

New Fortune
Ideas



柯洪娣 编著

「要得到顾客的信任和夸奖，
就是好的。」
——只要是这家店卖的，
——松下幸之助

（淘宝·易趣·拍拍）

网上开店二合一



财富新观念

网络零售的快速发展，为越来越多的创业者提供了一个新的平台，想成为网店老板，那就赶快行动起来吧。

本书全面讲解了在淘宝网、易趣网、拍拍网开店的相关知识，从开店前的准备到市场的开拓，从客户服务到数据库维护，为网上开店创业的人员提供了全面的指导。



清华大学出版社

New Fortune
Ideas



柯洪娣 编著

网上开店二合一



财富新观念

(淘宝·易趣·拍拍)

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

随着电子商务的快速发展,“网商”队伍正在不断壮大,网上开店已经成为当今社会时尚并流行的词语。

本书根据淘宝网、易趣网、拍拍网开店的整体流程,全方位地介绍了开店前的准备工作、注册三大网站、开通支付平台、寻找货源、推广店铺、开拓买家市场、通过服务提升网店魅力和信誉、挖掘客户、做好物流工作,以及备份和恢复数据库等方面的知识。

本书适合想在淘宝网、易趣网和拍拍网上开店的创业人员和兼职人员,也可作为高校或培训机构电子商务相关专业的实践参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网上开店三合一(淘宝·易趣·拍拍)/柯洪娣编著. —北京:清华大学出版社,2010.10
(财富新观念)

ISBN 978-7-302-23081-6

I. ①网… II. ①柯… III. ①电子商务—商业经营—基本知识 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 113947 号

责任编辑:邹 杰

装帧设计:杨玉兰

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市溧源装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:170×240 印 张:20 字 数:292 千字

版 次:2010 年 10 月第 1 版

印 次:2010 年 10 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:34.00 元

产品编号:036051-01

前 言

随着互联网的迅速发展、网络安全的逐步完善以及人们消费观念的不断转变，国内电子商务进入了一个快速发展的阶段。特别是在经济危机对国民经济带来威胁和影响的时候，电子商务成为国民经济发展中最大的亮点之一。

电子商务行为已经全面覆盖商业经济的各个方面，当前的电子商务应用，已呈现出较高的普及化与常态化趋势。据 CNZZ 的数据显示，其中，CNZZ 是由国际著名风险投资商 IDG 投资的网络技术服务公司。电子商务的行业站点数保持着高速增长，其发展可谓红红火火。伴随网民数量的不断增加，国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模已经突破 1300 万，网购用户的规模已经突破 1.09 亿。

阿里巴巴集团董事局主席马云说：“网货将和‘中国制造’一起，在未来 10 年内占据世界经济主流。”针对网络市场的蓬勃发展之势以及网络购物的热潮，开网店的人越来越多，进行网购的用户也在不断增长，顺应这样的潮流，必然带来对相关指导书籍的需求。本书正是为了满足那些已经或正在进行网上开店，但对相关理论和具体操作流程及方法不太了解的读者的需求而编写的。

全书共 12 章 3 个附录，具体内容如下。

第 1 章介绍网络贸易的相关知识，分析了在淘宝网、易趣网、拍拍网上开店的现状，阐述了寻找好的货源渠道和定位自己店铺类型的方法与技巧。

第 2 章介绍如何在淘宝网、易趣网和拍拍网注册开店，讲解利用淘宝网、易趣网、拍拍网的注意事项。

第 3 章介绍网上银行产品的相关知识，讲解了开通网上交易平台和进行网上充值交易的方式，阐述了使用网上银行的注意事项，介绍了其他支付方式，讲解了网络安全交易的知识。

第 4 章介绍产品代购与代销知识，讲解找寻货源渠道的方式，阐述

选好服饰货源的秘诀。

第5章讲解美化所卖宝贝名字、宝贝描述和宝贝图片的技巧，介绍宝贝定价的门道。

第6章讲解使用阿里旺旺以及发布和回复宝贝留言的交易过程，介绍了买卖的全过程，讲解出现退款的具体事项，阐述完成一笔交易所需的步骤。

第7章介绍如何扩大和推广网店规模的技巧，讲解卖家外界宣传和自我完善店铺的技巧。

第8章介绍挖掘潜在顾客的门道，讲解分析与客户交流的语言艺术和心理攻势，阐述顾客的消费心理和卖家的交流理念。

第9章介绍提升店铺信誉的高招，讲解店铺营销策略，以及揭秘提升经营业绩小秘诀。

第10章介绍卖家如何通过服务提高竞争力，讲解如何化解售后矛盾与冲突，阐述如何注重服务质量。

第11章介绍卖家发货做好物流工作的全方面攻略，讲解物流纠纷问题的应对措施，阐述发货的附加经济价值。

第12章介绍数据库的备份与恢复技巧和方式，以及讲解淘宝助理的使用方法。

本书主要有以下几个特点。

(1) **内容翔实，技术精练。**本书不仅介绍了淘宝网、易趣网、拍拍网开店的一般流程，还介绍了推广店铺、开拓市场、提升服务、开展海外贸易、备份与恢复数据库等内容，并通过某些成功网店致富的案例，精练且全方位地介绍了网上开店的理论和流程。

(2) **结合实际，操作性强。**本书写作的根本目的是给那些已经或正在进行网上开店的人员提供一个操作指南，因此本书编写中结合了多位钻石卖家和皇冠卖家的实际经验，一步步按流程进行准备、注册、认证等操作，轻松完成第一笔交易。

(3) **体例穿插，图表结合。**本书大量运用体例和图表，通过通俗易懂的写法和大量的实际操作图片，增加了书籍的可视性，给读者一个直观的印象，便于阅读和实际操作。

本书内容紧凑、思路清晰、讲解全面、案例生动，具有很强的指导性，力求指导读者在了解网上交易基本操作的基础上，能够将网店生意越做越好。

目 录

第 1 章 网店开启创业之路	1	第 2 章 三大网店的注册	27
一、网店商机无限	2	一、免费注册淘宝网会员	28
1. 庞大的网络规模, 惊人的网络普及率	2	1. 注册电子邮箱	28
2. 金融危机下网商发展更快	3	2. 注册淘宝会员	30
3. 为什么网店如此风行	3	二、进行支付宝实名认证	33
二、网上开店的情况	5	1. 开通网上银行	33
三、认识淘宝网	6	2. 开通支付宝账户	34
四、了解易趣网	8	3. 进行支付宝实名认证	38
五、看看拍拍网	9	三、申请淘宝网店铺	42
六、定位自己的情况	10	四、利用淘宝网工具	43
1. 适合开网店的人群性格类型	10	1. 使用阿里旺旺	43
2. 哪些人适合网上开店	11	2. 使用淘宝助理	48
七、寻找适合自己的经营项目	12	五、成为拍拍网会员	53
1. 选择适合的商品	12	六、认证并开设拍拍网店	53
2. 选择热门商品	13	七、注册易趣网会员	55
3. 兴趣和能力	17	八、在易趣网进行身份认证	55
八、选择适合自己的网店模式	18	九、申请易趣网店铺	56
1. 网店与实体店结合经营	18	1. 如何申请易趣店铺	56
2. 全职经营	19	2. 易趣网收费情况	56
3. 兼职经营	19	3. 易趣卖家工具	57
九、开店需要哪些条件	20	第 3 章 开通支付平台	59
1. 开店硬件储备	20	一、网上银行的安全产品	60
2. 开店软件储备	23	1. 静态密码	60
3. 具备良好的心理素质	25	2. 电子银行口令卡	60
		3. 文件数字证书	61
		4. 移动口令牌	61
		5. 移动数字证书	61

6. 动态手机口令.....	62	1. 产品代理.....	88
二、办理网上银行.....	62	2. 产品代销.....	89
1. 中国工商银行.....	62	二、搜索网上货源.....	90
2. 中国建设银行.....	63	1. 利用搜索引擎搜索货源.....	90
3. 中国农业银行.....	64	2. 进入专门网站搜索货源.....	91
4. 交通银行.....	64	三、细挑批发货源.....	93
5. 中国民生银行.....	65	1. 国内较大的批发市场.....	93
6. 兴业银行.....	65	2. 如何在批发市场进货.....	93
7. 中国光大银行.....	66	四、厂家货源有渠道.....	94
8. 上海浦东发展银行.....	67	1. 厂家货源流通方式.....	94
9. 广东发展银行.....	67	2. 如何去厂家进货.....	95
10. 深圳发展银行.....	68	五、挖掘特色货源.....	95
11. 中信银行.....	68	1. 手绘和手工制品.....	95
三、使用网上银行的注意事项.....	69	2. 民族特色工艺品.....	98
1. 每次网上划账交易后, 应及时 清查交易清单.....	69	3. 地方特产.....	101
2. 每次退出网上银行都要 慎重.....	70	4. 二手闲置物品.....	102
3. 创建一个保密性高的网上 银行密码.....	70	5. 跳蚤市场.....	103
四、网上银行充值交易.....	70	六、搜罗其他货源.....	103
1. 淘宝网充值交易.....	71	1. 积压的品牌库存或清仓 产品.....	103
2. 拍拍网充值交易.....	77	2. 外贸订单剩余产品.....	104
3. 易趣网充值交易.....	79	3. 国外的打折商品.....	104
五、其他支付方式.....	80	七、选好服饰货源的秘诀.....	104
1. 银行柜台汇款.....	80	1. 注意进货时间.....	104
2. 邮局汇款.....	82	2. 掌握进货技巧.....	105
3. 手机汇款.....	83	3. 选好外贸尾单的秘诀.....	106
六、网络交易安全须知.....	84	第5章 美化你的宝贝.....	111
第4章 寻找你的货源.....	87	一、选取你的宝贝名字.....	112
一、产品代理与代销.....	88	1. 合理组合运用关键字.....	112
		2. 关键字设置的常见问题.....	114
		二、丰富你的宝贝描述.....	117

1. 生动真实的描述.....	117	2. 如何充值.....	146
2. 全面专业的描述.....	118	3. 如何从支付宝中提现.....	147
三、美化你的宝贝图片.....	119	八、为买家做出评价.....	148
1. 拍摄前期准备.....	120	九、退款二三事.....	149
2. 靓图拍摄技巧.....	121	1. 查看退款信息.....	149
3. 利用 Photoshop 美化 照片.....	122	2. 同意买家退款.....	150
四、宝贝定价技巧.....	125	3. 拒绝买家退款.....	151
1. 给宝贝定价的方法和 形式.....	125	4. 退款常见问题.....	152
2. 常用定价技巧.....	128	第 7 章 名扬你的店铺.....	153
第 6 章 完成第一笔交易.....	133	一、设置店铺首页.....	154
一、阿里旺旺操作说明.....	135	1. 设置店铺背景音乐.....	154
1. 使用阿里旺旺直面客户.....	135	2. 设置店标.....	156
2. 保存聊天记录.....	136	3. 安装店铺计数器.....	157
3. 网页阿里旺旺与移动旺旺.....	137	二、使用个性化宝贝分类和 模板.....	161
二、收发站内信.....	139	1. 制作个性化宝贝分类.....	161
三、发布和回复宝贝留言.....	140	2. 使用个性化宝贝模板.....	165
1. 发布宝贝留言.....	140	三、做好店内宣传.....	173
2. 回复宝贝留言.....	140	1. 注重信誉评价.....	173
四、修改上架商品价格.....	141	2. 交换友情链接.....	173
五、确认买家付款.....	142	3. 巧用宝贝推荐.....	174
1. 区别已付款买家和 未付款买家.....	142	4. 妙用店铺公告.....	176
2. 修改交易价格.....	143	四、在社区中宣传店铺.....	176
六、选择物流发货.....	143	1. 走进商城积极参加网内 活动.....	177
1. 发货方式.....	143	2. 申请社区广告位.....	177
2. 核对地址.....	144	3. 发表帖子及回复帖子.....	178
3. 物流发货.....	144	4. 巧用阿里旺旺发布广告.....	180
七、账户资金管理.....	145	五、利用搜索引擎和导航网站.....	180
1. 如何查询账户余额.....	145	1. 登录搜索引擎让你的店铺 访问量“井喷”.....	180

2. 登录导航网站让你的网店 被客户找到.....	181	2. 知彼：监测同行动向.....	205
六、推广你的店铺	182	3. 知己：了解自身条件.....	207
1. 多用拍卖提高访问量.....	182	二、店铺营销策略	207
2. 灵活运用信用评价免费 做广告.....	183	1. 细节赢得顾客	207
第8章 挖掘你的顾客	185	2. 注意维护客户关系.....	210
一、巧用店铺留言	187	3. 诚信，无处不在的 话题	211
二、抓住上门的买家	188	4. 赢得100%好评率	211
1. 巧妙应用欢迎词.....	188	5. 避免价格战	212
2. 主动介绍商品.....	189	6. 强强联手，提高信用.....	213
三、红包送出邀买家	189	7. 店铺营销常用的营销 策略	213
1. 发送礼仪红包.....	189	三、如何利用旺季和淡季	214
2. 发送促销红包.....	190	1. 旺季一定要“热卖”	214
四、主动上门寻找买家.....	192	2. 充分利用销售淡季.....	215
1. 登录各大搜索引擎.....	192	四、提升经营业绩小秘诀	215
2. 博客推广和热门论坛发帖	194	1. 比“隔壁”店铺做得 好一点	216
五、与买家交流	194	2. 把握集团消费	216
1. 与不同类型的买家交流.....	194	3. 利用假日经济，增加 销量	216
2. 直面买家砍价	195	五、打造优秀网络营销团队	217
六、发送站内信件	198	第10章 从服务提升网店魅力	219
七、开通店面消息提醒.....	199	一、专业的导购服务	220
八、粘住客户的艺术	200	1. 导购服务的专业素质.....	221
1. 善待你的客户	200	2. 导购服务中的小技巧.....	221
2. 管理好客户资源.....	200	3. 提高导购亲和力的 三步曲	222
3. 用名片吸住你的客户	201	二、用好阿里旺旺的快捷短语	223
第9章 提升信誉的法宝	203	1. 设置快捷短语	223
一、知己知彼方可竞争取胜.....	204	2. 使用快捷短语	224
1. 解读“知己知彼， 百战不殆”	204		

三、电话交流中的注意事项..... 224	三、物流中包装的保护性..... 253
1. 接电话技巧..... 224	1. 防潮包装技术..... 253
2. 打电话技巧..... 225	2. 防震保护技术..... 254
四、选择发货方式..... 226	3. 防破损保护技术..... 254
1. 选择合理的发货方式..... 226	四、物流方式大比拼
2. 送货上门的注意事项..... 228	(平邮、EMS、快递)..... 255
五、制定合理的退货和换货	1. 邮局普通包裹..... 255
政策..... 229	2. 邮局快递包裹..... 256
1. 了解“消费者保障服务”..... 229	3. 邮政速递业务..... 256
2. 申请加入	4. E 邮宝..... 258
“消费者保障服务”..... 232	五、选一个好的快递公司..... 259
3. 保证金缴存标准..... 234	1. 国内快递公司..... 260
4. 退出“消费者保障服务”..... 235	2. 国际快递公司..... 263
5. 制定自己的服务政策..... 236	六、全面解决物流纠纷问题..... 266
六、回应买家的投诉..... 236	1. 预防物流纠纷..... 267
1. 售后买家回访与调查..... 236	2. 途中的物流纠纷..... 267
2. 售后回应买家的投诉..... 236	第 12 章 数据库的备份和恢复..... 269
七、引导买家调整评价..... 238	一、使用淘宝助理上传宝贝..... 270
1. 删除恶意评价..... 238	1. 登录淘宝助理..... 270
2. 挽救中评和差评..... 238	2. 创建模板..... 271
八、注重服务质量..... 240	3. 了解宝贝基本信息..... 273
1. 向买家表示感谢..... 240	4. 编辑宝贝描述..... 275
2. 主动联系买家..... 241	二、使用淘宝助理上传和下载
第 11 章 做好物流很重要..... 243	宝贝..... 276
一、包装拴住客户的心..... 244	1. 使用淘宝助理上传
1. 必须考虑的物流准则..... 244	宝贝..... 276
2. 包装前要注意什么..... 245	2. 使用淘宝助理下载
二、包装全攻略..... 247	宝贝..... 277
1. 内包装..... 247	三、批量复制宝贝模板..... 279
2. 中层包装..... 250	1. 复制宝贝模板..... 279
3. 外包装..... 252	2. 修改宝贝模板..... 279

四、批量修改宝贝信息.....	280	2. 利用淘宝助理备份和还原 数据库	288
1. 选中需要修改的宝贝	280	七、将淘宝数据转换为拍拍数据.....	290
2. 批量修改宝贝名称	281	八、将淘宝数据转换为易趣数据.....	292
3. 上传修改好的宝贝	282	附录	297
五、设置运费模板	282	附录 1: 国内主要快递公司网站.....	298
1. 为什么要使用运费模板	283	附录 2: 全国最大的 50 个专业批发 市场.....	298
2. 如何使用运费模板	283	附录 3: 中国各地土特产名录	300
六、利用淘宝助理备份和恢复 数据	286		
1. 利用淘宝助理备份 CSV 文件 和还原宝贝信息.....	286		

第 1 章



网店开启创业之路

马云说，五年内不做网商要后悔

随着互联网在中国的迅猛发展与普及，各种类型的购物网站也随之发展，“网络购物”这一新型购物方式也随之被越来越多的人接受和喜欢。

阿里巴巴旗下淘宝网的2009年度半年业绩报告显示其拥有注册用户1.45亿，支付宝为2亿。而这些人，将成为新一代网商的主力。

“十年之前，网商还只是一个概念，十年之后，网商已经变成了一个职业。历史上曾经有过广商、浙商、晋商，十年之前，我们就提出了‘网商’的概念。那时候，我们相信，21世纪只有一种商人，就是‘网商’。”马云说，“今天成功的网商都是诚信的、自律的网商，是自强不息的网商，中国的网商不凭关系，只凭知识和智慧开创一片天地。”

在马云看来，未来的主流商业群体是通过网络形成的网商，这个群体虽然十年前刚刚起步，但时至今日，他们已逐步实现了与主流社会经济系统相融合。截至2009年上半年，中国网商数量已达到6300万。

网上开店是一种在互联网时代背景下诞生的新兴商务模式，近几年发展飞速，并成为许多年轻人的创业首选。一些主流的电子商务网站如淘宝、易趣、拍拍等，已成为近年来最受欢迎的创业平台之一。

一、网店商机无限

1. 庞大的网络规模，惊人的网络普及率

2009年7月，CNNIC中国互联网络信息中心发布的《第24次中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国的网民规模和宽带网民规模增长迅猛，互联网规模稳居世界第一位。截至2009年6月底，中国网民规模已达到3.38亿，其中宽带网民规模则达到了3.2亿。我国互联网普及率达到25.5%，保持平稳上升的态势。

【知识补充】

网上开店是对传统商业模式的强有力挑战，随着立法的深入和商业环境的完善，可以预期电子商务必将成为未来社会的主流商业模式。

中国网络购物用户由7400万扩大到8788万,半年内增加了1388万人,呈现上扬之势,到2010年网购用户数量占网民数量的比重有望达到40%,俨然成为十大网络应用之一。目前,中国网民和网购用户比例为4:1,而在欧美和韩国该项比例为3:2,中国网络购物的潜力还远未被释放。图1-1所示为2007—2012年中国网络购物市场用户规模。



图 1-1 2007—2012 年中国网络购物市场用户规模

2. 金融危机下网商发展更快

艾瑞咨询调研显示,金融危机下使用电子商务的中小企业存活率比传统企业高出5倍。电子商务在帮助网商和企业渡过危机方面发挥了明显、积极的作用。截至2009年上半年,中国网商数量已经突破6300万。

3. 为什么网店如此风行

“打工不如开店”已经成为时下最流行的话语,网店如此风行是因为网店具有一些传统商业模式所不可比拟的优势,主要表现在以下几方面。

1) 投入成本较低

网上开店与网下开店相比综合成本较低。许多大型购物网站

提供租金极低的网店，有的甚至免费提供，只是收取少量商品上架费与交易费；网店可以根据顾客的订单再去进货，不会因为积货占用大量资金；基本不需要水、电、管理费等方面的支出；不需要专人时时看守，节省了人力投资。

2) 收入可观

艾瑞咨询联合淘宝网在 2008 年发布的网购数据显示，月收入在 1000 元左右的淘宝卖家占 16%；1000~2000 元的占 43%；月收入 2000~3000 元的占 21%；月收入 4000 元以上的占 10%，这些卖家的信用等级较高，开店时间较长。

注意事项

网上开店的风险：中国的网上购物与网上销售市场还处于起步阶段，如果经营的产品不对路，价位不合理，没有良好的销售信用，解决不好支付与送货各环节的问题，网上开店很可能出现销售打不开的局面，无法从网上开店中获利，反而还要赔上时间和精力投入。

另外，还有一点值得关注的是大家都来开网店，但是并不是每一个开店的人都可以赚到钱的，许多开店者往往是亏损的，在开店前一定要对经营的风险有足够的认识。

3) 经营方式灵活

全职经营和兼职经营皆可；营业时间比较灵活，不受营业地点、营业面积等因素限制，可以在任意角落开网店，可以在网上橱窗摆上成千上万种商品；不需要像实体店那样必须经过严格的注册登记等手续；甚至不需要或者只需要少量存货，易调转船头，风险相对较小。

4) 消费者范围广

消费者地域跨度比较大，所面向的是全国乃至全球的消费者，只要是上网的人群都有可能成为商品的浏览者与购买者。潜在消费者众多，市场潜力巨大。只要网店的商品有特色，宣传得当、价格合理、经营得法，就可大大增加网店的销售机会，取得良好的销售收入。

二、网上开店的情况

国家统计局预计,2012年中国网络购物市场将占据社会消费品零售总额5%~8%的份额,有望突破10000亿元大关。2009年2月中国网络购物用户购买频次如图1-2所示。

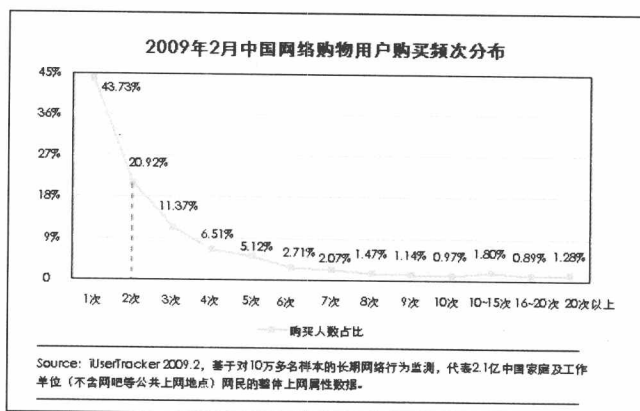


图 1-2 2009 年 2 月中国网络购物用户购买频次分布

尽管购物网站数目众多,但由于购物网站需要巨额资金投入,目前市场只被数家网站瓜分。总体来说,中国的网上开店和购物平台呈现一种“内外”相争的局面。外资代表是卓越亚马逊和易趣网;国内代表如淘宝网和拍拍网,如今百度也开创了“有啊”购物平台,与这些前辈逐鹿中原。

拍拍、淘宝、易趣和百度有啊这4家购物网站占据了网络购物市场的大半壁江山,但是网站间同质化竞争严重。专家指出,在B2C、C2C融合的背景下,如果购物网站能够结合自身的网站资源优势进行创新,将能够催生网络购物航空母舰型企业的出现。

目前我国网上开店的总体情况如下。

1) 网上商店数量增长快

网上商品五花八门,小到大米、啤酒等生活日用品,大到家电、电脑、汽车、住房,琳琅满目,涵盖了人们生活的方方面面。据不完全统计,自2008年9月每天新增的网店数量达5000家。