

网店运营专才

编著 陈笑

WANGDIAN
YUNYING
ZHUANCAI



 南京大学出版社

内容简介

本书以网店运营为研究对象，系统介绍了网店运营的基本理论、基本方法和基本技能。全书共分10章，主要内容包括：网店运营概述、网店定位、网店策划、网店推广、网店销售、网店物流、网店售后服务、网店运营绩效评估、网店运营风险防范、网店运营案例分析。本书可作为高等院校电子商务专业及相关专业的教材，也可供从事网店运营工作的从业人员参考。

网店运营专才

编著 陈笑

WANGDIAN
YUNYING
ZHUANCAI

南京大学出版社

内容简介

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,内容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。

本书内容丰富,结构清晰,语言简练,叙述深入浅出,上机操作易懂易学,具有很强的实用性和可读性,可作为高职高专院校及社会培训班相关专业的教材,也可供网店经营者以及相关从业人员自学参考之用。

图书在版编目(CIP)数据

网店运营专才 / 陈笑编著. — 南京:南京大学出版社, 2015.1

ISBN 978-7-305-14552-0

I. ①网… II. ①陈… 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 002609 号

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号

邮 编 210093

出 版 人 金鑫荣

书 名 网店运营专才

编 著 陈 笑

责任编辑 尤 佳 王抗战

编辑热线 025-83592123

照 排 南京南琳图文制作有限公司

印 刷 南京人文印务有限公司

开 本 787×1092 1/16 印张 18 字数 438 千

版 次 2015 年 1 月第 1 版 2015 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-14552-0

定 价 39.00 元

网址: <http://www.njupco.com>

官方微博: <http://weibo.com/njupco>

官方微信号: njupress

销售咨询热线: (025) 83594756

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

前言

随着互联网与电子商务逐渐深入人心,网上经营店铺已经是很多人创业与从业的主要手段之一。为了使读者在短时间内轻松掌握经营网店所必需的经营与推广方法,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本书。

网上店铺这种独特的商业模式,充满了商机。网上店铺的进货渠道直接且多样,不仅丰富了产品种类,而且降低了商品价格。以“网购”形式进行的大量民间交易,给消费者带来的直接好处就是更多的产品选择和更实惠的价格。同样,对于卖家而言,网购不仅节省了费用,而且营业不受时间和空间的限制。

本书打破了传统的按部就班讲解知识的模式,以解决问题为出发点,通过大量来源于淘宝网卖家的精彩实例,全面解读了读者在淘宝网上开店的过程中可能遇到的各种问题及其解决方案。

本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经营并推广网店的相关知识与技巧。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,包括淘宝开店前的准备工作,开店的必备软件以及如何寻找货源等。

第2章:介绍了申请淘宝网店并在店铺中发布商品的方法,包括注册电子信箱,使用支付宝,申请淘宝店铺以及在淘宝店铺中发布商品等。

第3章:介绍了装修一个特色店铺的技巧,包括店铺装修的基本常识,设置店铺店招,设置店铺自定义内容模块以及管理店铺布局模块等。

第4章:介绍了美化店铺中商品描述的方法与技巧,包括为店铺商品拍摄照片,使用图片展示商品效果以及设计商品的图文描述等。

第5章:介绍了与淘宝买家进行沟通的方法与技巧,包括通过沟通促成交易的技巧,网店客户的沟通技巧以及构建网店服务体验等。

第6章:介绍了管理淘宝店铺中各种资源的方法与技巧,包括使用与管理图片空间,合理设置商品分类,管理商品运费模板以及管理网店中的商品等。

第7章:介绍了淘宝网店的营销与推广技巧,建立与买家之间的信任,提高淘宝店铺的服务质量,加入消费者保障服务以及使用淘宝大学的方法等。

第8章:介绍了做好网店客户服务的方法与技巧,提供优质的售前服务,了解商品的售后服务细则以及发货与评价淘宝买家的方法等。

第9章:介绍了使用工具维护淘宝店铺运营的方法与技巧,包括使用淘宝助理软件,使用量子恒道以及使用千牛工作台的方法等。

第10章:介绍了做好商品包装与物流的方法与技巧,包括优化物流、包装商品、跟踪发货以及解决物流中常见问题的方法等。

本书可以作为高职高专学校相关课程的教材,也可作为网店经营者很好的自学参考书。

本书由陈笑编著,参加本书编写的还有李义官、沈亚静、李珍珍、胡元元、王璐、蒋惠民、金丽萍、庄春华、吕斌、沙晓芳、高维杰等。

由于作者水平有限,加之创作时间仓促,书中难免有不足之处,欢迎广大读者批评指正。

作者

目 录

第1章 掌握淘宝开店的必要常识 1

1.1 为什么要在淘宝网开店..... 1

1.1.1 什么是淘宝网 1

1.1.2 网店与实体店的比较 2

1.2 淘宝网开店的必知常识..... 3

1.2.1 淘宝开店的各类规则 3

1.2.2 适合网上交易的商品 4

1.2.3 淘宝网的经营模式 5

1.2.4 适合经营网店的人群 5

1.2.5 经营网店需要的能力 6

1.3 开店前的准备工作..... 6

1.3.1 淘宝开店的心理准备 7

1.3.2 预备必要的硬件设备 8

1.3.3 下载并安装开店软件 10

1.4 寻找热卖商品货源 12

1.4.1 选择适合网店销售的商品 13

1.4.2 寻找合适的商品货源 16

1.4.3 善用网络搜索货源 25

1.4.4 加入淘宝分销平台 30

1.4 上机练习 32

第2章 申请、注册与发布淘宝网 33

2.1 注册电子信箱和淘宝会员 33

2.1.1 注册电子邮箱 33

2.1.2 注册淘宝会员 34

2.1.3 管理淘宝账户 36

2.2 使用支付宝 39

2.2.1 支付宝账户的作用 39

2.2.2 注册并激活支付宝账户 40

2.2.3 进行支付宝实名认证 41

2.2.4 应用支付宝数字证书 44

2.2.5 为支付宝充值 47

2.3 申请淘宝店铺 49

2.3.1 设定淘宝店铺名称 50

2.3.2 设计淘宝店铺店标 50

2.3.3 申请淘宝网店铺 51

2.4 发布淘宝店铺宝贝 54

2.4.1 宝贝发布的方式 54

2.4.2 发布一口价宝贝 54

2.4.3 发布闲置宝贝 56

2.5 上机练习 58

第3章 设计与装修淘宝网 60

3.1 店铺装修的基本常识 60

3.1.1 装修店铺前的准备 60

3.1.2 选定店铺的装修风格 61

3.1.3 装修店铺的注意事项 61

3.1.4 不同类型店铺的装修 62

3.2 设置店铺的店招 67

3.2.1 使用图片店招 67

3.2.2 自定义图文店招 68

3.3 设置店铺推荐和客服中心 70

3.3.1 设置店铺推荐宝贝 70

3.3.2 设置店铺客服中心 70

3.4 设置店铺自定义内容模块 71

3.4.1 添加自定义内容模块 71

3.4.2 添加自定义广告图片 72

3.4.3 为图片添加收藏店铺链接 73

3.5 管理店铺的布局模块 75

3.5.1 使用图片轮播模块 75

3.5.2 使用搜索功能模块 76

3.5.3 使用宝贝分类模块 78

3.5.4 使用Flash模块区 79

3.5.5 删除不需要的模块	80	4.5.3 使用 Photoshop 美化图片	107
3.6 管理店铺的布局模块	80	4.5.3 使用 Photoshop 美化图片	110
3.6.1 添加旺铺关联推荐	81	4.6 上机练习	117
3.6.2 添加自定义内容区	82	4.6.1 使用 ACDSee 编辑图片	117
3.7 使用店铺装修模板	83	4.6.2 使用光影魔术手抠图	118
3.7.1 进入卖家服务装修市场	83	第5章 淘宝网店的营销与推广	121
3.7.2 使用与购买装修模板	84	5.1 通过沟通促成交易的技巧	121
3.7.3 将装修模板应用到店铺	85	5.1.1 塑造专业的店铺形象	121
3.7.4 备份与还原当前模板	86	5.1.2 建立买家信赖感	122
3.8 上机练习	87	5.1.3 了解客户的潜在需求	124
3.8.1 添加宝贝详情页模板	87	5.1.4 展现宝贝的价值	125
3.8.2 应用宝贝详情页模板	89	5.1.5 打消买家对产品的疑虑	125
第4章 美化淘宝商品描述信息	91	5.1.6 推动商品成功交易	127
4.1 为店铺宝贝拍摄照片	91	5.2 网店客户的沟通技巧	127
4.1.1 使用合适的相机	91	5.2.1 熟悉买家的询价方式	127
4.1.2 选择合适的背景	92	5.2.2 与顾客交流的注意事项	128
4.1.3 利用合适的光线	94	5.2.3 买家还价的应对方法	129
4.1.4 宝贝的拍摄技巧	94	5.2.4 回复阿里旺旺消息	130
4.2 使用单图展示宝贝效果	99	5.2.5 回复买家的站内信	131
4.2.1 使用图片表达声音	99	5.3 与买家沟通时的“三不”与“两保持”	132
4.2.2 使用图片表达触觉	100	5.3.1 沟通时的“三不”原则	132
4.2.3 使用图片表达空间	100	5.3.2 保持话题的延续	133
4.2.4 使用图片表达味觉	100	5.3.3 保持销售的关联	134
4.3 使用多图展示宝贝特色	101	5.4 注重网店的 service 体验	135
4.3.1 利用多图展示空间顺序	101	5.4.1 及时迅速的响应	135
4.3.2 利用多图展示产品细节	102	5.4.2 礼貌亲切的交流	136
4.4 设计宝贝的文字描述	103	5.4.3 专业可信的服务	136
4.4.1 流畅、易懂的文本描述	103		
4.4.2 正确、清晰的整体结构	104		
4.5 宝贝图片的处理与美化	105		
4.5.1 使用光影魔术手调整图片	105		
4.5.2 使用 ACDSee 批处理图片	105		

5.4.4 积极主动的销售	136	6.4.5 使用宝贝体检中心	167
5.4.5 灵活主动的沟通	136	6.5 上机练习	168
5.5 聊天工具的管理	137	6.5.1 制作宝贝拼图	168
5.5.1 分组管理旺旺好友	137	6.5.2 为宝贝图片添加文字	171
5.5.2 使用记事本记录信息	138	第7章 掌握常用的营销技巧	173
5.5.3 查看旺旺聊天记录	139	7.1 建立与买家之间的信任	173
5.6 不同买家的应对方法	140	7.1.1 信用的三个层次	173
5.6.1 耐心对待新手买家	140	7.1.2 赢得买家的信任	174
5.6.2 尽量留住老顾客	142	7.1.3 赢得信任的法则	174
5.6.3 自动回复留住即时买家	142	7.2 提高淘宝店铺的服务质量	176
5.6.4 灵活应对各类特殊买家	144	7.2.1 掌握必要的导购技巧	176
5.7 上机练习	145	7.2.2 掌握与买家电话交流的技巧	176
第6章 管理与修改商品资料	146	7.2.3 为淘宝店铺设置客服	177
6.1 使用与管理图片空间	146	7.2.4 增加商品的附加值	180
6.1.1 将图片上传到图片空间	146	7.3 加入消费者保障服务	181
6.1.2 在线编辑宝贝图片	147	7.3.1 了解消费者保障服务	181
6.1.3 在线美化宝贝图片	150	7.3.2 申请消费者保障服务	182
6.1.4 管理图片空间文件	155	7.3.3 保证金交纳标准	182
6.2 合理设置宝贝的分类	158	7.3.4 必须加入消保的类目	183
6.2.1 添加父分类	158	7.3.5 退出消费者保障服务	183
6.2.2 添加子分类	159	7.4 常去淘宝大学充电	184
6.2.3 管理宝贝分类	160	7.4.1 访问淘宝大学	184
6.3 管理宝贝的运费模板	160	7.4.2 在淘宝大学听课	184
6.3.1 按件数设置运费模板	160	7.5 与同行相互比较,取长补短	186
6.3.2 按重量设置运费模板	162	7.5.1 通过排行榜做比较	186
6.3.3 管理已有的运费模板	164	7.5.2 通过软件做比较	187
6.4 管理店铺中的宝贝	164	7.5.3 拜访淘宝网资深卖家	187
6.4.1 使用橱窗推荐功能	164	7.6 合理定价宝贝的技巧	188
6.4.2 编辑发布后的宝贝	165		
6.4.3 将宝贝设置下架	166		
6.4.4 将宝贝重新设置上架	166		

7.6.1 宝贝定价的方法	188	8.3.1 及时发货	214
7.6.2 宝贝定价的技巧	189	8.3.2 及时给买家评价	214
7.7 利用人气宝贝打开局面	192	8.3.3 查看买家给店铺的评价	215
7.7.1 挑选人气宝贝	192	8.4 中、差评的处理	216
7.7.2 人气宝贝的推广	194	8.4.1 造成中、差评的原因	216
7.7.3 人气宝贝的维护	195	8.4.2 妥善处理中、差评	217
7.8 为宝贝制作购买和使用教程	195	8.4.3 保持 100%好评的记录	218
7.8.1 食品类宝贝	195	8.4.4 如何修改中、差评	218
7.8.2 服饰类宝贝	196	8.5 做好商品的售后服务	219
7.8.3 化妆品类宝贝	197	8.5.1 关注售后服务细节	219
7.8.4 其他类型宝贝	197	8.5.2 谨慎解决退、换货问题	220
7.9 提供宝贝的视频信息	198	8.5.3 妥善解决客户投诉	221
7.9.1 订购视频展示服务	198	8.5.4 注重买家口碑的力量	222
7.9.2 使用视频服务上传视频	199	8.5.5 维护好与客户的关系	222
7.9.3 在宝贝介绍中使用视频	200	8.6 上机练习	222
7.9.4 视频服务的使用技巧	201	第9章 使用软件维护网店运营	224
7.10 上机练习	201	9.1 使用淘宝助理	224
第8章 提供优质的客户服务	203	9.1.1 下载并安装淘宝助理	224
8.1 提供优质的售前服务	203	9.1.2 使用淘宝助理上传宝贝	225
8.1.1 通过导购体现店铺素质	203	9.1.3 导出到 CSV 文件	229
8.1.2 沟通中提升网店亲和力	205	9.1.4 导入数据包并上传	230
8.1.3 与买家沟通的技巧	206	9.1.5 将宝贝保存为模板	231
8.1.4 电话交流时要真诚	208	9.1.6 批量修改宝贝信息	232
8.1.5 导购的技巧和注意事项	209	9.2 使用量子恒道统计	232
8.1.6 协助顾客进行交易	209	9.2.1 量子恒道统计简介	232
8.2 宝贝的售中服务细则	210	9.2.2 开通量子恒道统计	233
8.2.1 修改宝贝的价格	210	9.2.3 分析网店的流量状况	234
8.2.2 仔细检查待出售的商品	211	9.2.4 查看量子恒道排行榜	235
8.2.3 上门送货的注意事项	213	9.3 使用千牛工作台	236
8.3 及时发货并评价买家	213	9.3.1 安装千牛工作台	236

9.3.2 管理店铺交易	238	10.2 最低化成本	268
9.3.3 管理商品信息	240	10.2.1 节省包装费用的技巧	269
9.4 使用淘宝专用浏览器	246	10.2.2 节省商品快递费用 ...	270
9.5 上机练习	248	10.2.3 使用网站推荐物流 ...	270
9.5.1 用淘宝助理管理图片空间	248	10.2.4 利用打折邮票	270
9.5.2 用千牛工作台查看量子恒道	251	10.2.5 使用快运或铁路托运	270
第 10 章 做好商品的包装与物流工作 ...	254	10.3 跟踪物流信息	271
10.1 最优化物流	254	10.4 查询快递服务	272
10.1.1 做好商品的发货包装	254	10.4.1 查询快递网点	273
10.1.2 选择合适的发货方式	261	10.4.2 快递跟踪查询	274
10.1.3 使用优秀的快递公司	265	10.5 物流中的常见问题	274
		10.5.1 使用物流注意事项 ...	274
		10.5.2 避免和处理常见的物流问题	276
		10.6 上机练习	277

第 1 章 掌握淘宝开店的必要常识

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,我们还需要了解一些淘宝网开店的基本常识。

通过本章的理論学习和上机实训,读者应了解和掌握以下内容:

- 通过百度搜索货源
- 搜索阿里巴巴货源
- 搜索阿里巴巴批发直达货源
- 在分销平台搜索货源

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,网店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。截至 2009 年年底,淘宝拥有注册会员 1.7 亿,2009 年全年交易额达到 2 083 亿人民币,成为亚洲最大的网络零售商圈。淘宝网如图 1-1 所示。



图 1-1 淘宝网

淘宝网目前的业务跨越 C2C(Consumer to Consumer,即:消费者对消费者)和 B2C

(Business-to-Consumer, 即: 商家对消费者) 两大部分。淘宝网商品数目众多, 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, 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

淘宝网与常见的实体店铺相比具有以下几个优势。

- 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; 网络店铺的经营活动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。
- 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。
- 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, 没有专人值守也可照常营业。买家可以在任何时间段登录网络店铺进行购物, 如图 1-2 所示。



图 1-2 淘宝网提供 24 小时购物服务

- 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、经营合法, 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。
- 宣传推广费用低: 对于实体店铺来说, 商家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人群。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。

注意:

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可以进行网店的经营。网店的商品库存量也不受店面面积限制,只要商家愿意,网络店铺中可以摆放成百上千的商品。

1.2 淘宝网开店的必知常识

在开设网络店铺之前,需要了解淘宝网的规则,网店的经营模式,以及适合在网上开店的群体。

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,淘宝网定制了一系列交易规则。淘宝网的交易规则很多,本书对商品发布管理规则、信用评价规则以及投诉规则做相关介绍。

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、冻结甚至终止其账户的权利。

如果卖家拥有完全相同或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。如果卖家违反了以上规则,即可被判定为重复发布,并将受到淘宝网的相关处罚;如果发布的是不同的商品,卖家必须在商品的标题、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),发布缺乏必要要素的商品,发布必要要素相互不符的商品,信息中包含诽谤、谩骂、色情、暴力威胁等攻击性言语以及包含其他非商品信息等的商品,淘宝网判定其为违规商品。

注意:

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,都将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”和“差评”3类,根据不同的评价对应不同积分,具体为“好评”加1分,“中评”不加分,“差评”扣1分。

卖家的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,251~10 000分为蓝钻等级,10 001~500 000分为蓝冠等级,500 001分以上(含500 001分)为皇冠等级。

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天内相同买卖双方之间就同一商品进行评价,则多个好评只计“1”分,多个差评只计“-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。

3. 淘宝网的投诉规则

在交易过程中,卖家如有违规出价、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,或买家有无故恶意评价等情况,买方可向淘宝网提供聊天记录等相关证据对对方进行投诉,淘宝网依据不同行为将给出不同的处理结果。在淘宝网中,买卖双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 适合网上交易的商品

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。平时在网下不常见的商品比较有竞争力,在网上销售时也相对走俏,如图1-3所示。
- 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而言,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,如图1-4所示。



图1-3 具有独特性的商品



图1-4 网店商品的价格便宜

- 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,体积较大的商品相对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。

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铺的支持,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网站的经营,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。

1.2.4 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。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,利用网络店铺进行销售无疑是一种必然的选择。过去,不知名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,但现在,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品牌进行平等竞争,甚至可以开展全球经营。

2. 具有货源的小商户

有产品资源,需要更好的销售推广的商户就可以网上开店,少量的投资资金及专业的推广,就可以使产品得到立竿见影的良好推广效果。网上开店的一个必要因素就是货源,有货源的小商户网上开店是一种很有眼光的选择,当然也要正确运作。

3. 长期在线的网络用户

长时间在线的人开设网店也有绝对的优势,每天照顾好自己的店铺,就会有一定的收获。

- 经常活动在网,可以找到更多的网上客户资源,可以在客户服务上尽可能地做到尽善尽美。
- 经常活动在网,可以学习到更先进的技术,可以把自己的网上商店打理得更好。
- 经常活动在网,可以有大量的时间打理自己的网店。

4. 自由职业者

很多自由职业者也喜欢上网冲浪,他们开设网络店铺并不在意自己的商品能获得多少经济收益,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,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自主时间较多,对网络的应用得心应手,上网开店是很多大学生创业、社会实践的练兵方式。

从大学生选择网店这条创业路可以看出,网上开店创业风险较小。由于网络店铺在开设初期的知名度低,生意量小,因此开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,建立起知名度就迈出了创业的第一步。

6. 公司白领

工作节奏规律的公司白领开一家属于自己的网上小店,也是一件非常有意义的事情。店铺虽小,却可以体会到自己做老板的感觉,也可以结识更多的朋友,休息期间在网上上传自己买回来的新产品,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,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。要开一家盈利的网店,需要经营者具备以下能力。

- 良好的市场判断能力:选择合适销售的商品,并根据市场动向、流行趋势调整销售策略与经营方式,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的出售价格,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:通过各种方式让更多的浏览者进入自己的网店,而不坐等顾客上门。
- 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。

1.3 开店前的准备工作

在对淘宝网和网上开店的基本常识有所了解后,如果想开一家网店,那么就要做一些必要的准备工作了,主要包括心理准备和物质条件准备。

1.3.1 淘宝开店的心理准备

网上开店有节省店面租金,启动、运营成本低,人流量大,区域覆盖率广,商品信息不受时空限制,传播速度快等优点。这些优势,促使成千上万的网民涌上网络平台开设店铺。

尽管网上开店前景无限好,但新开店铺能够站稳脚跟生存下来的并不多。很多卖家因最初的几个月收益不理想就放弃努力了,甚至连自己的账号都懒得再登录。

之所以出现这种情况,是因为很多人开店时的心理准备不足,认为网上开店很简单,只要把商品发布上架,就可以坐等收钱了。其实不然,网上开店和网下开店一样,机遇与风险并存。要想成为一个成功的卖家,做好开店前的心理准备非常重要。

- 做好专心、用心的准备:开店的初期对于新手卖家来说比较辛苦,每天在没有信誉度的情况下,要不厌其烦地回应每位上门的顾客,才有可能获得一份利润微薄的交易订单。另外,网店不同于实体店,网店只能通过文字、图片体现你的用心程度,以及对顾客的关注。顾客从这些细节中,看到了你的用心,并建立了信任感,才能不断提高访问和购买次数,如图 1-5 所示。



图 1-5 做好淘宝开店的心理准备

- 保持快乐、积极的心态:把经营网店当作一种乐趣,让相隔遥远的买卖双方不再感到陌生。这样在网店交易时,才能让双方互相信任与理解。如果卖家能时常保持一颗积极、快乐之心,在日常交易中多一份平和、多一份体谅,让顾客感到你的用心和对她的尊重,还怕没有好评和回头客吗?
- 做好持之以恒的准备:网上开店起步是艰辛的,刚开始总会有很多的问题困扰卖家,哪一方面注意不到都会使浏览量上不去,从而导致销售量下降,最终影响店铺的生存状况。这时需要卖家有恒心、耐心、信心和平常心,并付出比别人更多的努力。这样坚持到底,就一定会获得成功。
- 保持不断进取的精神:网上创业与网下经商在许多方面有很多不同,面对每天不断更新的资讯,卖家只有不断地学习新知识,每天进步一点,不断吸取经验和教训,养成对新生事物的适应能力,才能生存下来。
- 坚持求胜的决心:因为网上创业门槛低,所以竞争越来越激烈。在淘宝网上,同样一款商品可以找到成百上千的卖家,在这样激烈的竞争条件下,如果没有求胜的决心,