

入门与实战

淘宝店主

淘宝讲师

必备

宝典

力荐

教程

本套丛书总销量
超过
500000册
超值畅销版

淘宝开店 必胜绝招

左家飞 邹雪媛 ◎编著

图书&光盘

双栏紧排，全彩印刷；大容量多媒体教学光盘收录书中实例视频，播放时间长达18个小时以上；免费赠送15小时《新手学电脑》+15小时《淘宝开店必备锦囊妙计》+15小时《Photoshop数码照片处理》+15小时《中文版 Dreamweaver 网页制作》教学演示视频。

贴心服务

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。

云视频教学

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。该平台拥有目前最主流、最时尚的电脑软硬件应用知识，海量的多媒体教学视频，让您轻松学习、无师自通！

赠
超值光盘

全彩印刷
+
云视频教学



清华大学出版社

入门与实战

超值畅销版

淘宝开店

必胜绝招

左家飞 邹雪媛 ◎编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是《入门与实战》系列丛书之一,全书以通俗易懂的语言、翔实生动的实例,全面介绍了在淘宝开店的相关经验以及在众多淘宝店铺中脱颖而出的方法和技巧。本书共分10章,涵盖了淘宝开店的基础知识、创建淘宝网店铺、装修特色店铺、美化宝贝描述、与买家沟通的技巧、管理网店资源、网店的营销与推广、提高店铺服务质量的技巧、使用工具维护网店运营的方法以及商品包装与物流选择的技巧等内容。

本书采用图文并茂的方式,使读者能够轻松上手。全书双栏紧排,全彩印刷,同时配以制作精良的多媒体互动教学光盘,方便读者扩展学习。附赠的DVD光盘中包含18小时与图书内容同步的视频教学录像和3~5套与本书内容相关的多媒体教学视频。此外,光盘中附赠的“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。

本书面向电脑初学者,是广大电脑初中级用户、家庭电脑用户,以及不同年龄阶段电脑爱好者的首选参考书。

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

淘宝开店必胜绝招 / 左家飞, 邹雪媛 编著. —北京: 清华大学出版社, 2015

(入门与实战)

ISBN 978-7-302-39131-9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 017693 号

责任编辑: 胡辰浩 马玉萍

封面设计: 牛艳敏

责任校对: 成凤进

责任印制: 沈 露

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 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 装 者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×235mm 印 张: 16.75 插 页: 4 字 数: 448 千字
(附光盘1张)

版 次: 2015 年 2 月第 1 版 印 次: 2015 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 56.00 元

产品编号: 053216-01

丛书序

首先，感谢并恭喜您选择本系列丛书！《入门与实战》系列丛书挑选了目前人们最关心的方向，通过实用精炼的讲解、大量的实际应用案例、完整的多媒体互动视频演示、强大的网络售后教学服务，让读者从零开始、轻松上手、快速掌握，让所有人都能看得懂、学得会、用得好电脑知识，真正做到满足工作和生活的需要！

丛书、光盘和网络服务特色

双栏紧排，全彩印刷，图书内容量多实用

本丛书采用双栏紧排的格式，使图文排版紧凑实用，其中220多页的篇幅容纳了传统图书一倍以上的内容。从而在有限的篇幅内为读者奉献更多的电脑知识和实战案例，让读者的学习效率达到事半功倍的效果。

结构合理，内容精炼，案例技巧轻松掌握

本丛书紧密结合自学的特点，由浅入深地安排章节内容，让读者能够一学就会、即学即用。书中的范例通过添加大量的“知识点滴”和“实战技巧”的注释方式突出重要知识点，使读者轻松领悟每一个范例的精髓所在。

书盘结合，互动教学，操作起来十分方便

丛书附赠一张精心开发的多媒体教学光盘，其中包含了18小时左右与图书内容同步的视频教学录像。光盘采用全程语音讲解、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。光盘界面注重人性化设计，读者只需要单击相应的按钮，即可方便地进入相关程序或执行相关操作。

免费赠品，素材丰富，量大超值实用性强

附赠光盘采用大容量DVD格式，收录书中实例视频、源文件以及3~5套与本书内容相关的多媒体教学视频。此外，光盘中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，在让读者学到更多电脑知识的同时真正做到物超所值。

在线服务，贴心周到，方便老师定制教案

本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。

读者对象和售后服务

本丛书是广大电脑初中级用户、家庭电脑用户和中老年电脑爱好者，或学习某一应用软件用户的首选参考书。

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高手！

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，可以登录本丛书的信息支持网站(<http://www.tupwk.com.cn/practical>)或通过E-mail(wkservice@vip.163.com)联系，本丛书的作者或技术人员会提供相应的技术支持。

前言

电脑操作能力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,我们组织了一批教学精英和业内专家特别为电脑学习用户量身定制了这套《入门与实战》系列丛书。

《淘宝开店必胜绝招》是这套丛书中的一本。全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了在淘宝开店的经验和如何在众多淘宝店铺中脱颖而出的必胜绝招。全书共分为 10 章,主要内容如下。

第 1 章:介绍了在淘宝网上开店的必要常识。

第 2 章:介绍了申请淘宝网店铺并在店铺中发布商品的方法。

第 3 章:介绍了装修一个特色店铺的技巧。

第 4 章:介绍了美化店铺中商品描述的方法与技巧。

第 5 章:介绍了与淘宝买家进行沟通的方法与技巧。

第 6 章:介绍了管理淘宝店铺中各种资源的方法与技巧。

第 7 章:介绍了淘宝网店的营销与推广技巧。

第 8 章:介绍了做好网店客户服务的方法与技巧。

第 9 章:介绍了使用工具维护淘宝店铺运营的方法与技巧。

第 10 章:介绍了做好商品包装与选择最佳物流的方法与技巧。

本书附赠一张精心开发的 DVD 多媒体教学光盘,其中包含了 18 小时左右与图书内容同步的视频教学录像。光盘采用全程语音讲解、情景式教学、互动练习、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。

此外,本光盘附赠大量学习资料,其中包括 3~5 套与本书内容相关的多媒体教学视频和云视频教学平台。该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。使读者在短时间内掌握最为实用的电脑知识,真正达到轻松进阶、无师自通的效果。

除封面署名的作者外,参加本书编写的人员还有陈笑、曹小震、高娟妮、李亮辉、洪妍、孔祥亮、陈跃华、杜思明、熊晓磊、曹汉鸣、陶晓云、王通、方峻、李小凤、曹晓松、蒋晓冬、邱培强等人。由于作者水平所限,本书难免有不足之处,欢迎广大读者批评指正。我们的邮箱是 huchenhao@263.net,电话是 010-62796045。

《入门与实战》丛书编委会

2014 年 12 月

第1章 精打细算开店, 掌握必要常识



- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 1.1 为什么要在淘宝网开店 2 | 1.3.1 做好开店的心理准备 7 |
| 1.1.1 什么是淘宝网..... 2 | 1.3.2 预备必要的硬件设备..... 8 |
| 1.1.2 网店与实体店的比较..... 2 | 1.3.3 下载并安装开店软件..... 9 |
| 1.2 淘宝网开店的必知常识 3 | 1.4 如何寻找热卖商品货源 11 |
| 1.2.1 淘宝开店的各类规则..... 3 | 1.4.1 选择适合网店销售的商品..... 11 |
| 1.2.2 哪些商品适合网上卖..... 4 | 1.4.2 寻找合适的商品货源..... 14 |
| 1.2.3 淘宝网的经营模式..... 5 | 1.4.3 善用网络搜索货源..... 21 |
| 1.2.4 适合经营网店的人群..... 5 | 1.4.4 加入淘宝分销平台..... 25 |
| 1.2.5 经营网店需要的能力..... 6 | 1.5 实战演练 27 |
| 1.3 开店前需要准备些什么 7 | |

第2章 轻松申请网店, 搞定注册发布



- | | |
|---------------------------------|------------------------------|
| 2.1 注册电子邮箱和淘宝会员 30 | 2.3 申请店铺开张 44 |
| 2.1.1 注册电子邮箱..... 30 | 2.3.1 取个好听的店名..... 45 |
| 2.1.2 注册淘宝会员..... 31 | 2.3.2 做个好看的店标..... 45 |
| 2.1.3 管理淘宝账户..... 32 | 2.3.3 申请淘宝网店铺..... 45 |
| 2.2 使用支付宝 35 | 2.4 发布淘宝店铺宝贝 48 |
| 2.2.1 支付宝账户的作用..... 35 | 2.4.1 宝贝发布的方式..... 48 |
| 2.2.2 注册并激活支付宝账户..... 36 | 2.4.2 发布一口价宝贝..... 48 |
| 2.2.3 进行支付宝实名认证..... 37 | 2.4.3 发布闲置宝贝..... 50 |
| 2.2.4 应用支付宝数字证书..... 40 | 2.5 实战演练 51 |
| 2.2.5 为支付宝充值..... 42 | |

第3章 装修特色店铺，让它脱颖而出



3.1 店铺装修的基本常识	54
3.1.1 装修店铺前的准备	54
3.1.2 选定店铺的装修风格	54
3.1.3 装修店铺的注意事项	55
3.1.4 不同类型店铺的装修	55
3.2 设置店铺的店招	58
3.2.1 使用图片店招	58
3.2.2 自定义图文店招	59
3.3 设置店铺推荐和客服中心	60
3.3.1 设置店铺推荐宝贝	60
3.3.2 设置店铺客服中心	61
3.4 设置店铺自定义内容模块	62
3.4.1 添加自定义内容模块	62
3.4.2 添加自定义广告图片	62
3.4.3 为图片添加收藏店铺链接	63
3.5 管理店铺的布局模块	64

3.5.1 使用图片轮播模块	65
3.5.2 使用搜索功能模块	66
3.5.3 使用宝贝分类模块	67
3.5.4 使用Flash模块区	68
3.5.5 删除不需要的模块	69
3.6 编辑宝贝详情页	69
3.6.1 添加旺铺关联推荐	69
3.6.2 添加自定义内容区	70
3.7 使用店铺装修模板	71
3.7.1 进入卖家服务装修市场	71
3.7.2 试用与购买装修模板	72
3.7.3 将装修模板应用到店铺	73
3.7.4 备份与还原当前模板	74
3.8 实战演练	75
3.8.1 添加宝贝详情页模板	75
3.8.2 应用宝贝详情页模板	76

第4章 美化宝贝描述，吸引顾客眼球



4.1 为店铺宝贝拍摄照片	80
4.1.1 使用合适的相机	80
4.1.2 选择合适的背景	81
4.1.3 利用合适的光线	82
4.1.4 宝贝的拍摄技巧	82
4.2 使用单图展示宝贝效果	86
4.2.1 使用图片表达声音	86
4.2.2 使用图片表达触觉	87

4.2.3 使用图片表达空间	87
4.2.4 使用图片表达味觉	87
4.3 使用多图展示宝贝特色	87
4.3.1 利用多图展示空间顺序	87
4.3.2 利用多图展示产品功能	88
4.3.3 利用多图展示产品细节	89
4.4 设计宝贝的文字描述	89
4.4.1 流畅、易懂的文本描述	89

4.4.2 正确、清晰的整体结构·····90	4.5.3 使用Photoshop美化图片·····96
4.5 宝贝图片的处理与美化·····91	4.6 实战演练·····102
4.5.1 使用光影魔术手调整图片·····91	4.6.1 使用ACDSee编辑图片·····102
4.5.2 使用ACDSee批处理图片·····93	4.6.2 使用光影魔术手抠图·····103

第5章 及时沟通买家，促使交易成功



5.1 通过沟通促成交易的技巧·····108	5.3.3 保持销售的关联性·····119
5.1.1 塑造专业的店铺形象·····108	5.4 注意网店的服务体验·····120
5.1.2 建立买家信赖感·····109	5.4.1 及时迅速的响应·····120
5.1.3 了解客户的潜在需求·····110	5.4.2 礼貌亲切的交流·····121
5.1.4 展现宝贝的价值·····111	5.4.3 专业可信的服务·····121
5.1.5 打消买家对产品的疑虑·····112	5.4.4 积极主动的销售·····121
5.1.6 推动商品成功交易·····114	5.4.5 心存真实的感恩·····122
5.2 网店客户的沟通技巧·····114	5.5 建立店铺的买家档案·····122
5.2.1 熟悉买家的询价方式·····114	5.5.1 分组管理旺旺好友·····122
5.2.2 与顾客交流的注意事项·····114	5.5.2 使用记事本记录信息·····123
5.2.3 买家还价的应对方法·····115	5.5.3 查看旺旺聊天记录·····124
5.2.4 回复阿里旺旺消息·····116	5.6 区别对待不同的买家·····125
5.2.5 回复买家的站内信·····117	5.6.1 耐心对待新手买家·····125
5.3 与买家沟通时的“三不”	5.6.2 尽量留住老买家·····126
与“两保持”·····118	5.6.3 自动回复留住即时买家·····127
5.3.1 沟通时的“三不”原则·····118	5.6.4 灵活应对各类特殊买家·····128
5.3.2 保持话题的延续性·····119	5.7 实战演练·····129

第6章 管理网店资源，使其井井有条



6.1 使用与管理图片空间·····132	6.1.1 将图片上传到图片空间·····132
------------------------------	--------------------------

6.1.2	在线编辑宝贝图片	133	6.4	管理店铺中的宝贝	147
6.1.3	在线美化宝贝图片	136	6.4.1	使用橱窗推荐功能	147
6.1.4	管理图片空间文件	140	6.4.2	编辑发布后的宝贝	148
6.2	合理设置宝贝的分类	142	6.4.3	设置将宝贝下架	148
6.2.1	添加父分类	142	6.4.4	设置将宝贝上架	149
6.2.2	添加子分类	143	6.4.5	使用宝贝体检中心	149
6.2.3	管理宝贝分类	143	6.5	实战演练	150
6.3	管理宝贝的运费模板	144	6.5.1	制作宝贝拼图	150
6.3.1	按件数设置运费模板	144	6.5.2	为宝贝图片添加文字	153
6.3.2	按重量设置运费模板	145	6.5.3	为宝贝图片添加边框	154
6.3.3	管理已有的运费模板	147			

第7章 寻找更多买家，做好营销推广



7.1	建立与买家之间的信任	158	7.5.2	通过软件做比较	170
7.1.1	信用的三个层次	158	7.5.3	拜访淘宝网资深卖家	171
7.1.2	博取买家的信任	158	7.6	合理定价宝贝的技巧	172
7.1.3	赢得信任的法则	159	7.6.1	宝贝定价的方法	172
7.2	提高淘宝店铺的服务质量	161	7.6.2	宝贝定价的技巧	173
7.2.1	掌握必要的导购技巧	161	7.7	利用人气宝贝打开局面	175
7.2.2	掌握与买家电话交流的技巧	162	7.7.1	挑选人气宝贝	175
7.2.3	为淘宝店铺设置客服	163	7.7.2	人气宝贝的推广	177
7.2.4	增加商品的附加值	165	7.7.3	人气宝贝的维护	178
7.3	加入消费者保障服务	166	7.8	为宝贝制作指导小教程	178
7.3.1	了解消费者保障服务	166	7.8.1	食品类宝贝	178
7.3.2	申请消费者保障服务	166	7.8.2	服饰类宝贝	178
7.3.3	保证金缴纳标准	167	7.8.3	化妆品类宝贝	179
7.3.4	必须加入消保的类目	167	7.8.4	其他类型宝贝	179
7.3.5	退出消费者保障服务	168	7.9	提供宝贝的视频信息	180
7.4	常去淘宝大学充电	168	7.9.1	订购视频展示服务	180
7.4.1	访问淘宝大学	168	7.9.2	使用视频服务上传视频	181
7.4.2	在淘宝大学听课	168	7.9.3	宝贝介绍中使用视频	182
7.5	与同行相互比较，取长补短	170	7.9.4	视频服务的使用技巧	182
7.5.1	通过搜索榜做比较	170	7.10	实战演练	183

第8章 完善客户服务, 打造皇冠店铺



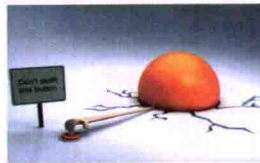
8.1 提供优质的售前服务	186	8.3.2 及时给买家评价	199
8.1.1 通过导购体现店铺素质	186	8.3.3 查看买家给网店的评价	199
8.1.2 沟通中提升网店亲和力	187	8.4 收到中、差评怎么办	200
8.1.3 与买家沟通的技巧	188	8.4.1 造成中、差评的原因	200
8.1.4 通过电话交流时要真诚	191	8.4.2 妥善处理中、差评	201
8.1.5 导购的技巧和注意事项	192	8.4.3 保持100%的好评记录	202
8.1.6 协助顾客进行交易	193	8.4.4 如何修改中、差评	202
8.1.7 导购过程中适时地赞美顾客	194	8.5 做好商品的售后服务	203
8.2 宝贝的售中服务细则	195	8.5.1 关注售后服务细节	203
8.2.1 修改宝贝的价格	195	8.5.2 谨慎解决退换货问题	204
8.2.2 仔细检查待出售的商品	196	8.5.3 妥善解决客户投诉	204
8.2.3 上门送货的注意事项	198	8.5.4 注重买家口碑的力量	205
8.3 及时网上发货并评价买家	198	8.5.5 维护好与客户的关系	205
8.3.1 及时网上发货	198	8.6 实战演练	206

第9章 灵活使用工具, 保障网店运营



9.1 使用淘宝助理	210	9.2.3 分析网店的流量状况	218
9.1.1 下载并安装淘宝助理	210	9.2.4 查看量子恒道排行榜	218
9.1.2 使用淘宝助理上传宝贝	211	9.3 使用千牛工作台	219
9.1.3 导出到CSV文件	214	9.3.1 安装千牛工作台	219
9.1.4 导入数据包并上传	214	9.3.2 管理店铺交易	221
9.1.5 将宝贝保存为模板	215	9.3.3 管理商品信息	223
9.1.6 批量修改宝贝信息	216	9.4 使用淘宝专用浏览器	227
9.2 使用量子恒道统计	216	9.5 实战演练	229
9.2.1 量子恒道统计简介	216	9.5.1 用淘宝助理管理图片空间	229
9.2.2 开通量子恒道统计	217	9.5.2 用千牛工作台查看量子恒道	231

第10章 做好商品包装，选择最佳物流



10.1 最优化物流	236	10.2.5 使用快运或铁路托运	252
10.1.1 了解常用的货运途径	236	10.3 跟踪物流信息	253
10.1.2 做好商品的发货包装	237	10.4 查询快递服务	254
10.1.3 选择合适的发货方式	244	10.4.1 查询快递网点	254
10.1.4 使用优秀的快递公司	248	10.4.2 快递跟踪查询	254
10.2 最低化成本	250	10.5 物流中的常见问题	255
10.2.1 节省包装费用的技巧	250	10.5.1 使用物流注意事项	255
10.2.2 节省商品快递费用	251	10.5.2 解决常见物流问题	256
10.2.3 使用网站推荐物流	251	10.6 实战演练	258
10.2.4 使用打折邮票	252		

第1章

精打细算开店，掌握必要常识



- 例1-1 通过百度搜索货源
- 例1-2 搜索阿里巴巴货源
- 例1-3 通过阿里巴巴淘货源页面搜索
- 例1-4 在分销平台搜索货源

淘宝网是目前国内最大的网络商圈，要想通过淘宝网创业，拥有一间淘宝店铺是必不可少的。在得到一间可以带来不菲利润的店铺之前，除了要精打细算各种盈亏以外，还需要了解一些淘宝网开店的基本常识。

1.1 为什么要在淘宝网开店

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,具有实体店无法比拟的优势。

1.1.1 什么是淘宝网

淘宝网成立于2003年5月10日,由阿里巴巴集团投资创办。截止2010年底,淘宝拥有注册会员超过3.7亿;2013年全年交易额达到2480亿美元,是亚洲最大的网络零售商圈。



淘宝网目前业务跨越C2C(Consumer to Consumer,消费者对消费者)和B2C(Business to Consumer,商家对消费者)两大部分。商品数目众多,分类齐全,大到汽车、家电,小到服装、饰品一应俱全。根据国内著名互联网分析机构艾瑞咨询调查显示,淘宝网占据国内电子商务80%以上的市场份额。



淘宝网提倡让用户真正从网上交易中获得利

益,培养更多、更忠实的网上交易者的理念,并倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化,坚持“宝可不淘,信不能弃”。2008年,淘宝网和中国最大的网络广告交易平台阿里巴巴合并,使得淘宝网顺利成为广大网民网上创业和以商会友的首选。



1.1.2 网店与实体店的比较

淘宝网店与常见的实体店铺相比具有以下几个优势。

1. 投资风险较小

建立网络店铺的成本相比于实体店铺要少很多,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。网络店铺的经营主要是通过网络进行的,基本不需要房租、人工工资、管理费等方面的支出。

2. 经营方式灵活

网络店铺的经营借助互联网进行。经营者可以根据个人情况选择全职经营或兼职经营。网络店铺的营业时间也比较灵活,只要能及

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. 限制因素少

实体店铺的经营常会受到营业时间、营业地点和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, 网上店铺可以24小时、365天不停地运作, 没有专人值守, 都可照常营业。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, 网络店铺中可以摆成成百上千的商品。

4. 消费市场巨大

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是全球的网民。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, 取得良好的销售业绩。

5. 宣传推广费用低

对于开设实体店铺的商家来说, 一般需要在广告方面付出大量的资金, 对店铺进行宣传包装, 以吸引消费者。而网络店铺的宣传费用则低廉很多, 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。

1.2 淘宝网开店的必知常识

在开设一家网上店铺之前, 除了要知道自己为什么要在淘宝网开店以外, 还需要了解以下这些常识性问题: 淘宝网有哪些规则, 网店的经营模式有哪些, 以及哪些群体适合在网上开店。

1.2.1 淘宝开店的各类规则

为了使网络交易更加安全、可靠, 给广大消费者营造一个健康、有序的购物环境, 促使淘宝卖家规范经营, 淘宝网制定了一系列交易规则。这些交易规则很多, 本节仅对商品发布管理规则、信用评价规则以及投诉规则做简单介绍。

1. 商品发布管理规则

淘宝卖家可以根据自己的意愿选择经营的商品类别, 但必须遵循一定的商品发布规则。淘宝用户在上传商品信息前, 应了解关于禁止与限制发布的物品种类, 并予以遵守。一旦淘宝网发现有任何违反本规则的物品信息, 淘宝网有权立即予以删除, 并保留给予相关用户警告、冻结直

至终止其账户的权利。

如果卖家拥有完全相同,或者商品的重要属性完全相同的商品,淘宝网规定只允许使用一种出售方式,发布一次。如果违反了以上规则,即可判定为重复发布,并将受到淘宝网的相关处罚。如果要发布的是不同的商品,必须在商品的标题、描述、图片等方面体现商品的不同,否则将被判定为重复铺货。

对于一些标题、图片、描述等不一致的商品(除虚拟商品和服务性质的商品外,其他商品以无图片的形式发布),缺乏必要要素的商品,必要要素相互不符的商品,描述信息中包含诽谤、谩骂、暴力、威胁等攻击性言语的商品以及其他非商品信息等,淘宝网判定其为违规商品。

实战技巧

此外,卖家在发布商品时,若以商品标题或商品描述等其他方式拒绝使用支付宝,或在商品信息中附加违反支付宝流程的交易条件,都被淘宝网判定为支付方式不符商品。

2. 淘宝信用评价规则

淘宝网会员在使用支付宝服务成功完成一笔交易后,双方均有权对对方交易的情况进行评价,这个评价亦称为信用评价。

评价分为“好评”、“中评”、“差评”3类,不同的评价对应不同的积分,具体为“好评”加一分,“中评”不加分,“差评”扣一分。

在交易中,作为卖家,其信用等级根据积分可分为20个等级。其中4~250分为红心等级,251~10000分为蓝钻等级,10001~500000分为蓝冠等级,500001分以上(含500001分)为金冠等级。

每个自然月中,相同买家和卖家之间的评价计分不得超过6分(以淘宝订单创建的时间计算)。超出计分规则范围的评价将不计分。若14天内相

同买家与卖家之间就同一商品多次达成交易,则多个好评只计1分,多个差评只记“-1”分。

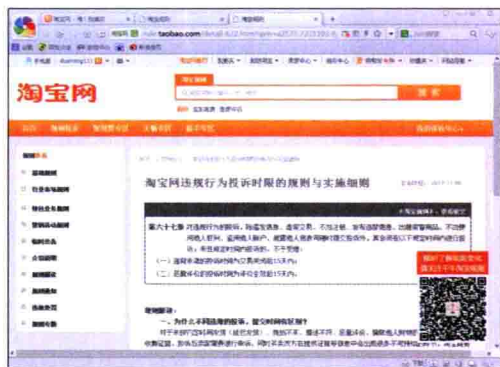
店铺评分生效后,宝贝与描述相符、卖家服务态度、发货速度3项指标将分别平均计入卖家的店铺评分中,物流公司服务评分不计入卖家的店铺评分中,但会计入物流平台中。

实战技巧

买家的级别划分与卖家类似,根据积分可将买家分为20个等级。积分越多,等级越高。

3. 淘宝网的投诉规则

卖家在交易过程中如有违规出价、付款未发货、拒绝履行承诺的服务、网上描述不符、拒用支付宝诱惑买家买货、或有买家无故恶意评价等情况,可向淘宝网提供聊天记录等相关证据对方进行投诉,淘宝网依据不同行为将给出不同的处理结果。在淘宝网中,无论是买方还是卖方都要遵循基本的交易规则和道德规范,创造良好的网上市场交易环境。



1.2.2 哪些商品适合网上卖

在了解淘宝网的各种规则之后,新手卖家最关注的问题就会变化为: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。

➤ 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, 在网上销售时也相对走俏。



➤ 体积小、便于运输。由于物流可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。

➤ 价格便宜。这里说的价格便宜不仅仅是相对同类商品的价格便宜, 还指的是商品的价格加上运费以后, 相比实体店同类商品的价格要绝对便宜。



1.2.3 淘宝网店的经营模式

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淘宝网经营模式。一般情况下, 网络经营商的经营方式主要

有以下3种。

➤ 网店与实体店相结合。这是网上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的支持, 在商品的价位、销售的技巧方面都更胜一筹, 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。

➤ 全职经营网店。这类网店经营者以网上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。

➤ 兼职经营网店。这类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。

1.2.4 适合经营网店的人群

网上开店由于自身的各种优势, 为一些想要创业, 却又没有门路的人提供了一个很好的网络平台, 但在开店前首先要根据实际情况, 了解一下自己是否适合开设网店。其实, 在现实生活中, 很多群体都比较适合开设网店。本节主要归纳了以下几类。

1. 小型企业管理者

对于小型企业来说, 利用网络店铺来进行销售无疑是一种必要的选择。过去, 名不见经传的中小型企业, 要想把产品推广出去, 送进大型商场非常困难, 可如今网络店铺提供了广阔平台, 解开了中小企业产品“销售难”的死结。不受地理位置、经营规模、项目等因素制约, 只要上网就能资源共享, 中小型企业同样可以与知名大品牌进行平等竞争, 而且还可以开展以前想都不敢想的全球经营业务。

2. 具有货源的小商户

如果有产品资源, 现在需要更好地销售推广, 那就可以在网下开店。通过一次的投资, 进

行专业的推广，自己的产品就可以得到立竿见影的效果。网上开店的一个必要因素就是货源，有货源的小商户在网上开店是一种很有眼光的选择，当然也要分如何来运作。

3. 长期在线的网络用户

对于长时间在线的人来说，开设网店也是一个不错的选择。每天照顾好自家的店铺，就肯定会有有一定的收获。

经常活动在网上，可以找到更多的网上客户资源，在客户服务上尽可能地做到尽善尽美。

经常活动在网上，可以学习到更先进的技术，把自己的网上商店打理得更好。经常活动在网上，花费时间来照顾、推广自己的网店是轻而易举的事情。

4. 自由职业者

不少自由职业者也很喜欢上网冲浪，他们开设网络店铺并不在意自己的东西能卖多少钱，而是希望那些平时逛街所觅来的东西同样会有人欣赏和喜爱，其目的是通过开店来充实生活，寻找一些志趣相投的朋友。因此这类人投资风险较小，还可以以此为契机，拓宽社交圈子，为今后的发展作铺垫。

5. 在校大学生

大学生平时的学习生活比较清闲，对网络的应用得心应手。上网开店是很多大学生创业、社会实践的练兵场。

从大学生选择网店这条创业路，可以侧面证明，网上开店创业风险小。在网络店铺的开设初期，由于知名度低，生意量小，因此开个网络店铺的第一步就是要让买家知道有这么一间店铺。卖家可以利用各种网络交流方式让买家找到店铺的链接，建立起店铺知名度就迈出了创业的第一步。

6. 公司白领

生活紧张而又有节奏的白领，白天工作是接触网络的，开一家自己的网上小店，也是一件非常有意义的事情。店铺虽小，但是意义却不同，在这里可以体会到自己做老板的感觉，在这里可以结识更多的朋友，休息时间在网上传自己买回来的新产品，那也是一种寄托，也是一份事业，并且可以增加个人收入。



1.2.5 经营网店需要的能力

有些人开网店是为了兴趣和爱好，只是为了体会一份卖出商品的乐趣，而有些人将网上开店作为自己的事业，希望以此为生。那么要开一个盈利的网店，需要经营者具备哪些个人能力呢？

良好的市场判断能力。可选择适合销售的商品，并根据市场动向、流行趋势调整策略方针与经营方式，以推广商品。

良好的价格分析能力。既要进到价格较低的商品，又要将商品标出一个适宜出售的价格，从而在增加竞争力的同时又保障了自己的利益。

良好的网络推广能力。可以通过各种方式让更多的浏览者进入自己的网店，而不是坐等顾客上门。

热情的服务意识。秉承顾客至上的原则进行服务，可以通过良好的售后服务为自己培养忠实的客户群体。