

开网店上

傻瓜手册

年轻人创业的第一选择!

经营方向、平台选择、网店装饰、进货知识、交易安全、售后服务、
跨国买卖、相关软件应用……

一册在手，开店无忧

·王平辉 编著

WANGSHANGKAIDIAN
SHAGUASHOUCE

开网店上

傻瓜手册

年轻人创业的第一选择!

经营方向、平台选择、网店装饰、进货知识、交易安全、售后服务、跨国买卖、相关软件应用……

一册在手，开店无忧

——王平辉 编著

WANGSHANGKAIDIAN
SHAGUASHOUCE

图书在版编目(CIP)数据

网上开店傻瓜手册/王平辉编著. —北京:中国时代经济出版社,2008.6
ISBN 978-7-80221-647-1

I. 网… II. 王 III. 电子商务—手册 IV. F713.36-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 063683 号

网上开店傻瓜手册

王平辉
编著

出 版 者	中国时代经济出版社
地 址	北京市西城区车公庄大街 乙5号鸿儒大厦B座
邮政编码	100044
电 话	(010)68320825(发行部) (010)88361317(邮购)
传 真	(010)68320634
发 行	各地新华书店
印 刷	北京鑫海达印刷有限公司
开 本	787×1092 1/16
版 次	2008年6月第1版
印 次	2008年6月第1次印刷
印 张	13.75
字 数	221千字
印 数	1~5000册
定 价	28.00元
书 号	ISBN 978-7-80221-647-1

版权所有 侵权必究

目录

第一章 网上开店的概念及前景 1

概念篇 1

1.01 互联网商机与现状分析 1

1.02 网上开店有哪些方式 6

1.03 哪些人适合网上开店 7

1.04 网店卖家必备素质及条件 9

1.05 网店卖家九大忌讳 10

1.06 网店卖家九大诀窍 10

准备篇 11

1.07 网上开店卖什么 11

1.08 到哪里寻找货源 13

1.09 如何为网上店铺起名 15

1.10 如何对商品进行描述 17

1.11 如何更好地利用橱窗 19

1.12 如何更好地利用签名档 22

野望篇	23
1.13 如何推广网上商店	23
1.14 网上商品定价有哪些技巧	24
1.15 网上店铺如何促销	25
1.16 如何面对买家的非好评	27
1.17 如何扩大网上店铺的规模	30

实战篇	33
1.18 选择网上店铺平台的标准	33
1.19 拍卖性质平台的特点	34
1.20 网上商城性质平台的特点	37
1.21 常见的网上开店平台全攻略	37

第二章 网上开店进货

49

2.01 网店进货渠道利弊分析	49
2.02 如何通过网络找货源	52
2.03 如何防备货源骗子	53
2.04 怎样尽快由外行变成内行	55
2.05 开店与批发商打交道注意事项	57
2.06 网上外贸服装正品实情	58
2.07 网上常出现的进货和销售时含税与否的问题	59
2.08 国内各省主要服装交易市场	60
2.09 如何有效联系美国进口商	61

第三章 网上开店资源整合及大客户管理

64

3.01 卖家商品描述中常用代码集合	64
3.02 网上开店卖家使用防刷新计数器	67
3.03 使用 FlashFXP 登录 FTP 服务器	68

3.04 轻松水印工具	72
3.05 PhotoMark 水印工具	77
3.06 装修店铺必用资源	83
3.07 AudioEdit Deluxe——编辑压缩上传店铺广播	85
3.08 免费电话、短消息	90

第四章 网上开店技巧

4.01 怎样建立互动型客户关系	92
4.02 做销售的 100 个绝招	96
4.03 如何降服精明客户	102
4.04 促成订单的八种技巧	105
4.05 如何建立客户忠诚度	106
4.06 白领店主经营秘籍：借鸡生蛋发大财！	108
4.07 企业店主如何利用网络营销吸引顾客	109
4.08 四个网络店主的生意经	114
4.09 网络交易防骗条例	118
4.10 破解网上贸易七大骗术	120
4.11 建立网上诚信必须注意的几个要素	121
4.12 没订单的四大原因	123
4.13 搞定买家有五招	125
4.14 外贸新手如何去寻找客户	127
4.15 防范信用证诈骗的方法	128
4.16 如何正确看待及处理网络买家的查询	134
4.17 客户投诉的处理方法	135
4.18 如何接近顾客的潜意识	139
4.19 如何维持良好的客户关系	141
4.20 大客户管理法则	143
4.21 改变顾客的态度	145

- 4.22 离不开的现实江湖经营法则 147
- 4.23 网上商城降价的底线在哪里 149

第五章 从渺小到壮大——突进海外篇 152

- 5.01 外贸之入门功夫 152
- 5.02 几个必须知道的商务术语 153
- 5.03 如何寻找外贸客户谈生意 158
- 5.04 Ebay 外贸所需要的基本准备知识 162
- 5.05 建立 Ebay 店铺 165
- 5.06 上传商品方法数量与商品描述 166
- 5.07 商品标题命名 169
- 5.08 如何使用 paypal 接收外币付款, 外币收款 170
- 5.09 外贸收款和物流 171
- 5.10 账户 ID 被冻结 172
- 5.11 防止 paypal 账户冻结与解冻 paypal 账户 174
- 5.12 网上外贸如何让客户给你下单 176
- 5.13 外贸英文信函写作技巧 177
- 5.14 如何处理客户寄样要求 180
- 5.15 网上外贸常见的违规案例 186
- 5.16 网上卖家跨国国际邮寄物品规则 187
- 5.17 世界各地外贸交易风俗习惯大揭秘 193
- 5.18 中国 paypal 账户 Ebay 销售常见问题集 195
- 附件一: 国内大城市普通包裹资费表 (北京收寄) 208
- 附件二: 国内邮件资费 211
- 附件三: 国内快递公司网站查询一览表 213

第一章

网上开店的概念及前景

概念篇

1.01 互联网商机与现状分析

集声音、影像和文字于一身的互联网，因其即时性和互动性，将成为未来最有力的媒体之一，它的蓬勃发展不但衍生出许多新兴的行业，也将给传统行业带来巨大的商机。

网上购物——这个逐渐流行于 21 世纪的购物方式已经为越来越多的人所接受，全新的购物体验和便捷的消费模式正在越来越大的范围内或取代或扩展传统购物方式，成为越来越多的时尚阶层的不二选择。

一、网上购物的概念

究竟什么是网上购物呢？

简单来说，网上购物就是把传统的商店直接“搬”回家，利用 Internet 直接购买自己需要的商品或者享受自己需要的服务。专业地讲，它是交易双方从洽谈、签约以及贷款的支付、交货通知等整个交易过程通过 Internet、web 和购物界面技术化的 B to C 模式一并完成的一种新型购物方式，是电子商务的一个重要组成部分。因此，有人将此视为一个面向全国乃至全世界的大而统的虚拟商场。但在我看来，这个电子商场并非虚拟，因为购物的每一个步

骤甚至每一个细节都很真实,与传统购物模式的唯一区别仅在于少了言语交流而有了更多的填单与确认过程。一般来说网上物品的经营大致可分为两种形态:一种是电子商店,即提供网上购物或网上服务的营业者,通过自己的网站,直接对网络使用者出售商品或者提供服务;另一种是电子商场,它是由许多提供不同商品或者服务的营业者集中在一个网站中,使用者可以在同一个网站购买不同公司所提供的商品或者服务。也就是说,在前一种情况下网站经营者同时又是商店经营者,而后一种情况中网站经营者扮演的角色更像是商店经营者与消费者的中介。

网上购物在当今发达资本主义国家已经显示出较强的发展势头,它在推动国家经济增长方面已经成为一支崭新的力量。最近一份针对美国网上购物者的调查指出,在2007年,美国的在线购物销售额达到1550亿美元。经过近两年的发展,我国网上购物也逐渐进入快速发展阶段,iResearch预测,未来几年我国网上支付用户规模将继续扩大,2010年该规模将达到15300万,规模将达到680亿元。

CNNIC在其发布的《中国互联网络热点调查报告》中显示:在我国有17.9%的网民在半年内有过网络购物经历,在浏览过购物网站的网民中,有29.6%的人在半年内有过网络购物经历,有过网络购物经历的被访者中有超过90%的人今后会继续进行网络购物;有63.7%没有购物经历的网民表示今后会尝试网络购物。这些数据表明我国网上购物市场有巨大的潜力。

那么,网上购物的优势在哪里呢?

首先,对于消费者来说:

第一,可以不出家门“逛商店”,订货不受时间的限制;

第二,获得较大量的商品信息,可以买到当地没有的商品;

第三,网上支付较传统拿现金支付更加安全,可避免现金丢失或遭到抢劫;

第四,从订货、买货到货物上门无须亲临现场,既省时又省力;

第五,由于网上商品省去租店面、招雇员及储存保管等一系列费用,总的来说其价格较一般商场的同类商品更便宜。

其次,对于商家来说,由于网上销售没有库存压力、经营成本低、经营规模不受场地限制等,在将来会有更多的企业选择网上销售,通过互联网对市场信息的及时反馈适时调整经营战略,以此提高企业的经济效益和参与国际竞争的能力。

再次,从整个市场经济来说,这种新型的购物模式可在更大的范围内、

更多的层面上以更高的效率实现资源配置。

综上所述可以看出,网上购物突破了传统商务的障碍,无论对消费者、企业还是市场都有着巨大的吸引力和影响力,在新经济时期无疑是达到“多赢”效果的理想模式。

二、我国现阶段网上购物存在的八大问题

我们在看到网上购物优点的同时更要认清它在现阶段存在的问题,以便尽早地找到解决方案以促进网上购物的良性发展。可以说,现阶段我国消费者对网上购物状况的评价是“痛并快乐着”,而这其中痛的指数要高于快乐的指数。

曾在《经济与法》栏目中报道过一个有关网上购物的案子,讲述了某男几次网上购物的经历,结果是多数时候都不满意,比如一次他买到的光盘与宣传不符,而且还是质量很差的盗版碟。又有一次他花了一元钱淘到的书居然没有标价,而且书上清楚地印着“赠品”两字,他深感受骗,认为即使出得价钱再便宜如果商家拿别的商品的赠品即非卖品滥竽充数的话显然是侵犯了消费者的权利。一怒之下,他将网站经营者告上了法庭。

像上面这种通过网上购物令自己权益受到侵害的例子还有很多,这表明现在网上购物的消费者其利益并没有得到切实充分的保护。作为弱者一方,消费者目前面临的主要问题有以下几方面:

(一) 交易对象认定的模糊性。明确交易对象对于消费者来说是非常重要的事情,这关系到法律责任的承担问题。为此《消费者权益保护法》第二十条规定:“经营者应当标明其真实名称和标记。租赁他人柜台或者场地的经营者,应当标明其真实名称和标记。”在传统购物环境下交易对象非常明确,商店里挂的营业执照就表明了经营者的身份。一旦出了问题可以直接到原购物地点追讨责任。但是在网络环境下,消费者只有通过经营者网站中提供的信息了解对方,但是至于信息是否真实、对方到底是谁根本不清楚。

(二) 知情权难以保证。知情权是消费者享有的一项基本权利也是一项重要权利。《消费者法》第八条明确规定:“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服务的内容、规格、费用等有关情况。”然而上网购物时,消费者获取信息的范围是有限的,它并不像传统购物时能看到、摸到真实立体的

商品，并向售货员详细打听有关商品的基本情况。此时的消费者只能从网上提供的内容中获取有关商品的部分信息，看到的充其量也就是一张或几张关于商品的平面照片。因此，网上购物的消费者一般对商品信息的了解都是缺失的。

（三）格式合同的制约。《消费者法》第二十四条规定：“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。”由于网上购物的特殊性，格式合同不可避免地成了消费者和经营者达成合意的必要环节。现在的问题是经营者往往利用特权制定一些又长又复杂甚至危害消费者权利的条款，有时为逃避责任还会使用一些模棱两可的语言，一旦出了问题会以此为自己辩解。消费者有时为了图省事不会仔细阅读每一条款，有时就算读了也很有可能领会不到其中的微妙之处，有时即便发现有什么可疑的地方但为了及时买到所需商品也无所顾忌，因此，有时一个“我同意”的点击会给消费者带来了购物后一系列的麻烦。

（四）交货延迟。付款后不能按期收到货物的事屡见不鲜，有时付款后收不到货物的情况也会出现。

（五）退货困难。《消费者法》第二十三条规定：“经营者提供商品或者服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，应当按照国家规定或者约定履行，不得无故拖延或者无理拒绝。”可是网上购得的货物想要退掉并不是件容易的事，经营者往往找种种理由拒绝退货。有时甚至直接在格式合同中明文规定某些商品不得退货。对于在退货范围内的商品，通过经营者的规定看也根本无法退换。

（六）网上欺诈与虚假广告。互联网技术使得某些商家可通过匿名的方式躲避调查，利用监管难度大、隐蔽性强、传播快的特点大行虚假广告和欺诈之道，它们往往打着“跳楼价”、“超值大奖等你拿”之类的旗号吸引消费者的眼球，借机侵犯消费者的权益而为自己牟利。

（七）无人问津的售后服务。许多网民表示，网上购物的售后服务较差，有时商品出了问题经营者能推则推，就算有售后服务也只是表面应付一下，许多问题根本得不到实质解决。

（八）处于危机中的隐私权。这个问题是现在大家广泛关注的问题，也是挑战网络安全的主要大敌。从事市场信息业务的美国 TNS 和隐私保护团体 TRUSTe 日前指出，由于担心个人信息被盗和泄露隐私，可能有多达 58% 的美国消费者在假期旺季减少在网上购物，这一比率明显高于去年的 49%。我国

民法通则中并没有对隐私权的规定，其他法律中亦不涉及，但不可否认，现阶段广大网民的隐私权正处于危机之中。还以本文中的网上购物为例，一些商家为了扩大销售额，不惜将以前消费者的信息建立数据库，根据其经济状况、上网习惯等不停轰炸消费者的邮箱以推销自己的产品；更有甚者，为了眼前的经济利益将消费者的信息卖给他人。此外，消费者的信用卡账号、密码被篡改、被盗也是常有的事。所有这些问题如果不能及时有效地解决，肯定会制约未来网上购物的进一步发展。

三、国外先进立法经验的借鉴以及对我国网上购物消费者合法权益的保护提出几点建议

从上述内容我们看到网上购物在现在来说确实还是一把“双刃剑”，我们如何做到趋利避害呢？这需要多方面的共同努力。比如消费者自身要有一定的警惕意识，购物时应选择那些知名网站，购物前应该仔细阅读购物条款，对购物凭证应妥善保管等；商家应本着对消费者负责的原则，努力提高自己的诚信指数；政府则可以借鉴传统消费市场消费者权益的保护经验，对网上购物实行统一监管；整个国际社会应该通力合作，及时制定各种双边协议、国际公约等手段，为国内消费者权益的保护提供更多的国际支持。

在这里，有必要借鉴一下国外在电子商务立法尤其是网上消费者权益保护方面的优秀立法经验：

1. 欧盟

有关的主要法律文件有：《电子商务指令》、《电子签名指令》、《远程销售令示》和《数据保护指令》等法律。其中涉及电子商务中消费者保护的内容包括：消费者在自己家中购买商品服务会获得许多益处：较多的选择，购买之前容易得到详尽信息，购买价格可能较低。要增强信任，也可以通过增加交易透明度（如明确供应商的身份、来历和债务等），最低限度地要求消费者个人数据，明确所提供的信息的合法状态来达到。

《远程销售指令》试图通过为消费者提供保障来促进电子商务，保障消费者在远程销售合同中得到本国消费者保护制度的保护。远程销售合同是指供需双方通过远距离通信技术进行商品和服务交易所缔结的合同。在远程销售合同中，消费者需要得到特别的保护，因为消费者的个人隐私会受到带进攻性的市场技术的侵犯，也会受到供方给消费者的不足和不适当的信息的侵犯，以及要面对用信用卡支付时可能带来的欺诈和错误风险。

2. 美国

美国电子商务活动在充分的法律保护规范下得到了快速健康的发展。从1996年以来,美国联邦贸易委员会提出了互联网经营者自我管理的思路,以保护从互联网业务中收集的个人信息隐私权。2000年,美国联邦贸易委员会宣布将在本国制定全面保护数据的法律。

3. 德国

德国于1997年6月13日通过了《信息与通讯服务法案》。在电信服务资料保护方面,虽然该法同意服务提供人可以提供电信服务目的而收集、处理或使用个人资料,但要求应先将其收集、处理或使用的方式范围、地点与目的告之服务使用人。若要作其他使用,则必须符合法律的规定,或经服务使用人的同意。同时,该法也赋予服务使用人撤销其同意的权利。在达成必要的目的后,所收集的资料即应删除,若传输与服务使用人有关资料与其他服务提供人时,也应告知服务使用人。

1.02 网上开店有哪些方式

目前,网上开店主要有三种方式:

在专业的大型网站上注册会员,开设个人的网店。像易趣、淘宝、易购、一拍等许多大型专业网站都向个人提供网上开店服务,你只需支付少量的相应费用(网店租金、商品登录费、网上广告费、商品交易费等),就可以拥有个人的网店,进行网上销售。这种方式的网上开店相当于网下去一些大的商场里租用一个店铺或柜台,借助大商场的影晌与人气做生意,我们目前所看到的网上开店基本都是采用这种方式。

自立门户型的网上开店。经营者自己亲自动手或者委托他人进行网店的设计,网店的经营与大型的购物类网站没有关系,完全依靠经营者个人的宣传吸引浏览者。自立门户型的网店的建设方式有两种:一是完全根据商品销售的需要进行个性化设计,需要进行注册域名、租用空间、网页设计、程序开发等一系列工作,个性化较好,费用较高;二是向一些网络公司购买自助式网站模块,操作简单,费用较低,但是缺乏个性化。自立门户型的网店建设费用较高,同时还需要投入足够的时间与金钱进行网站宣传,优点是网店内容不需要像第一种类型的那样受到固定格式的限制,也不必缴纳诸如商品交易费之类的费用。这一类网店相当路边的小店,如何吸引浏览者进入自己

的网店，完全依靠经营者自己的推广。

前两种方式的结合，既在大型网站上开设网店，又有独立的商品销售网站。这种方式将前两者的优点集合，不足之处是投入会相对较高。许多网下的商店经营者认识到网络的作用，开始通过网上销售商品，而一些网上开店取得不错收益的经营者也会考虑在网下开一个实体店，两者相结合，销售效果相当不错。

1.03 哪些人适合网上开店

网上开店，真正时尚前卫的工作，很多朋友问我：“我能不能网上开店呢！我究竟适不适合网上开店呢！”事实上并不是每个人都适合网上开店，至于把网上商店当成自己的第一职业，更加需要根据具体情况而定。

下面我们就对不同的职业特色和个人角色做简单剖析。

1. 企业管理者

网上销售、网上开店是中小型企业的一种必然选择，过去，那些名不见经传的中小企业，要想把产品送进大百货店的大门简直比登天还难，可如今网络店铺给他们提供了一个广阔的空间，解开了中小企业产品“销售难”的死结。不受地理位置、经营规模、项目等因素制约，只要上网就能资源共享，中小企业在网络店铺上与知名大品牌实现了平等竞争，而且还可以开展以前想都不敢想的全球经营。

2. 大学生

大学生平时的学习生活比较清闲，对网络的应用得心应手，上网开店唾手可得，很多成功的网上商店店主就是正在就读的大学生，他们中的很多人淘到了人生中的第一桶金。

3. 创业者

初次创业者往往资金不够充裕，业务不够宽广，知名度尚低，客户资源积累不够，开个网络店铺可以让网民通过搜索引擎更好地了解自己的业务，从而实现打造高度知名度的第一步。

4. 具有产品货源的小商户

拥有货源的小商户可以通过网上商店进行更好地销售推广，一次投资，专业推广，马上就可以得到立竿见影的效果。网上开店的一个必要因素就是

货源，有货源的小商户网上开店是一种很有眼光的选择！

5. 整天活动在网上的人

网上开店并不需要整天活动在网，作为网上店主，也许每天只需要 1 个小时就完全可以照顾好自已的商店，但是假如你是一个绝对的网虫，那也是一种绝对的资源，有时间又勤奋，就一定有收获！经常活动在网，可以找到更多的网上客户资源，可以在客户服务上尽可能地做到尽善尽美！经常活动在网，可以学习到更先进的技术，可以把自己的网上商店调理得很好！经常活动在网，花费时间来照顾推广自己的网店是很轻而易举的事情。

6. 自由职业者

不少自由职业者喜欢上网冲浪，他们开设网络店铺并不在意自己的东西能卖多少钱，而是希望那些平时逛街所觅来的东西同样会有人欣赏和喜爱，其目的是通过开店来充实生活，寻找一些志趣相投的朋友。因此这类人投资风险较小，还可以以此为契机，拓宽社会圈子，为今后的发展作铺垫。

7. 整天忙碌的企业白领

我整天忙碌，月薪不菲！我适合开店吗？答案是肯定的，因为白天工作是接触网络的，紧张而又有节奏！开一家自己的网上小店，是一件非常有品味的事情。店子虽小，但是意义却不同。在这里可以体会到自己做老板的感觉，在这里可以结识更多的朋友，并且本身就是客户不断电话不停的白领们，多一个电话又有何妨？恰好是生活的一种乐趣，回到家中，和自己的爱人一起在网上上传自己买回来的新产品，是一种多么惬意的事情！比起整天的应酬派对，觉得照顾自己的小店会更有意义，那也是一种寄托，也是一份事业！

8. 生活在大都市的人们

北京，上海，深圳……生活在大都市的人们，那就是一种资源，在这些快节奏的城市，遍地都是机遇，只要去努力就一定成功。即使不懂网络，因为生活在这里，这里的人们已经肯定了网上购物的这种消费方式，这里的人们有网上购物的消费需求！这里就是市场，这里就是创业的地方！

9. 把网络作为自己未来理想的人们

网上购物必将成为未来 10 年的一个发展方向，如果你很喜欢网络，希望未来的日子不再奔波，过着属于自己的 IT 白领生活，网上开店是不错的选择。只要做得早，就一定能够成为行业的领跑者！

1.04 网店卖家必备素质及条件

网上开店拥有众多优势：启动资金低，投入少，交易快捷方便。网上开店的天然优势迅速吸引了创业者的眼光，越来越多的人开始上网开店出售物品，加入到“网上创业者”这一群体中。但是，网上创业绝不是简单地上传几张物品照片，就可以干等买家“上钩”。其中也需要做大量的工作，包括前期准备、货源、宣传等，甚至是很简单地上传照片都有很多讲究。

(1) 根据特点选择网站

目前，网上创业应用最普遍的依然是通过大型网站注册会员进行售卖的方式：创业者通过注册成为某大型网站注册会员，然后依靠其网站设立店铺，期间创业者需要支付某些费用。这种形式就好比在某个大型的商场里租个店面或者柜台进行销售，需要依赖该商场的影响力。因此，选择符合销售物品特点的大型网站对于创业者的创业之路至关重要。

(2) 注册认证缺一不可

虽然各个提供开店服务的网站都有自己的一整套程序申请开店，但是“百变不离其宗”。申请开店基本上需要“三步走”：

第一步注册：进入某网站，注册为其会员。

第二步认证：成为会员之后并不能在网站上销售，而需要另外一个程序——认证。

第三步销售：成为认证会员后，创业者就可以上传照片进行物品的销售。

在注册的时候必须要提供本人的完整个人信息。比如缺少电话信息，致使买家联系不到；缺少邮箱信息，可能甚至连注册都难以完成。注册信息的真实性是尤其注意的问题，因为网上交易最讲究诚信，一个连个人信息都虚假的卖家是无论如何也不可能赢得买家的信任的。所以创业者一定要提供个人真实的信息，避免不必要的交易纠纷和麻烦。

(3) 数码产品样样齐全

除了“苦力”之外，任何工作或者创业都需要最基本的装备，就像每个武士都需要配备一把刀或者剑，否则何来“武士”的称谓？网上创业也需要一些最起码的“刀剑”，用来建立网上店铺和平常的维护工作。

可以上网的电脑：最基本的两样装备之一。网上创业顾名思义就是使用电脑通过网络在互联网上进行产品的销售，从而产生利润。当然，电脑成为必备工具，可以说是网上创业者的“吃饭工具”。

数码相机：最基本的两样装备之一。货物在上网上的“货架”之前，一

般都需要对其进行拍照并上传照片到店铺上。照片使买家更加有了直观的感受和了解,也使物品更受关注。据介绍,没有照片的货物很难“出货”,一是因为很难引起买家的注意,二是因为买家怀疑该物品存在。

电话:跟买家联系的最直接的工具。网上的联系可能因为你离开电脑从而无法及时联络,而可以随身携带的手机,使创业者无论走到哪,都可以及时得到买家的反馈。

扫描仪:某些货物可能已经有现成的图片,而且制作精良,就可以使用扫描仪把某些图片扫描进入电脑,及时上传货物的照片。

即时通讯工具:笔者接触的网上创业者,基本上一天超过12个小时开通即时通讯工具。据资深网上创业者介绍,他们需要开通即时通讯工具随时和买家保持联络。有时候,也是和进货渠道保持联络的一种方式。

1.05 网店卖家九大忌讳

1. 忌商品描述与实际不符,宜实话实说。
2. 忌买家咨询不回复,宜2~4小时之内回复,解疑答惑。
3. 忌在发货之后不及时联系买家,宜在发货后第一时间E-mail联系或电话联系,需要迟些发货的话应通知买家,第一印象也是今后合作的基础。
4. 忌填写虚假的城市、姓名,因为邮寄时就会真相大白,会给人如鲠在喉的不快感。
5. 忌在价钱上分分计较,但对多出来的购物款却要锱铢必较,哪怕是多出一元钱也要退还给买家。
6. 忌不接买家电话,即使怕电话费疯长,也不要给买家留下一个小家子气的印象。
7. 忌急于求成想卖出商品。作为卖家,应把服务放在首位。
8. 忌一味推荐贵的或利润高的商品,要给客户介绍最合适的。
9. 忌交易成功后当甩手掌柜,认为产品出现的任何问题都不关己事。

1.06 网店卖家九大诀窍

第一是把握住消费群

现在在网上消费的对象大部分是白领、准白领和学生群体。白领和准白领占65%,学生群体占32%。我们要争取这两个群体,特别是白领,他们出