

网上开店

大赢家

网店营销秘籍

周 英 编著

- 本书通过开店的整个流程，整理出一系列网店营销手段，助你提高网店的经营技巧，打造属于自己的品牌店铺，并为店铺创造更大的升值空间。
- 九大营销秘籍让你的网店在网络商海中创造出属于自己的销售战略。
- 如想在网上开店，同时欲求提高店铺的知名度及销售额，本书将是你的最佳选择。

清华大学出版社



网上开店 大赢家

网店营销秘籍

周 英 编著

清华大学出版社
北 京



内 容 简 介

网络购物的兴旺带动了网上开店的热潮,越来越多的人加入网上开店的行列,网上开店已经成为当今社会流行的趋势。

本书根据网上开店的整体流程,全面分析网店开设、经营和发展过程中的营销秘密,详细介绍网店内外、平台上下、免费付费等各式实用网店营销秘籍,包括营销前的准备、货源营销、店铺装修营销、商品美化营销、商品描述营销、商品展示营销、价格营销、服务营销、客户营销和品牌营销,还介绍了各种网络营销方法和网店营销工具等全方位知识。

本书适合想在网上开店创业的人士,也可以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

网上开店大赢家——网店营销秘籍/周英编著. —北京:清华大学出版社, 2010.11
ISBN 978-7-302-23960-4

I. ①网… II. ①周… III. ①电子商务—商业经营 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 198896 号

责任编辑:邹杰 汤涌涛

装帧设计:山鹰工作室

责任校对:周剑云

责任印制:孟凡玉

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:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170×240 印 张:17 字 数:246 千字

版 次:2010 年 11 月第 1 版 印 次:2010 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:34.00 元

产品编号:037860-01



前言

随着互联网的发展,网络已经深入社会生活的各个方面,给人们的生产、生活带来了巨大的影响。人们的消费观念也在不断转变,国内电子商务进入了一个快速发展的阶段,已经成为国民经济发展中的亮点之一。

在各种类型的购物网站中,提供网上开店服务的 C2C、B2C 网站不仅逐渐得到了网民的认可,而且以低成本、低启动资金和快捷的交易方式等优势,受到了创业者的青睐,越来越多的网民加入网上开店的队伍。

本书主要内容

本书精心安排了 9 个秘籍和 2 个附录,具体内容如下表所示。

全书章目	主要内容
秘籍一 磨刀不误砍柴工——开店准备	营销前的准备工作。介绍当今网店的趋势,了解四大网店平台和热卖商品,做好开店的物质准备和心理准备
秘籍二 兵马未动,货物先行——寻找货源	货源营销。介绍各种进货渠道和货品挑选技巧,从源头上保证网店商品的优质价廉
秘籍三 人要衣装,店靠精装——装修店铺	店铺装修营销。介绍掌柜和店铺取名的技巧,讲解网店装修方法,各种类型网店的装修鉴赏
秘籍四 三分长相,七分打扮——美化图片	商品美化营销。学习金冠店铺的商品图片处理方式,介绍商品照片的拍摄方法,讲解商品图片处理美化的步骤
秘籍五 酒香也怕巷子深——展示商品	商品描述营销、商品展示营销和价格营销。介绍如何进行商品描述,分享商品定价的秘密,讲解商品上架和推荐的方法
秘籍六 顾客是上帝——优良服务	服务营销。介绍导购服务、客户交流、物流服务和售后服务中的技巧,讲解处理投诉和纠纷的方法
秘籍七 业精于勤,荒于嬉——留住客户	客户营销。介绍如何留住上门的客户以及如何挖掘潜在的客户,并讲解管理客户资源的方法





续表

全书章目	主要内容
秘籍八 广而告之,告而广之——全力营销	各式营销方法全面讲解。介绍店内店外、网上网下、免费付费的各式实用营销方法
秘籍九 更上一层楼——创立品牌	品牌营销。介绍网店品牌的创立和推广方法,鼓励网店在不断创新中升值
附录	介绍各大银行网上银行的开通方法和支付限额,以及全国各地的土特产名录

本书特色栏目

本书在文中穿插了“技巧点拨”、“网店学堂”、“温馨提示”和“皇冠支招”栏目(见下表),让读者可以更加高效地学习、更加轻松地掌握。

主要栏目	主要内容
技巧点拨	将一些实用的技巧穿插在正文中,让读者能够快速掌握这些简便方法或操作技巧
网店学堂	将高手在开店过程中积累的经验、心得、教训等通通告诉读者,让读者快速上手,少走弯路
温馨提示	提醒读者需要掌握的重要知识、操作要点及注意事项,从而达到巩固知识和融会贯通的目的
皇冠支招	将皇冠卖家开店成功的技巧展示给读者,对读者进行专家级指导与经验传授,使其快速掌握

本书内容翔实、思路清晰、讲解全面、案例生动,具有通俗易懂、可操作性强的特点,力求指导读者在了解网上交易整体流程的基础上将网店越做越好。

本书适合想在网上开店创业的读者,也适合想进一步掌握网上交易高级技巧和营销策略的读者。

本书在编写过程中力求精益求精,但由于编者水平有限,以及网络和软件升级速度快,书中难免存在疏漏和不足之处,恳请广大读者不吝批评指正,提出宝贵意见,以便我们以后作进一步改进。



目 录

秘籍一 磨刀不误砍柴工

——开店准备..... 1

- 一、了解当今网店趋势 2
 - (一)网店为何如此风靡 3
 - (二)国内网上开店现状 5
 - (三)国外网上开店动态 7
- 二、做好市场调查 9
 - (一)调查网店商品 9
 - (二)调查网店平台 15
- 三、注册电子邮箱 25
- 四、开通网上银行 26
 - (一)认识网上银行 26
 - (二)办理网上银行 27
- 五、网上开店的七步流程 28
 - (一)申请开设店铺 28
 - (二)进货 32
 - (三)发布商品 33
 - (四)售中服务 33
 - (五)交易 33
 - (六)信用评价 33
 - (七)售后服务 33
- 六、成功网店的五条经验 34
 - (一)科学管理网店 34
 - (二)积极营销推广 35
 - (三)重视客服质量 35
 - (四)适时调整心态 35
 - (五)学习最新知识 36

七、网店赢家的四种精神..... 36

- (一)自信 36
- (二)勤奋 37
- (三)坚持 37
- (四)诚信 37

秘籍二 兵马未动，货物先行

——寻找货源..... 39

- 一、选择货源渠道 40
 - (一)到大型批发市场批货 41
 - (二)在阿里巴巴批发进货 45
 - (三)依靠厂家货源 47
 - (四)做网店代销 48
 - (五)做品牌代理 50
 - (六)关注外贸尾单 51
 - (七)搜寻民族特色商品 53
 - (八)销售地方特产 55
 - (九)与实体店合作 56
 - (十)寻找品牌库存、折扣商品和
海外商品 56
 - (十一)专卖二手闲置物品 57
 - (十二)跳蚤市场淘金 58
 - (十三)自创货源 59
- 二、货品挑选技巧 61
 - (一)现场挑货 61





网店营销秘籍

(二)网络挑货 63

(三)警惕骗局 64

秘籍三 人要衣装,店靠精装

——装修店铺 67

一、装修前的准备 68

二、好名字学问大 69

(一)掌柜取名技巧 69

(二)店铺取名技巧 70

三、店铺整体装修 73

(一)明确装修风格 73

(二)简单店标制作 75

(三)设计特色店招 78

(四)精写店铺介绍 81

(五)设置店铺公告 81

(六)描述模板设计 83

(七)打造商品分类 86

四、完善装修细节 90

(一)设计广告语 91

(二)使用头像和签名档 91

(三)挑选背景音乐 93

(四)安装店铺计数器 94

五、备份装修素材 96

六、各类型网店装修鉴赏 97

(一)母婴用品店 97

(二)时尚女装店 98

(三)简约男装店 99

(四)创意家居店 99

(五)零食小吃店 100

(六)数码产品店 101

秘籍四 三分长相,七分打扮

——美化图片 103

一、向金冠信誉的店铺取经 104

(一)商品图片拍摄地 105

(二)专属模特和专业摄影 106

(三)商品描述页面 106

二、准备商品图片 106

(一)商品图片的来源 107

(二)自拍商品照片 107

三、修饰商品图片 112

(一)简单图片处理 112

(二)美化商品图片 114

(三)给图片添加画框 118

(四)给图片添加水印 119

(五)制作动态图片 121

四、注意图片的真实性 123

(一)真实拍摄 123

(二)谨慎修饰 123

秘籍五 酒香也怕巷子深

——展示商品 125

一、让买家动心的商品描述 126

(一)商品名称要正确规范 127

(二)商品描述要精细到位 130

二、有竞争力的商品定价 134

(一)常规定价法 134

(二)定价常用技巧 137

三、商品上架方法 144

(一)上架淘宝商品 144

(二)上架易趣商品 148

(三)上架拍拍商品 149

(四)上架百度有啊商品 150

四、推荐最好的商品 150



(一)商品推荐原则	151
(二)巧妙使用橱窗推荐位	152
(三)巧妙使用店铺推荐位	155

秘籍六 顾客是上帝 ——优良服务

一、专业到位的导购服务	158
(一)导购的服务态度和 专业素质	159
(二)导购服务中的小技巧	160
(三)导购服务中要避免的问题	160
二、热情有效的客户交流	161
(一)用好聊天工具的快捷短语	161
(二)电话交流中的注意事项	163
三、安全贴心的物流运输	164
(一)为买家节省运费	165
(二)为商品打好包装	166
(三)管理商品运输情况	166
(四)上门送货的注意事项	167
四、体贴周到的售后保障	168
(一)售后回访赢得信誉	168
(二)真正兑现售后承诺	168
五、巧妙地处理投诉和纠纷	169
(一)遇到买家投诉怎么办	169
(二)处理买家退款要求	173
(三)制定合理的退货和 换货政策	175
(四)说服买家修改中评和差评	179

秘籍七 业精于勤，荒于嬉 ——留住客户

一、留住买家	186
--------------	-----

(一)设置欢迎词	187
(二)主动介绍商品	187
(三)理性面对买家砍价	188
(四)买卖不成仁义在	189
(五)为买家的昵称做好注释	190
(六)做好买家的分类	190
(七)设置店铺提醒	192
二、挖掘买家	193
(一)利用店铺留言找买家	194
(二)利用求购信息找买家	195
(三)派发红包邀请买家	195
三、管理买家	199
(一)整理客户档案	200
(二)建立会员制度	200
(三)定期联系买家	202
四、关注同行	202
(一)确定关注对象	203
(二)明确关注内容	203
(三)收藏竞争店铺	204
(四)保持良性竞争	205

秘籍八 广而告之，告而广之 ——全力营销

一、紧紧抓住免费营销机会	208
(一)网店内部宣传	209
(二)平台社区推广	213
(三)网络传播营销	222
二、适当参加收费营销活动	228
(一)选用平台特色营销功能	229
(二)适当做网络广告	230
(三)登录搜索引擎增加店铺	





网店营销秘籍

访问量	231
(四)登录导航网站让网店被	
买家找到	231
(五)申请独立域名,	
开独立网店	232

秘籍九 更上一层楼

——创立品牌.....235

一、将自己的店铺打造成一个品牌.236	
(一)网店品牌分类	237
(二)明确品牌定位	239
(三)确定品牌名称	240
(四)设计品牌形象	241

(五)品牌营销推广	242
二、懂得创新才有升值的空间	243
(一)坚持做正版、做品位	244
(二)时尚设计, 创意制胜	244
(三)服务品牌, 全程无忧	245
(四)自动销售和智能客服	245
(五)热心公益, 扩大影响力	246

附录.....249

附录 1: 各大银行网上银行的	
开通方法和支付限额	249
附录 2: 中国各地土特产名录	253





秘籍一

磨刀不误砍柴工——开店准备

俗话说得好，“磨刀不误砍柴工”。卖家开网店之前做好万全的物质和心理准备是迈向成功的第一步。

了解市场形势和行业动态，进行市场调查，学习开店流程和开店经验，做好心态调整等都是准卖家们必做的功课。

本章主要内容如下。

- 了解当今网店趋势
- 做好市场调查
- 注册电子邮箱
- 开通网上银行
- 网上开店的七步流程
- 成功网店的五条经验
- 网店赢家的四种精神
- 案例1：网店正流行
- 案例2：网上卖成人用品赚“尴尬钱”
- 案例3：开网店是就业良方还是毒药





案例 1: 网店正流行

网络正逐步改变人们的生活方式,越来越多的人习惯通过网络来阅读新闻、寻求娱乐、进行人际交往和在线消费等。随着网络技术的发展普及和网上购物环境的改善,我国的网络购物市场得到了快速发展。

据北京正望咨询有限公司调查显示,2009年中国有1.3亿消费者总共在网上购买了价值2670亿元的商品,与2008年相比同比增长了90.7%。根据艾瑞咨询的分析报告,2010年第一季度中国网络经济市场规模达353.4亿元,同比增长67.9%。

电子商务的时代已经到来,一些主流的电子商务网站,例如淘宝网、易趣网、拍拍网和百度有啊,已经成为近年来最受欢迎的创业平台。

2010年,各网店平台都会进一步提升用户体验,无论是网店卖家还是买家都可以享受到更加优质、安全的服务。例如阿里集团的“大淘宝战略”进一步实施,淘宝网的消费者年开始启动。

在优良的电子商务大环境下,相信会有更多的创业者去网上开店,变身为网商;也会有更多的消费者尝试并习惯网络购物。



一、了解当今网店趋势

随着互联网技术和电子商务的发展和普及,网络购物以其方便、快捷、安全和优惠等特点受到了人们的追捧。在网上购物已经是一种新的消费潮流,因此开设网店也成为当下最流行的创业方式。对于网店卖家来说,如何进行网店营销是在激烈的竞争中制胜的关键。





网店是指开在网上的店铺。消费者只要通过网络就可以浏览和挑选网店里的商品,并能够通过各种支付手段购买商品,可以享受足不出户的人性化购物体验。现在网上商店里的商品种类已经足以满足普通消费者的日常消费需求。

从1999年易趣网成立起,C2C(Customer to Customer,个人对个人)的电子商务模式就在中国开始发展起来,之后淘宝网、拍拍网、百度有啊也先后加入了网店市场。如今开网店已经不再是什么新鲜事,越来越多的人因为看到了网上开店的明显优势和广阔前景而加入网商的行列。但随着网店数量的急剧增加,同行间的竞争也日趋激烈,要在竞争中脱颖而出,必须深入了解网店市场的规律,学习各种网店营销技巧。

(一)网店为何如此风靡

2009年时马云说:“真正的电子商务的成型是在5年后,我相信在2014年会看到完全不同的电子商务渠道。如果今天还停留在游戏和网吧里面,今天还在笑话别人做电子商务,5年后你会更加的后悔。”

确实,如果你今天还在犹豫不决,不知是否应该在网开店创业,5年后就真的后悔了。可以预计未来几年,网上购物市场仍会保持一定的增长,电子商务行业的发展空间还很广阔。

自2008年开始的全球次贷危机给世界经济中的各行业带来了不同程度的打击,但电子商务行业相对其他行业所受到的负面影响较小,反而成为新的热点行业。

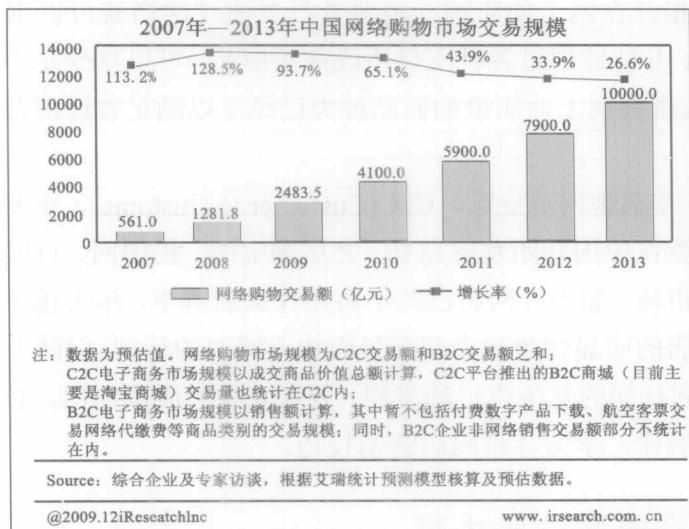
根据艾瑞咨询调研显示,在金融危机影响下使用电子商务的中小企业存活率比传统企业高出5倍。可见电子商务在帮助企业和网商渡过危机方面确实发挥了明显、积极的作用。

根据艾瑞咨询初步预测数据显示,2013年中国网络购物市场交易规模将达到10 000亿元,同时,网络购物用户规模有望在2.4亿左右。下图所示为艾瑞对于中国未来几年网络购物市场交易规模以及中国网络购物用户占网民比重的预计情况。





网店营销秘籍



(资料来源: www.irsearch.com.cn)

2009年，有大约8%的中国人开始网络购物，2006年这一比例仅为3%。到2012年，中国参与电子商务的人数将占总人口的19%。为什么这么多人都选择在网上开店呢？因为开网店有投入少、回收快、经营灵活和消费群广泛等优势。

网上开店成本很低，现在淘宝网、易趣网、拍拍网、百度有啊等网店平



台都是免费提供店铺空间的，但会收取一些附加功能的费用。网店一般根据买家的订单来进货，不需要事先大量囤货，销量不佳也不会有货品存积的现象。相比实体店，网店还节省了人工、水电费支出。

网上开店经营比较自由，卖家可以全职经营，也可以兼职经营。网店没有营业时间的限制，可以说是全日开放，全年无休。不会受到营业地点、营业面积等因素的制约，空间可以无限延展，可以上架成千上万的商品。因为不需要或者只需要少量存货，即使想转换出售商品的种类，也不会造成太大的经济损失。

从理论上来说，只要是网民，就都有可能成为网店商品的购买者。无论买家在哪里，都可以通过网络找到卖家的店铺。所以只要网店在商品的特色、定价和店铺的宣传、营销上多下点工夫，通常都能获得不错的访问流量，继而增加销售机会，给卖家带来可观的经营收入。

(二)国内网上开店现状

目前国内个人网商数量已经超过 40 万，其中相当一部分是专职在网上开店。根据阿里巴巴的调查显示，55%的企业通过电子商务年收入超过 100 万元，近一半的个人开店者一年的收入超过 3 万元，20%的个人通过网上开店月收入达万元。

在中国互联网络信息中心(CNNIC)2009 年 12 月发布的《2009 年中国网络购物市场研究报告》中显示，截至 2009 年 6 月，我国网购用户人数已达 8788 万，同比增加 2459 万人，年增长率达到 38.9%，仅上半年网购消费金额已超过千亿。

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 1 万亿元大关。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，所以中国网络购物的潜力还远未被释放。

国内网络购物最普及的城市是上海，在网上购物的人数占到 45.2%；其次是北京，为 38.9%。一个城市的经济发达程度，对物流的通畅和网上支付的普及有很大影响，因此，经济越发达的城市，网络购物越流行。



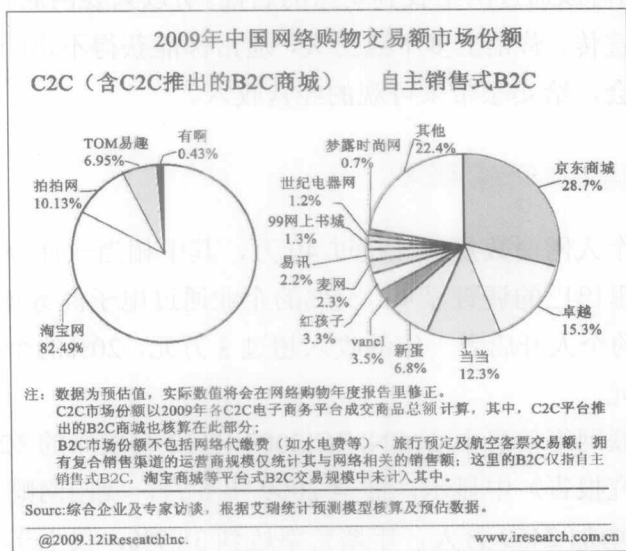
网店营销秘籍

目前我国网上开店情况呈现以下几个特点。

1. 内外相争

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,国内代表是淘宝网、拍拍网和百度有啊。

根据艾瑞咨询的监测数据显示,2009年的C2C(包含C2C平台推出的B2C商城,如淘宝商城)市场,淘宝网以极大的优势领先于其他竞争对手。下图所示为2009年中国网络购物交易额市场份额的预估值。



(资料来源: www.irsearch.com.cn)

2. 网店数量增长快

据不完全统计, 自2008年9月起, 平均每天新增网店数量达到5000家。网上商品数量也随之剧增。从衣食住行到休闲娱乐, 从实体商品到虚拟商品, 普通成品到定制商品, 网上商品已经涵盖了人们生活的方方面面。

3. 地域差异较大

网上商店主要集中在北京、上海、杭州、广州等大城市, 由此导致了不



同地域范围内服务差异较大。今后一段时间内,保持现有市场的持续繁荣,并致力于减小地域性差异,是网上商店发展的动力。

4. 商品质量有待提高

众多中小网商大部分是个体经营者,他们主要通过向上游厂商或批发商分散采购产品进行零售赚取差价,一些销量较大的网商则通过一些小工厂代为加工一些仿品。在竞争激烈的市场环境中,有些不良网商就趁机以次充好,拿仿品当正品卖,不但影响了用户的购物体验,还在一定程度上扰乱了市场秩序。

5. 服务质量和诚信度有待提高

总体来说,网上开店服务质量的兑现程度较低。调查显示,众多的网上商店都做出了服务承诺,但 78%的网站对配送速度的承诺都没有兑现。卖家对订单的反应速度不一,商品质量也良莠不齐。

网店的诚信度是消费者最重视的事项之一。但网上购物受骗的案例一直在不断增加,这说明网购信用体系仍有待进一步的完善。

6. 网站建设有待进一步加强

购物网站是网上开店的平台,浏览者购买行为的发生率在很大程度上取决于网站的建设水平,包括连接速度、网站界面、交易操作的复杂性和网上商店的商品描述等诸多方面。

(三)国外网上开店动态

比较中国和美国的网络零售交易额可以发现,在金融危机下,中国网络零售市场的发展受到的影响要弱于美国市场。根据艾瑞咨询监测的数据显示,与同期相比,2008年第三季度到2009年第三季度,中国网络购物市场一直保持着近 90%的市场增速。不难看出,这跟中国的网络购物市场还处于发展初级阶段有很大关系。相比于刚起步不久的国内网络购物市场,国外的网上电子商务起步早,所以要成熟许多。

1. 美国

根据美国统计局(US Census Bureau)的初步统计数据(参见下图)显示,





网店营销秘籍

2009 年第一季度美国网络零售交易额为 302 亿美元，同比下降 5.8%；2009 年第二季度有所回升，达到 308 亿元；2009 年第三季度为 320 亿美元。而 2009 年第四季度美国网络零售交易额达到了 420 亿美元，接近 2007 年第四季度水平。



(资料来源: www.iresearch.com.cn)

根据北美网络在线用户的消费调查数据(参见下图), 接受调研的用户选择网上购物的最大原因是方便购买一些不常见的商品, 其次是因为不想排队和堵车, 节约时间。



(资料来源: www.iresearch.com.cn)

