和时间上会显得更加经济。

具体细分的天猫第三方服务类型请见下表：

电商托管服务						
店铺整体托管服务				店铺代运营服务		
电商分包服务						
培训咨询服务	直通车服务	摄影服务	装修设计服务	营销工具类服务	ISV 服务	其他

### 5、天猫女装行业商家服务应用路径



- 无论品牌背景属性，在明确了电商定位和策略后，选择自己组建团队进行电商运营的商家，可果断选择“向右走，自己做”。在不同的电商成熟度中，可选择符合自己需求的外包服务咨询，取长补短，教学相长，有利于店铺的快速成长以及团队运营短板经验的积累。



## 二、天猫电商分包服务发展现状

### 1、电商分包服务类型

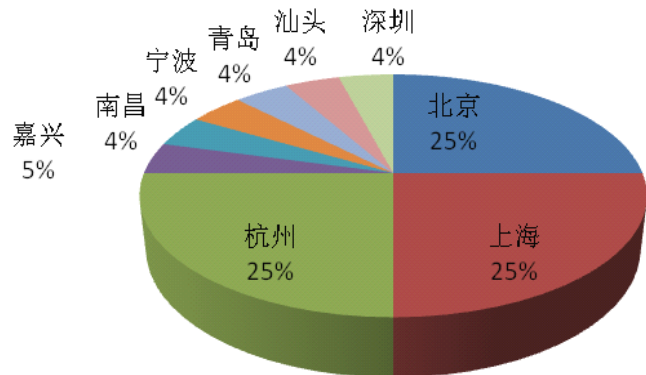
服务类型	名词解释	注释说明
培训咨询服务	为天猫品牌商家提供电商战略规划、团队建设、运营实操、	目前天猫商家平台在认证培训咨询

	<p>数据挖掘、系统应用等，有关 B2C 电子商务应用领域培训和咨询服务。帮助商家合理规划品牌的电商布局，提升运营团队的综合能力和系统、流程流转的实际效能，向更清晰的方向成长、发展。</p>	<p>类服务商时，以是否与天猫培训部或淘宝大学建立官方合作关系，是否有输出关电商应用课程作为认证标准。</p>
<p><b>直通车服务</b></p>	<p>为天猫品牌商家提供淘宝重要的引流手段——直通车的整体托管、关键词优化、PPC 和 ROI 监控等相关的直通车应用的技术服务。</p>	<p>为了赢得与商家稳定长期的合作关系，不少服务商陆续提供比如店铺设计优化、运营问题诊断等增值服务。</p>
<p><b>摄影服务</b></p>	<p>摄影设计服务是指为天猫品牌商家提供专业的商品照片拍摄服务，包括商品的主图拍摄、细节图拍摄、后期处理，通过高品质的商品图片提升消费者在店铺的停留时间和商品点击的销售转化。</p>	
<p><b>装修设计服务</b></p>	<p>由第三方专业视觉设计团队为天猫品牌商家所提供的店铺装修设计服务，商家可通过购买店铺装修模版或与设计师预约定制来获取符合品牌定位和营销所需的店铺装修风格、栏目搭配。</p>	
<p><b>营销工具服务</b></p>	<p>营销工具类服务是指由第三方公司为天猫品牌商家提供店铺</p>	

	<p>营销、促销工具及营销解决方案，帮助卖家解决线上营销方式的丰富性和有效性。目前淘宝营销市场已拥有 4 大类、469 个营销工具。截至 2011 年 2 月，营销市场服务商家数 182 万（去重），付费用户 96 万；其中天猫商家使用数量达 3 万家，占到了将近整个天猫商家数量的一半。</p>	
<p><b>IT 系统服务</b></p>	<p>由具备独立系统软件开发能力的第三方公司，为有需求通过 IT 软件系统提升电商运营效率的天猫品牌商家所提供的相关商品/交易批量处理工具、进销存软件、人员管理/绩效考核、客户管理系统、电子商务 ERP 等系统应用方面的服务。</p>	
<p><b>其他</b></p>	<p>电商人才猎头、营销推广、活动策划等其他类型的电商第三方服务。</p>	

## 2、天猫电商分包服务商分布区域

### 直通车服务商分布区域情况



天猫认证直通车服务商全国分布情况

- 目前天猫认证的直通车服务商全国合计 30 家，主要聚集在北京、上海、杭州 3 个城市，在嘉兴、南昌、宁波、青岛、汕头、深圳这 6 个城市也有分布。
- 直通车外包服务的合作模式已比较标准和流程化，合作双方不在就近区域对服务实施和反馈效果影响并不大。核心还是关注相关行业客户服务案例。

### 其他分包类型服务商区域分布

其他分包类型服务商的区域分布情况和电商托管类服务商的分布比较近似，基本也是围绕品牌和生产的聚集地分布，以北京、上海、杭州、广州、深圳几个城市为主，其他区域交错分布。

### 3、各类型电商分包服务通用合作方式与操作流程

#### 1) 培训咨询服务通用合作方式与操作流程

目前第三方服务市场上，培训咨询类的服务商一般都会提供电商培训和电商咨询这两项服务。在这两项服务的基础之上，有的服务商还会提供行业和店铺数据分析、人才猎头、行业沙龙等其他延伸服务。最核心的培训和咨询这两块服务一般的服务方式如下：

**电商培训：（各培训、资源类服务商所提供课程体系各有不同，仅供参考）**

培训对象	培训目标	涉及内容	课时安排
品牌电商负责人	厘清企业电商规划、战略部署、平台搭建的整体思路	传统品牌电商策略、电商团队搭建、网络零售与分销规划、产品线规划等	3-5 天左右
店长、运营人员	运营内功修炼，优化客户体验，改善运营系统	店铺装修、文案策划、爆款打造、物流体系建设、商品管理等	3 天左右
店长、营销人员	精通电商营销工具，提升营销策划能力，整合营销资源	淘宝广告与活动、直通车与淘宝客、促销活动设计、老客户营销等	3 天左右
店长、客服销售	客服销售数据分析，提升询	订单扩大销售、订单处理与发货、客服修炼、售后服	3 天左右

	单转化率，建立销售系统	务体系建设等	
店长、核心主管	个人业务管理能力提升，团队建设方法获取	电商团队架构与招聘、团队培训与激励、精细任务与计划等	3 天左右

**电商咨询：**



电商咨询服务可理解为个性化的定制咨询服务，根据深度和涉及内容不同，服务费用也有高有低，各不相同。

**2) 直通车服务通用合作方式与操作流程**

应用直通车外包服务主要人群为淘品牌商家，根据经营的商品品牌、所属类目、合作意向，直通车服务会分为三种合作方式：

- 固定数量宝贝的标准服务费的合作方式（按季结算），关系简单、操作轻便，大约有 80-90%的商家选择采用此类合作方式。

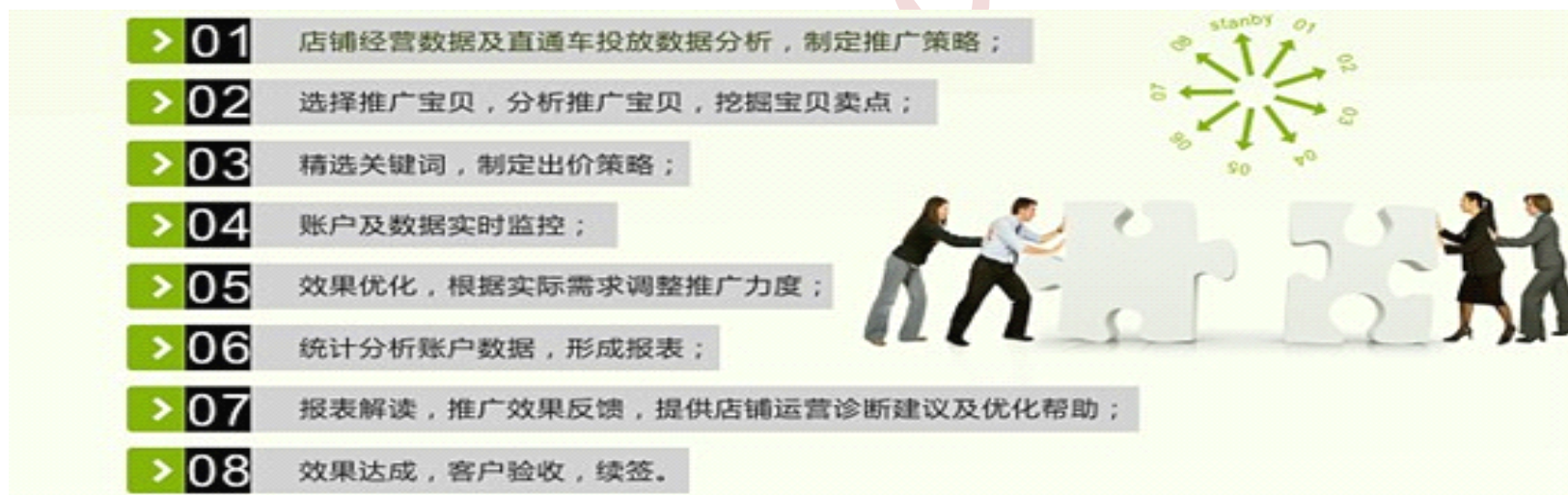
- 固定数量宝贝的标准服务费+销售佣金的合作方式（按季结算）。
- 固定数量宝贝的销售佣金的合作方式（按季结算）。

**结算方式：**按季度一次性付款。

**服务收费情况（仅供参考）：**

- 标准服务费：5 个宝贝 4500 元/季度，10 个宝贝 6000 元/季度，年度客户服务费用不低于 20000 元/年。
- 标准服务费+店铺交易额佣金：3000-6000+3%-5%/季度，标准服务费+直通车转化佣金：3000-6000+4%-10%/季度。
- 店铺交易额佣金：7%-10%/季度

**服务流程：**



### 3) 摄影服务通用合作方式与操作流程

#### 拍摄类服务一般提供批量式和定制式两种合作方式：

顾名思义，批量式服务是提供标准化、批量化的商品拍摄服务，风格、模特、照片数量、后期处理等拍摄相关工作都会有对应的服务标准。定制式服务则会根据商家的具体要求，提供量身定制的个性化拍摄服务，对风格、模特、照片数量、后期处理等工作会有更高的品质要求。

#### 结算方式：

- 通过支付宝预付拍摄定金，拍摄验收后支付余款，或通过支付宝直接支付全款。
- 通过现金支付，大部分本地客户会选择跟拍（即预定拍摄，在拍摄过程中亲自参与），跟拍结束后现金结算。
- 通过银行转账，规模较大的品牌客户因为涉及财务审核，合同等原因，会选择月结，即拍摄前签订合同，每月结算一次，对方公司通过银行直接转账支付。

#### 服务收费情况（市场行情变化较快，每家服务商收费各不相同，仅供参考）：

◎拍摄费用的区间通常是 45-100 元/件之间（11-15 张/件，6-8 张主图，5-7 张细节图），10 件商品起拍。

◎模特费用另算，一般国内模特 1000-1500 元起/8 小时（10-15 件），国外模特 800-1200 元起/4 小时（5-8 件）。

根据客户希望使用模特的类型，模特的费用也不完全一样。定制拍摄的费用则是 case by case 来确定服务费用，因为拍摄的时间，难度，过程都会影响成本。

## 服务流程：



## 注释：

- 服务顾问接洽客户，确认具体拍摄需求。
- 根据客户需求制定企划案，内容包括拍摄方式，达成效果，拍摄预算，推荐模特等。
- 沟通和修改企划案，并最终确定方案，确定拍摄日期和进程。
- 拍摄前一天，排程人员电话确定客户第二天的具体拍摄时间，造型师及摄影师会提前一天查询对应客户的拍摄要求和企划方案，仓储部确定商品是否到达，并安排熨烫。
- 拍摄过程，客户方拍摄负责人与摄影师，造型师，模特进行有效沟通，表述自己的期望和需要注意的细节。
- 拍摄后，设计师对图片进行简单的后期处理，包括统一色调，背景，图片大小，拉腿，去污点等。
- 客户支付余款，交付成片。

#### 4) 装修设计服务通用合作方式与操作流程

**装修设计服务通用合作方式与操作流程：**（各家装修设计服务商提供服务的流程上还是会有些差异，仅作参考）

目前装修设计服务的合作模式一般分为单次项目设计服务和包年设计服务两种。

单次项目设计服务	包年设计服务
<p><b>服务项目：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●店铺首页、商品描述页模板、活动页面的整体设计。</li> </ul> <p><b>设计周期：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●15个工作日</li> </ul> <p><b>设计支持：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●设计开始之前提供商家需要提供完整文案和产品图片（如有素材提供亦可）。</li> </ul> <p><b>设计流程：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●信息收集、页面架构、创意设计、功能实现、安装测试、维护更新。</li> </ul>	<p><b>服务项目：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●店铺首页，商品描述页模板，活动页面的整体设计。</li> <li>●全年天猫店铺模块更新。</li> <li>●依托对天猫店铺的数据分析对进行店铺模块进行优化，达到增加点击与转化的效果。</li> </ul> <p><b>设计周期：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●全年，店铺改版提前15个工作日通知，活动页面设计提前5个工作日通知</li> </ul> <p><b>设计支持：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●设计开始之前提供商家需要提供完整文案和产品图片</li> </ul>

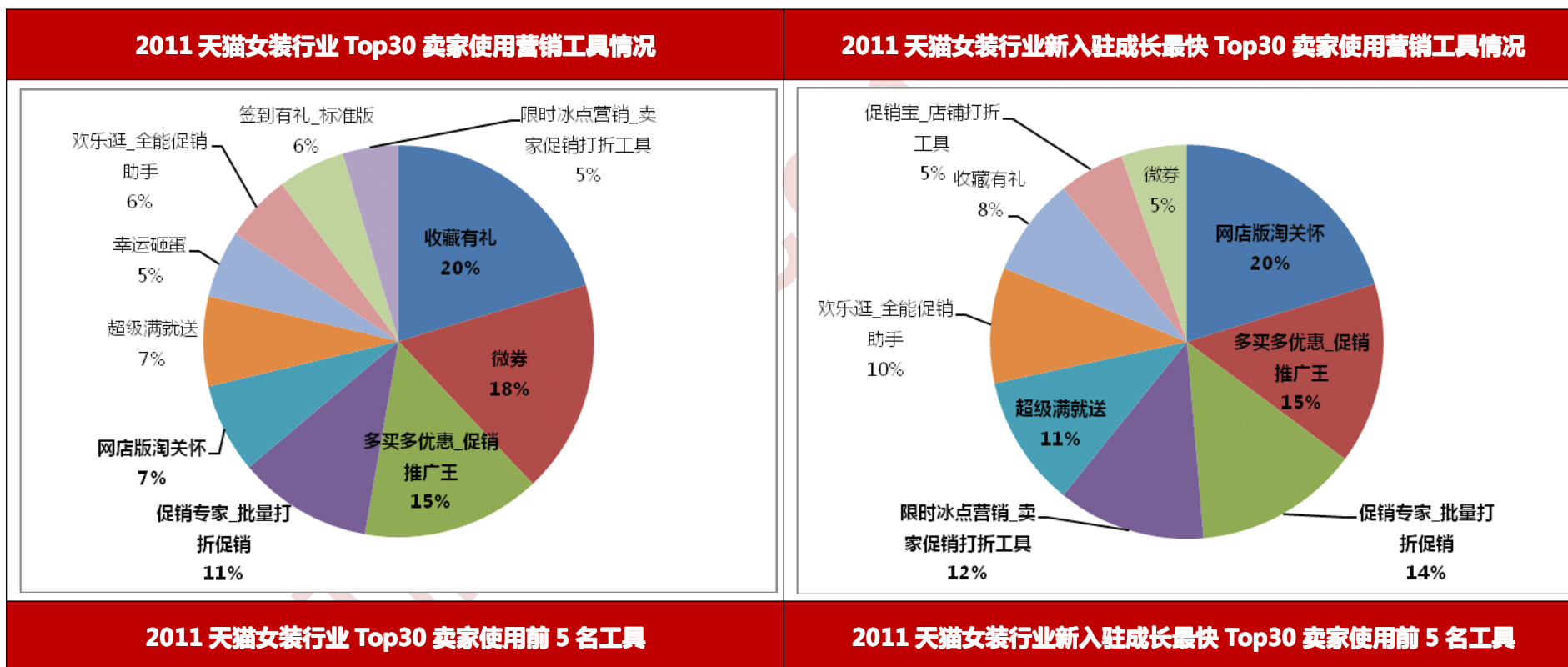
<p><b>结算方式:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 一次性结款, 设计完成后提供 PSD 源文件和代码。</li></ul>	<p>(如有素材提供亦可)。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 商家必须开通量子恒道及店铺热力图服务(针对数据分析及模块优化)。</li></ul> <p><b>设计流程:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 信息收集、页面架构、创意设计、功能实现、安装测试、维护更新。</li></ul> <p><b>结算方式:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 半年结算一次, 随时提供 PSD 源文件和代码。</li></ul>
<p><b>费用:</b></p> <p>根据设计难度, 服务费用从几千到几万不等, 各服务商的定价情况都不太一样。</p>	<p><b>费用:</b></p> <p>包年服务的费用都是几万起的服务费用, 规模和能力不同, 服务商定价也有所不同。</p>

- 目前在店铺装修市场上专业的企业级的装修设计服务商数量较少, 所以在前期合作洽谈时, 对于品牌文化和风格定位方面的内容是一定要沟通清楚。

## 5) 营销工具服务通用合作方式与操作流程

### 营销工具服务通用合作方式与操作流程:

目前营销平台(yingxiao.taobao.com)上的营销工具服务普遍采用线上试用和订购的操作方式。通过对目前天猫女装行业 Top30 商家和 2011 年新入驻成长最快 Top30 商家的营销工具应用情况, 我们可以来做些比对和分析:





**收藏有礼：**

提高收藏，吸引回头客！

**微券：**

通过发放微券优惠券，协助卖家参加营销活动；SNS 社区传播推广，带来精准买家，提高品牌曝光、流量；发放店铺包邮卡，稳定客户，增加买家黏性。

**多买多优惠：**

集合满就送、搭配套餐、批量推荐和客户关系的综合软件。通过灵活设置多种优惠活动及折扣活动，帮卖家实现多种、多时段、多折扣、多关联的营销活动。



**淘关怀：**

淘关怀可通过短信或旺旺去关怀您的客户，增加回头客。最早可提取从 09 年开始的老客户数据，进行短信营销。并能根据宝贝的物流情况自动发送发货提醒和到达提醒，还支持中差评预警、拍下未付款提醒、未确认收货提醒等。

**多买多优惠：**

集合多种促销、推广手段◆真正支持◆多件自动减价包邮◆的软件。集合◆满就送◆限时折扣◆宝贝推荐◆微博营销◆精华，可完成如◆2 件 8 折◆满 100 包邮◆自动减价◆等功能。可以进行部分商品的折扣活动。

**促销专家：**

批量打折，阶梯打折，不限时间、不限数量，原价、促销

### 促销专家：

批量打折，阶梯打折，不限时间、不限数量，原价、促销价同时显示，活动结束后自动恢复原价，会员等级分类管理，可针对不同会员组别设定不同的折扣优惠，轻松开展促销活动，有效维系客户关系。

### 淘关怀：

淘关怀可通过短信或旺旺去关怀您的客户，增加回头客。最早可提取从09年开始的老客户数据，进行短信营销。并能根据宝贝的物流情况自动发送发货提醒和到达提醒，还支持中差评预警、拍下未付款提醒、未确认收货提醒等。

- Top30 商家核心关注老客户营销、扩大销售与关联营销方面的营销工具。

价同时显示，活动结束后自动恢复原价，会员等级分类管理，可针对不同会员组别设定不同的折扣优惠，轻松开展促销活动，有效维系客户关系。

### 限时冰点：

限时打折。无宝贝数量和促销时长限制。原价/促销价同时显示，让买家真正感受到实惠。支持打折/减价等促销。强大的营销功能确保您的各种营销策略的有效实施。让卖家的促销活动获得最大的收益。

### 超级满就送：

指定全店或部分宝贝满多少【元】/【件】- 满就【减现金】/【打折】；满就【包邮】；满就【送礼物】；满就【送优惠券】，提高店铺购买转化率，提升客单价，增加回头客，是掌柜开店必备促销助手。

- Top30 新入驻成长最快商家在成长阶段，核心关注还是在营销推广、扩大销售。

## 6) IT 系统服务通用合作方式与操作流程

主要提供的 IT 系统工具的服务，大部分小工具已可实现在线上订购（gongju.taobao.com），但类似客户管理系统和电商 ERP 系统这类相对复杂的系统还需通过线下与厂商订购。同样 ISV 厂商可根据客户需求，提供标准版和定制的电商系统服务。

## 三、天猫女装行业电商分包服务应用案例

### 1、直通车服务案例

序号	委托方店铺名称	直通车服务商公司名称
1	Dekeledoo 旗舰店	杭州旺淘科技有限公司
2	玫瑰心语旗舰店	汕头蒲公英网络科技有限公司
3	戈润服饰专营店	杭州时科电子商务有限公司

## 1) Dekeledoo 旗舰店

### 委托方背景:

Dekeledoo 旗舰店, 属于一个杭派女装品牌, 发源于杭州四季青, 目标的消费人群为年龄在 20-30 岁之间的女性群体, 风格属于淑女风。品牌所属公司为一家针对国内市场的工贸型企业, 在杭州地区有 3 个自有加工厂, 员工总数在 150 人左右。在线下的销售模式主要以招募区域代理和四季青档口批发为主, 目前在全国地区已有超过 30 家的核心代理商, 线下的销售规模在 1 个亿左右。

说起 Dekeledoo 入驻天猫, 还是比较戏剧性的, 起因源自一淘宝 C 店卖家。在 2011 年之前, 有一淘宝 C 店卖家经常到 Dekeledoo 在四季青的档口拿货, 而且批发量一次比一次大。久而久之, 双方成为了好朋友, 建立起了稳定的供销关系。在一次帮助 Dekeledoo 清销大量积压库存的合作后, Dekeledoo 的老板见识了电商的威力, 从此决心自己来做电商, 并在 2011 年专门成立电商公司——杭州卡汀服饰有限公司, 8 月开设了 Dekeledoo 旗舰店。

### 服务方背景:

杭州旺淘科技有限公司 2010 年 9 月成立, 是杭州地区提供 SEM 搜索引擎优化服务提供商, 公司通过对直通车数据检测与分析进行直通车优化, 从而帮助店铺整体营销推广及专职托管。

## 项目合作历程：

店铺上线初期，运营状况并不理想，虽然公司已有将近 10 人左右规模的运营团队，从品控、发货到客服、美工、营销相应的人员一应俱全，眼看着三个月的试运营期就要到了，但店铺的流量和销售始终没有起来。为了加大推广力度，DekeI Edoo 开始投放直通车，投放金额一度达到 30000 元/月，但引流效果和投入产出始终不尽人意。在这样一个背景情况下，DekeI Edoo 开 9 月份始寻找直通车外包服务商，通过相关的信息查询联系到了杭州旺淘科技有限公司（原杭州创货信息技术有限公司）。由于杭州旺淘对女装行业的直通车应用和商家的需求也比较熟悉，在接洽过程中双方沟通得比较顺畅，DekeI Edoo 也就没有再咨询其他服务公司就以固定服务费的方式进行合作了。

合作开始后，杭州旺淘对店铺经营现状进行了诊断，得出了流量直通车投入不聚焦，无人气单品，需要尽快能帮助店铺培养出一个店铺爆款商品的结论。时值 9 月底 10 月初已进入到冬装销售季节，对 DekeI Edoo 店铺中成交和转化较好的商品进行筛选后，最终确定了一款棉服作为爆款的培养对象。经过三个多月的潜心经营，最终将这款棉服打造成销售记录破 10000 单名副其实的爆款，同时店铺整体的直通车费用在维持不变的同时，点击转化率一直在提升。

## 合作初期店铺与数据情况

### 【低人气 低转化率】

9.22接手之前，店铺还是没有过商城试运营的，平均每天的访客数只有500左右，大部分的流量来自直通车，可以说没有直通车店铺就没有人气。期间买家因为潮宝贝被降权。

2011-09-20	782	561	
2011-09-19	1,069	799	
2011-09-18	1,493	1,067	
2011-09-17	1,040	741	
2011-09-16	588	427	
2011-09-15	622	463	
2011-09-14	685	508	
2011-09-13	595	442	
2011-09-12	576	412	
2011-09-11	745	532	
2011-09-10	685	509	
2011-09-09	631	473	
2011-09-08	801	446	
<b>直通车</b>			
直通车	17,859	32.84%	查看
<b>钻石展位</b>			
钻石展位	849	1.56%	查看
<b>淘客</b>			
淘客	503	0.93%	查看
<b>合计</b>			
合计	19,211	35.33%	

2011秋季 毛呢外套 女 针织开衫 79.00元 已售: 3件

2011秋季 女款 OL风格 针织衫 79.00元 已售: 2件

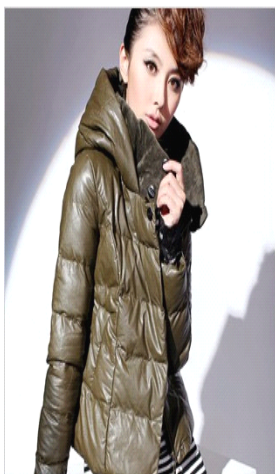
2011秋季 女款 时尚修身 多色 针织衫 79.00元 已售: 1件

2011秋季 女款 超纤兔毛 珍珠扣开衫 79.00元 已售: 0件

2011冬季 韩版甜美PU皮短款 长袖女棉衣外套 218.38元 已售: 16177笔

## 合作后期店铺与数据情况

dekeledoo旗舰店 2011冬季新款韩版甜美PU皮短款棉衣外套



价格: 388-499元  
促销: **218.38元** (剩6小时42分钟 结束)

优惠券: **5.00元**

至浙江: 快递: 5.00元 EMS: 25.00元

月销量: 903件

评价: ★★★★★ 4.6分 (已有7282人评论)

送积分: 单件送179天猫积分

特色服务: **退换货**

付款方式: **信用卡** (支持分期)

尺码: **M** (现做款式, 3天内发货) **L** (现做款式, 3天内发货)

**XL** (现做款式, 3天内发货) **XXL** (现做款式, 3天内发货)

颜色分类:

举报此商品 (举报)

dekeledoo旗舰店 2011  
¥358.00元  
已售出 16177 笔

dekeledoo旗舰店 补邮  
¥1.00元  
已售出 854 笔

dekeledoo旗舰店 蕾丝  
¥199.00元  
已售出 699 笔

dekeledoo旗舰店 2011  
¥358.00元  
已售出 437 笔

dekeledoo旗舰店 貉子  
¥369.00元  
已售出 401 笔

当天UV PV

2011-10-17	6,460	4,320					
账户详细报表 (2011-10-17 至 2011-10-17)							
推广计划	花费分布	展现量	点击量	点击率	花费	平均点击花费	查看
全部推广计划	[-] 总计	788,198	3,126	0.40%	¥1,557.46	¥0.50	趋势
	站内	788,198	3,126	0.40%	¥1,557.46	¥0.50	趋势
	关键词搜索	102,192	855	0.84%	¥706.95	¥0.83	趋势
	类目搜索	3,791	8	0.21%	¥8.28	¥1.03	趋势
	定向推广	682,215	2,263	0.33%	¥842.23	¥0.37	趋势
[-] 总计	24,365	128	0.53%	¥122.06	¥0.95	趋势	

2011-09 vs 2011-10 浏览量详细报表		
日期	2011-09	2011-10
31	-	7,981
30	489	7,625
29	680	8,563
28	1,166	9,723
27	900	10,992
26	1,135	7,327
25	598	9,391
24	613	4,785
23	1,086	4,041
22	266	2,380
21	359	3,554
20	782	2,042
19	1,059	2,149
18	1,493	1,736
17	1,040	6,460

- 用精准关键词定向低价引流，当天的平均 ppc 在 0.5 元，当天成交 12 笔，为之后的引爆埋下了伏笔。
- 通过直通车的优化增加了店铺的自然流量店铺销量从 10 万涨到 100 万再涨到 12 月份的 250 万。

## 2) 玫瑰心语旗舰店

### 委托方背景：

玫瑰心语旗舰店隶属于汕头市新保隆毛衫实业有限公司主要经营的是中老年毛衫，毛衫的刺绣工艺具有一定的代表意义。在线下中老年服饰的细分市场中，玫瑰心语还是具有一定的知名度，线下的销售主要通过招募各地代理商进行渠道销售，线下年销售额在 3000 万左右。2011 年 4 月，玫瑰心语入驻天猫，组建了 10 左右的运营团队，物流 3 人，美工 1 人，客服 4 人，文案 1 人、推广 1 人，开始全面拓展自己的电子商务市场。

### 服务方背景：

汕头市蒲公英网络科技有限公司是汕头地区专业从事直通车外包的服务公司，在华南地区拥有稳定的客户群体，客户的口碑和反馈也还比较理想。

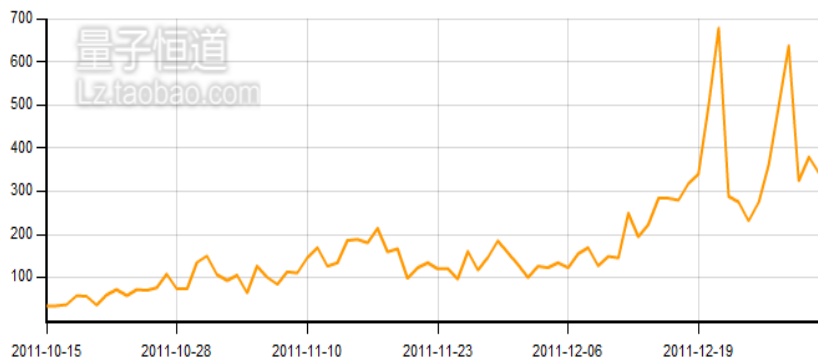
### 项目合作历程：

由于汕头地区电商运营人才匮乏，特别是营销推广类的人才更是稀缺，店铺的营销推广和直通车投放的效果一

直不太理想，但一直物色不到特别合适的人选。在一次由汕头蒲公英网络科技有限公司组织的直通车应用的交流活动中，玫瑰心语与汕头蒲公英建立了联系。在几次面对面的沟通交流后，根据玫瑰心语的商品特点，汕头蒲公英给到的建议是在近期先不要进行直通车的投放，第4季度销售旺季来临的时候再进行推广。就这样，在2011年10月玫瑰心语与汕头蒲公英以纯服务费的合作方式建立了合作关系，在没有任何付费流量引入的基础上，从零开始帮助玫瑰心语操作直通车的投放。

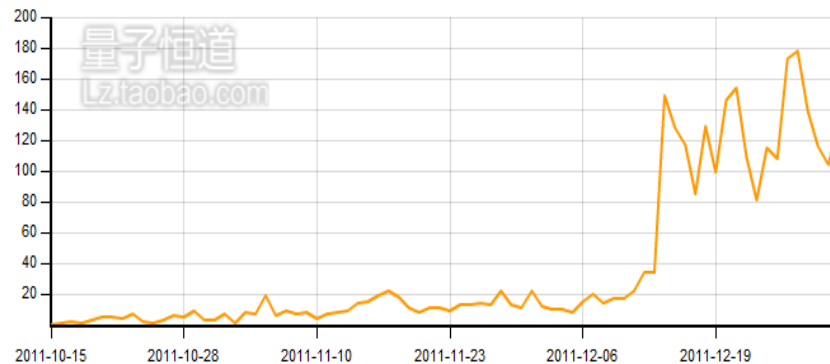
### 合作前后店铺数据情况

来源趋势[淘宝搜索]

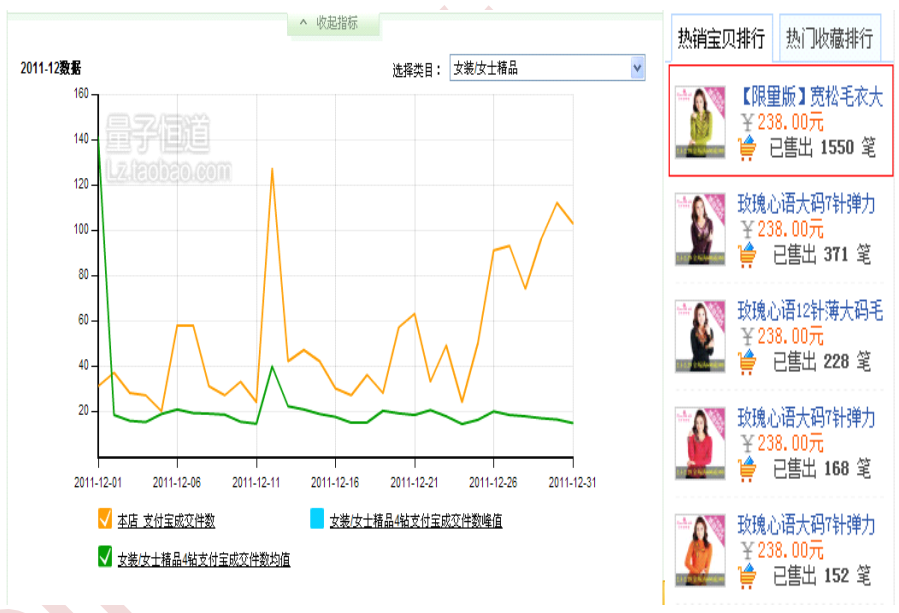
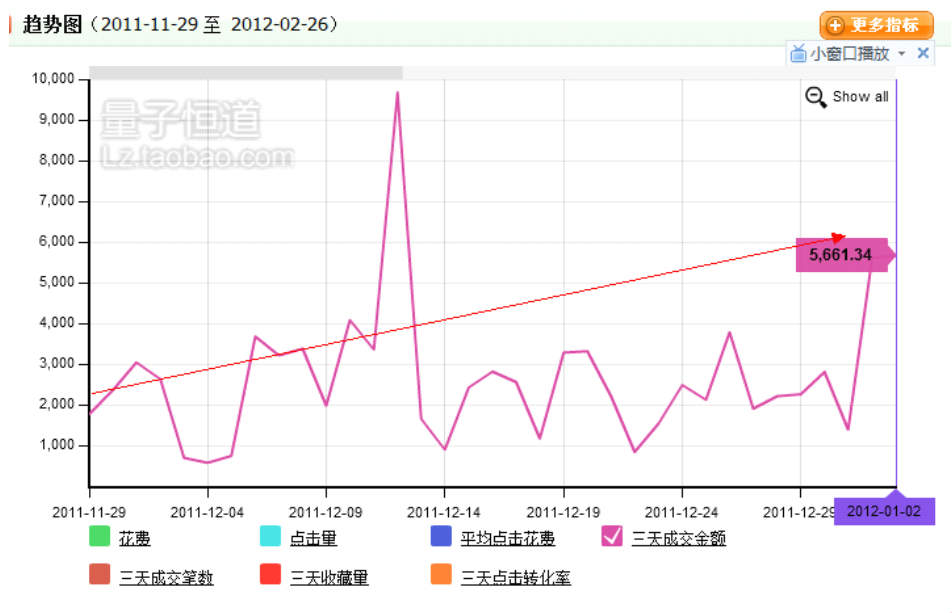


到达浏览量

来源趋势[淘宝类目]



到达浏览量



## 服务流程

- 第一步 • 店铺诊断和数据分析
- 第二步 • 拟定并沟通整店推广策略
- 第三步 • 根据推广策略建立制定计划
- 第四步 • 根据数据分析的结果选择主推宝贝并进行关键词和出价设置
- 第五步 • 根据数据分析和市场反馈针对宝贝进行优化
- 第六步 • 根据数据分析和市场反馈选择预热下一阶段主推宝贝
- 第七步 • 每两个礼拜提交一份双周报，提出总结和改进意见
- 第八步 • 针对转化存在的问题进行店铺诊断提出运营改进建议

- 在对委托方的回访过程，玫瑰新语旗舰店的运营负责人认为直通车外包服务是整个电商运营中非常重要的一环，每个企业做电商所拥有的优势都不同，发挥自己的核心优势是关键，由于人才的限制将运营流程中的一些环节外包掉是一种明智的做法。虽然会产生一些成本，但赢取的是做电商最核心的要点：时间和速度。
- 让委托方比较满意的一点是直通车服务商会根据品牌厂家的商品结构，除了能帮助规划短期爆款商品如何打造，同时还可以帮助到如何规划相对长线的商品策略。拿玫瑰心语来说，主打商品销售旺季短，通过引入直通车外包服务对其夏款商品的开发也起到非常良好的指导作用。

### 3) 戈润服饰专营店

#### 委托方背景：

戈润隶属于青岛戈润丝绸服饰有限公司，是一个中老年女装品牌，发源于山东青岛，扎根于浙江杭州，公司专注于高端中老年真丝服饰的研发与销售，目标消费人群定位于年龄在 30-45 岁之间的女性群体，对丝绸服装情有独钟、有一定审美品位。青岛戈润丝绸服饰有限公司为一家针对国内市场的贸易型企业，从公司成立之初就将经营范围聚焦于中老年女装，并选用丝绸中的极品之王-香云纱作为品牌服装的主打面料。为了保证产品品质同时提升产品研发速度及水平，其运营团队和仓储库存中心直接安置在杭州。

#### 服务方背景：

杭州时科电子商务有限公司组建于 2008 年，团队骨干拥有 11 年以上电子商务行业从业经验，目前专注于直通车优化服务，为近千家淘宝店铺提供专业的直通车优化服务，为淘宝网店发展的各阶段量身定制优化策略，并提供一对一的优化咨询服务团队，是淘宝官方认证授权的直通车第三方服务商。

### 项目合作历程：

杭州时科与青岛戈润的合作起源于淘宝直通车第三方服务一周年庆活动，通过双方在活动现场的交流，达成了合作意向。并将公司旗下一双冠集市店托管给杭州时科进行直通车推广，在该店铺接入的第一周就将店铺的直通车点击转化率由之前的 0%提升到 2.27%，同时店铺的成交金额由托管之前的 548 元提升到 12779.35 元。在这样的托管效果数据下，周先生来到杭州时科进行了实地考察，通过对中老年女装行业的直通车数据的分析、解读，以及商家成功案例展示，青岛戈润选择以固定服务费的方式将戈润服饰专营店的直通车外包业务托管给杭州时科。

合作开始后，杭州时科对店铺经营现状进行了分析诊断，针对店铺产品的品类及特性，精选了店铺里具有明显优势和卖点的宝贝进行了直通车后台推广，并跟掌柜沟通了推广力度和方向，在操作过程中及时和掌柜沟通推广计划的执行进度，并根据掌柜的库存和发货速度实时调整投放力度。

## 合作初期店铺与数据情况

### 2011-11店铺经营概况

浏览量	98,588	支付宝成交件数	816	成交用户数	514
访客数	29,706	支付宝成交笔数	777	全店转化率均值	1.64%
平均访问深度	2.59	支付宝成交金额(元)	160,687.03	客单价均值	288.56

(托管前销售额)

### 2011-11 数据详细报表

日期	浏览量	访客数
2011-11-30	3,729	1,241
2011-11-29	4,235	1,414
2011-11-28	4,695	1,508
2011-11-27	2,638	839
2011-11-26	2,362	744
2011-11-25	2,915	953
2011-11-24	3,015	944
2011-11-23	3,359	1,099
2011-11-22	3,484	1,207
2011-11-21	3,491	1,125
2011-11-20	2,311	860

(托管前 UV)

我是卖家 > 营销中心 > 数据分析 > 简易销售统计

[查看帮助](#)

2011-12-01 至 2011-12-15

按时间段: 请选择 精确时间: 2011-12-01 至 2011-12-15

销售简报 热卖分类 热卖宝贝

当天数据均以买家付款到支付宝为准

显示: 在此期间, 总计销售962件宝贝, 共计178864.88元!

当前允许检索到最近三个月的数据统计, 查看近一年的统计

日期	销售量	销售额(元)
2011-12-15	63	12380.57
2011-12-14	55	10586.82
2011-12-13	109	19269.99
2011-12-12	111	23963.29
2011-12-11	38	9219.73
2011-12-10	45	9772.62
2011-12-09	68	11850.24
2011-12-08	64	10383.82

(托管后第一个15天)

## 合作后期店铺与数据情况

### 2011-12店铺经营概况

浏览量	199,588	支付宝成交件数	2,231	成交用户数	1,406
访客数	57,640	支付宝成交笔数	2,075	全店转化率均值	2.25%
平均访问深度	2.68	支付宝成交金额(元)	449,839.68	客单价均值	296.39

(托管后销售额)

### 2012-01-08店铺经营概况

浏览量	6,041	支付宝成交件数	100	成交用户数	75
访客数	1,968	支付宝成交笔数	97	全店成交转化率	3.81%
平均访问深度	2.61	支付宝成交金额(元)	23,517.09	客单价	313.56

我是卖家 > 营销中心 > 数据分析 > 简易销售统计

[查看帮助](#)

2011-12-16 至 2011-12-31

按时间段: 请选择 精确时间: 2011-12-16 至 2011-12-31

销售简报 热卖分类 热卖宝贝

当天数据均以买家付款到支付宝为准

显示: 在此期间, 总计销售1269件宝贝, 共计270974.71元!

当前允许检索到最近三个月的数据统计, 查看近一年的统计

日期	销售量	销售额(元)
2011-12-31	79	10013.98
2011-12-30	115	23028.99
2011-12-29	88	18827.35
2011-12-28	83	21051.52
2011-12-27	75	20718.19
2011-12-26	108	25157.65
2011-12-25	58	15387.81
2011-12-24	82	18117.12

(日最高转化率)

2012-01-10店铺经营概况

浏览量	7,234	支付宝成交件数	84	成交用户数	58
访客数	2,430	支付宝成交笔数	80	全店成交转化率	2.39%
平均访问深度	2.67	支付宝成交金额(元)	22,887.76	客单价	394.62

(日最高客单价)

宝贝转化数据简报 (2011-12-01 至 2012-01-15)

花费	点击量	平均点击花费	三天成交金额	三天成交笔数	三天收藏量	三天点击转化率
<b>38,758.63</b>	<b>26,710</b>	<b>1.45</b>	<b>159,762.52</b>	<b>669</b>	<b>1,794</b>	<b>2.50</b>
(元)	(次)	(元)	(元)	(笔)	(次)	(%)

(托管后直通车转化)

(托管后第二个 15 天)

关键词转化数据简报 (2011-12-16 至 2011-12-31)

花费	点击量	平均点击花费	三天成交金额	三天成交笔数	三天收藏量	三天点击转化率
<b>15,742.02</b>	<b>10,687</b>	<b>1.47</b>	<b>61,566.88</b>	<b>233</b>	<b>846</b>	<b>2.18</b>
(元)	(次)	(元)	(元)	(笔)	(次)	(%)

关键词转化数据简报 (2012-01-01 至 2012-01-15)

花费	点击量	平均点击花费	三天成交金额	三天成交笔数	三天收藏量	三天点击转化率
<b>14,266.31</b>	<b>9,383</b>	<b>1.52</b>	<b>76,378.52</b>	<b>264</b>	<b>551</b>	<b>2.81</b>
(元)	(次)	(元)	(元)	(笔)	(次)	(%)

- 用精准关键词对精选产品进行推广, 单品直通车最高点击转化率达到 9.76%, 单品直通车最高投资回报达 1:27.2。
- 通过直通车的优化使店铺的销售额从 11 月份 16 万涨到 12 月份的 44 万, 翻了将近三番。

## 2、摄影服务案例

序号	委托方店铺名称	摄影服务商公司名称
1	Takeit 官方旗舰店	上海云核网络科技有限公司

### Takeit 官方旗舰店

#### 委托方背景：

Takeit 官方旗舰店所经营的 Take-It 品牌是由上海的一家台资企业，设计、生产和销售的，产品包括服装、鞋、帽、围巾及相关附属产品，目标的消费人群是 20-30 岁的白领女性，风格属于休闲韩风。公司经营地域范围是以上海 18 个营业网点为中心，以招募代理方式向全国市场进行辐射，目前在全国 100 多个城市都有加盟店。品牌 TAKE-IT 已经在少女休闲市场中拥有一定的知名度，线下销售额在 4500 万/年。2010 年公司确定进军线上消费市场营销战略，并注册电商公司——上海淳风商贸有限公司经营公司的电商生意。

#### 服务方背景：

上海云核网络科技有限公司成立于 2010 年 5 月，设立在上海宝山长江口的半岛 1919 创意园区，全资运营零零狸网拍基地 (<http://www.00li.com>)，专注于为电子商务运营商（网店主）提供商品摄影、图片处理服务，在北

京、上海、广州、重庆四地均设有拍摄基地。

### 项目合作历程：

2010年11月 Take-It 入驻天猫开设旗舰店，前期因没有电商运营团队，将店铺运营整体托管外包，近一年的业绩表现一般。2011年8月，品牌方将店铺收回，自建团队进行运营，但在商品拍摄方面始终难以达到期望，相应的模特、摄影师、后期处理的成本也比较高，所以通过网上的信息查询找到上海云核（零零狸）开始接洽摄影外包的合作。

通过上门考察，Take-It 对上海云核的拍摄场地、摄影师团队、拍摄效果都还比较满意，双方达成了合作意向。首次拍摄合作，采用委托方跟拍方式进行，拍摄的需求直接与摄影师沟通，最终出来的效果也不错。从此双方达成了长期合作意向，后期除热卖或主推的商品会采用跟拍，其他大批量的普通商品拍摄都会根据客户拍摄需求登记表，确定拍摄风格、模特档期、拍摄场景，采用标准的拍摄流程进行拍摄。

### 店铺主图示例

TAKE-IT aiyiren... 宝贝信息



**产品资讯**  
PRODUCT INFO

货号: 921101  
 款名: 镂空三色拼接宽松型针织衫  
 原价: 399.00  
 商城价: 189.00  
 颜色: 米色  
 面料: 粘纤: 58%、棉: 42%

**产品指数**  
PRODUCT INFO

**厚度指数 THICKNESS**  
 很薄 偏薄 适中 偏厚 很厚 加厚

**弹力指数 OFT**  
 无弹力 微弹力 弹力型 超弹力

**柔软指数 SOFT**

柔软型 适中型 偏硬型

宽松 合身 修身 紧身

超短 适合 长款 加长

### 拍摄风格、配置一览

### 店铺细节图示例

TAKE-IT aiyiren... 细节展示

**正面 front**



**背面 back**



**细节展示**

这款衣衣镂空针织花纹设计，并大胆的采用了米色为主。

大块面积的橘色跟藏青色拼接，从视觉上就给人一种很亮丽跳跃的感觉。

版型宽松，适合穿着的范围很广，青春亮丽时不失沉稳，可以给您的衣柜增添很多色彩。

TAKE-IT

### 模特资源一览

### 类别

- 模特精拍
- 模特普拍
- 模特标拍
- 模特高端拍摄
- 静物精拍
- 静物标拍

### 性别

- 男
- 女
- 不限

### 风格

- 日韩
- 欧美
- 居家
- OL
- 民族
- 田园
- 其它

### 背景

- 纯色背景
- 棚内实景
- 外景

### 妆容

- 淡妆
- 浓妆
- 彩妆
- 杂志妆
- 其他

### 发型

- 盘发
- 卷发
- 直发
- 短发
- 其他



Yody(上海)  
173cm/47kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 45.00元/件



Hedy(上海)  
173cm/47kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 45.00元/件



Colin(上海)  
168cm/48kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 30.00元/件



Lisa(上海)  
175cm/43kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 30.00元/件



Cool(上海)  
168cm/43kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 30.00元/件



北冰(上海)  
165cm/48kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 25.00元/件



Mina(上海)  
165cm/47kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 25.00元/件



李静(上海)  
170cm/48kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 30.00元/件



何欢(上海)  
170cm/48kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 20.00元/件



李娟(上海)  
168cm/43kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 15.00元/件



北冰(上海)  
180cm/78kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 45.00元/件



于海(上海)  
180cm/78kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 45.00元/件



D.R(上海)  
178cm/65kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 15.00元/件



GUS(上海)  
183cm/84kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 15.00元/件



商海(上海)  
180cm/77kg  
起拍件数: 20件  
件单价: 20.00元/件



shok(上海)  
178cm/61kg  
起拍件数: 0件  
件单价: 15.00元/件



Alona(上海)  
178cm/61kg  
起拍件数: 0件  
件单价: 15.00元/件



Vlada(上海)  
178cm/61kg  
起拍件数: 0件  
件单价: 15.00元/件



Nataliya(上海)  
178cm/61kg  
起拍件数: 0件  
件单价: 15.00元/件



NEMO(上海)  
188cm/81kg  
起拍件数: 0件  
件单价: 15.00元/件

● 在双方合作初期几个关键点是是需要沟通清楚的：拍摄风格，选中的模特档期，服装吊牌的处理，拍摄样品寄送、保存、费用的问题，拍摄样品的穿着说明。

● 模特资源，拍摄专业化、流程化、批量化是拍摄类服务商的核心优势，使得这部分服务商群体是电商不可获取的服务资源。

### 3、装修设计服务案例

序号	委托方店铺名称	店铺装修服务商公司名称
1	红袖官方旗舰店	杭州运维电子商务有限公司

#### 红袖官方旗舰店

#### 委托方背景：

“红袖”杭派女装代表之一，为杭州十大女装品牌。目标定位在 25-45 岁都市知性女士，风格定位在都市轻熟路线。线下的营销方式为加盟和自营相结合，通过近 20 年的品牌运作，全国地区已有 800 多家门店，年销售额已达 8 亿的规模。目前红袖电商团队人数已达 50 人，由运营部、产品研发、生产策划三个部门组成。产品由库存产品与网络特供款相结合，转向网络特供款为主的形式；整个电商运作除了产品拍摄其它都是自运营的方式操作。

## 服务方背景：

杭州运维电子商务有限公司核心业务为四块，分别是店铺装修设计、活动页面设计策划、图片设计与处理、运营推广服务。在品牌视觉设计和直通车外包服务这块有一定专业度和不少成功客户服务经验。

## 合作历程：

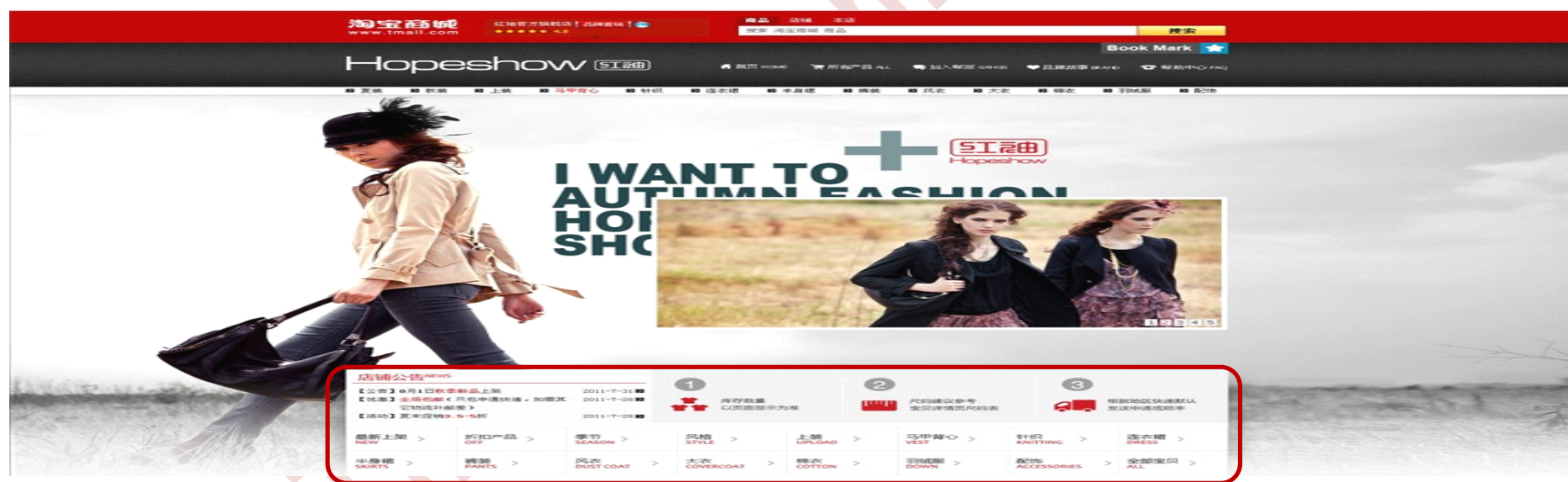
红袖对于产品定位比较清晰，高端流行为主基调，同时对于店铺设计的要求同样也会很高，虽然红袖已有成熟的运营团队和视觉设计人员，但在把握整体的品牌风格和店铺前台的应用架构上还是拿捏不好。通过推荐介绍与杭州运维进行了接洽，相关顺畅的沟通和较丰富的客户案例双方达成合作意向，以阶段性的项目合作形式展开了合作。通过前期大约一周时间的客户调研和素材收集和 10 天时间的精心制作，完成了最终的创意设计，双方对此次的合作都还比较满意。

红袖官方旗舰店设计成功离不开双方积极的配合。在设计开始的初期，商家陪同设计师一起了解红袖的企业文化，产品的特点，为后面的风格定位打下基础；之后设计师与商家一起确定大体的设计思路和方案；之后再设计的过程中，设计师与商家的接触也是非常紧密的，有好的创意及时于商家沟通，双方的沟通很顺畅。设计完成之后，商家在做局部调整时，虽然在功能上出现技术难度，但是我们的前端也及时的给予了帮助，整体的设计效果很好的诠释了红袖的品牌形象。

### 操作流程:



### 首页首屏制作效果 (红框品类导航是一个亮点)



### 首页二、三屏制作效果 (传递风格和主推热点商品)

商品内页制作效果

**Hopeshow [红袖]**

收藏本店

立即购买

加入购物车

宝贝详情	评价详情(8)	成交记录(67)	商品质量	掌柜推荐	商品服务
品牌: 红袖	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意
款式: 短袖	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意
颜色: 黑色	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意
尺码: S, M, L	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意
材质: 棉	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意
袖长: 短袖	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意
领型: 圆领	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意
裙长: 中裙	评价: 5.0分 (已有1人评论)	成交: 67笔	质量: 好评	推荐: 热销	服务: 满意

联系我们

- 浙江: 杭州, 宁波, 温州, 嘉兴, 湖州, 绍兴, 金华, 衢州, 舟山, 台州, 丽水
- 江苏: 南京, 苏州, 无锡, 常州, 南通, 扬州, 镇江, 泰州, 宿迁
- 广东: 广州, 深圳, 珠海, 佛山, 东莞, 惠州, 肇庆, 江门, 阳江, 茂名, 湛江, 茂名, 阳江, 茂名, 湛江
- 湖北: 武汉, 宜昌, 襄阳, 荆州, 孝感, 黄冈, 咸宁, 黄石, 鄂州, 黄冈, 咸宁, 黄石, 鄂州
- 湖南: 长沙, 株洲, 湘潭, 衡阳, 邵阳, 岳阳, 常德, 益阳, 郴州, 怀化, 娄底, 湘西
- 四川: 成都, 重庆, 绵阳, 南充, 达州, 广安, 遂宁, 内江, 乐山, 宜宾, 泸州, 资阳, 眉山, 雅安, 凉山
- 云南: 昆明, 曲靖, 玉溪, 普洱, 西双版纳, 红河, 文山, 大理, 楚雄, 昭通, 迪庆, 怒江, 保山, 德宏, 临沧, 普洱, 西双版纳, 红河, 文山, 大理, 楚雄, 昭通, 迪庆, 怒江, 保山, 德宏, 临沧
- 广西: 南宁, 柳州, 桂林, 梧州, 玉林, 百色, 河池, 贺州, 来宾, 崇左
- 福建: 福州, 厦门, 泉州, 漳州, 莆田, 龙岩, 宁德, 南平, 三明, 莆田, 龙岩, 宁德, 南平, 三明
- 江西: 南昌, 九江, 赣州, 吉安, 宜春, 上饶, 抚州, 景德镇, 鹰潭, 宜春, 上饶, 抚州, 景德镇, 鹰潭
- 安徽: 合肥, 芜湖, 蚌埠, 淮南, 淮北, 安庆, 铜陵, 宣城, 黄山, 六安, 亳州, 宿州, 阜阳, 蚌埠, 淮南, 淮北, 安庆, 铜陵, 宣城, 黄山, 六安, 亳州, 宿州, 阜阳
- 浙江: 杭州, 宁波, 温州, 嘉兴, 湖州, 绍兴, 金华, 衢州, 舟山, 台州, 丽水
- 江苏: 南京, 苏州, 无锡, 常州, 南通, 扬州, 镇江, 泰州, 宿迁
- 广东: 广州, 深圳, 珠海, 佛山, 东莞, 惠州, 肇庆, 江门, 阳江, 茂名, 湛江, 茂名, 阳江, 茂名, 湛江
- 湖北: 武汉, 宜昌, 襄阳, 荆州, 孝感, 黄冈, 咸宁, 黄石, 鄂州, 黄冈, 咸宁, 黄石, 鄂州
- 湖南: 长沙, 株洲, 湘潭, 衡阳, 邵阳, 岳阳, 常德, 益阳, 郴州, 怀化, 娄底, 湘西
- 四川: 成都, 重庆, 绵阳, 南充, 达州, 广安, 遂宁, 内江, 乐山, 宜宾, 泸州, 资阳, 眉山, 雅安, 凉山
- 云南: 昆明, 曲靖, 玉溪, 普洱, 西双版纳, 红河, 文山, 大理, 楚雄, 昭通, 迪庆, 怒江, 保山, 德宏, 临沧, 普洱, 西双版纳, 红河, 文山, 大理, 楚雄, 昭通, 迪庆, 怒江, 保山, 德宏, 临沧
- 广西: 南宁, 柳州, 桂林, 梧州, 玉林, 百色, 河池, 贺州, 来宾, 崇左
- 福建: 福州, 厦门, 泉州, 漳州, 莆田, 龙岩, 宁德, 南平, 三明, 莆田, 龙岩, 宁德, 南平, 三明
- 江西: 南昌, 九江, 赣州, 吉安, 宜春, 上饶, 抚州, 景德镇, 鹰潭, 宜春, 上饶, 抚州, 景德镇, 鹰潭
- 安徽: 合肥, 芜湖, 蚌埠, 淮南, 淮北, 安庆, 铜陵, 宣城, 黄山, 六安, 亳州, 宿州, 阜阳, 蚌埠, 淮南, 淮北, 安庆, 铜陵, 宣城, 黄山, 六安, 亳州, 宿州, 阜阳

- 在店铺装修外包合作，委托方店铺风格把握的决策人与服务方的设计师沟通十分关键，顺畅的沟通可避免后期大量的重复劳动和意见分歧。
- 委托方一旦选择了心仪的服务方进行了合作，需要充分给到服务方信任和授权，很多时候一些好的设计元素会因为委托方不专业的强制意见而最终被迫放弃。
- 文案内容的把握也十分关键，往往在装修设计过程中，文案设计的优劣也会影响到整体的设计制作效果。

#### 4、营销工具类服务案例

序号	委托方店铺名称	营销工具服务商公司名称
1	HZ 旗舰店	北京锦鸿伦信息技术有限公司（签到有礼）
2	Glamour girl 旗舰店	上海沃尔克软件（视觉营销_IS 装修大师）
3	范熙朵服饰旗舰店	沙易淘软件科技有限公司（淘助手）

##### 1) 签到有礼--HZ 旗舰店

##### 品牌简介：

HZ 旗舰店成立于 2010 年，是 HZ 花朝的品牌店铺。品牌主要从事针织衫的设计，生产及销售，始终坚持专业，

专注于女装毛衫品类，主要针对于 25-35 岁的优雅知性女性。自诞生伊始，就定位于中高端路线，旨在打造优良品质和考究设计相结合的气质毛衫品牌。同时，借助规模化生产的成本优势和低成本的网络营销平台，力求让顾客以最实惠的价格选购到最喜欢的 YY.

### 营销服务商简介：

北京锦鸿伦信息技术有限公司，专注于淘宝卖家营销业务，未来形成自后台管理到前台营销的一整套服务于淘宝买、卖家的产品链，为淘宝卖家提供一揽子的营销解决方案。2010 年 7 月发布首款旺铺前台营销类应用--签到有礼，目前累计订购卖家已达 13000 家，累计参加活动买家已达 800 万人，使用工具发放给买家的奖品已达 10 万件以上，总值已达 500 万元以上。

### 合作背景：

HZ 旗舰店在天猫经营 2 年多，一直纠结于一个问题，就是不搞打折促销就引不来流量，无法提高销售额！打折销售虽然引来流量，但这些买家基本是价格敏感型，只是针对打折产品购买，回头率很低，大大降低了店铺整体利润率。同时持续打折也不利于老顾客管理，到最后就是“你不打折我不购买”的恶性循环，卖家也很容易陷入打折怪圈。

北京锦鸿伦提供的“签到有礼”的定制版“签到几次打几折”，运营逻辑是：卖家设置指定宝贝的数量及折扣率（目前规则是最低不高于3折），买家每签到一次（每天只能一次），相应宝贝就减一折，当指定数量的宝贝销售完后，此次活动结束。

活动可以通过趣味营销方式，养成用户查看店铺或者收藏宝贝的习惯，不仅能够带来每天的流量，用户比较精准，而且卖家可以和消费者互动，将店铺收藏人气高的商品设置对应的签到活动，增加用户粘性。

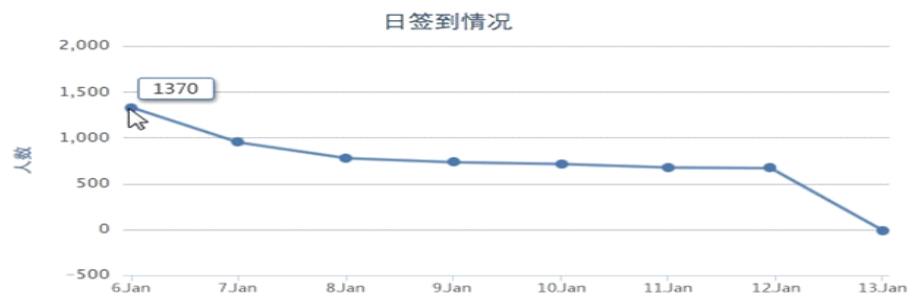
HZ 旗舰店通过使用该签到有礼解决了自己陷入频繁打折的恶性折扣营销怪圈。

店铺营销困境解决过程：

关键环节	关键合作要点
<p>活动设置</p>	<p>1、HZ 旗舰店某次活动期间提供了店铺中的 30 件产品，用于“签到几次打几折”活动。</p> <p>2、活动期间店铺签到版块设计</p>

活动过程

1、要低折扣或者免费拿到产品，需要每天持续签到。通过持续的签到来过滤和筛选精准目标用户，以下是活动期间店铺签到人数变化：



“筛选”是非常明显的，可以看出，第一次签到的是 1370 人，第二次签到就只有 932 人了，有大约 30 %的买家被过滤掉，过滤之后余下的是店铺的精准用户！

2、 签到后改价，买家参与感强：买家每签完一次到，马上出现一个折扣后价格，买家可以选择马上买或不买！参与定价，对买家来讲是个全新体验！

3、 限制宝贝数量，产生“哄抢”宝贝效应：限制参加活动宝贝的数量，售完活动停止。买家每签到一次，就会降低一次价格，宝贝数量也可能减少，当价格达到心仪价位，买家就会面临一次抉择：买下还是继续签到？但买家并不能预测参加活动的其他买家行为。“哄抢”便在这种心理作用下产生。

这次活动，宝贝在 5 折时开始被购买，3 折时售光！

签到详情 返回

全部 签到中 已失败 已获奖

买家昵称	已签到次数	当前签到状态	开始签到时间	最后签到时间
d 4	7	已获奖	2012-01-06	2012-01-12
水 泳	7	已获奖	2012-01-06	2012-01-12
落 Y	7	已获奖	2012-01-06	2012-01-12
h 英	7	已获奖	2012-01-06	2012-01-12
t 7	6	已获奖	2012-01-06	2012-01-11
鱼 了	6	已获奖	2012-01-06	2012-01-11
l y	6	已获奖	2012-01-06	2012-01-11
1 l	5	已获奖	2012-01-06	2012-01-10

4、 活动数据：拿活动前后两周数据做个比较，不难看出，活动对于店铺老顾客增加有很大提升！

以下是活动前后通过收藏或者我是买家等路径直接进入的流量对比，前者是活动前，后者是活动后两周。回头客直接访问占比提升了8%左右。

直接访问	合计	11,229	11.14%
直接访问	合计	19121	18.97%

设置技巧

- 商品数量控制：签到几次减几折，意味着签到10次就可以免费领取！参与活动产品数量根据卖家成本及店铺日均流量控制。
- 产品选择技巧：选择店铺热卖或者买家收藏人气高的产品！

- |  |  |
|--|--|
|  | <p>3、 其他相关营销：除用于签到的折扣产品外，另外店铺整体可针对此产品进行关联搭配活动，给予未抢到折扣产品的买家“安慰营销”，避免已进入的买家流失，提高转化率，同时对客单价的提升也有帮助。</p> |
|--|--|

## 2) 视觉营销\_IS 装修大师— Glamour girl 旗舰店

### 委托方背景：

Glamour girl 旗舰店，成立于 2011 年，是东莞左曼服饰的品牌旗舰店，专注于 18-30 岁的时尚女装。店铺自成立以来秉承提供最优质服务，让每一位客户享受在店购物过程。凭借自身过硬的产品质量和良好的服务态度，赢得了不少客户的信赖。

### 服务方背景：

上海沃尔克，成立于 2011 年 1 月，成员年轻化的设计团队，专职于淘宝卖家服务，主要经营范围是淘宝店铺装修，运营策划等。

## 合作背景:

glamour girl 旗舰店，定位于 18-30 岁的年轻女性。在一年的经营中发现这批新时代年轻女性，很多都在上班 8 小时期间逛淘宝，甚至将此作为每天的必修课。这些美女达人们逛淘宝不光是为了满足购物需求，更多的是消遣并打发无聊时间，满足网上逛街 shopping 的充实感觉。她们中有一部分是价格敏感型买家，喜欢强烈刺激的促销打折活动，喜欢点击华丽丽的服装美图，喜欢穿梭于一个个网页，在变换中寻求新奇、好玩、酷炫、有趣的东西。

因此，店铺的视觉展示成了能否吸引这批女性的制胜法宝。而 glamour girl 旗舰店本身恰恰对于美工并不擅长，这也成了制约其店铺发展的瓶颈。视觉营销\_IS 装修大师，提供海报+宝贝个性展示+细节展示+宝贝推荐等整套视觉展示模版，为新入驻卖家还没有实力去专门请专职美工的卖家解决视觉展示困难问题。

## 店铺营销工具应用过程:

关键环节	关键合作要点
使用过程	1、 视觉营销_IS 装修大师提供了视觉营销自动设计平台，针对服饰有对应的海报和模版。模版由专门设计师设计，海报中的商品可以替换成卖家自己的商品或者人物。海报可以发布到店铺首页或者商品细节描述。以下是自助设计平台！



工具里的海报模版：



店铺展示效果

1. 店铺海报：描述页的海报，不只是好看，主要起到关联作用，通过海报将突出店铺主题或爆款关联。用户在描述页中通过优美的海报，统揽店铺最受欢迎的产品。

新品 秋冬新款上市

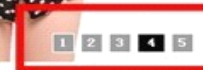
NEW

2012 AUTUMN NEW POSTURE

2月29日新品上架

越早买 越便宜

95折体验 RMB:69




2. 宝贝描述下面是：个性展示！个性展示要的是突出品牌感！



3. 最后是服装尺寸细节展示：除了图片，还有相应的文字描述，拍板布局简洁清晰。

商品信息



**MATERIAL & CRAFTS**  
(2019.11.13.20:00)

- Fabric / 面料: 弹力棉
- Lining / 里料: 100%涤纶纤维
- Fur / 毛料: 兔毛
- FIB / 填充: 无
- Craft / 工艺: 假两件合体
- Product Packaging / 包装附件: 主袋, 吊牌, 尺码, 售后, 透明包装
- Skewtype / 版型: 宽松, 收口修身
- Washing Method / 洗涤方法: 建议手洗

**厚度指数**  
超薄 偏薄 适中 300P

**柔软指数**  
柔软 适中 偏硬 超硬

**修身指数**  
超修身 修身 适中 宽松

**长度指数**  
超短 超短 常规 中长

尺寸	裤长	臀围	胸围	腰围	脚口	前浪	后档
S	93	60-70	76-84	46-52	24	22	28
M	94	64-74	80-88	50-56	25	23	29
L	95	68-80	84-92	54-60	26	24	30
XL	96	72-84	88-96	58-64	27	25	31
XXL	97	76-88	92-100	62-68	28	26	32

备注: 宝贝为平铺手工测量, 因个人测量方法不同可能会有一定的误差, 误差范围在2-3cm以内!

4. 使用视觉模版后, 此单品 30 天内销售 351 件!

50% 限时折扣 **¥49**

裤腰设计: 松紧腰穿脱更方便, 外倒布料柔软版型更加美观!

提臀设计: 臀部的自然褶皱使臀部看起来更加挺拔, 让女性的曲线更加完美!



价格: **¥49.00**

至上海: 快递: 10.00元 EMS: 15.00元 平邮: 22.00元

**月销量: 351件**

评价: ★★★★★ 4.6分 (已有229人评论)

送积分: 单件送 24 天猫积分

付款方式: 信用卡 (支持分期)

尺寸:  S (60-74)  M (64-74)  L (68-78)  XL (72-82)

颜色分类:

数量:  件 (库存117件)

**立即购买** 加入购物车

营销技巧	<ol style="list-style-type: none"><li>4、 商品选择：选择店铺中宝贝页流量高的产品或者买家收藏人数高的产品，这些可能被打造成爆款。也可以通过一些数据工具查看最近搜索量高的产品或时下热门的宝贝。</li><li>5、 图片设置：描述页海报中选择清晰主题明确的图片，主题明确突出，页面简洁明晰，不要掺杂与宝贝无关的元素。</li><li>6、 产品描述：对产品细节突出，比如对衣服的某细节放大实拍，添加功能及材质详细介绍，有必要时立体拆解，标注描述。</li><li>7、 其他相关营销：除注重产品本身展示之外，适当采用满送、满减等店铺级优惠，在买家认可时再主动给予折扣优惠，减少订单流失，提高转化率。</li></ol>
------	--

### 3) 淘助手--范熙朵服饰旗舰店

#### 委托方背景：

范熙朵服饰，成立于 2010 年，品牌定位职业女装以及大码女装的设计、生产、销售，定位于 25-45 岁优雅知性女性。

## 服务方背景：

长沙易淘软件科技有限公司，成立 2011 年 6 月。专注提供店铺综合型营销工具，其产品淘助手上线半年多来，累计使用卖家超过 6 万。

## 合作背景：

范熙朵服饰，在经历了 2009 年的集市店运营之后，2010 年底正式注册公司，完成天猫店转型。转型之后，虽然一直使用一些促销工具，但未找到自己得心应手的。在面对大型活动或者致力于打造店铺爆款需要全店推荐时，显得力不从心。一直面对店铺转化率低的困扰。

长沙易淘的综合营销工具-淘助手，提供团购批量推荐、打折减价促销优惠、关联营销、同类推荐、促销美图加水印、特定会员组优惠、促销海报、店铺公告、买家口碑推荐、批量修改标题提高搜索排名、上传自定义横幅海报等几十种功能。对于全店商品推广及宝贝营销可以提供比较全面的功能。范熙朵服饰，在使用淘助手后，解决了从宝贝推广到转化率的一揽子问题。

店铺营销工具应用过程：

关键环节	关键合作要点
<p>使用过程</p>	<p>2、 推广采用动态推广和静态推广结合的混合模式：动态推广更新频率 1 次/天，淘宝网上越接近结束时间的宝贝排名越靠前，高更新频率，使得产品曝光率大大增加。（店铺首页展示如下）</p>  <p>2. 结合团购推荐功能，在宝贝详情页面添加精美的团购模块，提高了进店浏览宝贝买家的购买欲望，效果显著。</p>



数据效果

5. 智能推广和团购推荐双剑合璧，流量增加，立竿见影。



6. 同样，支付宝成交金额，也是效果的最好代言！



营销技巧

- 8、 先预热，再优惠：通过动态和静态推广增加流量之后，再结合限时优惠给预备做活动的宝贝设置让买家有时间紧迫感的诱人折扣价格,同时给宝贝主图打上颇具吸引力的折扣水印，双管齐下。
- 9、 功能充分结合：可以根据每次活动主题、内容及大小，合理搭配利用淘助手七个工具，以期达到尽可能满意活动效果。

#### 四、天猫女装行业电商分包服务展望

纵观整个天猫第三方服务市场，近几年越来越多的线下女装品牌陆续入驻天猫，电商分包服务需求激增，一些优秀的服务商也随之成长起来，并开始塑造自己的服务品牌。从线下女装品牌入驻天猫的全生命周期来看，几乎每个商家在不同阶段都会存在电商分包服务需求和应用经历，精细化的服务分工已是明确的发展趋势。对于电商分包服务来说，无论是帮助提升店铺流量还是提升销售转化的服务，归根结底还是看是否最终帮助到委托方的业绩提升和效能改善。在日趋激烈的行业竞争之下，电商分包服务需要有更具全局化的视角去了解客户需求，提供有针对性的解决方案，同样也对我们的电商分包服务商提出了更高的要求。

随着天猫第三方服务市场的不断发展和规范，我们完全有理由相信在不久的将来会有越来越多女装行业的电商神话出现，合作共赢，我们拭目以待。