

淘宝网 开店与推广必读

吕洋波 王 俊 编写

详解**开店**与**经营推广**的全过程，解读**经营**过程**难题**，提供**锦囊级**实战技巧，总结网店的**宝贵经验**，从而**破解致富**的密码！结合店主多年的网店经验，讲解**开店的准备**、**网店形象**、**店铺装修**、**创意宣传**、**沟通交流**、**包装发货**、**客户纠纷**、**圈子营造**等方面内容。



DVD光盘

全程多媒体语音视频教学



 **科学出版社**
www.sciencep.com



北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhep.com.cn

淘宝网 开店与推广必读

吕洋波 王 俊 编写



 科学出版社
www.sciencep.com



北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhp.com.cn

内 容 简 介

这是一本网上开店和推广的指导用书。通过总结店主的经营经验,讲解了开设网店、确定经营商品、商品定价、包装发货、店铺装修、客户沟通、完善服务、圈子营造、宣传推广等各个经营阶段需要注意的问题和相应策略及技巧。

全书共 12 章,在编写上以技巧为主,以理论为辅,图文并茂地解答了网店经营者在整个经营过程中遇到的各种问题。本书偏重于实践和实用性,对于经营中的每个部分都讲解了最有效的方法,避免了读者走弯路的可能性。

本书适合淘宝新卖家快速提高网店经营、行销能力;也适合有一定运营经验、需要进一步提高营业水平的从业人员;还可作为各类电脑培训学校、大中专院校的教学辅导手册。

本书配套光盘包含近 200 分钟的 11 个重点操作视频教学录像。

需要本书或技术支持的读者,请与北京清河 6 号信箱(邮编:100085)发行部联系,电话:010-62978181(总机)转发行部、010-82702675(邮购),传真:010-82702698, E-mail: tbd@bhp.com.cn。

图书在版编目(CIP)数据

淘宝网开店与推广必读/吕洋波,王俊编写. —北京:科学出版社, 2010.11

ISBN 978-7-03-029133-2

I. ①淘… II. ①吕… ②王… III. 电子商务—商业经营—基本知识—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 191575 号

责任编辑:邓伟 / 责任校对:马君

责任印刷:密东 / 封面设计:青青果园

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号
邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京市密东印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010 年 11 月第 1 版 开本:700mm×1000mm 1/16

2010 年 11 月第 1 次印刷 印张:17

印数:1-3 500 字数:385 千字

定价:29.80 元(配 1 张 DVD)

前 言

淘宝作为国内最大的 C2C 网站，汇聚了全国各地的商界精英。在高手如云的淘宝网上，为了争取有限的客户，每个店铺的经营者必然注意一些网店的经营方法策略，这样才能获得属于自己的市场份额。本书就是在这样的网络背景下产生的。旨在可以通过本书的讲解帮助在淘宝网上苦苦打拼的朋友们。

本书重点讲述了在经营淘宝店铺的时候会遇到的各种细节问题，以及怎样从中节省开支获得盈利的技巧等，其中包括了店铺从进货、与客户交流、发货、处理纠纷等各个方面，还提供了大量经管实践检验的实用技巧。因此本书可以作为您开设和经营网店的帮手和指南。

本书由杭州易网灵杰科技有限公司的吕洋波和王俊编写。吕洋波拥有两家皇冠店铺，并最先提出了“云商务”的概念，让电子商务的理念更上一层楼。王俊为杭州职业技术学院电子商务讲师、阿里巴巴首届特聘讲师，同时也是淘宝讲师，对电子商务有非常深的研究。本书在编写上以实用见长，以理论为辅，图文并茂地解答了各种经营店铺的过程中会遇到的难题，对于容易出错的地方都进行了详细地说明。本书可以为已经在淘宝开店起步的用户提供相应的技巧和策略，也适用于计划在淘宝开店的用户。这本书告诉了您致富的秘密，总结了开淘宝店的成败得失等宝贵经验，助您实现网上成功开店创业的梦想。

本书的特点

本书基本涵盖了在淘宝上开店和经营的各个部分，包括网店形象、创意宣传、沟通交流、包装发货、客户纠纷、圈子营造等，同时还提供了很多做大做强网店的实用技巧，内容详实、有效。具体来说，本书的特点主要体现在以下几个方面。

- 本书总结了开设网店从入门到成功地经营经验，同时讲解了通常店主容易忽略的各种细节，适合初级、中级学者逐步掌握在淘宝经营店铺的诀窍，也是淘宝卖家扩大生意的指南和法宝。
- 本书的各个环节描述详实、图文并茂，非常容易理解，对于所有的淘宝用户来说都具有很好的操作性。
- 本书介绍各个经营经验时，对各个经营技巧和细节都进行了详细地说明和提醒，培养读者举一反三、灵活运用能力。
- 本书所有操作步骤都非常明确简练，读者可以方便准确地完成相应的操作，节省大量的宝贵时间。
- 本书的内容具有更强的实用性，所有的技巧都经过了店家的检验，综合了

多个店主的智慧和经验，读者可以按照本书的讲解将店铺做大做强。

本书的内容安排

本书共分为 12 章，从淘宝网经营的理念、店铺的装修、到店铺的宣传、沟通的技巧和纠纷处理以及店铺圈子的一些策略和技巧。

第 1 章 开店前的准备工作

本章主要介绍淘宝网的优势，以及在淘宝网成功开店应该具有的基本素质，淘宝网上的一些潜在的规则等。

第 2 章 选择合适的经营项目

本章主要讲述了开设网店时怎么样选择产品，确定自己的产品优势与经营优势，同时还介绍了各种进货的渠道和利弊。

第 3 章 商品定价策略

本章从成本和利润的各个方面讲解了商品定价所应该采取的策略和技巧，可以帮助读者解决定价高低的疑惑。

第 4 章 商品的包装和发货

要想经营好网店，就要关心每个细节的问题，在每一个细节中盈利。本章分享了包装和物流的一些技巧和细节，目的在于为您节省每一分钱。

第 5 章 精美的商品图片与店铺装修

本章讲述了商品照片的拍摄、美化，店铺的维修和装饰，以及商品描述的专业与到位等各种细节和技巧，让经营者可以将自己的店铺做的更加完美。

第 6 章 通过沟通留住顾客

本章主要介绍了使用各种交流工具的方法和技巧，同时介绍了怎么样做到更高效地以及更有技巧地沟通方法。

第 7 章 妥善解决客户意见、退货与投诉

本章主要讲解了面对客户各种问题的时候应该采取的处理方法，以及怎样用淘宝的规则维护自己和消费者的正当权益的技巧。

第 8 章 收集信息完善服务

本章主要讲解了怎样收集客户的反馈信息，并对各种反馈信息进行整理和分析，以及在此基础上完善自己的经营方式的技巧。

第 9 章 回访客户是网店长足发展的关键

本章主要讲解了怎样通过回访客户，让一些新客户成为长期客户，并逐渐建立起属于自己的品牌和口碑效应等。

第 10 章 合作经营与创建经营圈

本章主要讲解怎么样通过整合和利用网络中和淘宝网的各种资源，做到更加完善高效的经验店铺的方法！

第11章 创意宣传

本章主要讲解了各种常规的宣传方法，以及各种常规工具的周边应用等，目的是让读者可以有更高效直接宣传方法。

第12章 笑对网店得与失

本章主要讲解了网店经营过程中，店主应该具有的心态，以及怎样调整自己的心态，让自己的店铺能够经营得更好。

适合阅读本书的读者

- 淘宝网上开店的新手。
- 迫切希望提高网店生意的初级经营者。
- 可以作为淘宝创业开店的应用培训或技术培训的教学用书。
- 对淘宝网感兴趣的爱好者，本书是一本很好的参考手册。

本书适合想将网店做大做强的店主，可以轻松学到真实、详细、实用的经营方法；省钱、省时、省代价的经验和技巧；在作者的经验之上，广大店主可以轻松地提高自己的店铺经营技巧。

编者

目 录

第1章 开店前的准备工作	1
1.1 网络销售的优势	1
1.2 了解网店创业的平台——淘宝、易趣、拍拍	2
1.3 了解网店竞争对手	5
1.4 成功者应该具有的素质	6
1.5 开店所需的心理与硬件准备	7
1.5.1 网店经营者应具备的心理素质	7
1.5.2 经营网店的必需品	9
1.6 淘宝网的开店规范	9
1.7 店铺经营的基本要点	14
1.8 小结	14
第2章 选择合适的经营项目	16
2.1 了解客户和市场需求	16
2.2 选择利润大且有市场的行业	18
2.3 避免选择冷门行业	19
2.4 寻找最适合网店经营的商品	20
2.4.1 评估自身所拥有的条件	21
2.4.2 选择最适合自己的商品	22
2.4.3 确定网店经营方向	24
2.5 确定你的客户群和销售风格	24
2.6 寻找价廉物美的进货渠道	29
2.6.1 从批发市场进货	29
2.6.2 从厂家进货	30
2.6.3 从网上进货	31
2.7 小结	32
第3章 商品定价策略	33
3.1 确定商品本身的价格	33
3.1.1 利润最大化原则	33
3.1.2 学会利用他人制定的价格	37
3.2 不可忽略的附加成本	40
3.2.1 库存成本的计算	41
3.2.2 包装费用的计算	43

3.2.3 物流费用的计算.....	47
3.3 网店经营定价攻略.....	50
3.3.1 定价前的准备工作.....	50
3.3.2 常用的定价方法.....	52
3.4 小结.....	56
第4章 商品的包装和发货	58
4.1 让产品更“正规”.....	58
4.1.1 商品来源要一目了然.....	58
4.1.2 着重体现商品质量保证.....	60
4.1.3 务必附上保修证明.....	62
4.2 低利润的小商品同样需要包装.....	63
4.2.1 鲜花还需绿叶配.....	64
4.2.2 绝不破坏商品本身包装.....	64
4.2.3 采用网店的统一包装.....	66
4.3 在细节中体现服务品质.....	69
4.3.1 在快递商品中附带联系方式.....	69
4.3.2 设计并发放网店的回馈卡.....	72
4.4 与快递、邮政打交道的技巧.....	74
4.4.1 使用民营快递的技巧.....	74
4.4.2 使用邮政货运的技巧.....	77
4.4.3 其他物流方式.....	81
4.4.4 重视发货单, 别因小失大.....	83
4.5 小结.....	85
第5章 精美的商品图片与店铺装修	86
5.1 商品拍摄和处理的技巧.....	86
5.1.1 拍摄前的准备.....	86
5.1.2 各类商品的拍摄技巧.....	90
5.1.3 商品图片的后期处理.....	94
5.2 使店铺脱颖而出的装修技巧.....	102
5.2.1 使用默认店铺模板.....	102
5.2.2 使用免费装修模板.....	103
5.2.3 设计并应用装修模板.....	108
5.3 让商品表述技巧.....	112
5.3.1 商品描述的技巧.....	113
5.3.2 买家须知要详细.....	116
5.4 小结.....	120

第6章 通过沟通留住顾客	121
6.1 沟通的常用工具	121
6.1.1 用户最多的QQ	121
6.1.2 淘宝主场选择阿里旺旺	124
6.1.3 MSN 面对特定对象	131
6.1.4 使用电话沟通的技巧	134
6.2 别让客户成为“陌生人”	136
6.2.1 主动咨询商品的人都是潜在客户	136
6.2.2 利用通讯工具管理客户资源	138
6.3 加快沟通速度	140
6.3.1 对沟通对象和情境进行分类	141
6.3.2 预计客户所疑惑的问题	142
6.3.3 必要时利用视频语音进行沟通	145
6.4 提升沟通技巧	146
6.4.1 主动联系潜在买家	146
6.4.2 像关怀亲人般关心客户	149
6.4.3 保持良好的态度与心态	151
6.5 小结	152
第7章 妥善解决客户意见、退货与投诉	153
7.1 产品不是百分百，客户的建议更重要	153
7.1.1 如何面对及利用评论	153
7.1.2 及时处理客户留言	157
7.1.3 争取客户直接的意见与建议	161
7.2 服务力求百分百，规则要有理有据	162
7.2.1 制定尽可能“完美”的网店商品退换规则	162
7.2.2 一切以规则为先，做到有理有据	166
7.2.3 规则之外也有人情，留下好口碑更重要	169
7.3 积极主动解决问题，轻松搞定投诉	170
7.3.1 危机处理需要主动积极	171
7.3.2 先解决问题，再考虑后续补偿等问题	172
7.3.3 “态度决定一切”是应有的服务理念	173
7.4 小结	174
第8章 收集信息完善服务	175
8.1 如何听取客户的心声	175
8.1.1 跟踪服务，获取反馈信息	175
8.1.2 在网店内留心客户的声音	177

8.1.3 从网店外主动寻找客户的声音	180
8.2 将信息归类和分析	184
8.2.1 对反馈信息做好登记和整理	185
8.2.2 分析信息	186
8.2.3 通过信息改进销售策略	189
8.3 公布反馈信息, 相信自己能做得更好	192
8.3.1 世上没有不透风的墙, 让别人说不如自己主动说	192
8.3.2 公布反馈信息与制定应对方案	194
8.4 小结	195
第 9 章 回访客户是网店长足发展的关键	196
9.1 让更多客户成为回头客	196
9.1.1 谁说网店消费属于单次消费	196
9.1.2 赢得回头客, 才能成为皇冠卖家	198
9.1.3 增加消费的几率	199
9.2 如何感知客户的其他需求	201
9.2.1 选择再次联系的时机	201
9.2.2 再次联系的主题有哪些	203
9.2.3 分析客户再次需求的时间与几率	207
9.3 赚的不仅是订单, 还有口碑	208
9.3.1 简单的回访, 让彼此更熟悉	209
9.3.2 适当的回访, 让生意不难做	209
9.3.3 成功的回访, 让客户协助做宣传	210
9.4 小结	211
第 10 章 合作经营与创建经营圈	212
10.1 一个人到底能做多少事	212
10.1.1 孤胆英雄多寂寞	212
10.1.2 一个人一天也只有 24 小时	213
10.1.3 卖家在销售高峰期需要帮助	215
10.1.4 “危难”之时寻求帮助	216
10.2 通过网络寻求合作伙伴	218
10.2.1 寻找志同道合之人	219
10.2.2 寻找利益共通之人	221
10.2.3 联合一切能够联合的人	224
10.3 选择合作经营, 打造自己的小商圈	225
10.3.1 合作经营是个体网店合力致胜的突破口	226
10.3.2 联盟经营圈是合作经营的高级形式	229

10.4 小结	231
第 11 章 创意宣传	232
11.1 常规宣传——店面推广的必须步骤	232
11.1.1 QQ 群宣传	232
11.1.2 MSN 宣传	235
11.1.3 论坛宣传	239
11.1.4 利用搜索引擎宣传	242
11.1.5 网络宣传的一些小技巧	243
11.1.6 传统型的宣传	245
11.2 使用阿里旺旺宣传	246
11.3 小结	248
第 12 章 笑对网店得与失	249
12.1 没有绝对成功	249
12.1.1 网店经营，失败的比成功的多	249
12.1.2 正确面对网店创业的挫折经历	251
12.1.3 创业没有“失败”，只有经历	252
12.2 坚持对于网店经营很重要	254
12.2.1 经营网店需要花多少时间	254
12.2.2 当激情遭遇平淡之后	256
12.2.3 再坚持一刻钟，成功将对你微笑	257
12.3 对网店的得失保持一颗平常心	258
12.3.1 如果不得不放弃，那就微笑着放手	258
12.3.2 一步一个脚印，笑迎灿烂明天	259
12.4 小结	260

第1章 开店前的准备工作

随着网络的不断普及，在网络中进行交易的人和群体也越来越多，网络交易已经成为人们生活中必不可少的一部分，成为促进 GDP 增长的因素之一。淘宝网作为 C2C 交易平台的龙头，在多年的经营和实践过程中积累了丰富的经验，并形成了独有的平台优势。作为网店经营者，需要全面了解网络交易平台才能使店铺的经营更便捷。

1.1 网络销售的优势

什么叫网络销售？简单来说，就是利用网络平台买卖商品（包括服务），从网上看货再利用网上银行进行结账的一种销售模式。广义的网络销售就是网络营销，即以互联网为主要手段开展的营销活动，但其不只局限在互联网上。一个完整的网络营销方案，除了在互联网上做推广外，还有必要利用传统方法进行线下推广。本书介绍的其实只是狭义的网络营销，即网络销售，是对商品、服务所做的一系列网络经营活动，从而达到满足个人需求的全过程。简单点来说，就是个人对个人的网络销售，网店对个人的网络销售，网店对网店的网络销售模式。

网络销售相对于传统的店铺销售模式，具有无可比拟的优势，也正是这些优势，使其能够在短短几年内快速发展，影响并冲击着传统的销售模式，从而逐渐改变人们的消费观念。

具体来说，网络销售具有以下五个优势。

优势一：一对一的销售模式，买卖互动更满意。

一对一的销售模式更方便买卖双方的互动。网络销售充分利用了网络的互动性，使买卖双方的联系变得更加方便、快捷。买家可以随时在互联网上搜寻自己需要的商品，并通过互联网主动找到商家的网站。比如买家想在网上买创意家居，只需在淘宝网上搜索“创意家居”，便能搜到 2456 个店铺供买家选择。买家可多重选择，选中自己中意的店铺挑选商品，然后通过淘宝旺旺交谈工具或在线留言，直接和卖家取得联系，卖家会在第一时间内解决买家提出的问题，从而达成交易。这种一对一的服务，不但能随时解答买家的疑难问题，更能和买家形成一种亲密的关系，从而建立长久的伙伴关系。

优势二：一台电脑和一根网线，全球商机无限。

网络销售具有无限延伸的强大功能。一是网上销售时卖家的信息容量不受限制，商品信息、图片、商品荣誉、老顾客的反馈等，任何需要提供给买家的、对商品有用

的资料皆可录入，并在网店上以各种方式展现。二是销售时间不受限制。只要卖家有精力，可以一天24小时管理网店，随时和买家交易。三是销售地点不受限制。只要卖家销售的不是非法商品，互联网可以将业务延伸到世界各地，无国界、无区域界线经营，而且不受现地方保护、贸易壁垒等的制约。四是商品提供力无限制。互联网巨大的虚拟空间，使卖家没有开实体店时所受的空间限制，能够提供品种齐全、足够数量的商品。如网络书店Amazon经营的图书达300万种之多，这是世界上任何一家传统书店绝对不可能陈列的巨大数量，但在网络世界里则轻而易举地实现了。

优势三：网络销售成本低，价格优势明显。

成本低是网络销售最大的优势。相对于实体店铺，网上开店的经常性支出减少，比如店面租金、装潢费用、水电费、营业税及人事费用等。对于一些做代理的网店来说，更是省却了存货成本。卖家可以在接到顾客订单后，再向制造厂家订货，连存货的风险都降到了最低。因而，网店低成本、低投入的特点，降低了开店的门槛，同时其低廉的价格优势也使它比一般的实体商店更有竞争优势。

优势四：赚钱购物两不误。

网络销售快捷、方便、省时、省力的特点正符合众多不爱出门，爱上网的宅男宅女的心意。传统购物，需要到商场购买东西，遇到刮风下雨的天气还会给购买者带来诸多的不便。而网上购物，无论大小，配送公司都会给送到家中，节省了购买时间，为消费者提供了便利。对于残疾人士而言，只要上了网，也能和其他正常人一样去网店里购物了。所以无论对于开网店的卖家，还是擅长淘宝的买家，网络销售都是非常方便的方式。

优势五：销售方式不落窠臼。

网络销售较于实体店铺，有更丰富多彩的促销手段。实体店铺受时间、场地、人员等诸多因素的限制，在同一个商店同时举办多个促销活动几乎是不可能的，但在网店里则可以实现多个促销活动同时进行。比如冬装甩卖、春装新上市、买二件免运费、买就送礼品、收藏本店铺就有T恤赠送……这么多信息就在一个网店里开展，对买家来说具有巨大的吸引力可。

存在这么庞大的网络消费人群，还有淘宝网这么成熟的优势交易平台，还等什么，咱就赶快开网店吧。

1.2 了解网店创业的平台——淘宝、易趣、拍拍

随着网络销售额的不断增长，网络销售的平台也越来越多，其中最为人们熟悉的有淘宝、易趣、拍拍等著名网站。它们各有自己的特点。

1. 淘宝网

淘宝网(www.taobao.com)是目前全国最流行的网上个人交易(C2C)平台,现在使用网购的人多数是使用淘宝,据统计,在2007年淘宝网在包括B2C和C2C在内的中国网上销售市场中占了高达三分之二的市场份额,其中C2C网上购物市场占有率达80%以上。2003年7月,阿里巴巴投资创办淘宝网。相对易趣网和拍拍网而言,淘宝起步比较晚,但其发展迅速。淘宝懂得抓住时机,扩大市场占有率,利用免费政策吸引了大量卖家,并且为卖家提供免费注册、免费认证、免费开店的服务。并承诺至少三年内不收费。

2. 易趣网

1999年8月18日,邵亦波及谭海音在上海创立易趣网(www.ebay.com.cn),易趣提供C2C与B2C的网络平台的搭建与服务。2002年3月,易趣获得美国最大的电子商务公司eBay3000万美元的注资,并与其结成战略合作伙伴关系。2003年6月,eBay再向易趣追加1.5亿美元的投资。2004年9月17日,易趣与美国eBay顺利实现了平台对接。

至此,易趣(ebay)的中国用户可以直接与30多个国家和地区的1亿多eBay用户进行网上交易,从而为中国的卖家提供了无限商机。目前,易趣网具有350万注册用户,已经对注册用户开始收费,在易趣开办网店,人气虽高但是要上缴相关费用。

易趣网是全球最大的中文网络交易平台,同时易趣网也是中国最早提供网上开店服务的网络平台之一。在易趣网上注册网上商店免费,但是需要支付商品的底价设置费、物品登录费、交易服务费及广告增值服务费。

3. 拍拍网

腾讯拍拍网(www.paipai.com)是腾讯旗下的电子商务交易平台,网站于2005年9月12日上线发布,2006年3月13日宣布正式运营。运营初期,拍拍网依托于腾讯QQ超过5.9亿的庞大用户群以及2.5亿活跃用户的优势,具备了良好的发展与竞争基础。QQ用户群已成为拍拍网最具潜在需求的买家。基于这种良好的商业氛围、特殊的优势资源以及用户对于多元化交易的需求,拍拍网首次提出了“在线商圈”的创新概念。拍拍网一直致力于降低中国电子商务的门槛,希望电子商务能够进入寻常百姓家。

拍拍网的最大商业优势就是拥有腾讯QQ庞大的用户群,人气旺盛。目前,在拍拍网开店也是免费。

上面的3个网站是我国具有代表性的网店经营平台,各具特色。淘宝网和拍拍网目前都是免费,而易趣是收费网站。随着网上销售额的不断增加,在网上创业的人越来越多了。下面分别分析一下这3个交易平台的优劣势。

首先,淘宝网只提供网购平台,其经营和服务与淘宝无关,并且不收取任何费用。淘宝网中的商家可以留下自己的任何联系方式,这也为网下面对面交易等提供了可能。因此,在淘宝网上开店,可以在网上完成交易,也可以以其他方式完成交易。若在易趣平台上经营网店,所有的交易都将通过易趣实现,并收取登录和交易的服务费。

其次，淘宝的论坛比较清晰明了，且运用了大量的主题色块，无论是查找还是翻阅帖子都较为方便，而易趣社区则给人一种乱杂的感觉，没有区分性的设计。易趣在商品搜索中增加了热门搜索，选择余地更大，但是搜索页面的打开速度也因此受到影响。易趣在“我的易趣”中设置了“纠纷处理平台”来解决买卖纠纷，淘宝中也设有类似的纠纷举报平台。淘宝论坛还有个人签名与图片，这也是淘宝论坛较为吸引人的特点之一。

第三，这三个网站分别使用了不同的交谈工具。淘宝提供的是“淘宝旺旺”，易趣提供的是“易趣助理”，拍拍使用的是QQ。“易趣助理”的功能是为卖家提供更方便的上货服务，而“淘宝旺旺”则将其功能放在了即时交流的平台，这对买卖双方来说，都是互利的，而QQ用户的买卖平台功能就相对弱很多。

第四，在易趣中，若没有通过认证注册的会员则只能享受卖部分物品的权利。易趣认证的过程较简单，只需在首页下部选择“点击这里迅速成为星级用户”，就可以通过手机即时通过认证，这之后交易的费用也将从电话费中扣除。另一种认证方式是通过身份证和信用卡等级来实现。在首页顶部“诚信与安全”链接里的“交易和安全”栏里找到“实名制认证申请”，填写身份证号码或者信用卡卡号即可。这个认证过程需要1~7个工作日。在淘宝中，认证机制只有通过身份证认证一种。注册用户可以通过扫描身份证后上传副件，也可以通过快递或传真（必须先与工作人员取得联系），将身份证复印件送至淘宝公司通过认证。

第五，易趣需收取商品登入费。目前易趣向卖家收取商品的登录费1元至8元不等，以商品最低成交价为计费基数。易趣在每次交易成功之后会收取相应的佣金，即交易服务费，服务费按每件商品在网上成交金额的0.25%~2%收取，如果没有成交则不收取该费用。例如，一件商品以3000元人民币的价格在易趣网上成交，将交付约30元的服务费。易趣用户必须要实名注册，通过实名认证后，不但有“奖状”作为标记，还能得到一颗星；交易后，双方互做信用评价，信用评价由评价类型（好/中/差）和评论内容组成。用户得到的所有评价构成用户的信用记录，认真如实的评价可以为其他用户提供参照。当然，评价方同样可以从他人提供的评价里获益。目前此方法广泛运用于电子商务领域。

淘宝在整个交易过程中实行免费政策，其最有特色“淘宝旺旺”这一即时通信软件，联系或留言给买家或卖家都十分方便。除此之外“支付宝”为买家提供了支付保障，使买家在购买时没有后顾之忧，从而也增加了消费者对淘宝网的信任度。

第六，淘宝网本土化的经营模式符合中国人的习惯，用起来得心应手，易趣的网站界面是英文翻版，与中国人的习惯存在较大的差异。

总的来说在大多数的C2C的网站里，淘宝是做得比较出色的，也是符合大多数刚创业的卖家的创业需求。目前淘宝的发展是这些网络平台里最好的，因此淘宝是开网店的第一选择。

1.3

了解网店竞争对手

网上开店似乎蕴藏着巨大的财富和利润,那究竟是哪些人在经营网店?什么样的人适合呢?据调查,以下几类人,占了网上开店人群的90%。

1. 在校大学生

这类人群学习生活比较清闲,且对网络运用得心应手,他们开网店也许只是抱着一种尝试的心态,但却是让自己开始经济独立的一种尝试。笔者认识一个女生,大二在淘宝上卖衣服,等大学毕业,就开了个实体店,雇个员工守店,自己则背个本本开始笑游江湖的生活。不过,这是前几年淘宝刚刚火起来时的事情了,现在,估计不会这么容易成功了。

2. 初创业者

有伟大而高远的创业理想,但资金少,经验不足,承受风险力弱的创业型人才,这类人选择网上开店,作为实现自己创业理想、积累创业资本和经验的第一步,是再好不过了。

3. 整天活动在网的人——职业网民

这一类人是绝对的网虫,他们拥有开网店的绝对优势。因为经常活动在网,所以可以更快更多的获取与自己网店相关的信息,还能学习到更先进的经营技术和推广网店的新方法,更因为一天24小时在线,能把自己的服务做到尽善尽美。这类职业网民开网店是兴趣赚钱两不误,一举两得。

4. 自由职业者

这类人适合开网店主要有以下两个原因,一是可以自由支配时间,能耗费足够的时间在网上寻找有价值的信息;二是社会公关资源丰富,这个特点能让他们比其他人更快更早的知道好的货源或商机。所以这类人开网店,是随性所至,目的是为了交朋友,但顺便就把钱赚了,可谓一石二鸟。

5. 企业白领和公务员

这类人收入稳定,轻闲的时候非常轻闲,忙碌的时候非常忙碌。无论轻闲还是忙碌,合理安排一下工作时间,开个网店,不只可以为枯燥的工作增加趣味,还可以享受创业的乐趣。这类人开网店,不太在乎赚钱的多少,为的就是丰富生活,追赶潮流,让自己活的更滋润。

6. 生活在大都市中的人群

这类人适合开网店是因为他们生在一个具有这样消费习惯的人群中、快速的信息流、最新的潮流趋向等,这一切对他们而言都是一种固有的资源。在大都市中生活的人们,基本上认可网上购物的方式,因此,他们就更了解这些目标消费群体的品味、习惯、爱好,这为他们成功地经营网店奠定了基础。

7. 具有特殊货源渠道的人群

网上开店的商品不怕不同,就怕相同。同类商品每天都会有数百数千个店开张,店铺的商品在质量或者价格上没有什么特别的差异,因此也很难找到竞争点。但如果能找到独一无二的产品或者有比其他店铺价格更低的进货渠道,那就占有了绝对的优势。

8. 有实体店者

这类人开网店,就是让自己的商品多一个销售渠道,增加销量。习惯网上购物的人群越来越多,如果有雄厚的实体店做后盾,那么在网上开店不只可以吸引习惯网络购物的人群,还可以帮助实体店做品牌宣传,提高知名度。

9. 把网络销售看成未来发展趋势的人

这类人开网店是采用长远的眼光看问题的,他们认为,网络销售必然是未来消费的主流渠道,越早进入,越早获利,就算不能获利也无需承担过多的亏损成本。

10. 一心要在网上淘金的人

这类人认为开网店有钱途,也想通过此途径赚钱。这类人有耐性也有学习精神。没条件就自己创造条件,没经验就努力学习经验,一个店失败了再开一个店,反复琢磨研究网店的经营之道……有了这种精神劲头,网店终有一天会成功的。

除此之外,还有一些有特殊爱好的人群,比如收藏爱好者,收藏的都是自己最喜欢最感兴趣的东西,比如音乐发烧友的碟片,古董收藏家的古董,旅行家的旅行纪念品,还有人收藏明星的签名照等,把这些东西在网上开店销售。这些人卖的不是商品,而是卖主的难忘经历……还有一些具有特殊职业技能的人,比如有些学服装设计专业的人,在网上开服装店,不用进货,将自己设计好的产品,拿到网店上卖,每款只有一件,绝对不会撞衫。

1.4 成功者应该具有的素质

以上所列的人群,是适合在网上开店的人,但适合在网上开店,并不代表着就一定能成功。经营网店是一个相对复杂的过程,要想使其获得更多的盈利就要有一些营销策略,要有一些促销计划,要有一些独特的创意等,这些会在书的后半部分做详细介绍。本小节要述的是这些店主或店主的小团队需具备什么素质才能成功经营网店?

1. 锲而不舍的钻研精神

但凡在生意场上摸爬滚打过的人都知道,要想生意成功,恒心和毅力是缺一不可,而要在网上经营,首先要锲而不舍的研究网店的经营之道。网上经营与实体经营存在较大的差异。开网店需要面临的第一个问题恐怕就是新店无人问津,网上开店的搜索模式不像实体店,基本上不会也不可能一下子迎来开门大吉,要获得网民的认可需要一定的时间。这个时间可长可短,在耐心等待的同时,还需要有锲而不舍的精神,不