

入门与实战

淘宝店主

必备

宝典

淘宝讲师

力荐教程

本套丛书总销量
超过
500000册
超值畅销版

网上开店 推广与经营

王华健 颜灵佳 ◎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

网上开店 推广与经营

王华健 颜灵佳 ◎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,全面介绍了经营与推广网店的方法与相关知识。本书共分10章,涵盖了确定开店经营方向、分析买家的购物心理、设计优异的客户体验、培养合格的客服人员、运用有效的营销手段、制定长期的推广策略、优化网店的运营细节、塑造良好的品牌形象、网店商品的展示技巧以及管理店铺的常用方法等内容。

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

网上开店推广与经营 / 王华健, 颜灵佳 编著. —北京: 清华大学出版社, 2015
(入门与实战)

ISBN 978-7-302-38662-9

I. ①网… II. ①王… ②颜… 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(2014)第283716号

责任编辑: 胡辰浩 马玉萍

封面设计: 牛艳敏

责任校对: 邱晓玉

责任印制: 刘海龙

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: 053217-01

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,让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。

《网上开店推广与经营》是这套丛书中的一本,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了经营并推广网店的相关知识与各种应用技巧。全书共分为10章,主要内容如下。

第1章:介绍了网上开店的方式、经营模式、商品选择与货源渠道等基础知识。

第2章:介绍了通过分析买家购物心理促进网店产品销售的方法与技巧。

第3章:介绍了通过设计优异的店铺购物体验提高店铺客流量与营业额的方法与技巧。

第4章:介绍了如何招聘、培训与管理网店客服的方法与技巧。

第5章:介绍了使用有效的营销手段,在赢得利润的同时获取顾客好评的方法与技巧。

第6章:介绍了通过制定长期的网店推广策略,提高店铺收益并挖掘潜在客户的方法。

第7章:介绍了优化网店经营中细节部分的方法与技巧。

第8章:介绍了通过塑造网店与商品品牌提升店铺整体服务质量的方法与技巧。

第9章:介绍了设计与美化网店商品展示效果的技巧。

第10章:介绍了目前常用的一些网店经营管理软件的使用方法。

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 确定开店的经营方向



1.1 选择开店方式和经营模式	2
1.1.1 网上开店有哪些优势	2
1.1.2 网上开店的主要方式	3
1.1.3 网店经营的常见模式	4
1.2 寻找适合网店销售的商品	4
1.2.1 适合网店销售的商品	4
1.2.2 选择网店销售的商品	5
1.3 确定网店的进货渠道	5
1.3.1 从批发市场进货	5
1.3.2 通过厂家进货	8
1.3.3 寻找代理商进货	9
1.3.4 寻找外贸尾单进货	9
1.3.5 寻找特色货源进货	11

1.3.6 利用网络搜索货源	13
1.3.7 加入淘宝分销平台	17
1.4 规避网店的经营风险	19
1.4.1 规避失败的风险	19
1.4.2 规避诚信的风险	20
1.4.3 规避货物积压的风险	20
1.4.4 规避物流配送的风险	20
1.4.5 网店被攻击的风险	20
1.5 通过网络进货的技巧	20
1.5.1 网上进货防骗技巧	21
1.5.2 网上商品交易技巧	21
1.6 实战演练	21

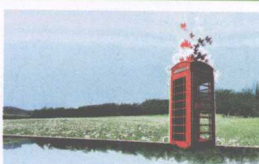
第2章 分析买家的购物心理



2.1 为什么要了解买家的心理	28
2.2 网店最常见的买家类型	29
2.2.1 讲原则的理智型买家	29
2.2.2 爱讲价的贪婪型买家	29
2.2.3 看广告的冲动型买家	30
2.2.4 重评价的舆论型买家	31
2.2.5 自信心强的VIP型买家	32
2.2.6 难取信的谨慎型买家	32
2.2.7 图方便的习惯型买家	33
2.2.8 有感情的忠实型买家	33
2.2.9 好商量的随意型买家	34

2.3 买家购物时在想什么	34
2.3.1 买家购物的心理过程	35
2.3.2 针对买家心理进行沟通	38
2.4 与买家接触的技巧	40
2.4.1 把顾客当做情人追	40
2.4.2 让顾客永远记住你	41
2.4.3 新顾客拒绝产品的理由	42
2.4.4 老顾客流失的常见原因	42
2.5 实战演练	43
2.5.1 为网店添加旺铺关联推荐	43
2.5.2 为网店添加自助购物图示	44

第3章 设计优异的客户体验



3.1 打造客户体验点的目的 48

3.1.1 体验点与网店的关系 48

3.1.2 提升店铺的服务意识 48

3.2 网店的标准服务 49

3.2.1 标准服务的要点 49

3.2.2 服务在网店经营中的位置 49

3.2.3 服务给店铺带来的好处 49

3.3 客户体验点的打造 50

3.3.1 商品体验 50

3.3.2 流程体验 58

3.3.3 服务体验 60

3.4 客户体验点的运用 63

3.4.1 体验点的综合应用 63

3.4.2 体验营销的具体内容 66

3.4.3 商品的包装与发货 68

3.5 实战演练 79

3.5.1 查询平邮邮资 79

3.5.2 网上预约快递 80

第4章 培养合格的客服人员



4.1 招聘网店客服 84

4.1.1 客服人员的招聘策略 84

4.1.2 客服人员的招聘渠道 85

4.1.3 招聘客服的面试技巧 86

4.2 培训网店客服 89

4.2.1 客服培训的重要性 89

4.2.2 客服应具备的能力 90

4.2.3 客服的推广作用 93

4.3 管理网店客服 95

4.3.1 制定客户管理制度 95

4.3.2 网店客服的绩效考核 96

4.3.3 网店客服的激励措施 98

4.3.4 客服员工关系管理技巧 103

4.4 实战演练 105

第5章 运用有效的营销手段



5.1 提供优质的售前服务 110

5.1.1 通过导购体现店铺素质 110

5.1.2 沟通中提升网店的亲和力	111	5.4 收到中、差评后的解决方法	121
5.1.3 通过电话交流时要真诚	112	5.4.1 造成中、差评的原因	121
5.1.4 导购的技巧和注意事项	113	5.4.2 妥善处理中、差评	122
5.1.5 协助顾客进行交易	115	5.4.3 保持100%好评记录	123
5.1.6 导购过程中适时地赞美顾客	115	5.4.4 修改收到的中、差评	123
5.2 商品出售中的服务细则	117	5.5 做好商品的售后服务	124
5.2.1 修改网店商品的价格	117	5.5.1 关注售后服务细节	124
5.2.2 仔细检查待出售的商品	117	5.5.2 妥善解决客户投诉	125
5.2.3 上门送货的注意事项	119	5.5.3 注重买家口碑的力量	126
5.3 及时网上发货并评价顾客	119	5.5.4 维护好与顾客的关系	126
5.3.1 及时网上发货	119	5.6 实战演练	126
5.3.2 及时给买家评价	120	5.6.1 在淘宝网设置运费模板	126
5.3.3 查看顾客对网店的评价	121	5.6.2 网上分析爆款商品	128

第6章 制定长期的推广策略



6.1 寻找潜在的顾客	132	6.5.5 在社区成名的技巧	144
6.1.1 传统结合流行	132	6.6 参与友情店铺合作	145
6.1.2 发掘潜力行业	132	6.6.1 选择合适的友情链接	145
6.2 准确定位店铺	133	6.6.2 添加友情链接	145
6.2.1 使用平价策略	133	6.6.3 管理友情链接	146
6.2.2 价格组合策略	134	6.7 利用淘宝掌柜热卖	147
6.3 加入淘宝旺铺	135	6.7.1 认识掌柜热卖	147
6.3.1 认识淘宝旺铺	135	6.7.2 开通掌柜热卖	147
6.3.2 开通淘宝旺铺	135	6.7.3 制定掌柜热卖战略	148
6.4 制定差异化风格	137	6.8 使用淘宝促销工具	149
6.4.1 商品命名的风格	137	6.8.1 使用“欢乐逛”服务	149
6.4.2 店铺命名的风格	138	6.8.2 使用“满就送”服务	150
6.4.3 店铺公告的撰写	138	6.8.3 使用“搭配套餐”服务	151
6.4.4 店铺介绍的描述	139	6.9 其他常用网店推广方法	152
6.5 通过淘宝社区推广店铺	140	6.9.1 钻石展位推广	152
6.5.1 淘宝社区的优势	140	6.9.2 积极参加网内活动	153
6.5.2 加入淘宝论坛	141	6.9.3 使用聊天工具推广	153
6.5.3 论坛主题帖的类型	142	6.9.4 广告投放推广	155
6.5.4 在淘宝社区发帖	142	6.10 实战演练	155

第7章 优化网店的运营细节



- | | |
|-----------------------------------|--|
| 7.1 建立与买家之间的信任 158 | 7.5.1 选择人气宝贝 167 |
| 7.1.1 信用的3个层次..... 158 | 7.5.2 人气宝贝的推广 169 |
| 7.1.2 博取顾客信任..... 158 | 7.5.3 人气宝贝的维护 170 |
| 7.1.3 赢得信任的法则..... 159 | 7.6 为商品制作贴心小教程 170 |
| 7.2 提高网店的的服务质量 161 | 7.6.1 食品类宝贝..... 170 |
| 7.2.1 掌握必要的导购技巧..... 161 | 7.6.2 服饰类宝贝..... 171 |
| 7.2.2 电话交流的流程..... 162 | 7.6.3 化妆品类宝贝..... 171 |
| 7.2.3 增加商品的附加值..... 162 | 7.6.4 其他类型宝贝..... 172 |
| 7.3 加入消费者保障服务 163 | 7.7 制作商品视频辅助 172 |
| 7.3.1 认识消费者保障服务..... 163 | 7.7.1 订购视频展示服务..... 172 |
| 7.3.2 申请消费者保障服务..... 163 | 7.7.2 使用视频服务上传视频..... 173 |
| 7.3.3 保证金缴纳标准..... 164 | 7.7.3 在宝贝介绍中使用视频..... 174 |
| 7.3.4 必须加入消保的类目..... 164 | 7.7.4 视频服务的使用技巧..... 175 |
| 7.3.5 退出消费者保障服务..... 165 | 7.8 与客户沟通时的“三不”和“两保持” 175 |
| 7.4 与同行相互比较、取长补短 165 | 7.8.1 沟通时的“三不”原则..... 175 |
| 7.4.1 通过搜索榜做比较..... 165 | 7.8.2 保持话题的延续性..... 176 |
| 7.4.2 通过软件做比较..... 166 | 7.8.3 保持销售的关联性..... 177 |
| 7.4.3 拜访淘宝网资深卖家..... 167 | 7.9 实战演练 177 |
| 7.5 利用人气宝贝打开局面 167 | |

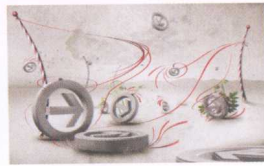
第8章 塑造良好的品牌形象



- | | |
|---------------------------------|------------------------------|
| 8.1 网店品牌的概念与意识 182 | 8.2 网店品牌的分类 185 |
| 8.1.1 品牌的概念..... 182 | 8.2.1 商品品牌..... 185 |
| 8.1.2 培养品牌的意识..... 183 | 8.2.2 店铺品牌..... 185 |
| 8.1.3 品牌的塑造..... 184 | 8.2.3 个人品牌..... 185 |

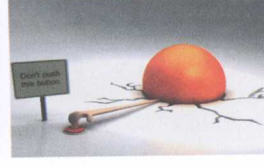
8.3 品牌的命名与定位	186	8.5.1 人脉的力量	194
8.3.1 明确品牌的定位	186	8.5.2 适当利用名人	194
8.3.2 品牌的命名原则	187	8.5.3 时刻不忘宣传	194
8.3.3 品牌命名的要素	187	8.6 网店的不断创新与发展	195
8.3.4 品牌的命名程序	188	8.6.1 坚持正版路线	195
8.3.5 品牌命名的策略	189	8.6.2 坚持创新路线	196
8.3.6 品牌命名的技巧	190	8.6.3 强调服务品牌	196
8.4 设计品牌的形象	192	8.6.4 自动销售与智能客服	196
8.4.1 设计商标	192	8.6.5 扩大影响力	196
8.4.2 商标的注册程序	192	8.6.6 走出C2C网店平台	197
8.4.3 构建品牌文化	193	8.6.7 品牌的不断发展	197
8.5 品牌的营销与推广	194	8.7 实战演练	198

第9章 网店商品的展示技巧



9.1 商品照片拍照的技巧	202	9.3.2 使用ACDSee批处理图片	213
9.1.1 使用合适的相机	202	9.3.3 使用Photoshop美化图片	215
9.1.2 选择合适的背景	203	9.4 淘宝店铺的装修技巧	221
9.1.3 利用合适的光线	204	9.4.1 设置淘宝店铺的店招	221
9.1.4 宝贝的拍摄技巧	204	9.4.2 设置店铺推荐和客服中心	223
9.2 商品图片展示的技巧	208	9.4.3 设置店铺自定义内容模块	225
9.2.1 使用多图展示宝贝特色	208	9.4.4 使用淘宝店铺装修模板	227
9.2.2 使用单图展示宝贝效果	210	9.5 实战演练	231
9.3 商品图片的美化技巧	210	9.5.1 使用ACDSee编辑图片	231
9.3.1 使用光影魔术手调整图片	211	9.5.2 使用光影魔术手抠图	232

第10章 管理店铺的常用方法

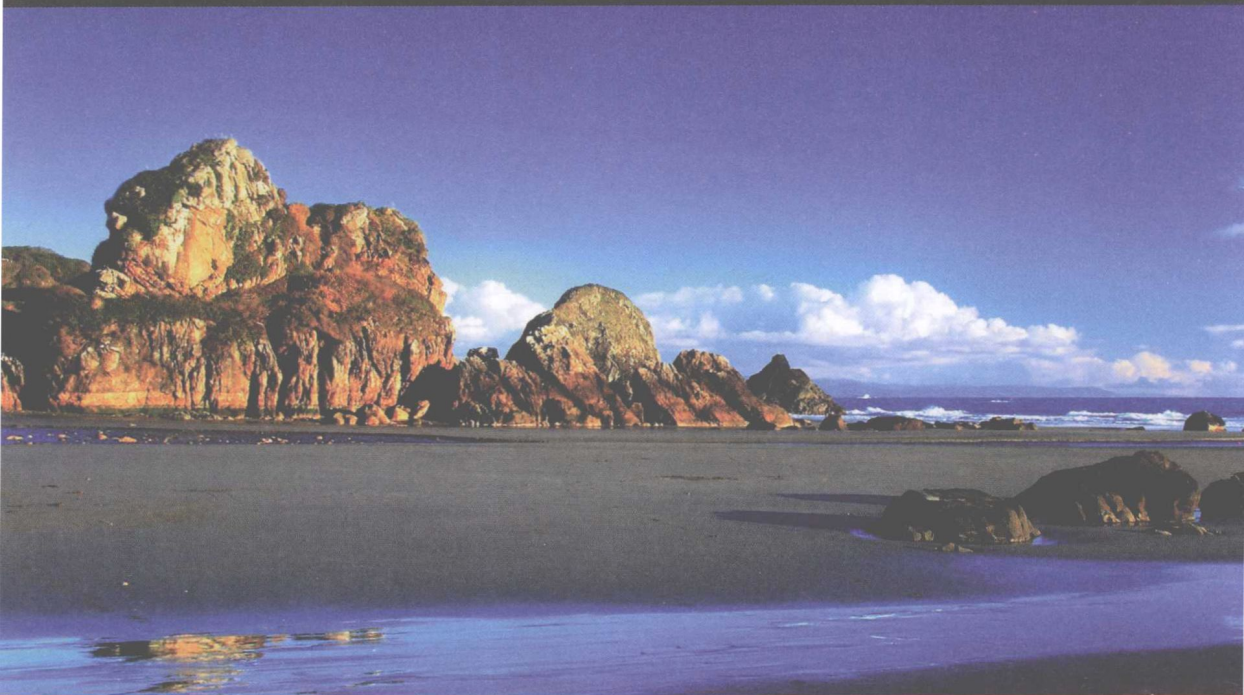


10.1 建立客户信息库	236	10.1.1 建立信息库的注意事项	236
---------------------------	------------	-------------------------	-----

10.1.2	信息库具有的特征和作用	236	10.3.2	开通量子恒道统计	244
10.1.3	建立数据库并采集信息	237	10.3.3	分析网店的流量状况	245
10.2	使用淘宝助理管理商品	237	10.3.4	查看量子恒道排行榜	246
10.2.1	下载并安装淘宝助理	237	10.4	使用千牛工作台	246
10.2.2	使用淘宝助理上传宝贝	238	10.4.1	安装千牛工作台	246
10.2.3	将商品导出为CSV文件	241	10.4.2	管理店铺交易	248
10.2.4	导入商品数据包并上传	242	10.4.3	管理商品信息	250
10.2.5	将宝贝信息保存为模板	242	10.5	实战演练	254
10.2.6	批量修改宝贝信息	243	10.5.1	用淘宝助理管理图片空间	254
10.3	使用量子恒道统计网店数据	244	10.5.2	用千牛工作台查看量子恒道	256
10.3.1	量子恒道统计简介	244			

第1章

确定开店的经营方向



- 例1-1 使用Baidu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页面
搜索货源
- 例1-4 在分销平台上搜索货源
- 例1-5 查看供应商招募书

随着互联网经济的深入人心，网上交易逐渐成为人们喜爱的网上消费活动之一。在开始运营一个可以带来不菲利润的网店之前，除了要精打细算各种盈亏利益以外，我们还需要了解一些网上开店的基本常识，以便于最终确定店铺今后的经营方向。

1.1 选择开店方式和经营模式

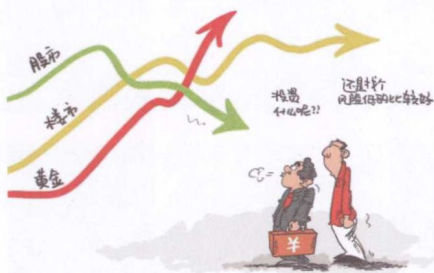
网上开店目前是一个比较热门的新兴行业,具体来说就是经营者通过在互联网上注册一个虚拟的网上店铺(也称“网店”)或者自己根据所销售的商品特点建立独立的商品销售网站,将待销售的商品信息发布到网页上,对商品感兴趣的浏览者可以通过网上或网下的支付方式向经营者付款,经营者通过邮寄或上门送货等方式将商品送到购买者手中,从而达成交易并获取利润的一种市场营销模式。针对这种与互联网紧密相关的经营模式,在决定网上开店之前,选择合适的开店方式与经营模式,是每一位经营者必须关注的问题。

1.1.1 网上开店有哪些优势

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,具有实体店无法比拟的优势。

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存存货或者只需要少量存存货,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、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。

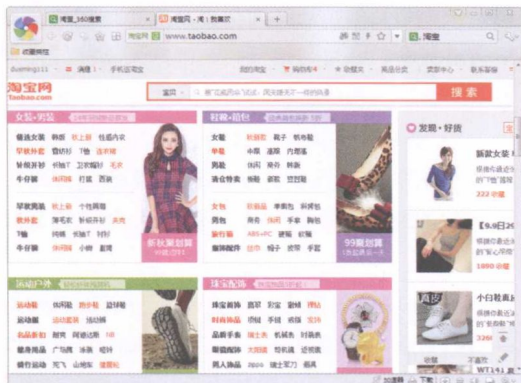


由于网络店铺基本不受经营地点的限制,消费者群体也来自网络,因此,网络店铺的卖家在家中也不会影响到网店的经营。网店的商品库存量也不会被店面面积限制,只要商家愿意,网络店铺中可以摆放成百上千的商品。

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. 宣传推广费用低

对于开设实体店铺的商家来说,其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。而网络店铺的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 网上开店的主要方式

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. 在大型网站上注册网店

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。目前,例如易趣、淘宝、一拍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、商品登录费、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。



知识点滴

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. 自立门户创建网店网站

自立门户创建网店网站指的是:网店的经营者亲自动手或者委托他人进行网店设计,网店的运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吸引访问。



自立门户创建网店网站的建设方式有以下两种。

➤ 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, 费用较高。

➤ 另一种是向一些网络公司购买自助式网站模块, 这些模块操作简单、费用低廉, 但是可能会缺少特色。

知识点滴

自立门户创建网店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例如交易费用或广告费用等服务性费用。

1.1.3 网店经营的常见模式

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方式。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: 网店与实体店结合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。

➤ 全职经营网店: 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入到网站的经营上, 将网上开店作为自己的全部工作。

➤ 兼职经营网店: 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 寻找适合网店销售的商品

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是非常重要的。

1.2.1 适合网店销售的商品

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, 其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。



1.2.2 选择网店销售的商品

在对网店销售的商品进行充分分析后，店主们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什么都能做好，经营者要学会跳出那个自我的圈子，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？这些问题需要进行一次彻底分析，要能够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

当你自己已经真正了解自己后，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，所有行业能够成熟，毕竟有它的经营之道，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店。



3. 再次要做好前期的商业调查

你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，你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。

1.3 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。货物的质量和价格都影响着网店的销售。

1.3.1 从批发市场进货

大多数卖家都会想到批发市场进货，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。

1. 批发市场进货的优点与缺点

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。

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

2. 在市场中寻找批发商

批发商分为大批批发商与小批发商，其中大批批发商有一级、二级甚至三级批发商。大批批发商适合网店已经有些规模，有一定实力的中等卖家。

➤ 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，换货麻烦，并且一般不退货。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。

➤ 二级甚至三级批发商，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。

知识点滴

与大批批发商交易，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，不能从第三方得到诚信证明，所以在与小批发商交易时，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。

知识点滴

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，选择重点在于自身的实力。

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，跟他打交道，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，才能确定进货源头，避免上当受骗。

一般来说，每个批发商都会有主打商品，这类商品都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，找多个批发商，分别批发他们的主打商品，可以得到许多实惠；如果嫌麻烦，那还是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。

3. 与批发商沟通

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