

五年后人们都将上网做生意。
——马云



从零开始学电商

网店创业入门与经营技巧



◆王 达◎编著

电商、微商常识教材与行动指南

开店 + 装修 + 管理 + 营销 + 推广

全流程讲解 全方位解读

中国华侨出版社



从零开始学电商

网店创业入门与经营技巧



本书通过对网店经营的全面介绍，让网店创业者快速掌握网店创立、经营、管理、推广的基本方法和技巧，包括网店开店前期的准备工作，以及后期的运营与维护。让每一位网店初学者快速创立店铺，也让网店经营者的思路更加清晰，还可以帮助想要兼职经营网店的企业白领更好地找到商机。

上架建议：电子商务

ISBN 978-7-5113-5667-3



9 787511 356673 >

定价：36.00元

图书在版编目(CIP)数据

从零开始学电商:网店创业入门与经营技巧 / 王达编著.

—北京:中国华侨出版社,2015.9

ISBN 978-7-5113-5667-3

I. ①从… II. ①王… 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(2015)第222818号

从零开始学电商:网店创业入门与经营技巧

编 著 / 王 达

责任编辑 / 文 箏

责任校对 / 孙 丽

经 销 / 新华书店

开 本 / 787毫米×1092毫米 1/16 印张/21 字数/400千字

印 刷 / 北京建泰印刷有限公司

版 次 / 2015年11月第1版 2015年11月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-5667-3

定 价 / 36.00元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成大厦3层 邮编:100028

法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 64443979

发行部:(010)64443051 传真:(010)64439708

网址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com

序言

2014年11月11日，时钟刚刚走过38分28秒，天猫成交额就突破100亿元大关，这个速度比上一年提速5个小时，全天销售总额达571亿元，创历史新高。571亿元是什么概念？2014年我国全年电影票房收入总数是290亿元左右，这就意味着2014年我国电影全年的票房收入都没有天猫“双十一”单天的销售额多。在“双十一”网络狂欢中，商家与“光棍”再次创造了消费奇迹，带领国民进入“全民网购时代”。

近年来，电子商务发展势头迅猛如虎，有目共睹。无论是传统行业领军品牌的纷纷“触网”，还是电商独立品牌的强势登陆，商企大鳄无一不被卷入这股势不可当的新浪潮之中。有人说现代企业面临两个选择，要么上网，要么

被上网。

传统企业跨界“触网”改变了电商生态。它们带着先天的品牌积淀、完善的产品供应链以及成熟的管理经验进军电商，在这个尚未完全开发的商业热土，它们以势如破竹的态势让行业重新洗牌，这一方面让入网的老牌企业尝到了甜头，完成了对传统商业模式的升级改造；另一方面，强企的入驻给电商行业带来了更成熟、更落地的营销经验，为行业树立了新标杆，使电子商务进入了由“价格电商”向“品牌电商”的转型期。在这一转型期，以次品抄底价的企业进入发展瓶颈，扎实做品牌、抓质量的企业获得了更多消费者的青睐。电子商务逐步褪去浮夸的外衣，进入“产品为王”时代。

商界风云变幻莫测，处于成长期的电子商务更是存在诸多变数，面对瞬息万变的电商规则、花样翻新的营销手段，电商企业如何以不变应万变，在群雄竞逐的战场站稳脚跟？精准营销、全网推广、站外引流、SEO 优化……这些都是能够让产品突出重围的利剑，但不可单独使用，竞争惨烈，不可避免，唯有突围，方有胜算！

目录

CONTENTS

Part

1 / 概述：什么是电子商务

- 003 1.1 电子商务的概念
- 009 1.2 电子商务为什么大受欢迎
- 012 1.3 与实体店相比，网店所占有的优势
- 014 1.4 电子商务的发展趋势
- 017 1.5 主要的电子商务平台
- 017 1.5.1 淘宝
- 020 1.5.2 微店
- 024 1.5.3 阿里巴巴
- 030 1.5.4 京东商城
- 032 网店金钥匙：开网店必备的条件

Part

2 / 商品：开网店，卖什么最赚钱

- 041 2.1 盘点电子商务好产品的标准
- 044 2.1.1 为什么朋友圈的人都在卖面膜
- 048 2.1.2 并非所有服装都能热卖
- 051 2.2 产品定位策略

- 054 2.3 寻找可靠的货源
- 055 2.3.1 厂家批发
- 057 2.3.2 批发市场
- 060 2.3.3 外贸尾货
- 062 2.3.4 品牌库存
- 063 2.3.5 换季打折商品
- 066 2.3.6 跳蚤市场也有好东西
- 068 网店金钥匙：如何避免跌入进货陷阱

Part

3 / 微店：最好做也是最难做的网店

- 075 3.1 微店概述
- 078 3.2 微商与微电商
- 080 3.3 微店的注册
- 081 3.3.1 手机端 APP 微店
- 086 3.3.2 PC 端网页微店
- 088 3.4 开微店的注意事项
- 091 3.5 微店的基本设置
- 094 3.6 添加货物
- 098 3.7 批发市场
- 102 3.8 商品推广
- 102 3.8.1 寻找友情店铺
- 107 3.8.2 多渠道网络推广
- 110 3.9 淘宝搬家
- 116 网店金钥匙：如何在朋友圈做一个受人欢迎的微商

Part

4 / 装修：不容忽略的网店经营策略

- 121 4.1 网店装修的重要性
- 123 4.2 根据所卖商品选择装修风格
 - 124 4.2.1 化妆品类
 - 126 4.2.2 服装类
 - 128 4.2.3 食品类
 - 130 4.2.4 数码家电类
 - 132 4.2.5 饰品类
 - 135 4.2.6 生活用品类
 - 137 4.2.7 其他
- 140 4.3 选择合适的空间相册
- 144 4.4 设计完美的装修素材
- 153 4.5 常用的网店装修工具
- 155 网店金钥匙：开网店必备的装修技巧

Part

5 / 拍摄：在视觉上吸引顾客

- 161 5.1 选择恰当的数码摄影器材
- 169 5.2 按照商品类型选择合适的拍摄场地
- 172 5.3 常见的拍摄技巧
 - 173 5.3.1 光圈调整
 - 173 5.3.2 曝光补偿
 - 174 5.3.3 景深效果

175	5.3.4 白平衡
177	5.3.5 取景与构图
180	5.3.6 微距展示细节
181	5.3.7 商品的摆放技巧
184	5.4 模特与道具
188	5.5 照片的后期美工
189	5.5.1 为图片加上店铺水印
198	5.5.2 快速抠图并更换背景
208	5.5.3 批量调整图片尺寸
215	5.6 常用的美工软件
223	网店金钥匙：最常见的 photoshop 使用技巧

Part

6 / 物流：根据商品情况做好恰当选择

233	6.1 做好仓储管理
235	6.2 开网店常见的发货方式
236	6.2.1 快递公司
238	6.2.2 邮局
240	6.2.3 物流托运
242	6.2.4 根据商品特性选择物流类型
244	6.3 货物包装
244	6.3.1 分门别类
245	6.3.2 商品隔离
247	6.3.3 做好防震处理

- 250 6.4 运费计算
- 253 6.5 物流追踪
- 254 网店金钥匙：发货后出现丢件情况如何处理

Part

7 / 宣传：提高网店知名度

- 259 7.1 取一个让人过目不忘的店铺名字
- 261 7.2 巧用淘宝论坛
- 264 7.2.1 发帖不仅仅是在发广告
- 267 7.2.2 及时回复也是一种宣传
- 269 7.3 利用其他网络平台
- 269 7.3.1 微信营销
- 271 7.3.2 微博分享
- 273 7.3.3 利用 QQ 空间资源
- 275 7.3.4 电子邮件推广
- 277 7.3.5 漂流瓶推广
- 279 网店金钥匙：促销也是一种宣传手段

Part

8 / 运营：网店的日常管理与技巧

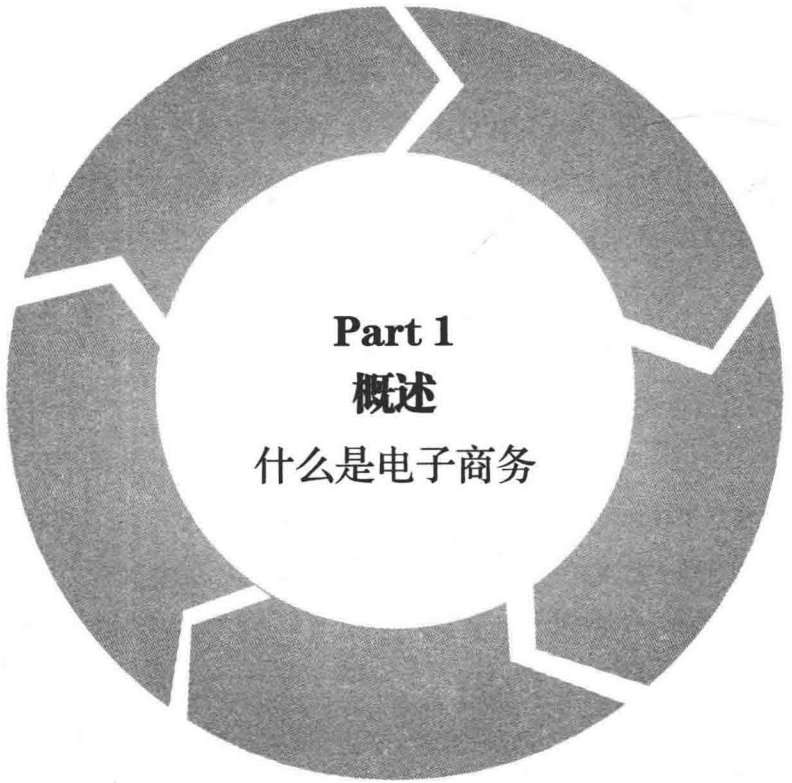
- 285 8.1 商品基本情况
- 285 8.1.1 商品规格与特性
- 288 8.1.2 商品使用方法
- 290 8.1.3 写一个简洁而诱人的商品简介
- 292 8.2 网店的基本设置

292	8.3 交易管理
295	8.4 处理纠纷
295	8.5 顾客评价管理
297	8.6 良好的客服修养
299	8.7 制定一个吸引顾客的策略
301	8.8 多渠道发布商品信息
304	8.9 吸引新顾客，留住老顾客
308	8.10 促销可以获得更大利润
310	8.11 抓住顾客喜欢包邮及小礼物的心理
311	网店金钥匙：信誉是商家外在的形象

Part

9 / 警惕：网络安全问题

315	9.1 开网店必须知道的防骗知识
316	9.2 安全的交易环境
318	9.3 小心“朋友”发来的链接
319	9.4 免费 Wi-Fi 背后的黑手
320	9.5 严守商业机密
321	网店金钥匙：如何识破网络上的骗子
323	后记



Part 1

概述

什么是电子商务

1.1 电子商务的概念

如果说 20 世纪 90 年代，电子商务对于国人来讲还是个陌生的词汇，那么在 2015 年的今天，也许没有人不知道世界上还有“电子商务”这样一个响亮的字眼。曾经习惯了在商场中购物的人们，如今绝大多数都体会过电子商务带来的便利；那些拥有实体店铺的商家，也在电子商务的巨大冲击下不得不在网络上为自己开辟一个全新的销售渠道；即使从未开过店的人，也萌生出想要在电子商务中分一杯羹的想法。

然而，究竟什么是电子商务，除了那些 IT 精英以外，似乎没有人能说出一个准确的定义。甚至那些在电子商务中打拼多年的资深卖家，也很难说出一个所以然。所谓“知己知彼，百战不殆”，想要在网络商战中开辟出一片完全属于自己的天地，就要对有关电子商务的知识了如指掌。

从专业的角度来说，电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动。而最通俗易懂的说法，电子商务可以理解为是在互联网上，以电子交易方式进行商品和服务的交换与买卖。

可以说，电子商务完全打破了传统的商业模式，买卖双方无须像从前那样必须面对面地交流，亲自触摸产品的质感，只需要在网络上就可以实现商品与服务之间的贸易活动，并且以电子交易的方式进行支付，也就是俗称的“网上购物”。

当然，电子商务绝不仅仅是个人与个人之间的网络交易那么简单，它同时涵盖了商户之间、企业之间的商务活动、交易活动，甚至金融活动。按照各国政府、企业界人士根据自己的身份以及对电子商务参与的角度和程度的不同，电子商务也被赋予了许多不同的定义。不过，无论是被怎样定义，电子商务被分为以

下几个模式，都是不争的事实。

一、B2B 模式

有时，人们也将这一模式称作“BTB 模式”，也就是 Business-to-Business 的首字母缩写及谐音，中文含义就是企业与企业之间的营销关系，也就是说，买卖双方都是商家，他们通过互联网技术或者各种商务网络平台，完成商务交易。这一模式看似涵盖面很小，可是却有着极其广泛的内容。

例如，零售商通过互联网向自己的上一级批发商进货，在网络上完成下单和支付业务，批发商通过物流将货品发送到零售商手中，这就是两家企业的商品 B2B 交易模式。

当然，企业间不仅仅只有已经制作完毕的商品间的交易，也有可能是买家企业向制造企业发出制作订单，并通过电子方式进行支付，制造企业按照买家企业的订单要求制作生产，再将最终制作的成品通过物流发送到买家企业手中。

还有另外一种 B2B 的模式是企业之间通过电子商务进行的服务交换，物流服务就是最典型的一种。企业通过网络向物流公司下单申请提供服务，并通过电子方式进行支付，而物流公司按照企业的订单要求，将物品运送到指定地点或指定收货人手中，即完成了电子商务服务的交易模式。

目前最典型的 B2B 电子商务平台，包括阿里巴巴、慧聪网等网站，如果再仔细划分，按照服务对象，B2B 模式还分为外贸 B2B（如中国供应商）和内贸 B2B（如敦煌进货港）；如果按照行业性质，还可以划分为综合 B2B（如阿里巴巴）和垂直 B2B（如工控网）。

二、B2C 模式

可以说，这是日常网络消费中最常见的一种模式，也就是 Business-to-Consumer 的开头字母缩写及谐音，即企业对消费者之间的电子商务模式。

如果对这一模式进行细分，就会发现，每一种 B2C 模式都离我们的生活非常近。

（一）综合商城

如果说“综合商城”四个字还是一个比较模糊的概念，那么只要是曾经在网络上有购物经验的消费者，对“天猫商城”一定不会感到陌生。天猫商城就是这样一座网络上的综合商城，它为买卖双方提供了稳定的网站平台，以及完备的支付体系，还有必不可少的安全体系。其实网络综合商城和传统的商场有些类似，它自己并不卖东西，而是吸引商家在这里开店，吸引消费者来这里买东西，综合商城负责的只是提供一套完整的销售配套。

既然可以叫作商城，里面一定要有许多家店铺，无论是服饰、化妆品、鞋帽、家具、生活用品，还是家用电器，只要消费者想要购买的东西，在网络综合商城中都可以买到。网络商城里面销售的物品种类甚至比传统商场中更加丰富。

（二）百货商店

与综合商城不同，所谓店，也就是只有一个卖家，就是百货商店自己。虽然百货商店里面销售的品种同样非常丰富，但是都来自百货商店的自有仓库，甚至还有属于百货商店自己的品牌，例如沃尔玛、屈臣氏等，都属于这样的百货商店。再比如众所周知的当当网、卓越亚马逊，都分别有着自己的库存和物流配送系统，形成了自己的品牌效应。

（三）垂直商店

这种商店的产品都有着一定的相似性，都是为了满足某一类人群，或者某种需要。比如麦考林，主要针对 18—25 岁的女性消费者，没有实体店面，最初是以 DM 的形式进行发放，后来逐渐转型成网店模式。再比如国美电器，专业于销售电器。它们所采取的都是专业于某一人群和某一类产品，做精做细的道路。

（四）复合品牌店

越来越多的传统品牌，随着电子商务的不断成熟，也纷纷进驻到了电商