

网上开店推广与经营

庄春华 主编



赠送

超值DVD

15小时教学演示+40小时赠送视频

◎ 图书&光盘

版式紧凑，经典案例；大容量多媒体教学光盘收录书中实例视频、源文件和教学课件；免费赠送《新手学电脑》《淘宝开店必备锦囊妙计》《Photoshop数码照片处理》和《中文版Dreamweaver网页制作》教学演示视频。

◎ 交流平台&视频教学

技术交流QQ群（101617400、2463548）为读者提供24小时在线服务。光盘附赠云视频教学平台，读者可免费访问上百GB的教学视频。

◎ 免费教学支持

教师可免费下载教学资源 and 课件，同时提供技术支持，帮助教师顺利开展教学工作。



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

轻松学电脑教程系列



网上开店推广与经营

庄春华 主编

东南大学出版社
· 南 京 ·

内 容 提 要

本书是《轻松学电脑教程系列》丛书之一,全书以通俗易懂的语言、翔实生动的实例,全面介绍了经营与推广网店的方法与相关知识。本书共分10章,涵盖了网上开店的基本常识、网店装修要点、制作商品图文信息、分析买家购物心理、制定优异的客户体验、使用有效的运营手段、优化网店运营细节、推广网店的常用策略、网店促销的常用方法以及建立良好的品牌形象等内容。

本书内容丰富,图文并茂,附赠的光盘中包含书中实例素材文件、15小时与图书内容同步的视频教学录像以及多套与本书内容相关的多媒体教学视频,方便读者扩展学习。此外,我们通过便捷的教材专用通道为老师量身定制实用的教学课件,并且可以根据您的教学需要制作相应的习题题库辅助教学。

本书具有很强的实用性和可操作性,是一本适合于高等院校及各类社会培训学校的优秀教材,也是广大初中级计算机用户和不同年龄阶段计算机爱好者学习计算机知识的首选参考书。

图书在版编目(CIP)数据

网上开店推广与经营/庄春华主编. —南京:东南大学出版社,2017.7

ISBN 978-7-5641-7173-5

I. ①网… II. ①庄… III. ①网店—运营管理
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 114958 号

出版发行:东南大学出版社

社 址:南京市四牌楼2号 邮编:210096

出版人:江建中

网 址:<http://www.seupress.com>

电子邮箱:press@seupress.com

经 销:全国各地新华书店

印 刷:江苏徐州新华印刷厂

开 本:787 mm×1092 mm 1/16

印 张:16.5

字 数:412千字

版 次:2017年7月第1版

印 次:2017年7月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5641-7173-5

定 价:39.00元

本社图书若有印装质量问题,请直接与营销部联系。电话(传真):025-83791830



第3章

Word 图文版式设计

在 Word 文档中应用特定样式,插入表格、图形和图片,除了能使文档显得生动有趣外,还能帮助用户更快地理解内容。本章主要介绍在 Word 2010 中进行图文混排、设置特殊版式、页面设置等高级应用。

1

对应的光盘视频

例 3-1 插入表格
例 3-2 编辑表格
例 3-3 设置表格边框和底纹
例 3-4 插入图片
例 3-5 插入艺术字
例 3-6 插入 SmartArt 图形
例 3-7 插入自选图形
例 3-8 插入文本框
例 3-9 插入文本框
例 3-10 设置文字
例 3-11 插入目录
例 3-12 添加备注

例 3-13 添加修订
例 3-14 插入封面
例 3-15 插入目录
例 3-16 插入页码
例 3-17 设置检查拼写
例 3-18 设置图片填充背景
例 3-19 文字下划线
例 3-20 分栏排版
例 3-21 设置页眉
例 3-22 制作封面
例 3-23 设置打印范围

2

第3章 Word 图文版式设计

3.1.1 定制完成边距的设置,效果如图 3-25 所示。



图 3-24 设置边距

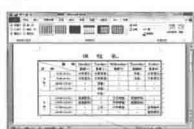


图 3-25 显示效果 1

3.1.2 选中表格的第 1、2、7 行,在【表格样式】组中单击【底纹】按钮,从弹出的底纹色板中选择【红色,强调文字颜色 2,淡色 90%】色块,如图 3-26 所示。

3.1.3 此时完成底纹的设置,效果如图 3-27 所示。

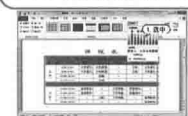


图 3-26 选择底纹颜色



图 3-27 显示效果 2

3.1.4 在快速访问工具栏中单击【保存】按钮,保存“练习 3”文档。

3.2 插入修饰对象

3.2.1 插入图片

在文档中插入多种对象,如艺术字、SmartArt 图形、图片、表格和自选图形等,能起到修饰和美化文档的作用。

在 Word 2010 中,不仅可以插入系统提供的图片、剪贴画,还可以从其他程序或位置导入图片,甚至可以使用屏幕截图功能直接从屏幕中截取画面。

3

Office 2010 电脑办公通成

3.3.3 制作目录

目录与一篇文章的概要类似,通过它可以了解全文的结构和整个文档所要讨论的内容。在 Word 2010 中,可以作为一个编辑和排版完成的长文档插入目录。

Word 2010 有自动提取目录的功能,用户可以使用方便地为文档创建目录。

【例 3-11】在“公司管理制度”文档中插入目录。含视频 3-11

STEP 01 启动 Word 2010 应用程序,打开“公司管理制度”文档。

STEP 02 将插入点定位在文档的开头处,按 Enter 键换行,输入“目录”,如图 3-75 所示。

STEP 03 按 Enter 键,继续换行。打开【引用】选项卡,在【目录】组中单击【目录】按钮,从弹出的菜单中选择【插入目录】命令,如图 3-76 所示。



图 3-75 输入文本



图 3-76 选择【插入目录】命令

STEP 04 打开【目录】对话框的【目录】选项卡,在【显示级别】微调框中输入 2,单击【确定】按钮,如图 3-77 所示。

STEP 05 此时即可在文档中插入二级标题的目录,如图 3-78 所示。



图 3-77 单击【确定】按钮



图 3-78 显示效果

实用技巧
插入目录时,只要按 Ctrl+Home 键,再单击目录中的某个页码,就可以将插入点快速移动到该页的标题处。若要删除目录,可以按【引用】>【目录】>【删除目录】命令,或者按【Ctrl+Shift+Q】组合键删除目录。选中【目录】>【删除目录】命令,再按【Ctrl+Shift+Q】组合键,表示删除整个目录。

4

1 章首导读

以言简意赅的语言表述本章介绍的主要内容。

2 教学视频

紧密结合光盘,列出本章有同步教学视频的操作案例。

3 知识点滴

在文中加入大量的知识信息,或是本节知识的重点解析以及难点提示。

4 实用技巧

讲述软件操作在实际应用中的技巧,让读者少走弯路、事半功倍。

5 实例概述

简要描述实例内容,同时让读者明确该实例是否附带教学视频或源文件。

6 操作步骤

图文并茂,详略得当,让读者对实例操作过程轻松上手。

熟练使用电脑已经成为当今社会不同年龄层次的人群必须掌握的一门技能。为了使读者在短时间内轻松掌握电脑各方面应用的基本知识,并快速解决生活和工作中遇到的各种问题,东南大学出版社组织了一批教学精英和业内专家特别为计算机学习用户量身定制了这套《轻松学电脑教程系列》丛书。

丛书、光盘和教案定制特色

● 选题新颖,结构合理,为计算机教学量身打造

本套丛书注重理论知识与实践操作的紧密结合,同时贯彻“理论+实例+实战”3阶段教学模式,在内容选择、结构安排上更加符合读者的认知习惯,从而达到老师易教、学生易学的目的。丛书完全以高等院校、职业学校及各类社会培训学校的教学需要为出发点,紧密结合学科的教学特点,由浅入深地安排章节内容,循序渐进地完成各种复杂知识的讲解。

● 版式紧凑,内容精炼,案例技巧精彩实用

本套丛书在有限的篇幅内为读者奉献更多的电脑知识和实战案例。丛书内容丰富,信息量大,章节结构完全按照教学大纲的要求来安排。书中的案例通过添加大量的“知识点滴”和“实用技巧”的注释方式突出重要知识点,使读者轻松领悟每一个案例的精髓所在。

● 书盘结合,素材丰富,全方位扩展知识能力

本套丛书附赠多媒体教学光盘包含了15小时左右与图书内容同步的视频教学录像,光盘采用真实详细的操作演示方式,紧密结合书中的内容对各个知识点进行深入的讲解。附赠光盘收录书中实例视频、素材文件以及3~5套与本书内容相关的多媒体教学视频。

● 在线服务,贴心周到,方便老师定制教案

本套丛书精心创建的技术交流QQ群(101617400、2463548)为读者提供24小时便捷的在线交流服务和免费教学资源。便捷的教材专用通道(QQ:22800898)为老师量身定制实用的教学课件。此外,我们可以根据您的教学需要制作相应的习题题库辅助教学。

读者定位和售后服务

本套丛书为所有从事电脑教学的老师和自学人员而编写,是一套适合于高等院校及各类社会培训学校的优秀教材,也可作为电脑初中级用户和电脑爱好者学习电脑的首选参考书。

如果您在阅读图书或使用电脑的过程中有疑惑或需要帮助,可以通过我们的邮箱(E-mail:easystudyservice@126.net)联系。最后感谢您对本丛书的支持和信任,我们将再接再厉,继续为读者奉献更多更好的优秀图书,并祝愿您早日成为电脑应用高手!

《轻松学电脑教程系列》丛书编委会

2017年7月

前言



《网上开店推广与经营》是《轻松学电脑教程系列》丛书中的一本,该书从读者的学习兴趣和实际需求出发,合理安排知识结构,由浅入深、循序渐进,通过图文并茂的方式讲解网店推广与营销的方法与技巧。全书共分为 10 章,主要内容如下:

第 1 章:介绍了网上开店所需的基本常识和常见网店的类型。

第 2 章:介绍了装修网店所需的各种元素和相应的图片处理技巧。

第 3 章:介绍了制作网店商品图文描述的方法及技巧。

第 4 章:介绍了经营网店时分析顾客心理的常用方法与技巧。

第 5 章:介绍了如何打造客户体验点以及通过客户体验提升网店服务的方法与技巧。

第 6 章:介绍了网店售前、售中和售后服务中需要注意的事项和要点。

第 7 章:介绍了网店经营中各种细节的把握和相应的操作技巧。

第 8 章:介绍了通过各种手段推广网店和网店商品的方法与技巧。

第 9 章:介绍了组织网店促销活动的常用方法与技巧。

第 10 章:介绍了建立网店品牌的重要性和策划品牌商品与品牌店铺的方法。

本书附赠一张精心开发的多媒体教学光盘,其中包含了 15 小时与图书内容同步的视频教学录像。光盘采用情景式教学和真实详细的操作演示等方式,紧密结合书中的内容对各个知识点进行深入的讲解,让读者在阅读本书的同时,享受到全新的交互式多媒体教学体验。

此外,本光盘附赠大量学习资料,其中包括多套与本书内容相关的多媒体教学演示视频,方便读者扩展学习。光盘附赠的云视频教学平台能够让读者轻松访问上百 GB 容量的免费教学视频学习资源库。

本书由庄春华主编,参加本书编写的人员还有王毅、孙志刚、李珍珍、胡元元、金丽萍、张魁、谢李君、沙晓芳、管兆昶、何美英等人。由于作者水平有限,本书难免有不足之处,欢迎广大读者批评指正。

编 者

2017 年 7 月

目录

第1章 网上开店的基本常识

1.1 网上开店的方式和经营模式	2
1.1.1 网上开店的优势	2
1.1.2 网上开店的方式	3
1.1.3 网店的经营模式	3
1.2 确定网店销售的商品和进货渠道	4
1.2.1 选择网店销售的商品	4
1.2.2 确定网店的进货渠道	5
1.3 经营网店的准备工作	18
1.3.1 经营网店的准备工作	18
1.3.2 经营网店的风险分析	21
1.4 网上开店的平台和基本流程	22
1.4.1 网上开店的主要平台	22
1.4.2 网上开店的基本流程	23
1.5 案例演练	26

第2章 网店装修要点

2.1 装修网店吸引眼球	29
2.1.1 网店装修前的准备	29
2.1.2 网店的装修风格	29
2.1.3 网店的内容规划	29
2.2 普通店铺和旺铺的选择	30
2.2.1 普通店铺	30
2.2.2 淘宝旺铺	31
2.3 取个易受关注的店名	32
2.3.1 认识网店的店名	32
2.3.2 网店起名的技巧	33
2.4 店招设计思路 and 技巧	33
2.4.1 店招的设计要素	34
2.4.2 店招的设计技巧	34
2.5 商品分类的经验和技巧	39
2.6 编写易读易忘的店铺公告	40
2.7 参与友情店铺合作	43
2.8 案例演练	44

第3章 制作商品图文信息

3.1 商品图片的拍摄技巧	48
3.1.1 选择拍摄器材	48
3.1.2 选择拍摄背景	49
3.1.3 选择合适的光线	50
3.1.4 拍摄商品的技巧	51
3.2 使用 Photoshop 美化商品图片	54
3.2.1 调整有曝光问题的照片	55
3.2.2 调整有偏色问题的照片	58
3.2.3 替换照片的背景图	61
3.2.4 为照片添加边框和水印	63
3.3 设置商品的图文描述	66
3.3.1 商品描述的总体原则	66
3.3.2 策划商品的标题描述	67
3.3.3 制作商品的描述信息	71
3.3.4 商品图文排版的技巧	78
3.4 案例演练	82

第4章 分析买家购物心理

4.1 为什么要了解顾客的心理	90
4.2 网店常见的顾客类型	91
4.2.1 讲原则的理智型顾客	91
4.2.2 爱讲价的贪婪型顾客	91
4.2.3 重评价的舆论型顾客	92
4.2.4 看广告的冲动型顾客	93
4.2.5 自信心强的 VIP 顾客	93
4.2.6 难取信的谨慎型顾客	94
4.2.7 有感情的忠实型顾客	94
4.2.8 图方便的习惯型顾客	95
4.2.9 好讲话的随意型顾客	95
4.3 顾客网购时在想什么	96
4.3.1 顾客购物的心理过程	96
4.3.2 针对买家心理进行沟通	99
4.4 与网店顾客接触的技巧	100
4.4.1 把顾客当做情人追	100
4.4.2 让顾客牢牢记住店铺	101



4.4.3 新顾客拒绝产品的理由	102
4.4.4 老顾客流失的常见原因	102
4.5 案例演练	103

第5章 制定优异的客户体验

5.1 完善网店的的服务标准	112
5.1.1 标准服务的要点	112
5.1.2 服务在网店经营中的位置	112
5.1.3 服务给网店带来的好处	112
5.2 客户体验点的打造	113
5.2.1 商品体验	113
5.2.2 流程体验	126
5.2.3 服务体验	127
5.3 客户体验点的运用	130
5.3.1 体验点的综合应用	130
5.3.2 体验营销的具体内容	133
5.3.3 商品的包装与发货	134
5.4 案例演练	144

第6章 使用有效的运营手段

6.1 培养合格的网店客服	148
6.1.1 客服培训的重要性	148
6.1.2 客服应具备的能力	148
6.1.3 客服的推广作用	152
6.2 提供优质的售前服务	154
6.2.1 通过导购体现店铺服务	154
6.2.2 沟通中提升网店的亲和力	158
6.2.3 通过电话交流时要真诚	159
6.2.4 网店导购的技巧和注意事项	160
6.2.5 协助顾客进行交易	161
6.2.6 导购过程中适时地赞美顾客	161
6.3 商品出售中的服务细则	162
6.3.1 仔细检查待出售的商品	162
6.3.2 修改网店商品的价格	163
6.4 做好商品的售后服务	164
6.4.1 及时网上发货	164
6.4.2 关注买家评价	165
6.4.3 及时评价买家	166
6.5 收到中、差评的解决方法	166

6.5.1 造成中、差评的原因	166
6.5.2 认真处理收到的中、差评	167
6.5.3 保持100%好评记录	167
6.5.4 修改网店收到的中、差评	168

6.6 做好网店的售后服务

6.6.1 关注售后服务细节	169
6.6.2 妥善解决客户投诉	169
6.6.3 注重买家口碑的力量	170
6.6.4 维护好与顾客的关系	170

6.7 案例演练

第7章 优化网店运营细节

7.1 建立与买家之间的信任	177
7.1.1 信用的三个层次	177
7.1.2 博取顾客信任	177
7.1.3 赢得信任的法则	178
7.2 提高网店的的服务质量	179
7.2.1 增加商品的附加值	180
7.2.2 电话沟通提升服务	180
7.2.3 制作商品贴心教程	181
7.2.4 利用视频展示商品	188
7.3 加入消费保障服务	189
7.3.1 申请消费者保障服务	189
7.3.2 消保保证金缴纳标准	190
7.4 与同行互相比较、取长补短	191
7.4.1 拜访资深网店卖家	191
7.4.2 通过搜索榜作比较	191
7.5 利用“镇店之宝”打开局面	193
7.5.1 选择人气商品	193
7.5.2 推广人气商品	194
7.5.3 维护人气商品	195
7.6 与客户沟通的“三不”和“两保持”	196
7.6.1 沟通时的“三不”原则	196
7.6.2 保持话题的延续性	197
7.6.3 保持销售的关联性	197
7.7 案例演练	198

第8章 推广网店的常用策略

8.1 寻找潜在顾客	202
8.1.1 传统结合流行	202
8.1.2 发掘潜力行业	203



8.2 准确定位店铺	203
8.2.1 使用平价策略	203
8.2.2 价格组合策略	203
8.3 通过在社区发帖吸引顾客	204
8.3.1 淘宝社区的优势	204
8.3.2 加入淘宝论坛	204
8.3.3 论坛主题帖的类型	205
8.3.4 在淘宝社区发帖	205
8.4 使用聊天工具推广	207
8.4.1 通过 QQ 推广网店	207
8.4.2 通过微信推广网店	209
8.5 使用电子邮件推广	209
8.5.1 电子邮件营销的优势	210
8.5.2 提高电子邮件推广效果的技巧	210
8.6 使用网络广告推广	211
8.6.1 什么是网络广告	211
8.6.2 网络广告的类型	211
8.6.3 如何提高网络广告效果	212
8.7 使用博客文章推广	213
8.7.1 什么是博客营销	213
8.7.2 博客推广的技巧	214
8.8 案例演练	214
第9章 网店促销的常用方法	
9.1 网店促销的作用与时机	222
9.1.1 网店促销的作用	222
9.1.2 网店促销的时机	222
9.2 促销商品的选择和误区	223
9.2.1 适合做促销的商品	223
9.2.2 网店促销的常见误区	223
9.3 限时限量促销商品	224
9.4 利用积分促销商品	225
9.5 通过打折促销商品	226
9.6 卖家包邮促销商品	227
9.7 设计拍卖促销商品	227
9.8 淡、旺季的促销方法	229

9.8.1 销售淡季的促销方法	229
9.8.2 销售旺季的促销方法	230
9.9 案例演练	230

第10章 建立良好的品牌形象

10.1 网店品牌的概念与意识	237
10.1.1 品牌的概念	237
10.1.2 培养品牌意识	237
10.1.3 品牌的塑造	238
10.2 网店品牌的分类	239
10.2.1 商品品牌	239
10.2.2 网店品牌	239
10.2.3 个人品牌	239
10.3 品牌的命名与定位	240
10.3.1 明确品牌的定位	240
10.3.2 品牌的命名原则	240
10.3.3 品牌命名的要素	241
10.3.4 品牌命名的流程	241
10.3.5 品牌命名的策略	242
10.3.6 品牌命名的技巧	243
10.4 设计品牌形象	245
10.4.1 设计商标	245
10.4.2 商标的注册程序	248
10.4.3 构建品牌文化	249
10.5 品牌的营销与推广	249
10.5.1 人脉的力量	249
10.5.2 适当利用名人	249
10.5.3 时刻不忘宣传	249
10.6 网店的不断创新与发展	250
10.6.1 坚持正版	250
10.6.2 坚持创新	251
10.6.3 强调服务品牌	251
10.6.4 自动销售与智能客服	251
10.6.5 通过公益活动扩大影响力	251
10.6.6 走出 C2C 网店平台	252
10.6.7 品牌的不断发展	252
10.7 案例演练	253



第 1 章

网上开店的基本常识

随着人们生活节奏的加快和互联网的普及,作为快捷、便利、价廉的交易方式,网上购物已经逐渐成为许多人日常生活中一种不可缺少的活动。淘宝网是目前国内著名的购物网站,提供了网上购物的交易平台,可以方便商家和消费者进行交易和交流。要想通过淘宝网创业,创建一间淘宝店铺是必不可少的。但是,在得到一间可以带来不菲利润的网上店铺之前,除了要精打细算各种盈亏以外,我们还需要了解一些网上开店的基本常识。



对应的光盘视频

例 1-1 使用 Baidu 搜索引擎搜索货源

例 1-2 通过阿里巴巴主页搜索货源

例 1-3 通过阿里巴巴淘货源搜索货源

例 1-4 加入淘宝分销商

例 1-5 在【淘宝大学】上查看淘宝开店的具体流程视频



1.1 网上开店的方式和经营模式

网上开店目前是一个比较热门的新兴行业,具体来说就是经营者通过在互联网上注册一个虚拟的网上店铺或者自己根据所销售的商品特点建立独立的商品销售网站,将待销售的商品信息发布到网页上,对商品感兴趣的浏览者可以通过网上或网下的支付方式向经营者付款,经营者通过邮寄或上门送货等方式将商品送到购买者手中,从而达成交易并获取利润的一种市场经营模式。针对这种与互联网紧密相关的经营模式,在决定网上开店之前,选择合适的开店方式与经营模式,是每一位经营者必须关注的问题。



1.1.1 网上开店的优势

网上开店是互联网时代背景下诞生的一种新兴商业模式,利用网络丰富的信息资源和广泛、迅速的传播性,可以为商品寻找更多的买家,网络店铺具有实体店铺无法比拟的优势。

1. 投资风险较小

建立网络店铺的成本相比于实体店铺要小很多,许多网上交易平台都为卖家提供租金较低的网络店铺,有些甚至免费提供网络店铺。建立网络店铺的卖家可以根据买家的订单去进货,不会因为积压货物而占用大量的资金。网络店铺的经营活动主要是通过网络进行的,基本不需要房租、工人工资、管理费等方面的支出。

2. 经营方式灵活

网络店铺的经营活动是借助互联网进行的,经营者可以根据个人情况全职经营或兼职经营。网络店铺的营业时间也比较灵活,只要可以及时对消费者的咨询给予回复就不会影响经营。开设网络店铺不需要像实体店铺那样必须经过严格的注册登记手续。网络店铺在销售商品之前甚至可以不需要存货或者只需要少量存货,因此可以随时转换经营项目,进退自如。

3. 限制因素较少

实体店铺的经营常会受到营业时间、营业地点、营业面积等因素的影响,而网络店铺不受这些因素的限制。只要服务器不出问题,网络店铺可以24小时、365天不停地运作,没有专人值守也可照常营业。买家可以在任何时间段登录网络店铺进行购物。

由于网络店铺基本不受经营地点的限制,消费者群体也来自网络,因此网络店铺的卖家即使在家中也不会影响到网店的经营。网店的商品库存量也不会被店面面积限制,只要商家愿意,网络店铺中可以摆放成百上千的商品。

4. 市场规模巨大

网络店铺开设在互联网上,只要是上网的人都有可能成为网络店铺中商品的浏览者与购买者。消费者的范围可以是全国的网民甚至全球的网民。只要网络店铺的商品有特色、宣传得当、价格合理、经营得法,每天将会有相当数量的访问流量,从而极大地增加销售机会,取得良好的销售收入。

5. 宣传推广费用较低

对于开设实体店铺的商家来说,一般需要在广告方面投入大量的资金,对店铺进行宣传包装,以吸引消费者。而网络店铺宣传的费用则低廉很多,少量的费用就可以吸引大量的网上购物者。例如,在淘宝网中进行宣传时,商家只需要少量的费用,就可以让自己的商品成为某个



搜索关键字中排名靠前的商品,从而吸引大量的网上消费者浏览该商品。

1.1.2 网上开店的方式

目前,创建网店的主要方式有通过大型网站注册和自创门户商店两种方式。

1. 在平台网站上注册网店

经营者可以在提供网上开店服务的 C2C、B2C 网站上开设个人网店,如图 1-1 所示。目前,例如易趣、淘宝、微信网店等许多大型专业网站都为个人或企业提供网上开店的服务,经营者只需要向这些网站支付少量的费用(网店租金、商品登录用、广告费用、服务费用等)就可以拥有一间功能齐全的网店,进行商品的网上销售。



图 1-1 在平台网站上销售

实用技巧

采用这种方式在网上开店相当于在商场里租用一个柜台或店面,借助商场的影响力与人气销售商品。目前,常见的网店经营都采用这样的模式。

2. 自立门户创建购物网站

自立门户创建购物网站指的是网店经营者亲自动手或者委托他人进行网店设计,网店的经营与大型购物网站没有任何关系,完全依赖经营者个人的宣传来吸引访问,如图 1-2 所示。



图 1-2 创建购物网站

实用技巧

自立门户创建购物网站的缺点是建站费用较高,同时还需要投入足够的时间与金钱进行网站宣传;其优点是网店的内容不会受到限制,也不必向大型购物网站缴纳诸如交易费用或广告费用等服务性费用。

自立门户创建购物网站的方式有以下两种:

- ✔ 一种是完全根据商品销售的需要进行个性化设计,需要注册域名、租用空间、设计网页、开发程序等一系列工作,个性化较好,但费用较高。
- ✔ 另一种是向一些网络公司购买自助式网站模块,这样操作简单、费用低廉,但是可能会缺少特色。

1.1.3 网店的经营模式

在了解网络交易平台后,用户应该根据自身实际情况,选择一种适合自己的网店经营模式。一般情况下,网络经营商的经营模式主要有以下 3 种。



1. 网店与实体店相结合

网店与实体店相结合是网络店铺与开设的实体商铺相结合的经营方式。这类网店因为拥有实体店铺的支持,在商品的价位、销售的技巧方面都更高一筹,也更容易取得消费者的认可与信任。一般的网络商城都是网店与实体店相结合的,如图 1-3 所示。

2. 专业经营网店

经营者以网络店铺为获利的唯一来源,因此经营者将全部的精力都投到网站的经营上,将网上开店作为自己的全部工作,如图 1-4 所示。



图 1-3 网店与实体店相结合



图 1-4 专业经营网店

3. 兼职经营网店

经营者将经营网店作为自己的副业,经营网店只是为了增加收入(或作为一种爱好)。主要的经营人员以在校学生和时间比较宽裕的职场人员为主。

1.2 确定网店销售的商品和进货渠道

经营一家网店,拥有物美价廉的货源是首要条件。找到一个好的进货渠道,店铺的销售和后续服务才能得到保证,才能有好的销售业绩和长远的发展前景。因此,选择货源对于所有卖家来说都是非常重要的。

1.2.1 选择网店销售的商品

在确定网店的开店方式和经营模式之后,我们最关注的问题是在众多商品中,哪些商品适合在网上销售呢?总结发现,适合在网上销售的商品有以下几个特点。

- ✔ 体积小、便于运输:物流直接决定网上商品送达买家手中的时间和完整程度,以此为原则,体积大的商品相对于体积小的商品,更容易给商品的运输带来麻烦,从而影响商品的销售。
- ✔ 具有一定的独特性:在淘宝网,商品的独特性指的是新、奇、特及地域性。平时在网下不太常见的商品比较有竞争力,在网上销售时相对走俏。
- ✔ 价格便宜:这里说的价格便宜不仅仅是相对于同类商品的价格便宜,还指的是商品的价格加上运费以后,相比实体店中同类商品的价格要绝对便宜。

在对网店销售的商品进行充分分析后,店主要如何找到适合自己在网上销售的商品呢?



1. 首先要客观评价自己的网店

做到这一点很重要,不要觉得很了解自己,觉得自己在网店经营方面什么都能做好。经营者要学会跳出自我的圈子,从客观的角度全面评价自己:我对这个行业了解多少?我是否能够坚持下去?我的优势和劣势都有哪些?对这些问题需要进行一次彻底分析,要做到清楚地看到自己的优点和不足,并尽量纠正缺点。

2. 其次要选择做自己了解的行业

在开店时不要盲目跟风,看到什么好就一溜烟地去凑热闹。因为任何行业能够成熟,都有它的经营之道,不要觉得任何行业都很容易经营,不要主观地认为新兴行业很容易赚钱,要脚踏实地,从自身了解的行业慢慢做起,一步一个脚印。简单来说如果你对数码产品很了解,就可以考虑开一家数码产品网店;如果你是一个女孩子,对美容化妆有一定了解,则可以考虑开一家化妆品网店。

3. 再次要做好前期的商业调查

热情积极地投入网店的创办过程,并不意味着网店一定会成功,还要从多个方面进行仔细的调研工作:看看选择的这个商品销量如何,质量怎么样,是否有积压,流行产品要看清是否已经过季。不能小看前期进行商业调查的重要性,如果这一步的工作没有做好,就很有可能前功尽弃。

4. 最后要准备有力的经济保证

可能有些朋友会说不是几百块钱就可以开个网店吗?虽然相对实体店铺而言,网上开店的成本要小得多,但也会有不少前期投入和一些日常开销,所以店主们要在资金上有所准备,细致考虑每一项可能的支出。

1.2.2 确定网店的进货渠道

有了货源,网店才能顺利开张。但对于初次经营网店的卖家来说,如何寻找货源一直是困扰他们的最大难题。要想网店能赚钱,货源很关键。

1. 从批发市场进货

大多数卖家都会想到去批发市场进货,这是大家熟悉的一种进货方式,也是迅速取得货源的有效途径。

在开设网店的最初阶段,由于销售量不大,很多新手卖家都会选择从当地的批发市场进货。在进货前,首先要认识到批发市场存在的一些优缺点(表 1-1)。

表 1-1 批发市场进货优缺点

优 点	缺 点
能够亲身接触商品实物	商品在质量和做工方面鱼龙混杂,需要卖家有一定的鉴别能力
批发价格比市场价格便宜	商品定价不规范,需要卖家有一定的议价能力;有些批发市场的起批量较大,成本较高
商品款式丰富,选择余地较大	需要和多家批发商保持合作,并且需要卖家有一定的市场意识
批发商一般比较稳定	容易出现货物出门概不负责的情况,应注意和批发商谈好调换货等问题
熟悉市场行情,了解流行趋势	从批发市场进货的卖家多,容易造成某一商品的高重复率,不利于竞争

批发商分为大批发商与小批发商,其中大批发商又有一级、二级甚至三级批发商。大批发商适合网店已经有些规模、有一定实力的中等卖家。不同级别的批发商各有利弊,卖家要根据



现实状况慎重选择,选择重点在于卖家自身的实力。

- ✔ 一级批发商一般都是直接由厂家供货,很容易用搜索引擎找到,并且他们能提供稳定的货源,货品的利润空间较大。但是一级批发商因为订单较多,故换货麻烦且一般不退货。如果找一级批发商进货,有可能出现售后服务跟不上的情况。
- ✔ 二级或者三级批发商适合刚刚起步的小卖家。这些小批发商大都是从零售转为批发,他们对自己批发的商品、顾客需求比较了解,掌握商品的流行趋势。

与大批发商交易时,在订货前一定要将商品细节和服务方式确定好。如果订货数额较大,最好能签订规范的售货合同,以免以后发生经济或其他纠纷。小批发商常常信誉度不明,卖家不能从第三方得到诚信证明,所以在与小批发商交易时,应先从小批量合作开始,等了解了他的行事方式和服务态度后,再进行大规模合作。

在与批发商打交道的过程中,还要注意,在各大批发市场,批发商之间也是有合作的。有些小批发商本身没有货,他会从别的批发商手里拿到商品,再批发出去,这样肯定会增加进货成本。要避免这种现象,就要不怕麻烦,多跑几个批发市场,不漏掉任何可能的机会,再确定进货源头,才能避免上当受骗。

一般来说,每个批发商都会有主打商品,这类商品是他们从关系好的厂家直接进货,价格上具有一定的优势。如果不嫌麻烦,多找几个批发商,分别批发他们的主打商品,可以得到许多实惠;如果嫌麻烦,则找售后服务较好的批发商,避免今后在退换货时发生纠纷,浪费时间和金钱。

在与各类批发商打交道时,应该注意一些细节,它可以帮助卖家成功达到目的。

- ✔ 要注意个人形象,要落落大方,不拖泥带水,要充满自信,给人以“做大事”的印象。
- ✔ 说话要内行、有水平、有见地,不要被人小看。
- ✔ 要善于和批发商交朋友,投其所好,争取好的价格和调换货的好处。
- ✔ 对价格不要过于计较。如果为了小钱和批发商讲来讲去,会让他看不起。有时卖家与批发商合作直爽一些,会赢得更多的合作机会。
- ✔ 如果是新开店,进货较多,可说服批发商为卖家开业铺货,垫付货款,卖家在下一次进货时把上次的欠款还清。这样,不仅可以充分利用批发商的资金优势,还可以赢得良好的信誉。
- ✔ 在调换货等售后服务问题上,要事先与批发商在合同上达成一致,以免以后出现经济纠纷。协议内容可以是什么货品能换,什么货品不能换,换货周期是多长等。
- ✔ 要相信自己的眼光和直觉,不要过分相信批发商的话。例如,服装批发商在向客户推荐款式时,总是会说,这个款式销量很好、某商品马上售空等,这其实是批发商的一种手段。如果因此而轻信,很容易造成货品积压。
- ✔ 对与批发商的每一次货款交易,都要保留好凭证。如进货时对方开具的发货单等,最好用专门的文件夹存放。如果对批发商有欠款,一定要在还清欠款后,请对方开具收条并妥善保管,在对方因种种原因而再次要求还款时,保证有依据说明货款已经还清,否则容易造成经济纠纷。
- ✔ 从小批发商处直接进货,虽然价格略高一点,但是因其可以少量进货且服务态度又比较好,因此是很多新手卖家的首选。另外,一些实体小店也是网店卖家一个不错的选择。这些实体店一般位置比较偏僻,因此商品价格也比较低,而且质量不错,最重要的是这些



小店里的商品在批发市场上不常见到。同时,由于这些小的实体店以零售为主,因此在与店主商谈批发时,进货价可商量的余地较大。

实用技巧

平时逛街的时候要留意市场动态,留意各个小店,看看最近流行什么,看看哪些小店有自己需要的东西等。

在批发市场找到货源后,可先进少量的货试卖,如果销量好,再考虑增加进货量。下面总结了批发市场进货的一些技巧:

- ✔ 即便是第一次来进货,也要装成是熟客的样子,与批发商讨价还价。
- ✔ 在批发市场进货,要注意观察辨别出批发市场上的“托儿”,这些“托儿”都是批发商找来的一些假装来进货的人。
- ✔ 即使是在同一个批发市场进货,同样的货也要多比比、多逛逛、多问问。
- ✔ 进货要到货物比较集中、种类较多、客流量大的地方。
- ✔ 批发市场中商品品种丰富,但是多了一个批发商环节,会导致价格偏高,另外若对批发商的信誉不是很清楚,有可能上当受骗。

对于怀揣梦想辛苦创业的新手卖家来说,开店容易,但进货难,特别是要进到合适的货物。下面总结了作为一个新手卖家,从批发市场进货时需要注意的事项:

- ✔ 不宜与同城同行一起进货:不宜与同城同行一起去进货主要是避免所进货品重复而带来不必要的竞争。此外,在进货时,主观想法也会受他人的影响而偏离。商场如战场,竞争是无情、残酷的,所以这个细节不可不考虑。
- ✔ 多家问价:在批发市场,衣服、鞋帽、包包、饰品等店铺林立交错,让人眼花缭乱、目不暇接,所以鱼目混珠假扮厂家而投机取巧的大有人在,行话就叫“炒货”,碰到此类情况,最简单有效的应对方法就是第一次去先不要急于拿货,多问、多看、多转,把市场行情摸清,做到心中有数才能游刃有余。
- ✔ 穿着打扮与交谈技巧:新手去进货时,一般那些批发商都能从他的语言和打扮上看出个大概,因为大多穿得跟平时一样,手上也没有标志性的拿货小推车,问价时喜欢问多少钱一件,这件怎么卖,或可以拿几件等,批发商通常会有意地加价。建议如果货不多用不上小推车的话,可以手上拿1~2个批发市场中最常见的大塑料袋(最好黑色为主,因为装的什么谁也看不到),问价时以“怎么批”或“打包多少”为主,不要问多少钱一件等市场上零售的问法。
- ✔ 钱货要当面清点:这里所说的清点有两层含义,一是当面清点好货款,二是当面清点好货品。清点货款时注意杜绝收到假币的情况发生;清点货品时要尽可能细致地检查(在人头攒动的批发市场,特别是紧俏新品被人疯抢时,少发货以及发错颜色、尺码、款型的事经常发生),遇到有问题的货品时应当立即调换。对于数量大的批发货品,虽然厂家承诺有问题可以调换,但很多拿货的人是不会有耐心去一件件细致检查的,而针对新手网店店主这样的小卖家来说,进货数量不多又没时间经常去,完全可以做到当面检查、当面调换,把瑕疵和损失概率减到最低。
- ✔ 记下中意店铺的联系方式:每个店家的风格都会有所不同,淘货也会受到这样的主观影响。去批发市场淘货,如果遇到适合自己风格的店铺,建议留下其名片,作为今后长期合

作考虑的对象。这样,与店铺联系也比较方便,一些诸如进货、退货、补货等问题可以通过电话联系。

2. 通过生产厂家进货

从正规的厂家进货,货源更加充足。如果长期合作的话,一般都能争取滞销换货等条件。但是,厂家要求的起批量非常高,以外贸服装为例,厂家要求的批发数量至少要近百件甚至上千件,达不到这个数量不但拿不到最低的价格,甚至可能连基本的合作资格都争取不到。

因此,从厂家进货,一般不适合小量批发的新手卖家。如果卖家有足够的资金储备并且认准不会有压货的危险,或不怕压货,就可以去找厂家进货。

如果卖家选定的经营产品在网下不算热销,或者商品本身有一定的品牌效应,最好能到厂家拿到最低价格的货源。如果卖家能得到厂家的支持,既可以提升网店的专业形象,又可以顺利开展网上业务。但是,这种进货途径需要卖家具备独到的眼光,只有这样,卖家才能尽量避免压货的局面。



实用技巧

厂家进货可以拿到最低价格并且货源充足,但因厂家发货都是跑量,可能会有压货的风险。另外,商品卖出以后,换货有时会很麻烦。这些利弊都需要新手卖家在进货前考虑清楚。

3. 通过代理商进货

寻找代理商,实质就是寻找批发商。所不同的是代理商一般只经营一个品牌,并且这个品牌在消费者中已经有了知名度。网上经营这类产品会比较顺利,因为在搜索物品时,搜索品牌名是最为方便的。

寻找品牌代理商,最简单的方法就是去产品的官方网站,查询所在地一级代理的信息。其实,在淘宝网上的很多大卖家就是某类产品的省一级代理,或者就是厂家。找到代理后,谈好价格,尽量利用他的产品资源。卖家需要做的就是把他的商品图片、信息上传到自己的小店,而不必存货到家,可由代理商替自己发货。现在,淘宝网上存在的许多加盟连锁店也是这样取得货源的。

4. 选择外贸尾单进货

市场上的外贸尾单通常可以分为外贸原单、外贸跟单、外贸追单和外贸仿单4种。

- ▼ 外贸原单是一些出口时在质检中没有达到品牌商的要求而被品牌商退回,或因加工方交付期延误被退回的,但并不影响外观和正常使用的货品。一般情况下,一些国外知名品牌是不允许有外贸原单货流入国内市场的。因此,外贸原单大都为国外一些不知名品牌或在国外知名但在国内不被人熟知的品牌。
- ▼ 外贸跟单是指厂家用完成出口订单后剩余的部分面料和辅料,按照外贸货品的款式生产的未经检验的货品。这类货品在品质上基本和原单货没有太大区别,但在一些材料的做工上无法与国外的相提并论,一些专业人士还是一眼就能辨别出其中的不同。
- ▼ 外贸追单是当加工的原料已经用完,品牌商需要追加订单的时候,国内的加工厂商自行采购一些相似的面料按照原单加工而成的货品。这类外贸尾单货虽然无法与原单相比,但质量还是可以得到保证的,毕竟厂家也希望可以和品牌商并驾齐驱。
- ▼ 外贸仿单是厂家选用和出口订单相似的面料进行仿制而成的产品。由于其利润的可观性,如今服饰一类的外贸仿单品在市场上很泛滥,产品质地也是参差不齐。