

经营管理与商海博弈丛书

经营者案头工具书



管理者智慧枕边书

# 网店店长

## 实战手册

网店经营管理最佳实用方案

—李代广/编著—

WANGDIANDIANZHANG  
SHIZHANSHOUSE



本书从网店开设前的准备工作到店铺的建立、维护、推广以及如何提高网店的浏览量，到每个交易环节的注意事项……为广大网上创业者提供全方位、最实用的网店经营策略。让网店店主足不出户买卖天下，轻松赢得创业第一桶金。

经管类  
优秀  
畅销书



内蒙古人民出版社

经营管理与商海博弈丛书

# 网店店长

## 实战手册

网店经营管理最佳实用方案

李代广/编著



内蒙古人民出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

网店店长实战手册/李代广编著. —呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 2009. 12

(经营管理与商海博奕丛书)

ISBN 978 - 7 - 204 - 10288 - 4

I. ①网… II. ①李… 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 (2009) 第 236370 号

---

## 经营管理与商海博奕丛书

策 划/李伟业                      作 者/李代广

---

责任编辑/毅 鸣

封面设计/点滴空间

出版发行/内蒙古人民出版社

地 址/呼和浩特市新城区新华大街祥泰大厦

网 址/http://www.nmgrmcs.com

印 刷/河北省三河市华东印刷有限公司

---

开 本/710 × 1000 1/16

印 张/380

字 数/4000 千

版 次/2009 年 12 月第 1 版

印 次/2010 年 1 月第 1 次印刷

印 数/1 - 10000 册

书 号/ISBN 978 - 7 - 204 - 10288 - 4/F · 285

定 价/560. 00 (全 20 册)

---

图书营销部联系电话 4972001 4972092

如出现印装质量问题, 请与我社联系。联系电话 (0471) 4971562 4971659

# 前 言

## Preface

在这个商业快速发展的时代，创业成为很多人追求的目标。可是，传统创业模式耗时耗力，需要大笔的起始资金，且经营风险大，所以让很多人望而却步。如今，一种新型的创业模式正在中国大地蔓延开来，那就是网上开店。目前，网上商店在各大电子商务网站的广告攻势下深入人心，越来越简单的开店形式也吸引更多的人投入其中。一些无特色、无价格与信誉优势的小店，或者大而杂的网上商店将不再会有生命力，只有做专业的行业网上商店，不断地压低成本，增加自己在某一类产品的知名度与信誉度，才能使自己立于不败之地。

网上开店赚钱容易吗？网上开店的前景如何？如何让店铺广告脱颖而出呢？如何才能找到价格低廉的货源？网上商品定价有哪些技巧？如何赢得买家的信任？如何选择快递公司？如何处理顾客的异议？如何开展网上对外贸易？……网上开店是一种在互联网时代的背景下诞生的新销售方式，区别于网下的传统商业模式，它的经营方式灵活，可以为经营者提供不错的利润空间，成为许多人的创业途径。

在开店之前我们首先要做的是准备工作，信息收集对于一个网商来说是十分重要的，而对于一个新手来说，只要是和网店有关的都是要了解的对象。在了解了所有有关网店的细则之后就是找货源。一个成功的网商必定有自己的长期供应商。而成功的关键因素就是要找一个好的货



源，质量、款式、价格都必须有自己独特的优势所在。这样才会在众多的竞争中留有一席之地。

不管每一笔订单利润是多少，要始终把服务做到让买家感觉满意为止，这一点是至关重要的。不管和买家发生什么样的不愉快的事情，都要认识到这一点，甚至可以用一句话来形容：卖产品，更是在卖服务。谁的服务到位，谁的成功几率就大点。以上只是网店店长必须掌握的开店知识的一部分，更多的，更加具体的操作要领，在本书中有更加详尽的介绍。

随着网络交易的频繁和规范，网上交易市场中产品的同质化现象日益严重。于是，很多网上店铺展开了激烈的价格战，竞争日益激烈。面对这种情景，网上店铺必须要像一个企业那样去生存，方可提高自己的竞争能力，避免被淘汰的命运。在网上店铺开张经营伊始，卖家应该像个企业家那样去思考网上店铺的发展。这就涉及到网店的经营和网店营销，本书对此有专门的章节进行叙述。

本书从实际应用的角度出发，较详细地介绍了网上开店过程中各个环节的具体操作方法，包括网上开店的各种准备、经营过程中的难点和疑点、物流配送的操作流程、客户关系的细节管理以及店铺规模扩大与转型等。本书内容丰富，可操作性较强，是卖家从事网上开店的有益参考。

在《网店店长实战手册》一书的编写过程中，参考了一些最新的资料和写作教材或专著，在此衷心向这些作者和专家表示诚挚的谢意。由于时间仓促，书中难免有不足之处，敬请读者批评指正。

编者

# Contents

## 目录



### 第一章 今天你开网店了吗

---

- 第一节 网上开店与创业的发展“钱”景 ..... 10
- 第二节 网上开店很简单 ..... 18
- 第三节 哪些人适合开网店 ..... 20
- 第四节 开网店需要的硬件和软件条件 ..... 22
- 第五节 做好开网店的准备 ..... 26
- 第六节 案例1:3万元能开什么网店 ..... 32
- 第七节 案例2:5万元能开什么网店 ..... 35

### 第二章 网店注册

---

- 第一节 易趣网开店流程 ..... 38
- 第二节 淘宝网开店流程 ..... 39
- 第三节 拍拍网开店流程 ..... 41
- 第四节 给网店起一个好名 ..... 42
- 第五节 精心设计店铺的LOGO ..... 46
- 第六节 给自己做个肖像 ..... 49
- 第七节 设计精彩的广告语 ..... 52



第八节 店铺介绍要精彩 ..... 55

## 第三章 组织货源

第一节 去批发市场淘宝贝 ..... 60

第二节 从厂家进货 ..... 63

第三节 识别外贸产品或OEM产品 ..... 66

第四节 关注库存积压和清仓处理产品 ..... 71

第五节 寻找特别的进货渠道 ..... 73

## 第四章 网店的工具应用

第一节 支付工具 ..... 76

第二节 辅助工具 ..... 81

第三节 交流工具 ..... 89

第四节 管理工具 ..... 97

第五节 统计工具 ..... 100

## 第五章 把你的网店装饰得更具个性

第一节 良好的网店形象最重要 ..... 106

第二节 给网店装个“金字招牌” ..... 109

第三节 人见人爱的店铺标志 ..... 112

第四节 过目不忘的店铺公告 ..... 114

第五节 优秀卖家经验分享 ..... 116

## 第六章 网络的管理

第一节 随时了解市场动向 ..... 120

第二节 供货商的选择和相处 ..... 121

第三节 成为进货的行家里手 ..... 125

第四节	工作笔记的记录和交接 .....	134
第五节	网店交易及时处理 .....	136
第六节	客户档案和会员管理 .....	137
第七节	管理库存及时清仓 .....	139
第八节	团队合作做大做强 .....	147

## 第七章 网店营销

第一节	网上购物顾客的心理和行为分析 .....	152
第二节	网店营销的几种常见手段 .....	158
第三节	网络店铺的推广形式 .....	178
第四节	传统营销与网络营销手段的结合 .....	181

## 第八章 网店的宣传推广

第一节	网络中店铺推广的方法 .....	186
第二节	非网络推广宣传方法 .....	199

## 第九章 网店物流配送

第一节	商品打包的学问 .....	204
第二节	物流配送方式的选择 .....	206
第三节	物流配送常见问题 .....	209
第四节	优秀卖家经验分享 .....	211

## 第十章 用优质服务留住顾客

第一节	为网店引入五星级的服务理念 .....	214
第二节	如何与顾客有效沟通 .....	221
第三节	客户关系管理和客户服务 .....	226





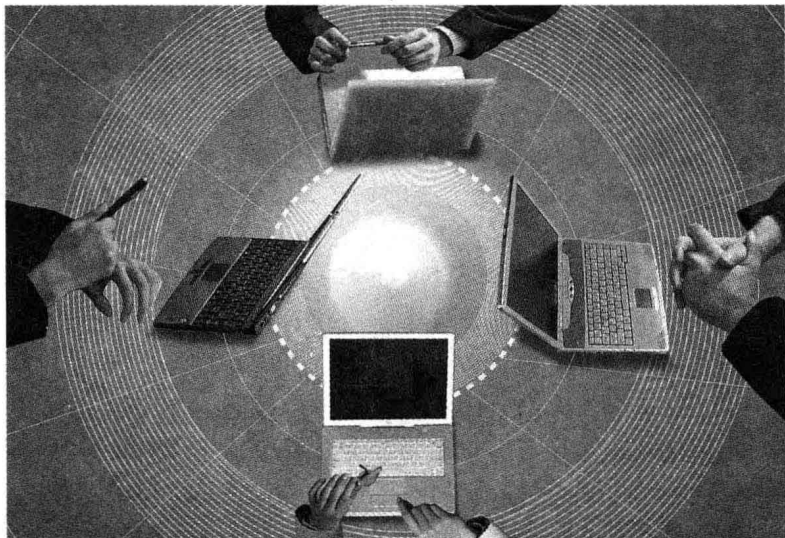
## 第十一章 开网店须知的法律法规

第一节 基本的法律常识 .....	238
第二节 签订合同 .....	249
第三节 网上支付 .....	272
第四节 网上信息 .....	285
第五节 物流配送 .....	291
第六节 税 收 .....	296
第七节 权益保护与纠纷处理 .....	298

WANG DIAN DIAN ZHANG  
SHIZHANSHOUCE

第一章

今天你开网店了吗





## 第一节 网上开店与创业的发展“钱”景



随着网络技术的发展,作为一种前卫创业模式的网店已经逐渐发展起来,其优势明显、前景广阔,更是众多无本创业者的绝佳机会。

网上购物,购销双方无须直接接触,只要轻点鼠标,便可下购物订单,不需要多长时间便可收到现货。目前,这种简单方便的网上购物方式正成越来越多人的选择。无论是在国内还是在国外,网上购物都已进入了快速成长期,网站繁荣的基础已经十分坚固,这也给许多没有钱,但又想过一把老板瘾的人提供了机会。

下面我们从几个方面进行分析,对上述结论进行阐述。

### 一、什么是网上购物

网上购物已经被越来越多的人所接受,全新的购物体验和便捷的消费模式也正在更大范围内取代或扩展传统模式的购物方式,成为越来越多追求时尚的人的首选。

#### 1. 网上购物的概念

只要一台电脑、一根网线就可以享受不一样的“逛街”带来的乐趣。足不出户,琳琅满目的商品就能尽收眼底。轻轻点击鼠标,从“逛街”到购物再到付款,全都轻松搞定,而你所要做的只是等待商品上门。即逛街、挑选、购买、议价、付款等购物环节,全部通过网络实现,最终达成买卖交易,这就是快捷便利的网上购物。简单地说,网上购物就是改变传统的购物方式,利用网络直接购买自己需要的商品或是享受某种服务。从专业上讲,它是交易双方从洽谈、签约以及货款的支付、交货通知等整个交易流程都通过 Internet、Web 和购物界面完成的一种新型购物方式(属于 B2C 模式),是电子商务的一个重要组成部分。

①B2B 是 Business To Business 的缩写,是企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。

②C2C 是 Consumer To Consumer 的缩写,是消费者与消费者之间的电子商务。

③B2C 是 Business To Consumer 的缩写,是企业与消费者之间的电子商务。

#### 2. 网店经营的两种形态

一般来说,网上物品的经营大致可以分为两种形态:一种是电子商店,即提供网上购物或网上服务的营业者通过自己的网站,直接对网络使用者出售商品或者提供服务;另一种是电子商场,即由许多提供不同商品或者服务的营业者集中在

一个网站中,网络使用者可以在同一个网站购买不同公司所提供的商品或者服务。一般而言,在前一种情况下,网站经营者同时又是商店经营者;而在后一种情况中,网站经营者则同时扮演着商店经营者与消费者中介的角色。

### 3. 网上购物的组成元素

必要元素:电脑、网络、商品、买家、卖家、购物/拍卖网站。

补充元素:物流/邮局、网上银行。

### 4. 网上购物的特征

(1) 便利性:无须花交通费”避免挤公车、晒太阳等情况;可以在家“逛商店”,不再受时间限制;从订货、买货到货物上门都无须亲临现场,既省时又省力。

(2) 及时性:网店与一般的实体商店最大的一点区别就是“永不打烊”。没有时间的限制,无论是晴天还是阴天,白天还是黑夜,你都可以在这里淘到喜爱的商品。

(3) 无限性:打破地域限制,网上商店提供了琳琅满目的商品,超低的价格,还能从中淘到很多特殊稀少的珍贵商品,并获得大量的商品信息。通过网络购物还能方便结识更多全国各地乃至世界各国的朋友。总而言之,在网上购物可以说是只有想不到的,没有找不到的。

(4) 安全性:不用担心出门钱包被盗、被抢。只需要开通财付通、支付宝等在线支付工具就可放心购物。买得放心,用得自然就更开心。腾讯财付通注册界面。



## 二、我国网上购物现状分析

随着电子商务的普及,网上购物以其便捷、省时、省钱和安全等特点为人们所青睐。CNNIC 在其发布的《中国互联网络热点调查报告》中显示:在我国有 17.9% 的网民在半年内有网络购物经历;在浏览过购物网站的网民中,有 29.6% 的人在半年内有网络购物经历,有过网络购物经历的被访者中有超过 90% 的



人今后会继续进行网络购物;有 63.7% 没有购物经历的网民表示今后会尝试网络购物。这些数据表明了我国网上购物市场的巨大潜力。

在购物平台上闲逛已逐渐成为很多人的新爱好,网上闲逛就像日常的逛街一样,既可以打发时间,又可以淘到喜欢的商品,而且还可以结识一群兴趣爱好相同的朋友。根据艾瑞咨询(IRResearch)访谈数据显示,上半年访问淘宝网但未购物的用户当中,无明确购物需求、只是随便闲逛的用户比重无论是在淘宝网会员,还是非会员当中的比例都较高。

据艾瑞咨询分析显示,网上闲逛已逐渐成为一种新的时尚。这一方面说明网购在网民中的渗透不断加深,另一方面网购也对企业进一步提升购物平台服务水平提出了更高要求。这部分闲逛的用户作为潜在的消费群体,如果加以引导和培育,必将会成为网购增长的新动力。

由上述可见,网络购物已经成为消费者的生活习惯,广泛渗透到用户的日常生活和工作当中,成为人们日常消费的重要渠道。

根据艾瑞咨询推出的网民连续用户行为研究系统 IUser Tracker(以下简称艾瑞 IUser Tracker)监测数据显示,2008 年上半年网上购物网站的月度覆盖人数持续上升,越来越多的网民加入到网络购物的行列。同时根据淘宝网数据显示,其注册用户规模也呈现直线上升趋势,截至 2008 年 6 月份,已达 7200 万人。这些数据都说明了网上购物逐渐向越来越广的人群渗透。随着渗透的加深,网购已开始逐步影响更多人的生活。

网上购物突破了传统购物的障碍,无论对消费者、企业还是市场,都有着巨大的吸引力和影响力。总之,越多的人热衷于网上消费,就越能给我国电子商务市场带来更多的活力。

### 1. 网上购物群体

网上购物是互联网作为网民实用性工具的重要体现之一,随着中国整体网上购物环境的改善,网上购物市场的增长趋势日益明显,经济发达城市的网上购物普及率与其他城市相比更高。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2008 年 7 月份发布的统计报告,上海网民中,有网上购物经历的比例达到了 45.2%,是网上购物最为普及的城市。其次是北京,网民中有网上购物经历的比例为 38.9%。目前,国内网民群体呈现以下趋势:

- ①仍以年轻人为主。
- ②性别趋于平衡。
- ③学历稳中有降。
- ④学生和企事业单位员工仍然是主体。

在网络经济发达的西方国家,网上购物已具规模。据法国电子商务及远程销售联合会 2008 年 1 月 24 日公布的数据,2007 年法国网上购物继续保持强劲上涨势头,网上购物总额大幅增加。数据显示,法国 2007 年网上购物交易总额达 161

亿欧元,增长了35%,而2004年网上购物总额还只有57亿欧元。该联合会预计,到2010年,法国网上购物交易总额将达到314亿欧元。而其他国家,如美国、德国、英国等国的网上购物同样方兴未艾,销售数据快速增加,已成为网络经济的重要增长点。

## 2. 网上购物的优势

网上购物如此受欢迎,那么网上购物的优势具体体现在哪里呢?下面就分别从消费者、商家以及市场的角度来进行分析。

(1)从消费者角度来说。第一,可以在家“逛商店”,订货不受时间的限制。第二,可以获得大量的商品信息,可以买到市场没有的商品。第三,与传统的现金支付相比,在做好安全防范的情况下,网上支付更加安全,可以避免现金丢失或遭到抢劫等意外事故的发生。第四,从订货、买货到货物上门,整个流程消费者无须亲临现场,既省时又省力。第五,由于网上商品省去租店面、雇员工及储存保管等一系列费用,所以成本较低,其商品价格较一般商场的同类商品相比更便宜。

(2)从商家角度来说:

网上购物这种新型的购物模式可在更大的范围内、更多的层面上以更高的效率实现资源配置。

现在我们再通过数据图表来说明为什么消费者越来越青睐网上购物这种新方式。

综上所述,网上购物突破了传统商务的障碍,无论对消费者、企业还是市场都有着巨大的吸引力和影响力,“钱”景十分可观,“钱”途无量!

## 3. 网上购物安全性分析

网上购物虽然从各个角度看都是有强大而独特的优势,但是通过网络进行交易,还是存在一些或大或小的不安全因素。以下通过两种卖家对象来进行简单分析,并在总结了一些购物人群的经验教训后,提出一些看法和建议。

(1)卖家为一个独立的个体。若卖家是一个独立的个体,那么就需要看他的信誉度,没有好的信誉度的卖家是很难让人信任的。当然并不是所有的网上商店都是骗人的,但也不能排除其可能性。建议大家去一些大型的网站去购买。

(2)卖家为一家公司。一个集体的信誉度一般要比个体的信誉度高。若卖家是一家公司,主要看的就是这个公司网站是否真实,可以在网上查阅相关网站的资料以分辨真假。因为一个公司的注册是要有一些程序的,不能凭空出现。如果你觉得上了当,可以直接去工商管理部门对该公司进行投诉。

通常将个人与公司对比,人们一般会选择公司,因为注册公司时必须经过相关部门的审批,所以信誉度较高。而卖家为个人的话,消费者在网上购物的时候就会考虑是否被骗,若是被骗了又该如何解决的问题。

综上所述,这里特地为广大的网上购物用户提出以下几点建议。

①一定要找信誉好的卖家,不管是B2C还是C2C,卖家信誉过硬才能



放心,若是 C2C 的最好是有支付宝这样的第三方支付平台。

②大件物品最好不要在网上购买。

③运输过程中易损坏的物品不要在网上购买。

④化妆品、保健品等物品,不要在私人手里购买,特别是价格特别便宜的产品,网上出售的这种产品通常多为伪劣产品。

⑤要明确自己想要购买的产品是什么,不要被附加功能或赠品所迷惑,通常冤枉钱就多是花在此类赠品上了。

⑥除非你额外花包装费,否则网上购买的东西都是简单包装的,所以要有心理准备。

⑦有些时候送货的时间并不像承诺的那样迅速,除非你花更多的钱用于快递,不然就还是需要耐心等待。

⑧一定要保留底单和各种相关凭证。

⑨最重要的是选择知名的正规网站购买,且选择风险较小的付款方式为佳,如邮政汇款的方式等。

### 三、网上开店的优势

网上开店的优势是实体店所不能比拟的,主要体现在以下四个方面。

#### 1. 开店成本低,回收快:

网上开店和网下开店相比,其成本较低,许多大型购物网站提供的租金很低,有的甚至免费,除了收取少量商品上架费与交易费;网店可以根据顾客的订单去进货,不会因为积货占用大量资金;网店经营主要是通过网络进行,基本不需要水费、电费、管理费和人工费等方面的支出;网店不需要专人时时看守,大大节省了人力方面的投资。

#### 2. 经营方式灵活

由于网店的经营是借助互联网进行的,经营者可以全职经营,也可以兼职经营。营业时间也比较灵活,只要能够及时回复浏览者的提问就不会影响经营情况。网上开店不需要像网下开店那样必须经过严格的注册登记手续,办营业执照等。网店在商品销售之前只需要少量存货,甚至可以不需要存货,因此随时都可以更换品种,或者改行做别的生意,可以进退自如,没有包袱。

#### 3. 24 小时营业

网上开店基本不受营业时间的影响,只要网络服务器不出问题,可以一天 24 小时、一年 365 天不停地运作,无须专人值守,皆可照常营业,消费者可以在任何时间登录网站进行购物;网上开店基本不受经营地点的限制,网店的流量来自网络,因此经营者在任意角落开网店都不会影响到网店的经营;网上开店基本不受

经营面积的限制,只要按经营者意愿,网店可以摆上成千上万种商品。

#### 4. 网店的消费群体广泛

只要是上网的人都有可能成为商品的浏览者或购买者,所以只要网店的商品有特色、宣传得当、价格合理、经营得法,网店就会有不错的访问流量,继而大大增加销售机会,取得良好的销售收入。

与实体店对比,网店的优势是显而易见的。其一,因为网络连接全世界,所以网店的商品更容易销售。网店几乎不要资金投入,你只要有网页发布信息就可以。网店是虚拟商店,无须仓库等类似的存储空间,可免去昂贵的店面租金。其二,网店的资源充足且容易组织。你可以销售本企业或自己的商品,可以销售其他企业或他人的商品,也可以到市场上去找寻商品,甚至可以销售你周围商品店里的商品。其三,网店可以节约人手和时间,你不需要自己站柜台,也不需要雇请店员,只需要抽空上网看看订单就可以了。其四,网店的适应性广。企业、家庭、个人等都可以开网店,个人工作之余也可以开个网店来赚钱。其五,网店的成本低、收益大,是一个可以全面展现自我的广阔舞台。最后,我们通过图表对比的方式来看看实体店与网店的异同点,如表 1.1 所示。

表 1.1 实体店与网店的异同比

	相同点	不同点
经营门槛	都必须是一个遵纪守法的公民。 都需要分析定位,选择适合自己经营的产品。 都必须具备一定的吃苦耐劳精神。都要有承受风险的心理准备。 都必须要有准备一些不定期资金的投入。	实体店经营投入资金大,少则几万多则十几万,而网店只需少量资金投入即可。实体店经营如果不准备雇请帮手,就必须得自己投入其中,而网店经营则不需要考虑此点,兼职亦可。
经营风险	都存在资金投入风险。 都存在很大比例的同类货品销售问题,所以都得承受竞争的考验。 都要面对货品的季节转换问题,淡旺季节性,存在压货风险。	实体店在经营成本上投入巨大。 实体店之间的竞争很大,而网店的经营虽然竞争也很大,但不需要承受诸多压力。实体店在很大程度上靠季节来转换商品类型,带动消费,存在淡旺之分,而网店不受地域的限制,季节转换影响较小。





	相同点	不同点
经营模式	<p>都必须为顾客着想,通过提供优质的服务来赢得市场。</p> <p>都必须在开店初期,实行“多赚心,少赚银”的经营策略,以积累客户。</p> <p>都必须经常设计优惠促销活动来吸引顾客。</p> <p>都需要经过实物提示、详细介绍、反复商谈以及讨价之后达成交易。</p>	<p>实体店的工作时间有一定的限制,而网店相对而言要自由很多。</p> <p>实体店经营地域性非常明显,消费群体受到限制,而网店经营完全不受影响。实体店采取“面对面”的交易,而网店成交则以汇款邮寄为主,但因无法看见实物,所以会使购买者产生顾虑。</p>
发展趋势	<p>无论网络销售的发展如何迅猛,实体店也将会一如既往地存在并发展下去。</p>	

中国的电子商务还处于起步阶段,如果经营的产品不对路,价位不合理,没有良好销售信誉,解决不好支付与送货各环节的问题,网上开店很可能出现销售打不开局面,无法从网上开店中获利,反而还要赔上时间和精力投入。另外,值得关注的是大家都来开网店,但是并不是每一个开店的人都可以赚到钱的,许多开店者可能是亏损的,在开店前一定要对经营的风险有足够的认识。

#### 四、我国现阶段网上购物存在的问题

我们在看到网上购物优点的同时更需要分析网上购物存在的问题和原因,想办法克服它们,刺激网上购物的发展。现阶段我国消费者对网上购物状况的评价是“痛并快乐着”,而这其中痛的指数也相当高,不容忽视。

例如这几个案例:张女士在一个竞拍网站上以 1999 元购得新款的数码相机,拿到相机后,张女士发现有不少小故障,而且外壳还有几处破损。又如高先生在网上订购鲜花,店主承诺送花日期为 2008 年 5 月 16 日,可是一直到 2009 年 5 月 25 日还迟迟未送到。再如喜欢看连续剧的汪女士在某购物网站购买了一套电视剧《法证先锋》的 VCD,结果将款汇过去之后,再也没了音信。

像上面这种通过网上购物上当受骗的例子还有很多,这表明现在网上购物的消费者其利益并没有得到切实充分的保护。当然,网上诚信问题的最终解决还是要基于健全的电子商务法律法规,同时建立网上交易的诚信机制。但作为消费者一方,也必须了解目前自己会面临的几方面问题。

##### 1. 交易对象认定的模糊性

明确交易对象对于消费者来说是非常重要的事情,这关系到法律责任的承担