



淘宝大学

淘宝网

Taobao.com



开店做赢家 (第二版)

李应全 黄立 周斌 编著

从画鸡蛋开始——迈出开店第一步

万事开头难——进行第一笔交易

酒香也怕巷子深——提升店铺浏览量

顾客就是上帝——寻找更多的买家

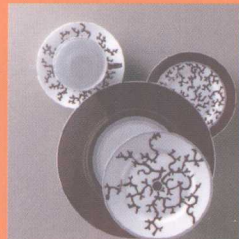
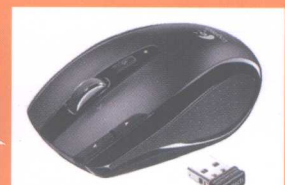
细节决定成败——提高客户服务质量



本书被评为

“2008年度全行业优秀畅销品种”

已热卖30000余册



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS





淘宝大学

淘宝网

Taobao.com



开店做赢家 (第二版)

李应全 黄立 周斌 编著



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

淘宝网开店做赢家 / 李应全, 黄立, 周斌编著. —2 版.
北京: 人民邮电出版社, 2008.11 (2009.4 重印)
ISBN 978-7-115-18293-7

I. 淘… II. ①李…②黄…③周… III. 电子商务—商业
经营—中国 IV. F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 085178 号

内 容 提 要

本书全面地讲解了在淘宝网开办网店的知识, 从开店前的准备到完成第一笔交易, 从提高网店的浏览量到各个交易环节的注意事项, 能够为读者提供全面的开店和经营方面的指导。

本书前 3 章介绍了在淘宝网开办网店的基础知识, 指导读者在淘宝网上建起自己的小店, 并完成第一笔交易; 第 4 章至第 8 章主要介绍了把网店的生意做大做强; 第 9 章展示了一些优秀的网店, 便于读者在开店和经营中取长补短。

本书适合想在淘宝网上办网店、进行网上创业的读者阅读, 同时也适合已经开办了网店, 并想进一步掌握网店经营的高级技巧, 把网店生意做大做强的读者选用。

淘宝网开店做赢家 (第二版)

◆ 编 著 李应全 黄立 周斌

责任编辑 汤 倩

执行编辑 翟 磊

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 880×1230 1/24

印张: 10

字数: 274 千字

印数: 31 001 - 35 000 册

2008 年 11 月第 2 版

2009 年 4 月北京第 4 次印刷

ISBN 978-7-115-18293-7/F

定价: 22.80 元

读者服务热线: (010)67132692 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

永不放弃
马云

阿里巴巴集团董事会主席马云题词
(于淘宝网 5 周年庆典)

本书以在淘宝网开办网店为线索，全面介绍了网店经营的相关知识，从开店前的准备到完成第一笔交易，从提高网店的浏览量到各个交易环节的注意事项，是一本不可多得的网上创业指导手册。

只要有一台能够上网的电脑，就能满足在淘宝网上开办网店的基本条件。本书的作者是一位淘宝“皇冠”网店的店主，基于成功卖家的宝贵经验，讲解了开办网店的完整步骤，从开店前的调研，注册淘宝网会员，开通网上银行，发布商品，直到完成第一笔交易。在建起自己的淘宝网店后，如何通过经营实现盈利，如何控制成本，如何把生意做大做强，这些问题就摆在了每个店主面前。为此，本书从多个角度介绍了各个交易环节中的技巧，比如网店“装修”的方法、宣传网店的方法、导购及售后服务的注意事项、成本控制措施等。

本书包括以下内容：

第1章介绍了淘宝网的基本情况，开店前的调研，以及值得借鉴的开店经验；

第2章介绍了注册淘宝网会员和下载安装淘宝工具软件的方法，以及开通网上银行等开店的前期工作；

第3章介绍了从与买家交流、确定交易价格、发货到提现的完整交易流程；

第4章介绍了美化店铺页面等提升网店浏览量的方法；

第5章介绍了留住上门的买家和争取潜在买家的方法；

第6章介绍了使用淘宝助理软件备份网店数据库和批量修改商品信息的方法；

第7章介绍了从导购、发货、售后和客户管理方面提高服务质量的方法；

第8章介绍了在进货和发货环节控制成本的措施；

第9章通过展示优秀网店来分析和总结有益的开店技巧。

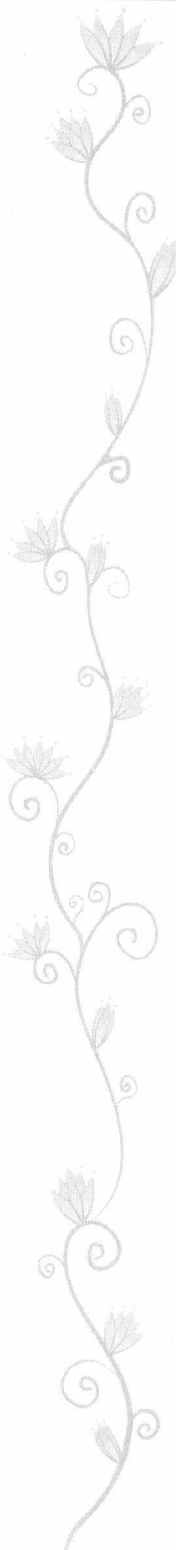
本书适合想在淘宝网上办网店，进行网上创业的读者，同时也适合已

经开办了网店, 并想进一步掌握网店经营的高级技巧, 把网店生意做大做强
的读者选用。

本书由李应全主编, 黄立、周斌也参与了写作的具体工作。在本书的
编写过程中, 我们力求精益求精, 但难免存在一些不足之处, 敬请广大
读者给予批评指正。作者开办的一舟书店的网址为 <http://shop33028954.taobao.com>。开店和经营知识学无止境, 希望能与广大“淘友”共同切磋,
共同进步!

编者

2008 年 8 月



第二版前言

随着电子商务概念的深入人心，网上购物已经在很大程度上改变了人们的日常生活。淘宝网（www.taobao.com）是国内领先的个人交易网上平台，由阿里巴巴公司投资 4.5 亿创办，致力于成就全球最大的个人交易网站。截至 2008 年一季度，淘定网注册会员超 6200 万人，覆盖了中国绝大部分网购人群。目前，淘宝网已成为广大网民网上创业的首选。2005 年 10 月，淘宝网宣布：在未来 5 年，为社会创造 100 万就业机会，帮助更多的网民在淘宝上就业，甚至创业。截至 2007 年，淘宝已经为社会提供超过 20 万的直接就业岗位。

本书基于在淘宝网开店的完整流程，旨在指导读者依托淘宝网进行网上创业，并解决网上创业中常见问题，把网店的生意做大做强。本书内容覆盖在淘宝网开店的方方面面，并辅以“皇冠”级卖家的成功经验，使读者在创业中如虎添翼，事半功倍。

自本书的第一版出版以来，受到了广大读者的一致好评，淘宝网对本书也给予了高度评价。我们也收到了很多读者来信，这些信件中有表扬的，有交流问题、发表读后感言的，还有提出很多中肯的建议与意见的。为了完善前一版的不足之处，我们经过精心策划与改编后推出第二版图书。

与第一版图书相比，第二版图书主要有以下特点。

- 内容更新：为了避免改动过大而影响知识构架的完整性，在尽可能贴近第一版的情况下，针对淘宝系统的几次更新对图书内容进行了优化。
- 讲解更到位：在内容讲解与表达上综合了读者、作者、编审的意见，做到字斟句酌。
- 图片更清晰：为了追求精益求精，更换了第一版图书中的一些比较模糊图片。
- 细节更完善：投入了大量的精力和时间，对容易引起读者阅读困难的细节进行了全面调整。
- 指导性更强：在改版过程中，作者又为本书加入了新的开店技巧以及经营心得，更适合网店店主有针对性地学习。

目 录

第1章 磨刀不误砍柴工——开店前的准备1

- 1.1 了解淘宝网 2
- 1.2 开店前的调研 3
 - 1.2.1 经营项目类型 3
 - 1.2.2 店铺风格类型 4
- 1.3 借鉴开店经验 4
 - 1.3.1 成功案例分析 4
 - 1.3.2 向成功店主学习 6
 - 1.3.3 积极思考 6

第2章 从画鸡蛋开始——迈出开店第一步 9

- 2.1 注册成为淘宝会员 10
 - 2.1.1 注册电子邮箱 10
 - 2.1.2 注册淘宝会员 13
- 2.2 下载并安装淘宝工具软件 17
 - 2.2.1 下载并安装阿里旺旺 18
 - 2.2.2 下载并安装淘宝助理 20
- 2.3 申请交易“中介” 22
 - 2.3.1 开通支付宝账户 22
 - 2.3.2 进行支付宝实名认证 24
 - 2.3.3 开通网上银行 29
- 2.4 准备开张 34
 - 2.4.1 准备10件商品的图片 34
 - 2.4.2 发布商品 40

2.4.3	修改上架商品的信息	48
2.4.4	申请店铺	50
2.5	店面装修	52
2.5.1	选择店铺风格	52
2.5.2	制作店标	53
2.5.3	制作店铺公告	56
2.5.4	宝贝分类	56
2.6	推荐优势商品	59
2.6.1	使用橱窗推荐位	59
2.6.2	使用店铺推荐位	62
第3章	万事开头难——进行第一笔交易	65
3.1	与买家交流	66
3.1.1	使用阿里旺旺	66
3.1.2	使用网页版阿里旺旺	73
3.1.3	收发站内信	75
3.1.4	发布和回复宝贝留言	77
3.2	修改交易价格	80
3.3	发货	81
3.4	为买家作出评价	84
3.5	从支付宝账户中提现	85
3.6	处理退款和部分退款	87
第4章	酒香也怕巷子深——提升店铺浏览量	91
4.1	美化店铺页面	92
4.1.1	制作个性化的宝贝分类	92
4.1.2	使用个性化的宝贝模板	97
4.1.3	为店铺页面添加背景音乐	107
4.1.4	为店铺页面安装计数器	110
4.1.5	美化商品描述	113



4.2 店内宣传技巧	114
4.2.1 善用宝贝推荐	114
4.2.2 巧用店铺留言	114
4.2.3 交换友情链接	115
4.2.4 精心布置个人空间	116
4.2.5 在店名中加入宣传信息	117
4.3 在淘宝社区中宣传店铺	117
4.3.1 认识淘宝社区	118
4.3.2 设置个人信息	120
4.3.3 发表帖子及回复帖子	121
4.3.4 申请社区广告位	126
4.4 利用阿里旺旺的状态信息发布广告	127
4.5 积极参加淘宝网活动和“组织”	129
4.5.1 加入淘宝商城	129
4.5.2 加入淘宝商盟	131
4.5.3 开通阿里软件网店版	132
 第5章 顾客就是上帝——寻找更多的买家	 141
5.1 留住上门的买家	142
5.1.1 欢迎词里学问大	142
5.1.2 主动介绍商品	142
5.1.3 理性面对买家侃价	143
5.1.4 买卖不成仁义在	143
5.1.5 为买家的昵称做好注释	143
5.1.6 做好买家的分类	145
5.2 不可遗漏买家	147
5.2.1 利用店铺留言找买家	147
5.2.2 利用求购信息找买家	148
5.3 主动出击联系潜在买家	151
5.4 派发红包邀请买家	152

5.5	关注同行店铺	160
5.5.1	确定关注对象	160
5.5.2	关注内容	161
5.5.3	收藏竞争对手的店铺	162
5.6	实行会员分级制度	163
5.7	设置店铺提醒	165
5.8	定期联系买家	166
5.8.1	发送旺旺信息	167
5.8.2	发送站内信件	169
第6章	有备才能无患——备份和恢复数据库	171
6.1	利用淘宝助理备份店铺数据库	172
6.2	利用淘宝助理批量上传宝贝	176
6.3	批量修改宝贝信息	177
6.4	利用淘宝助理导出 CSV 文件	180
第7章	细节决定成败——提高客户服务质量	183
7.1	导购篇	184
7.1.1	主动介绍商品	184
7.1.2	为买家节省运费	185
7.1.3	用好阿里旺旺的快捷短语	185
7.1.4	导购中的小技巧	185
7.1.5	电话交流中的注意事项	186
7.2	发货篇	186
7.2.1	为商品打好包装	186
7.2.2	选择合适的送货方式	187
7.2.3	上门送货的注意事项	187
7.3	售后篇	188
7.3.1	制定合理的退货和换货政策	188
7.3.2	善用信用评价	188



7.3.3	合理处理矛盾和冲突	188
7.3.4	回应买家的投诉	189
7.3.5	引导买家修改中评和差评	190
7.3.6	向买家表示感谢	191
7.3.7	请买家帮忙宣传	191
7.3.8	维护客户关系	191
7.4	客服管理篇	191
7.4.1	重视客服质量	191
7.4.2	树立服务品牌	192
 第8章 爱“抠”才会赢——降低进货和物流成本		193
8.1	降低进货成本	194
8.1.1	从厂家进货	195
8.1.2	从批发商处进货	196
8.1.3	从阿里巴巴进货	197
8.1.4	委托他人进货	197
8.2	降低物流成本	197
8.2.1	利用快递公司	197
8.2.2	利用打折邮票	198
8.2.3	邮政速递业务	199
8.2.4	大件物品使用快运和铁路托运	200
 第9章 他山之石可以攻玉——向优秀网店学习		201
9.1	书店	202
9.2	化妆品店	202
9.3	虚拟商品店	203
9.4	地方特产店	204
9.5	百货店	205
9.6	时尚内衣店	207
9.7	珠宝首饰店	209

9.8 网店设计工作室	211
9.9 奢侈品	213
9.10 数码产品店	214
附录 淘宝网开店的 18 条“戒律”	217

第1章

淘宝网
Taobao.com

磨刀不误砍柴工

——开店前的准备

1.1 了解淘宝网

淘宝网是亚洲最大网络零售商圈,致力于打造全球首选网络零售商圈,由阿里巴巴集团于2003年5月10日投资创办。淘宝网目前业务跨越C2C(个人对个人)、B2C(商家对个人)两大部分。

截至2008年一季度,淘宝网注册会员超6200万人,覆盖了中国绝大部分网购人群;2008年一季度,淘宝网交易额突破188亿;2007年全年成交额突破433亿。

根据2007年第三方权威机构调研,淘宝网占据中国网购市场70%以上市场份额,C2C市场占据80%以上市场份额。

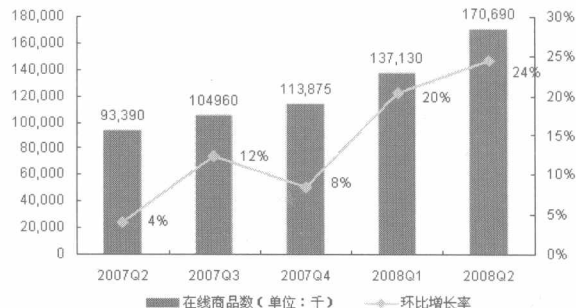
在为淘宝会员打造更安全高效的网络交易平台的同时,淘宝网也全心营造和倡导互帮互助、轻松活泼的家庭式氛围。每位在淘宝网进行交易的人,不但交易更迅速高效,而且交到更多朋友。

目前,淘宝网已成为广大网民网上创业和以商会友的首选。2005年10月,淘宝网宣布:在未来5年,为社会创造100万就业机会,帮助更多的网民在淘宝上就业,甚至创业。截至2007年,淘宝已经为社会提供超过20万的直接就业岗位。

易观国际近期发布《2008年第2季度中国C2C市场季度监测》数据显示,淘宝网在线商品规模占整个市场的比例超过85%,中国C2C电子商务市场2008年第2季度总体市场交易规模达到市场规模257.25亿元,较今年一季度增长25%。其中在线商品数为17069万件,较今年第1季度环比增长24%,同比增长83%,如图1-1所示。

专家认为,淘宝网之所以迅速崛起并占据中国个人电子商务市场的头把交椅,免费是一个原因,但不是最主要的原因。摩根斯坦利的中国互联网分析报告指出,淘宝网占据优势的主要原因在于注重用户社区体验、界面友好、反应迅速以及领先的“支付宝”支付方式。

支付宝在电子商务史上具有里程碑式的意义。由于早期互联网缺乏安



来源: 易观国际2008

图 1-1 2008 年第 2 季度中国 C2C 市场在线商品数



全的支付手段, 公众对网上购物持怀疑态度, 国内网上交易一直发展缓慢。近年来电子商务平台纷纷推出支付安全工具, 例如, 淘宝网推出支付宝, 拍拍网推出财付通等。支付宝解决了网络交易支付的瓶颈问题, 最大限度地减小了网上购物的资金风险。网络安全支付工具的出现一定程度上改变了人们的消费方式。图 1-2 所示为支付宝安全交易流程。

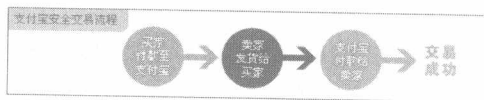


图 1-2 支付宝安全交易流程

1.2 开店前的调研

开网店前, 卖家要做好市场调查, 根据市场情况和个人情况, 选择要经营的商品。有了充分的调研, 熟悉了市场需求, 开店就有了方向, 所以调研可以说是开店的第一步。

1.2.1 经营项目类型

打开淘宝网首页, 可以看到淘宝店铺分为手机数码、女人用品、服饰、母婴用品、居家用品、男人用品、游戏相关产品、运动相关产品、影视书籍、彩票、机票等几大类, 如图 1-3 所示。

宝贝类目	淘宝网城	店铺	聚宝盆	发布求助
拼音索引 a b c[ch] d e f g h i j k l m n o p q r s[sh] t u v w x y z[zh]				
充值卡、闪电发货、IP卡、网络电话	网游、点卡、游戏币、帐号、装备、QQ			
虚拟 移动 50 100 联通 电信 skype充值	魔兽 天龙八部 DNF 征途 自动发货			
手机(Nokia 三星 索爱 Moto 多普达)	电脑硬件、移动硬盘、鼠标、显示器			
iPhone N78 N85 N91 N73 触屏	CPU 主板 内存 硬盘 显卡 声卡			
笔记本(全新 二手 闲置 报价)	数码相机、单反相机、MP3、MP4、MP5			
IBM 惠普 8000 DELL 华硕 苹果	索尼 佳能 理光 米奇 富士 oppo			
3C配件、手机本本配件、闪存卡、U盘	办公设备、电子辞典、电玩、游戏			
蓝牙耳机 上网卡 数码相机 2G 16G	文具 打印机 光盘 PSP Wii NDSL			
服装、T恤、牛仔裤、卫衣、NIKE	女装、连衣裙、T恤、短外套、韩版			
休闲裤 衬衫 夹克 Levi's Adidas	裙子 卫衣 裤子 风衣 牛仔裤 日式			
流行男女箱包、女单肩包、韩版女包	女鞋、女凉鞋、男鞋、运动鞋、内衣			
女单肩包 手提包 男单肩包 钱包	凉鞋 帆布鞋 拖鞋 凉鞋 流行配饰			
美容护肤、美体、精油	彩妆、香水、美发、化妆工具			
洁面 爽肤水 眼霜 面膜 精华	粉底液 睫毛膏 唇彩 蜜粉 眼影			
家电、豆浆机、冰箱、空调、洗衣机	奶粉、尿片、婴儿用品、玩具			
液晶电视 HIFI音响 鼠标 耳机 影院	童装 推车 奶瓶 车床 保健品 日用			
食品、茶叶、燕窝、蜜饯、巧克力	保健品、安利、FANCL、减肥			
坚果 粉条 调料 普洱茶 花雕酒	鱼油 蛋白粉 胶原蛋白 胶原蛋白 维生素			
居家日用、厨具、收纳、婚庆用品	装满五金、保健按摩、时尚装饰			
保鲜盒 餐具 厨具 卫浴 个人护理	灯具 沙发 窗帘 饰品 十字绣			
饰品、项链、耳环、发饰	收藏、邮票、钱币、玉器、明星纪念			
钻石首饰 水晶 银饰 钛金 翡翠	古玩 紫砂 艺术品 连环画 书画			
腕表手表、Zippo、瑞士军刀、眼镜	玩具、模型、娃娃、毛绒、人偶			
卡西欧 浪琴 欧米茄 太阳眼镜	迪斯尼 Kitty 泰迪熊 美羊羊 海绵宝宝			
汽车用品、运动、户外、机票	书籍、考试、漫画、音像、乐器			
摩托 自行车 羽毛球 游泳 沙滩鞋	计算机 小说 漫画 吉他 钢琴			

图 1-3 淘宝店铺分类

1.2.2 店铺风格类型

按照店铺的经营特色可以将店铺分为跟风型店铺、差异型店铺和智力型店铺,下面对这3种常见的店铺类型进行简要介绍。

1. 跟风型店铺

跟风型店铺主要经营时下比较畅销的商品,每段时间内市场都会自发地形成一些消费热点,正因如此,这类店铺的客源比较稳定,经营游戏点卡、手机配件、畅销图书等商品的店铺都属于跟风型店铺。

由于同类店铺众多,跟风型店铺之间的竞争很激烈,而且利润已被摊薄,如果店铺缺乏个性或者价格优势不明显,很容易被市场淘汰。

2. 差异型店铺

人们往往会倾向于选择有个性的商品,差异型店铺走的就是个性化道路,人无我有,不易被别人跟风。这类店铺经营的产品要么有地域特色,要么有民族特色,要么有个人特色,所以店铺有特定的顾客群,客源能够保证。

一位淘友在淘宝网上开办了一家动漫服饰淘宝店,主要经营自己设计的动漫主题衣服,生意好的时候一天能卖出60多件。有一位来自澳大利亚的华裔小伙子从网上看到了她设计的衣服,非常喜欢,与她签订了长期的订货协议。这就是差异型店铺的一个成功案例。

3. 智力型店铺

智力型店铺其实是差异型店铺中的一种类型,店主根据市场的需求,将自己的脑力劳动转化成商品,在网店中销售。

淘宝网上有很多从事网店装修的店铺,就是典型的智力型店铺。随着网上店铺的增多,越来越多的店主想为自己店铺的门面进行装修,但这对不懂网页设计的店主来说是有一定难度的。网店装修不仅填补了这方面的空白,更为有网页设计能力的卖家带来了商机。

1.3 借鉴开店经验

1.3.1 成功案例分析

下面以一位淘宝卖家的销售案例进行分析,如图1-4所示,每月销售统计情况如