

『赢在京东』系列电商教程

京东平台 运营攻略

京东商学院 著

权威专家团队、一线业务精英诚意编写
全方位揭秘 首次开放分享



中国工信出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn



『赢在京东』系列电商教程

京东平台 运营攻略

京东商学院 著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

2014年年末,京东POP开放平台的人驻商家已超过6万,京东平台被广泛关注和认可的同时,在电商江湖中仍颇具神秘色彩。面对碎片化的信息,京东的店铺经营者及希望入驻京东的准商家们,对于在京东如何利用丰富的各类平台资源,搭建并运营京东店铺,一直很难找到全面而系统的资料。

本书由京东官方出品,动员了京东内部涉及第三方店铺业务线的众多部门,由多位业务精英参与撰写,保证了内容的权威性和实用性。同时,我们力图以更轻松的表现方式对枯燥的操作内容进行讲解,并通过“涨姿势”、“Joy小援手”和“举个栗子”三个特色部分,分别对读者进行知识普及、操作提示及案例分析。

本书从店铺搭建到营销工具应用,再到移动端拓展及客服技巧,系统地讲解了京东店铺从建立到基础运营的整条业务线操作流程。同时也全面介绍了入驻商家可享有的京东仓储、物流、金融等各种大平台服务。本书可作为京东店铺经营者及准商家的必备攻略,也可作为电商从业人员及行业爱好者的参考书目。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

京东平台运营攻略 / 京东商学院著. —北京:电子工业出版社, 2015.5

“赢在京东”系列电商教程

ISBN 978-7-121-25788-9

I. ①京… II. ①京… III. ①电子商务—商业企业管理—教材 IV. ①F713.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第067015号

策划编辑:张慧敏

责任编辑:郑柳洁

印 刷:北京顺诚彩色印刷有限公司

装 订:北京顺诚彩色印刷有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:787×1092 1/16 印张:18 字数:440千字

版 次:2015年5月第1版

印 次:2015年6月第2次印刷

印 数:10001~25000册 定价:69.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

本书编委会

特邀顾问:

京东集团CMO 蓝烨
京东集团CHO&GC 隆雨
京东商城运营体系负责人 李永和

总策划:

辛利军 马成功

执行策划:

王志富 杨天齐 王展程 陈丽烨

主 编:

张丹丹 于晓雷

编委会成员:

陈淑香 胡 骅 蒋 威 李幻宇 李婷婷 蒙海娇 缪寅涛
覃维先 乔 伊 商倩兰 汤 茜 谭天弘 王 成 王 磊
吴 迪 王家龙 夏 晨 翟丽蓉 朱政经

京东集团参与部门:

POP开放平台 京东大学 图书音像采销部
仓储物流部 营销运营管理部 商城研发部
数字营销业务部 微信手Q业务部 配送部
全国客服中心

在此诚挚感谢所有为此书付出努力的京东同仁

序一

让电商运营变得简单快乐

京东集团 CMO 蓝烨

京东今天的成绩，离不开数万家人驻京东开放平台的商家合作伙伴的鼎力支持。自营和平台这两种业务模式，对我们而言缺一不可，在非标准化、长尾品类的商品扩充方面，京东必须依靠我们的平台商家。可以说，京东的成长与进步，平台商家功不可没，感谢商家朋友们与京东共同前进。

依托京东开放平台，共享京东经营电子商务多年积累的高价值客户资源，可以为我们的合作伙伴带来新的成长空间。然而，目前我们的商家在互联网店铺的运营能力参差不齐，有些刚刚从传统销售模式转型电商的合作伙伴，还不能熟练地在电商平台上开展运营工作；也有的是创业公司欲直接打造互联网品牌，但对京东平台了解不多。整体来看，不同商家对京东开放平台的规则熟悉程度各有不同，很多商家在平台运营中也就不可避免地遇到各种各样的问题，一些商家更是对基础操作及基础运营问题一知半解。

京东的使命是“让生活变得简单快乐”，我们希望通过自身的努力使平台商家体验到“让电商运营变得简单快乐”。合作伙伴了解并掌握平台的操作技巧及运营方式，是简单快乐地经营京东平台的第一步，我们也一直通过线上线下多种不同形式的培训，对商家进行成长支持，同时我们也搭建了京东卖家论坛供商家交流进步。这些都在不断提升商家与京东平台的契合力，但在新的时期，我们还应持续进行突破创新。

这本《京东平台运营攻略》，是一本系统完整地介绍京东平台操作及运营的图书；是一本让平台商家遇到问题时可以随时翻阅的“案头书”；是一本让希望入驻京东的商家能够全面了解京东平台的“写真集”。作为首部介绍京东平台运营方式的图书，书中内容由多位一线业务精英参与编撰，是目前京东平台最权威的官方资料。书中有细化到每一步的操作指导，更有各类知识点的整理和业务功能的详细介绍，可以说它确实是一本翔实的“运营攻略”。更令人欣慰的是，它不仅仅是一本简单的“平台操作指南”，书中还全面展现了京东仓储、物流、客服、金融等支持系统的内部运营情况，以及能够为商家提供的支持和服务，也首次对极具战略意义的京东移动端进行了系统的阐述。

在对平台商家成长的支持上，我们仍有很多工作要做，本书的出版只是一个开始，未来我们将不断总结，面向合作伙伴和全社会推出更多不同层面介绍京东业务体系的书籍，助力我们的平台商家“赢在京东”！

序二

共创共赢，开放分享

京东集团副总裁、POP 开放平台事业部总经理 辛利军

到 2014 年年底，京东 POP 开放平台已经拥有超过 6 万的人驻商家。更重要的是，这个数字每天都在快速上涨，每天都有大量的商家加入京东平台，与整个京东共创共赢。坦率地说，今天的商家不应该再考虑要不要做电子商务，而是应该思考如何更好地参与到电子商务的运营里。京东 POP 开放平台正以它特有的吸引力，源源不断地吸收优质商家入驻。

很多商家在初入京东平台的时候都会遇到一个问题，就是不知道如何去运营，不知道如何去推广。其实京东 POP 开放平台是很直接而简单的，首先最根本的一点，就是把你的产品做好，许多商家不太懂所谓的电商营销，但是在京东却能做得非常棒，怎么做到的？回答是：“我首先做好自己的产品和服务。”但这个“做好”的前提是运营的基本功要到位，所谓的基本功包括整个页面的装修、产品的质量、售后服务，把这几点抓住，商家在京东 POP 开放平台上就会有一个不错的表现。

而这本书正是从基础运营着手，书中内容完全由京东官方人员编写，操作部分的内容以卖家在店铺运营过程中经常遇到的基础设置、工具使用等问题为出发点，以详尽的图文形式一步步指导新商家修炼好运营的“基本功”，使新入驻商家能够迅速上手京东平台，为“赢在京东”打下稳固的基础，帮助商家在京东迈出坚实的第一步。

更为重要的是，京东 POP 开放平台不仅仅是一个单纯的销售平台，其还拥有强有力的多样化支持体系，入驻的商家可以充分调用京东强大的物流及配送系统，更可迅速占据最具优势的移动端入口，还可全面搭建专业的售后服务系统。这些在本书中都将首次系统而全面地公开展现，京东商家可以拥有的各类“京东法宝”都将一一呈现。

希望通过此书，能让已入驻京东的商家、准商家和电商从业者迅速了解京东 POP 开放平台，更希望大家能从此书中看到京东与平台商家一起为电商行业带来的喜悦与变革。

序三

解密京东，分享干货

京东大学高级总监 马成功

在我们进行内外部培训和分享时，经常会被问到这样的问题——电商究竟是怎么玩的？怎么在你们京东开店？对人员有什么能力要求？……问出这些问题的既有已经在做电商希望开辟京东这块新平台的电商从业者，也有传统企业希望做电商的，也会有一些地方政府的官员，甚至还会有许多开设了电商专业的高校。这让我们反思：今天，已经不会有人像十年前那样怀疑电子商务存在的合理性，低估这种商业模式的能量，反而更多人坚信这是未来商业成功的一个重要趋势。作为中国电商的业内翘楚，京东的成功让很多人看到了电商背后的巨大商机。同时，在一系列光芒四射的商业光环外，实际上对许多人来说，电商依然是个充满神秘色彩的未知数。

分享成功经验，全面打造电子商务人才，让更多人了解电商，参与到这场商业盛宴中来！正是带着这样的使命感，我们启动了这套《“赢在京东”系列电商教程》丛书的编写工作。我们期待这套书能够帮助那些关注京东的商家、店主、培训机构和客户诠释更清晰的京东平台，更精准的创业方法，更完美的京东运营攻略。

互联网企业都会强调“客户体验”，“客户为先”也是京东的核心价值观，在开始策划这套书的时候，我们就有一个理念——讲干货。管理上有句话叫“让听到炮声的人做决策”。此次参与编写工作的作者都是在电商行业摸爬滚打多年的实战派，无论是京东商学院的张丹丹老师、于晓雷老师，还是仓储、配送、客服、研发的相关同事，都是每天战斗在第一线的电商实操者。在近4个月的编写过程中，所有参与者都对自己所辖部分的内容力求完美，几易其稿，甚至一些部门的高级管理者亲自参与校稿，逐字逐段地提出修改意见，力求为读者贡献一本中国最实战的电商启蒙攻略。互联网的另一个标志语叫“分享”，我们相信，因为有了分享，这个行业才能不断壮大。京东作为国内，甚至在世界范围内屈指可数的涉及电子商务全产业链条的企业，在仓储、配送等电商物流领域积累了多年的经验。在本书中，我们第一次全面介绍了电商的方方面面，是国内难得一见的电商学习材料。总之，坦诚、分享、讲干货，在这本厚厚的书里面盛满了京东人对于读者和电商行业满满的诚意。

伴随互联网的高速发展，电商产业所迸发出的勃勃生机也造就了今天的京东，我们的探索与追求、努力与尝试，我们在电商领域的宝贵经验，若能够回馈行业，促进整个电商领域的蓬勃发展，帮助我们的卖家与供应商，以及所有对电商、对京东感兴趣的同仁成就彼此，将给予我们莫大的成就感。

前言

这是一个电商风起云涌的年代，而京东，从来都不会懈怠。2010年，以自营模式发展壮大的京东战略性地向第三方商家开放，POP开放平台业务正式上线。几年内，数万商家纷纷入驻京东平台。作为业内相对“神秘”的京东打造出的全新平台，随着其不断成熟壮大，一些特有的用法和玩法也越来越需要专属的培训。2012年，京东卖家培训部正式组建，并以京东商学院的形式展开多层次培训工作，以求快速推动卖家成长。

作为京东POP开放平台的官方培训机构，京东商学院成立后，不断开发出京东专属培训课件，同时搭建了线上课程直播体系，磨炼出了优秀的官方及卖家讲师团队，并不断在全国各地开展了多场不同主题的线下交流培训会，更突破性地构建了京东商家专属的互动社区。

京东商学院也在不断倾听来自商家的声音。在课件调研中，有商家反映希望有一整套最基础的课件，能系统地教教他们；在课程直播过程中，经常有商家提出，这部分我懂了，可很多基本的运营问题我还不清楚，能全都讲一遍吗？在讲师反馈中，希望解决商家初级运营问题的呼声占比很高；在线下交流会上，我们也听到了商家在基础操作上的困扰；在卖家论坛里，每天都有大量帖子提问或分享基础的操作及运营问题……汇总各个渠道的声音，我们发现基础的运营问题不仅是新商家急需解决的问题，一些资深商家也经常在这个问题上走弯路。然而任何培训课程都有局限性，那能不能有一部能全面而系统阐述京东开放平台基础运营的“案头书”呢？

首本“赢在京东”系列电商教程《京东平台运营攻略》应运而生。

本书首度从官方角度全面展示京东开放平台，特别邀请了京东一线业务精英及资深产品运营专家，从大平台介绍到店铺装修，从商品详情页设计到营销工具应用，书中对涉及商家店铺运营的各方面基础问题进行了细化到每一步的讲解。首度揭开京东仓储、物流高效运转的秘密，同时全面展示了京东优异的客服体系。对最具前景的移动端，也做了最权威而详尽的解析。

我们并不希望它只是一本死板的教科书，所以我们设计了很多拓展知识点，语言上也融入了很多“趣点”，细心的读者可以在书中找到这些小彩蛋。希望本书能伴随在京东商家身边，解决问题的同时，见证商家的成长与进步。也希望本书能让想了解京东的朋友看到一个别样精彩的京东平台。

最后要感谢所有对本书提供支持和帮助的小伙伴们，谢谢你们。

京东商学院

由于电商行业本身快速发展的特质，书中所涉及的操作流程、规则、页面，都在不断升级中，如有更新，请以最新页面及通知为准，本书内容仅供参考。

目录

第1章

01

简单快乐，来自京东的每一点喜悦 / 1

1.1 购物就是要简单快乐 / 2

1.2 电商大格局：用数据来说话 / 3

1.3 京东大舞台：实力看得见 / 5

1.4 京东大战略：POP 开放平台 / 7

第2章

02

店铺搭建操作：打造完美店铺 / 13

2.1 迈出第一步：入驻京东 / 14

2.2 商品主图：关键的第一印象 / 16

2.3 商品拍摄：好产品就要 360 度完美展现 / 19

2.4 发布商品：让你的商品在京东展示 / 21

2.5 商品描述：如何让图文成为你的优秀导购 / 28

2.6 店铺装修：如何让店铺高大上 / 31

2.7 运费模板设置：规范管理运费 / 45

2.8 订单管理和配送 / 51

2.9 咚咚，敲开客户的购买之门 / 55

2.10 京麦工作台：一站式服务后台 / 62

2.11 结算（T+1）快捷的对账管理系统 / 67



第3章

03

店铺基础运营：进击的商家 / 77

- 3.1 京东新商家的运营必备项 / 78
- 3.2 京东搜索核心解密 / 79
- 3.3 数据罗盘：店铺战术指南 / 89
- 3.4 关联营销：提升销量必备 / 106
- 3.5 会员营销：会员管理系统 / 112
- 3.6 店内促销的设置 / 122

第4章

04

京准通：如何找到精准用户 / 141

- 4.1 什么是京准通 / 142
- 4.2 京准通的主要优势 / 142
- 4.3 京准通营销推广介绍 / 142

第5章

05

移动端：抢占未来市场 / 167

- 5.1 京东专属移动端整体介绍及其优势 / 168
- 5.2 京东 APP：新时代的主力用户端 / 169
- 5.3 京东微店：潜力无穷的超级小店 / 170
- 5.4 微店基础功能操作管理 / 180
- 5.5 PandaCube 京东专属移动端店铺装修系统简介 / 187
- 5.6 PandaCube 移动端店铺装修操作 / 188

06

第6章

京东仓储物流：最有竞争力的电商物流履约平台 / 221

- 6.1 京东仓储物流发展 / 222
- 6.2 京东仓储物流的核心竞争力 / 229
- 6.3 京东仓储物流产品及服务 / 233
- 6.4 面向商家的高效服务 / 237
- 6.5 合作场景分享 / 238

07

第7章

京东配送：配送员背后的超级体系 / 241

- 7.1 京东配送简介 / 242
- 7.2 京东配送大事记 / 243
- 7.3 京东配送操作业务介绍 / 243
- 7.4 京东配送核心竞争力 / 245
- 7.5 京东配送产品及服务 / 246
- 7.6 京东配送服务 / 248
- 7.7 京东配送业务合作介绍 / 249

08

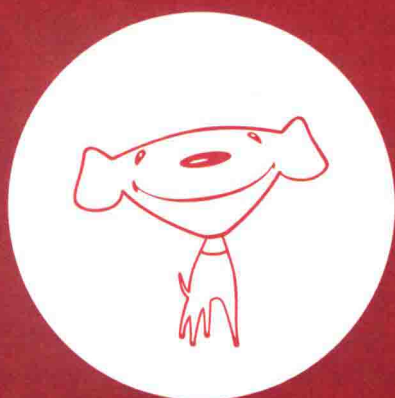
第8章

客户服务：客户为先的最好展现 / 251

- 8.1 客服到底有多重要 / 252
- 8.2 京东客服：贴心服务背后的专业团队 / 256
- 8.3 京东卖家客服——京东客服新势力 / 257



- 8.4 售前客服工作流程 / 260
- 8.5 售中客服工作技巧 / 262
- 8.6 售后服务工作 / 265
- 8.7 售后服务工作流程 / 269



第1章

简单快乐，来自京东的每一点喜悦



1.1 购物就是要简单快乐

2009年冬，我想买一个插在计算机上用的耳机，本应是一件很简单的事情，但对中关村、数码店、网购都怀有深深敬畏的我，对去哪里买没了主意。原因很简单，怕麻烦、怕假货。去趟中关村，我至少要被50人搭讪，20人尾随，所有人单曲重复“买什么大哥，到我家看看”，每次都有种羊入狼群的感觉。各路数码店也是各种不靠谱，得宰且宰，价格随心所欲，产品的真假同样也没保证。我所了解的网购更是真假难辨，而且一旦出现退换货问题，流程比火箭上天还烦琐。总之，那个年代数码产品江湖险恶，托关系走后门也难免被坑，买到真货简直就跟中大奖一样。

精于数码和网购的小伙伴默默地发过来一行字：“去京东买，360buy.com，保真还快，而且还可以货到了再给钱。”虽然那时我对网购不是很感冒且充满怀疑，但我对小伙伴是百分之二百的信任，于是我就直接去京东下了单。第二天一早耳机就到了，从风尘仆仆的快递大哥手里接过蓝白相间的包装袋，付款，一切就这么简单。回去后还是不放心地查询了防伪码，果然真货！从此之后，我也经常默默地发给别人同样一行字“去京东买……”。



张姿势

2013年3月，京东域名正式更换为JD.COM，并推出名为“Joy”的吉祥物形象。包装袋配色也更新为靓丽的红白相间。

2010年冬，北京很冷，这时我早已习惯了从京东买各种产品，但这次拆开包裹发现刚收到的手套上面有一个很明显的口子，虽然东西不贵，但有种信任被辜负的感觉。于是我第一次打了京东客服电话，心里盘算着，如果她让我拍照，我就说手机没有拍照功能；如果她让我填这填那寄回什么的我就发飙，总之我要为京东给我带来的麻烦讨个说法。结果，电话那边客服小妹温和地说，“先生您不要着急，我们对您表示歉意，请准备好您的货品和发票，我们的快递员明天会带新的手套为您更换，您看这样可以吗？”（此处有图有真相，现在订单记录还在，如图1-1所示。）我准备好的说辞一句没用上，场面顿时尴尬了，如此简单就解决了所有问题，从此之后，我成了京东的粉丝，以至于后来成为了京东的一员。

发票信息

发票类型：普通发票
发票抬头：个人
发票内容：明细

备注

售后上门换新！返修号：1891390#上门换新#

商品清单

商品编号	商品图片	商品名称
300948		享爱 真情系列 磨砂真皮百搭绒织双层保暖男士时尚商务手套

图 1-1 有图有真相

2014年冬，泰国籍室友的手机罢工，用我的手机在京东上买了一堆零食后，用有点蹩脚的中文对我说：“你们京东其实有很好的服务，还没被很多人知道，比如，我上次在京东上买了书，发现问题，你们的快递员第二天就带了新的来换，这，太方便了，让我很开心。”我笑着说：“只要简单好用，大家慢慢都会了解的，就好像我在几年前知道的，现在你不是也知道了。”

“那京东第三方商家的货可以买吗？”

“当然可以啊。”

“他们该怎么在京东上开店？”

“这个，说来话长了……”

1.2 电商大格局：用数据来说话

最近发现，身边越来越多的人在打听如何在京东上开店，或第三方的货是否有保障。在电商界，很多人都说京东很神秘，其实京东早已将资源开放，而且现在已经有6万商家和京东一起不断地创造新的喜悦。在这个背景下，作为京东人，我们希望通过这本书把一个全面开放的京东商家平台分享给所有想了解“他”的人，这里会详细讲解店铺模式、操作攻略、运营要点、微店详情、仓储物流等内容（感觉正能量满到溢出来了）。那么，现在就让我们一起走近京东，围观其芳容。

古人云，想做大事，就要有大格局。要了解京东，就要先了解电商行业的大格局。

现在的中国，电子商务行业发展的速度超乎想象，根据CNNIC（中国互联网络信息中心）的统计，截至2013年12月，中国网民总数已达6.18亿，网络购物人数高达3.02亿，且在不断增长，如图1-2所示。这说明目前中国将近一半的人口都是网民，而一半的网民都在进行网购，没算错的话，在中国目前有一个3亿用户的巨大网购市场！



图 1-2 中国网民人数与网络购物用户数对比

那么，这个市场的发展到底有多迅速呢？如图1-3所示，我们看到，一方面，中国网络零售市场增长明显，3000亿规模的市场指日可待。另一方面，网络购物占社会总零售额的比重正在逐年高速递增。所以，现在商场竟逐渐沦为试衣间，“加入购物车”不再代表动作而只是页面



上的一个按钮,你甚至可以足不出户购买地球上任何一个角落的商品。对于传统零售业来说,“狼”恐怕是真的来了。



图 1-3 2010—2015 年中国网络购物市场交易规模

那么问题来了,既然电商这么火,细分下来,到底哪种电商模式更强呢?如图 1-4 所示,我们看到,B2C 网络购物市场交易规模占比逐年快速增长,也就是说,B2C 模式电商的发展增速领先于其他模式。

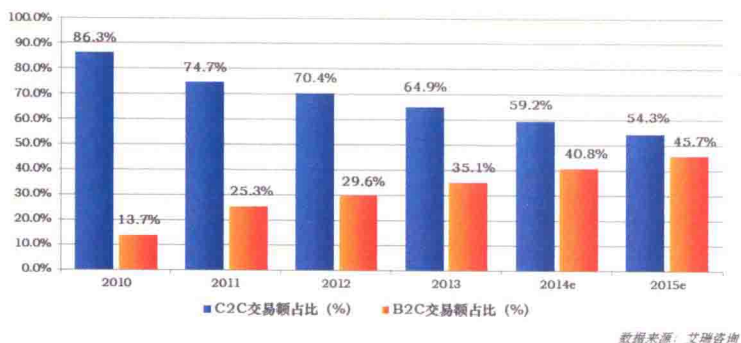


图 1-4 2010—2015 年中国网络购物市场交易规模结构



涨姿势

B2C 是 Business to Customer 的缩写,是电子商务的一种模式,也就是通常说的商业零售,指商家直接面向消费者销售产品和服务。

C2C 是 Customer to Customer 的缩写,即个人与个人之间的电子商务模式。比如一个消费者有一台旧计算机,通过网络进行交易,把它出售给另外一个消费者,此种交易类型就称为 C2C 电子商务。

1.3 京东大舞台：实力看得见

1. 京东的市场地位

看了整体格局，我们回过头来再看京东现在的市场地位，作为“中国最大的自营式电商企业”及“中国第二大 B2C 电商”（绝对不是自封）的京东商城，显然是以实力站在 B2C 蓝海最前沿的电商企业，如图 1-5 所示。

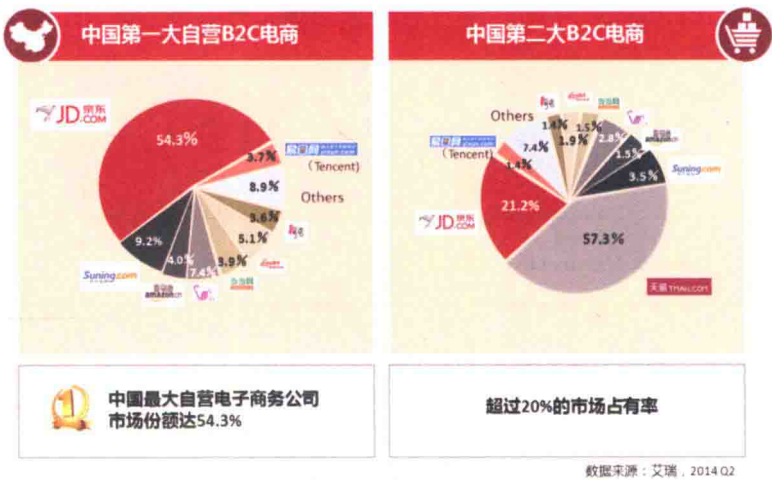


图 1-5 京东在 B2C 领域的市场占比

2. 京东的核心竞争力

1998 年 6 月 18 日，刘强东先生在中关村创业，成立京东公司。16 年后，2014 年 5 月 22 日，京东集团正式在纳斯达克挂牌，成为中国的电商巨头之一。京东究竟是靠什么赢得用户从而获得如今的市场地位的呢？京东的核心竞争力其实很简单，就是下面几点。

- 正品行货，京东只卖真品，这是京东自创立以来一直严格恪守的商业道德。
- 诚信经营，公开透明公平的价格和环境，这是京东的诚信保证。
- 客户为先，这是京东最核心的价值观。

京东以特有的价值观及优异的客户体验，颠覆了整个中国对网络购物的认知，深刻地改变了中国网络购物的服务标准，而入驻京东的商家也会以这些“成功秘诀”作为自己店铺的价值观，与京东共同遵守并完善。认真就会有回报，这一切推动京东的规模不断扩大，图 1-6 所示为近年来京东的 GMV 增长情况。