

中等职业教育课程改革教材

网店装修与管理

陈显龙 总主编 杨波 王卫华 主编

高等教育出版社

中等职业教育课程改革教材

网店装修与管理

WANGDIAN ZHUANGXIU YU GUANLI

陈显龙 总主编

杨 波 王卫华 主 编

高等教育出版社·北京

内容简介

本书是中等职业教育课程改革系列丛书，参照网站建设与管理相关行业标准编写。

本书共分七个项目，包括走进网店装修、图片素材搜集与策划、商品图片美化、淘宝普通版整页设计、淘宝付费版整页设计、Photoshop 图片切割与优化、Dreamweaver 图片排版。本书注重从实际工作过程出发，从企业真实操作归纳整理出网店装修与管理的实施技巧与步骤，实用性强。同时，本书侧重实训与实践，帮助学生学习之余充分了解、熟悉、掌握网店美工、网店运营的操作规程与业务管理等实际操作技能，对学生毕业后顺利就业具有特殊意义。

本书配有学习卡资源，请登录 Abook 网站 <http://abook.hep.com.cn/sve> 获取相关资源，详细说明见本书“郑重声明”页。

本书适合作为职业院校网站建设与管理、电子商务、市场营销及计算机平面设计等相关专业教材，也适合企事业单位在职人员阅读参考。

图书在版编目（C I P）数据

网店装修与管理 / 杨波，王卫华主编. — 北京：高等教育出版社，2015.5
中等职业教育课程改革教材 / 陈显龙主编
ISBN 978-7-04-042248-1

I. ①网… II. ①杨… ②王… III. ①电子商务—中等专业学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第040279号

策划编辑 赵美琪
责任校对 窦丽娜

责任编辑 唐笑慧
责任印制 刘思涵

封面设计 张 志

版式设计 杜微言

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 山东鸿君杰文化发展有限公司
开 本 787 mm×1092 mm 1/16
印 张 15.75
字 数 390 千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2015年5月第1版
印 次 2015年5月第1次印刷
定 价 43.30 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 42248-00

前言

在网络经济时代,能否吸引客户的注意力成为电子商务成功与否的关键。因此,网店装修与管理成为目前吸引客户注意力的最主要手段。随着个人电子商务市场竞争的加剧,网店的装修将越来越被广大卖家重视。网店装修不仅能美化店铺,也能吸引客户的眼球,客户会通过装修第一时间了解店铺的信息。

本书以“工作过程系统化”的教学方式结合课堂理论教学使学生掌握网店装修与管理的基础理论知识和基本技能。

本书以学习者能力培养为核心,根据网店在网络多媒体、社会化媒体、门户论坛内容等领域应用的新特点,参照企业和个人所接触的电子商务活动的基本过程和规律,结合网店运营、网店美工、网店管理工作流程及岗位知识技能,系统介绍网店图片素材搜集与策划、商品图片美化、淘宝普通版整页设计、淘宝付费版整页设计、Photoshop 图片切割与优化、Dreamweaver 图片排版的基础知识,并通过实训环节强化学生的案例分析及专业技能能力。

本书精选具有代表意义的相关案例,从网店运营中装修与管理的实际角度出发,深入浅出地进行案例分析,并列出案例中出现的知识点。目的就是将理论与现实案例结合,化抽象的理论为直观具体操作,帮助理解,加深印象,加强网店运营、网店装修与设计、网店管理等工作从业学生的技能培养。

本书各项目学时参考如下:

项目	教学内容	学时
项目一	走进网店装修	6
项目二	图片素材搜集与策划	12
项目三	商品图片美化	32
项目四	淘宝普通版整页设计	14
项目五	淘宝付费版整页设计	18
项目六	Photoshop 图片切割与优化	14
项目七	Dreamweaver 图片排版	16
机动		8
合计		120

本书配有学习卡资源,请登录 Abook 网站 <http://abook.hep.com.cn/sve> 获取相关资源。详细说明见本书“郑重声明”页。

本书由杨波、王卫华主编,王建河、贾体敏、秦景丽、王书凯、王娟、陈倩倩等参与编写。

本书在编写过程中,参考引用了许多国内外作者的成果及互联网资料,在此深表感谢。

由于编写时间仓促,水平有限,书中难免存在缺点与不足之处,敬请各位专家、广大读者、同行指正赐教。读者意见反馈邮箱:zz_dzyj@pub.hep.cn。

编 者

2014年12月

目 录

项目一 走进网店装修	1
【任务概述】	1
【任务分解】	2
任务一 网店装修的重要性	2
任务二 网店团队组建与管理	6
【项目实训】	9
项目二 图片素材搜集与策划	11
【任务概述】	11
【任务分解】	12
任务一 商品主图策划与设计	12
任务二 描述页图片素材搜集与整理	14
任务三 商品图片拍摄	17
【项目实训】	23
项目三 商品图片美化	29
【任务概述】	29
【任务分解】	30
任务一 美化软件认识	30
任务二 图片美化流程	33
任务三 图片创意处理	86
【项目实训】	96
项目四 淘宝普通版整页设计	99
【任务概述】	99
【任务分解】	100
任务一 页面布局管理	100
任务二 店招设计	113
任务三 促销区设计	121
任务四 公告栏设计	125

【项目实训】	127
项目五 淘宝付费版整页设计	131
【任务概述】	131
【任务分解】	132
任务一 付费模板调整	132
任务二 焦点图片设计	140
任务三 其他部分设计	147
【项目实训】	168
项目六 Photoshop 图片切割与优化	173
【任务概述】	173
【任务分解】	174
任务一 图片切割	174
任务二 图片优化	185
任务三 Photoshop 批处理	192
【项目实训】	206
项目七 Dreamweaver 图片排版	209
【任务概述】	209
【任务分解】	210
任务一 Dreamweaver 基本使用	210
任务二 Dreamweaver 表格排版	217
任务三 Dreamweaver 链接设置	228
【项目实训】	236
参考文献	245

项目一

走进网店装修

【任务概述】



在实体店买东西时,买家可以通过观看、品尝、触摸等方法感知商品,但在网上买东西,买家只能通过眼睛去看卖家设计的图片、文字或视频,所以成功的网店装修设计,能在众多店铺中吸引住买家的眼球,营造良好的购物环境,塑造店铺形象和品牌。

在本项目中主要通过分析网店装修的重要性,以及团队组建与管理等核心内容,来明确学习目标,学会网店装修与管理。

★ 知识目标

1. 明确网店装修在店铺运营中的重要性
2. 熟悉网店装修的基本流程
3. 熟知网店运营团队组建的核心要素

★ 能力目标

1. 能综合分析并定位店铺
2. 能理解网店装修的重要性
3. 能熟知网店团队构成要素

【任务分解】

任务一 网店装修的重要性

一、明确店铺的定位

根据现代营销理论,市场定位涉及三个层次定位,即商品定位、品牌定位和公司定位。但是对一位刚刚涉足网上交易的卖家来说,开始品牌定位和公司定位为时尚早,而网店商品定位问题需要急迫解决。对网店进行市场定位的过程就是寻找网店差别的过程,即通过商品选择、定价对比及货源对比等来定位店铺的市场。

(一) 商品选择

对于一家店铺而言,商品选择的成功与否决定店铺的发展方向和用户群体。在商品选择中,对于卖家应该选择自己有兴趣的商品。兴趣是做一件事的基本动力。在把握兴趣爱好的前提下,分析商品的特点、商品的优势、商品的消费群体等核心点,通过对行业的调研进一步确定其在市场中的占有率和消费群体。选择好的商品,不仅有利于前期市场开拓,而且对于品牌建立也是十分重要的,因此卖家在商品选择时,应针对自身的兴趣、地域资源、商品特性及优势、市场调研分析等要素进行综合评估。

例如,农享网作为一家基于农产品供求信息为主的电商平台,凭借该平台拥有的大量农产品供求信息,在淘宝网店商品选择上,绿色生态商品和地区特产商品占有相当大的比重。此外,结合市场调研和对都市生活需求分析,农享网官方淘宝店在商品定位上选择绿色、纯天然的食品作为其主营产品,如图 1-1 所示。

(二) 定价对比

依据商品成本,加上费用和预期利润等,构成商品的价格。对于淘宝网店卖家来说,在商品



图 1-1 农享网官方淘宝店

定价时应遵循以下具体因素。

1. 成本费用因素

(1) 生产成本 生产成本是企业生产过程中所支出的全部生产费用。当企业具有适当的规模时,商品的成本最低,但不同商品在不同条件下,有各自理想的批量限度,若超过了这个规模和限度,成本反而要增加。

(2) 机会成本 机会成本是卖家在商品成交后所获得的收入用于其他投资可能会获得的额外收益。机会成本越大,卖家的收益就越高。

(3) 销售成本 销售成本是商品流通领域中的广告、推销费用。在市场经济体制下,广告、推销等都是商品实现其价值的重要手段,用于广告、推销的费用在商品成本中所占的比重也日益增加。因此,在确定商品的营销价格时必须考虑销售成本这一因素。

(4) 储运成本 储运成本是商品从生产者手中到卖家手中所必需的运输和储存费用。商品畅销时,储运成本较少,商品滞销时,储运成本增加。不管发货的物流费用由谁负担,最终都包含在商品的价格里面。

2. 正常的利润

不管经营什么商品,制定什么样的价格,都要保证商家的基本利润。

3. 阶梯式价格

同一网店内经营的商品可以拉开档次,高中低价位的都有一些,这样可以满足不同消费层次顾客的不同需求。

4. 商品价格稳定

价格确定后,应具有一定的稳定性,不要在短时间内波动太大,这样会让老顾客感觉上当,让新顾客驻足观望。网上经营千万不要轻易打价格战,要共同维护市场的稳定,如果商家互打价格战,受损的最终只能是卖家。

5. 竞争与需求因素

商品的成交价格与竞争、需求情况密切相关,卖家可以通过网上历史数据的查询、有形市场的调研等途径了解商品市场的竞争与需求情况,估计潜在顾客数量,估算需求价格弹性系数,为卖家的定价决策提供参照依据。

6. 消费者的心理因素

卖家在制定价格时要充分考虑买家的心理,买家都有强烈的寻求低价的心理,否则就不如购买其他替代商品。

7. 风险因素

对卖家而言,风险主要是支付及运送过程中的风险,这不仅使卖家成本增加,也会对其信誉度造成损失而影响其长久经营。

遵循以上基本商品定价原则,对于卖家来说商品定价就可控并趋于合理。与此同时,卖家还可以采用如商品组合定价、阶段性定价、薄利多销和折扣定价、分析买家心理定价等策略来调整商品的价格,使得商品的销售始终保持最大的商业利益。

(三) 货源对比

开网店,货源的选择一直是一个让人担忧的问题,并不是因为找不到货源,而是如何用最经济的方法进到最好的货品,而货品的质量和价格又直接关系到网店的生存和发展。作为网店卖家,想要在店铺长久发展中取得进步,首先是如何能找到有竞争力和有保障的货源。这也是很多卖家关注的问题。进货一般分为两个渠道,一个是线上,一个是线下。线上包括从普通网店进货和专业批发网站进货;线下可以从专业批发市场进货。

1. 通过淘宝寻找货源

淘宝分布着众多的大型批发商,无论是淘宝卖家还是线下实体店的商品都可以通过淘宝寻找优良货源,而且比通过阿里巴巴的批发平台或者 1688 上寻找的效果更好,因为在淘宝上可以更清晰地看到买家对于商品和价格以及卖家信誉的评价。

2. 在采购网站上寻找货源

阿里巴巴是全球最大的网上贸易市场,拥有近千万的用户群体,既有来自世界各地的采购商,也有全国各地厂家和贸易商,其中大多是生产厂家或批发商。通过阿里巴巴这样的专业采购网站寻找货源,可以省去很多不必要的中间环节,从而大大降低进货成本。淘宝卖家也可以用阿里旺旺通过阿里巴巴中的货源渠道联系货源。当然还有一些其他的比较好的批发网站,如中国物流与采购网、政府采购信息网、慧聪网等,都具有各自的特点,但是在规模和影响力方面还是与阿里巴巴相距甚远。

3. 通过传统进货渠道寻找货源

所谓传统进货渠道就是除了网上进货以外的渠道,如从批发市场进货。

综合对比,不管是通过何种渠道寻找货源,低廉价格是关键因素,找到了物美价廉的货源,网上商店就有了成功的基石。

二、同行业店铺装修风格

好的店铺装修能给客户带来好心情,营造良好的购物环境;好的店铺装修能吸引顾客的关注,塑造店铺形象和品牌;好的店铺装修能刺激购物欲望,留住买家促进成交。那么,如何装修店铺才能展示出店铺的形象和风格?

越来越多的买家会受店铺装修影响,同时卖家也越来越重视店铺装修。然而,目前还有很多卖家对店铺装修还停留在素材上的东拼西凑,看到自己喜欢的图片就往首页推送,以为这样就可以博得消费者的喜好,可是结果并非如此。往往买家进入店铺仔细端详之后会觉得店铺极不专业、杂乱无章、无从下手,所以店铺装修并不是简单的美化,而是要有全局的眼光和独特的出发点,做好全局的规划,从各种视觉元素入手,去打造一个整体的形象。合理的布局才能指引整个店铺的营销并做到有的放矢。

很大一部分卖家可能对店铺布局一片茫然,因为他们不知道什么是合理布局以及如何布局。

(1) 整体布局 在店铺布局的时候,一定要以店铺定位为中心,统一风格,注意突出店铺主题、公共提醒、促销信息、风格体现等。

(2) 店招 店招是店铺品牌的宣告,通过店招可以告诉买家店铺销售的商品类型。在店铺招牌上有一个非常重要的区域,那就是首页导航。首页导航一般有3种类型,第一种是根据店铺的主营商品在导航上分类;第二种是根据购物规则、购物流程等在导航上分类;第三种是根据特别商品在导航上分类。首页导航不仅可以加强沟通效果,引导购物,还可以推荐商品,可见首页导航的布局非常重要。

(3) 店铺公告促销 店铺公告的重要性是显而易见的,好的店铺公告促销,可以调动买家情绪。店铺公告可以是风格体现、单品秀、店铺宣传,也可以是突出的广告信息或促销信息。店铺公告的布局最好仅次于店招,以便于抓住买家的第一眼。

(4) 掌柜推荐 掌柜推荐的商品最好是选择店铺最有竞争力的商品,应尽量满足需求量大、性价比高、商品图片清晰且详细等条件。展柜热荐商品的排版可以是 3×3 大图也可以是 4×3 小图,表达方式可以根据营销需求进行自定义。建议陈列出与品牌的优势和卖点相关的商品,表现出店铺商品种类丰富,让消费者感觉琳琅满目,突出价格优势,展示热门商品。

(5) 商品分类 商品分类是为了方便买家查找而设置的,在制作商品分类的时候一定要突出重点,提高核心商品的曝光率。另外,在商品分类上一定要考虑买家的搜索习惯,新品和特价、促销商品的分类尽量放在靠前的位置,分类方式可自由选择、自由搭配,如一级分类按照属性划分,二级分类按照商品风格划分。商品分类的名称要方便顾客挑选商品,尽量不要出现无商品的分类,主要做到清晰明了,一目了然。

(6) 自定义区 自定义区可以添加品牌介绍、物流介绍或邮费介绍、售后服务和退换要求、促销信息、活动资讯等。店铺可设置为五个自定义页面完善店铺的服务条款,减少客服工作量,提高工作效率,宣传店铺品牌、成长历史、店铺故事、品牌故事等,让消费者认可。建议所有的自定义页面包括品牌介绍、购物须知等要与首页的风格相统一,推广活动页面主题要明确,与热门字眼等内容相结合,选取的商品需要有代表性。

通过细节的把握,对于店铺装修布局和风格的确定就显得容易了许多,考虑到店铺营销及活动的需求性,对于卖家而言,还需要根据营销和活动的需求进行阶段性装修,以满足营销需求和客户感知需求。

三、装修在店铺中的重要性

成功的网店经营是离不开店铺美化与装修的。店铺通过装修,可以突出整体的风格,更方便消费者了解店铺所售商品的性质,从而吸引更多的消费者。不但如此,网络店铺作为一个网络销售平台,其页面就像体现店主销售理念的营业员,其装修美化与实体店铺的装修本质上是一样的。让买家从视觉和心理上感受到店主经营的理念,并且能够最大限度地提升店铺在买家心中的形象,有利于网店品牌的形成,提高浏览量。与此同时,店铺的装修还可以更好地延长顾客在店铺的停留时间。

好的网店装修不但能带给顾客视觉的享受,还能缓解顾客浏览网页时的疲劳,并且好的商品在适当的修饰过后,会让顾客更容易接受,更有利于成交率的提高与转化。对于网店来说,一个好的店铺设计是成功的必要元素,因为顾客只能从网页上通过图片和文字来了解店铺,了解商品,所以店铺的装修与美化对增加顾客信任感起到关键作用,甚至还能树立起良好的品牌形象。

任务二 网店团队组建与管理

一、网店团队构成

网店团队的组建对于企业管理层来讲至关重要。一个良好的团队可以促使店铺的销量和管理更上一层楼,但对于企业管理层而言,首先面临的问题就是网店团队的构成。

淘宝网店的团队一般由专业人员组成,根据淘宝网的工作内容,可以将团队成员分为以下四种。

(一) 运营策划类岗位

在运作网店的各方面能力要求上,店铺的运营管理至关重要。淘宝网店的开通比较容易,但如何让网店盈利,如何发展壮大是网店店主必须要重点考虑的。

运营策划类岗位可以招聘专门的策划人员,也可以由网店主管或者店长来担任,这个岗位要求具备丰富的电子商务或者网店运营经验,能掌控全局和店铺发展思路;能进行数据分析,及时发现店铺存在的问题并迅速调整;能进行活动策划,适时地组织策划各类促销活动,如满就送、团购、限时抢购等。

(二) 客户服务类岗位

客服人员网店团队里面是必不可少的,客户与淘宝网店经营者之间的沟通和联系多数是通过阿里旺旺。客服被称为网店的导购,好的客服能够在沟通中说服各种类型的客户,并促成订单的成交。

作为客服人员,要求熟悉计算机的基本操作,因为要和客户直接进行沟通,所以客服最好熟悉买家心理,要耐心解答客户咨询,适当引导客户思维,并且熟悉经营商品的特点。当然,客服人员除了接受售前的咨询,还要负责售后的事宜,比如异常件的查询、处理退换货、处理中差评等。

(三) 网店装修类岗位

在互联网环境中,客户会在店铺里浏览感兴趣的物品,所以网店装修类人员为客户营造一个舒适的浏览环境很有必要。

网店装修人员要熟悉常用的设计类软件,如 Photoshop、Dreamweaver 等。从设计的角度上,网店的装修要和店铺主营商品在风格上相吻合。多数顾客在浏览商品时的注意力是有规律的,对色彩的敏感度也是有规律的。作为网店美工人员,需要熟悉色彩和心理之间的关系、布局的变

化对心理带来的影响,同时,网店美工人员也要配合策划人员一起做好店铺的商品推荐或者促销活动。

(四) 网店优化推广类岗位

前面提到了客服人员的工作和价值,事实上,多数顾客与客服人员进行沟通时,往往对商品已经产生了兴趣。而客户是如何查找到店铺地址的,这就是优化推广人员关心的重要工作内容。

网店优化的价值已经越来越明显,甚至网店优化已经成了一个专门的岗位。优化人员需要做好商品标题优化、描述优化、类目优化、店招优化等多个会影响用户搜索的元素,而推广人员的主要工作则是为网店吸引流量。这里所说的推广,主要是指站内引流和站外推广。站内引流又可以分为淘宝论坛引流、阿里旺旺引流、群引流、SNS平台引流等;站外推广则是指除了淘宝网站外的如博客营销、微博营销、EDM营销、论坛营销等。

二、网店团队管理

从规模来看,现在的网店创业已经从单纯的个人创业上升到了企业、团队创业的范畴。面对成长道路上赋予的新使命,作为网店店主应如何对团队进行管理?网店初创时期的人员组成简单,人员管理、利益分配等经营管理上的环节几乎不存在问题,但随着团队人员不断增加,必然涉及诸如薪酬、考核等环节的管理技巧,如果忽视团队管理必然影响网店以后的发展。

作为网店店主,在团队管理中,应从以下五个方面着手去做好团队管理:

(1) 各成员定位和职责要分清楚 这样可以避免团队成员之间职能混乱,工作交叉干预、重复建设的事情出现。定位和职责最好尽量量化到点,具体到单项工作,这样虽然有些费工夫,但一定会有效果,特别是一些部门组织架构复杂的企业,职责和职能定位模糊,很容易造成推诿和工作内容重叠等现象。例如,一个团队中,既有企划,也有策划,还有策略、文案,这些岗位工作内容有些相似,网店店主如果不明确职责和职能,就有可能出现成员工作积极性不高、工作方向盲目、工作内容重复等情况。

(2) 要了解每个成员的性格、才能 要用好人,必须了解员工能做什么,有什么特长,行为方式特征是哪些。企业管理者可以从生活和工作中去了解,一个经验丰富的企业管理者在经过短暂的接触和沟通后很快便能对团队成员的性格、才能了解得一清二楚。

(3) 团队目标引导 一个团队运作的时候,要有一个清晰的定位,这个团队的存在是干什么的,是围绕什么事情运行的。如果是单个项目组成的团队,企业管理者应该清楚地向团队阐述项目的目标。

(4) 要有一套管理制度和 workflows 俗话说,没有规矩不成方圆,一个团队也应有一个大家都应该遵循的规章制度。很多企业管理者比较讨厌管理制度建设,觉得有些沉冗和多余。其实不然,企业管理制度是一个附属的判断标准和工作有序进行的保障体系,智能化的机器没有人去操作会自行处理,这是因为植入了固定程序操作的指引系统,有了制度的团队也是一样。

(5) 要管理好团队,需要有一套合适的绩效激励体系 不同企业的管理模式有所不同,不但要驱动每个团队成员前进,有工作动力,还要注意绩效激励体系的个性化。从市场的角度看待,就是将每个团队成员当成企业管理者的消费者,实际中每个消费者的需要是不一样的,因此,激励体系也应该是了解成员需要而制定的。

三、网店美工在团队中应具备的技能

随着网购越来越普及、越来越火热,网上开店的人数也越来越多,拥有数十甚至上百的团队

来运作的也屡见不鲜。由此产生了新型的职业——网店美工。

在实际工作中,网店美工并不需要全面掌握平面设计、网页设计、电子商务、市场营销、摄影等技能,但是会用到其中一些重要的知识和技术。例如,对于使用 Photoshop 的技能,只要学会截图、修图、调色与图像合成技术就可以了。又如,对于使用 Dreamweaver 的技能,只要学会使用表格嵌套排版技术和熟悉几个常用代码就可以了。

通俗地说,网店美工日常的工作内容主要有以下几个方面。

- (1) 素材规划 在进行店铺装修之前,需要考虑店铺装修风格,从拍照开始就必须有全面的规划。
 - (2) 使用 Photoshop 软件对图片进行美化处理。
 - (3) 使用 Dreamweaver 设计好图文并茂的商品描述页面,这是店铺装修的核心内容。
 - (4) 店铺商品的上传。
 - (5) 要进行店铺的整体装修。在网店有活动的时候,要设计促销广告图。
- 这些内容是网店美工最核心的技能,见表 1-1。

表 1-1 网店美工必备技能

网店美工 必备技能	素材规划 (了解)	商品的陈列,对后续的图片美化与店铺装修有非常重要的作用
	Photoshop 商品图片美化流程 (必须掌握)	调整图片的最佳角度
		调色美化商品图片
		修图美化商品图片
		图片合成技术
		促销广告设计
		店铺装修整页设计
	Photoshop 优化图片 (必须掌握)	图片无缝切割
		图片优化
		批处理图片技术
	Dreamweaver 表格排版 (必须掌握)	网店自定义区
		淘宝图片空间
		Dreamweaver 表格排版
		普通链接、热点链接、锚点链接
		HTML 和 CSS 基础代码

【项目实训】

一、实训流程图

走进网店装修实训流程图如图 1-2 所示。

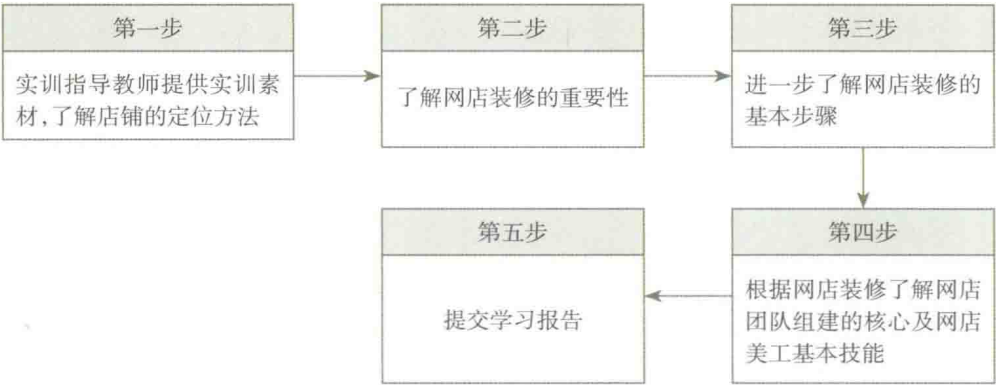


图 1-2 走进网店装修实训流程图

二、实训概述

本实训是网店装修的基本实训,学生通过教师提供的网站素材认真学习,并结合本教材,对各类型的网店进行综合分析、定位,从而了解网店装修的重要性。

三、实训素材

学生用计算机若干。

四、实训内容

网店装修重要性分析如下。

步骤 1:学生根据教师要求,通过互联网平台了解各类型店铺装修,并针对各类型店铺装修风格进行总结,明确其重要性和意义。学生根据研究结果,完成实训报告,见表 1-2。结合分析,总结各店铺差异性。通过小组讨论,进一步认识网店装修的特点。

表 1-2 实训报告

店铺类型	店铺整页	描述页	店招	促销区
食品类				
服饰类				
化妆品类				

步骤 2:了解网店团队的构成、网店团队的管理方法及网店美工在团队中的重要性,了解网店美工应具备的职业技能。

步骤 3:完成后,提交实训报告。

