

SEC
SYSTEM OF EXPERT CONSULTANCY
品牌顾问 零售专家



中国零售业提升业绩必选培训教材

网店 5日通

中研零售商学院策划 祝文欣◎主编

wangdian
5ritong

如何打破您的经营极限？

如何在信息化的时代里迅速完成原始资本的积累？

如何最大化运用最前沿营销理念和系统平台？

成功一定有方法，

本书从前期准备、选址装修、经营、管理、提升5个角度，

提炼了网店经营、盈利的关键技巧。

只需5日，让您轻松做老板！



中国发展出版社

SEC
SYSTEM OF EXPERT CONSULTANCY
品牌顾问 零售专家



中国零售业提升业绩必选培训教材

网店 5日通

中研零售商学院策划 祝文欣◎主编

图书在版编目 (CIP) 数据

网店 5 日通/祝文欣主编. —北京: 中国发展出版社,
2009. 3

(阿旺开店系列丛书)

ISBN 978-7-80234-327-6

I. 网… II. 祝… III. 电子商务—商业经营
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 017124 号

书 名: 网店 5 日通

主 编: 祝文欣

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-327-6/F·809

经 销 者: 各地新华书店

版式设计: 北京飞亚景文化传播有限公司

印刷者: 北京源海印刷有限责任公司

开 本: 700 × 980mm 1/16

印 张: 12

字 数: 140 千字

版 次: 2009 年 3 月第 1 版

印 次: 2009 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 26.00 元

联系电话: (010) 68990625 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: drcpub@126.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

总序

INTRODUCTION

自己当老板,是很多人的梦想!毕竟我们活在这个竞争的物质社会中,都想拥有一份自己觉得安全的、收益丰厚的、长期的事业,而自主创业、自己当老板是个比较好的选择。

创业首先必须选对行业。有的人过于相信自己的能力或过于理想化,认为自己即使进入一个前景暗淡的行业一样能大有所为。其实获得成功不是一件容易的事情。创业要想获得成功必须具备两个前提:一是做正确的事情,二是正确地做事情。一个人十分勤奋努力,充分挖掘自己的潜力来做事情只是正确地做事情的一个方面,而选择好的行业才是做正确的事情。

正是基于这个原因,我们精选最具有前途的十个行业,编辑出版本系列丛书,希望能够在竞争激烈、战云密布、任何经营上的疏漏都有可能导致事业折戟沉沙的现代商业市场,为创业者提供一些帮助。

一项事业成功的关键,在于准确的定位、特色的经营环境、优质的服务、合理的营销策略和标准化、科学化、专业化的管理。本丛书就是从这几个方面出发,为创业者、开店者出谋划策、指点迷津,书中广征博取,汇集了经商入门的多种经验,并根据开店的经营流程和运作程序,分别介绍了开店的筹划与准备、选址与布局、营销与服务、管理与理财

等创业者迫切关心和急需应用的经营智慧和赚钱艺术。

本丛书行文流畅、内容实用,通体分为:

基础篇。对店铺的概念进行定义,对行业现状和经营条件进行分析,对开店方式进行选择,对不同的运作模式进行比较,试图找出最适宜的经营之路。

选址装修篇。重点解析选址在店铺经营中的重要意义,消费群体调查分析,店铺装修,细部规划及商品陈列与布局技巧等一系列在店铺经营前期所应解决的问题。

经营篇。主要解决店铺定位,采购进货,商品定位与分析,产品定价、宣传、推广与促销策略等日常经营过程中时常遇到的难题。

管理篇。细化为员工管理、财务管理、货物管理、客户管理等方面,洞烛幽微,力图帮助经营者在最短的时间内掌握最直接的管理方式和运作理念。

提升篇。将店铺提升到整个行业的高度展望,以统筹、全局化的目光审视所处的地位和急需解决的问题,希望起到高瞻远瞩、未雨绸缪的作用。

在每篇中,我们辅以“阿旺锦囊”和“见证实录”,妙笔评析,查缺补漏,篇篇均新颖,招招皆窍门,其中既有相关的理论知识,更有简明的操作方法,多层次、多方位地阐释了创业、开店的艺术技巧和策略,可令商界新人茅塞顿开;令商界老手若有所悟。

在本书的编写过程中,参考了一些名家的观点,在这里表示感谢;又因编写者水平所限,书中不免偏颇和不足,敬请读者朋友指正。我们把每一位读者当成朋友,朋友的批评,自然永远都是欢迎的。

祝文欣

2009年1月

FOREWORD

前言

在当今这样一个信息爆炸的世界,每天都有大量的信息产生,令人眼花缭乱,而站在这个信息制高点上的就是互联网。互联网从它诞生的那一刻起就注定了它将成为未来信息化世界的主导,互联网全天候即时地传播信息,而且在信息互动等方面有着传统媒体所不具备的优势。

互联网的出现令许多传统的营销模式正在接受挑战。

如今的在市场营销,谁能够掌握更多、更新的信息,谁就能够得到更好的业绩;谁能更好、更快地反馈客户需求,谁就能够得到更多客户的认可。所以市场和网络的结合是未来发展的必然趋势,或者说,这二者从来就没有分开过。

但随之而来的问题是:网上如何开店,开店经营什么,经营的模式和策略又是什么?

更深一层的问题是:为什么有些人的网店不赚钱?

这里面牵涉经营产品的选择、平台的选择、网络营销的应用和与客户沟通技巧等一系列专业的内容,同时还涉及店铺管理、客户开发、进货渠道选择、产品照片拍摄等必备的开店技能,我们唯有完全了解并掌握这些技巧,才能在网上开店的过程中得心应手,事半功倍。



本书由五大部分组成。基础篇重点阐述网上开店的优势、经营条件和开店形式。选址装修篇重点介绍目前比较有分量的 B2C 平台的开店流程和注意规范,以及一些简单的图片修饰技巧。经营篇重点分析进货渠道的选择标准、物流的作用及网络推广的方法。管理篇分别从商品管理、顾客管理和经营风险管理的三个方面来阐述在开店过程中可能遇到的一些管理问题,并给出解决的方法和建议。提升篇重点讲述独立网站的架设、程序选择及其注意事项。

另外需要说明的是,互联网最大的便利就是“成功的方法可以复制”。只要尽力而为,我们相信,成功一定有方法,成功一定可以复制。

编者

2009 年 2 月

第1日 | 基础篇

一、网店的优势	2
什么是网上购物	2
网店的优势	3
网上购物容易遇到的问题	4
(阿旺锦囊) 哪些人适合网上开店	7
二、网店经营的条件	10
(阿旺锦囊) 新手开网店需要什么	12
三、网店形式和经营方式	13
网店的形势	13
网店的经营方式	15
(阿旺锦囊) 网店三大要点	15
四、星级店主的心态	16
(阿旺锦囊) 开店第一步, 行事莫急	18
五、网店畅销产品	19
(阿旺锦囊) 网店畅销产品优势地	23
见证实录: 坐在家中赚钱	25



第2日 | 选址装修篇

一、淘宝网开店流程	28
(阿旺锦囊) 网店沟通技巧	35
二、网店装修	37
网店的风格	37
网店的审美原则	38
网店颜色搭配方法	39
网店的元素布局	41
(阿旺锦囊) 网页色彩搭配的技巧	42
三、网店装修中的功能设计	43
智能计数器	43
(阿旺锦囊) 网店美化技巧	44
四、简易摄影技巧	45
(阿旺锦囊) 四个小技巧拍出精美图片	47
五、成功装修经验谈	49
珠宝店主谈装修	49
数码相机店主谈装修	51
服装店主谈装修	52
化妆品店主谈装修	52
食品类店主谈装修	55
印刷品类店主谈装修	56
网游、充值卡店主谈装修	58
母婴店店主谈装修	59



阿旺锦囊 淘宝网装修八步走	59
见证实录：财付通商户平台助个人网店实现跃迁	62

第3日 | 经营篇

一、进货渠道	68
网店进货渠道	68
通过网络找货源	71
谨防网络骗子	73
尽快由外行变成内行	75
与批发商打交道的注意事项	79
网上外贸服装正品实情	80
如何有效联系美国进口商	81
阿旺锦囊 国内主要服装交易市场	82
二、好网店离不开好物流	84
选择合适的物流方式	84
货运常识	87
如何防止货物丢失	92
阿旺锦囊 物流的发运、中转及接收手续	95
三、网店推广与宣传	97
使用推荐位	97
优化搜索引擎	99
其他推广方法	101
阿旺锦囊 网络推广的评估标准	102
见证实录：网店卖服装，月赚10万	104



第4日 | 管理篇

一、商品管理是网店的基本工作	108
商品介绍文案	108
商品定价法	109
(阿旺锦囊) 兼职商家如何协调时间	115
二、客户管理	119
培养客户忠诚度	119
走进顾客的潜意识	122
维护好客户关系	124
改变顾客的态度	127
如何应对不同的客户	129
正确对待好评、中评与差评	133
大客户管理法则	134
(阿旺锦囊) 促成订单的八种技巧	136
三、网店风险管理	138
网上进货风险防范与应对	138
如何降低网店风险	139
(阿旺锦囊) 网上贸易七大骗术	142
见证实录：学生网店的成功案例	145



第5日 | 提升篇

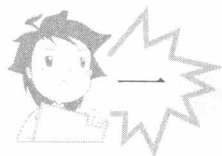
一、打造独立网店	150
如何塑造独立网店的形象	150
域名、空间的申请与购买	154
阿旺锦囊 个人网店系统比较	157
二、独立网店的制胜之道	164
网站的推广和运营	164
独立网店的推广方法	166
提高“推广转化率”	168
阿旺锦囊 独立网店运营秘诀	170
见证实录：网上开店成功解析	172
附录：	
国内邮件资费	175

第1日 基础篇



网店是一项创新的商业模式，需要你最新的理念带入经营中。你必须把你的全部所学应用于日常的经营管理之中，因为网店不只是一个商店，还是一个寻求完美、期冀自我超越的空间。

通过本篇，你可以了解网上开店的基本概念、网店的优劣以及你是否具备运作网店的条件和特质。



网店的优势

什么是网上购物

集声音、影像和文字于一身的互联网，因其即时性和互动性，将成为未来最有影响力的媒体之一，它的蓬勃发展不但衍生出许多新兴的行业，也将给传统行业带来巨大的商机。

网上购物——这个流行于 21 世纪的购物方式已经为越来越多的人所接受，全新的购物体验和便捷的消费模式正在越来越大的范围内或取代或扩展传统的购物方式，成为越来越多的时尚阶层的不二选择。

究竟什么是网上购物？简单来说，网上购物就是把传统的商店“搬”到网上，利用 Internet 直接购买自己需要的商品或者享受自己需要的服务。专业地讲，网上购物是交易双方从洽谈、商定到货款的支付、交货通知等整个交易过程通过网络和购物界面技术化的 B2C 模式一并完成的新型购物方式，是电子商务的重要组成部分。因此，有人将网店视为一个面向全国乃至全世界的虚拟商场。这个电子商场并非虚拟，因为购物的每一个步骤甚至每一个细节都很真实，与传统购物模式的唯一区别仅在于少了实物的接触而有了更多的填单与确认过程。

一般来说网上物品的经营大致可分为两种形态：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，直接对消费者出售商品或者提供服务；另一种是电子商场，它是由许多提供不同商品或服务的营业者集中在一个网站，消费者可以在同一个网站购买不同公司所提供的商品或服务。也就是说，在前一种情况下网站经营者同时又是商店经营者，而后一种情况中网站经营者扮演的角色更像是商店经营者与消费者的中介。

目前，网上购物在发达国家已经显示出强劲的发展势头，它在推动国家经济增长方面已经成为一支崭新的力量。最近一份针对美国网上购物者的调查指出，在2007年，美国的在线购物销售额达到1550亿美元。经过近两年的发展，我国网上购物也逐渐进入快速发展阶段，未来几年我国网上支付用户规模将继续扩大，2010年销售额将超过680亿元。

《中国互联网络热点调查报告》显示：我国有17.9%的网民有过网络购物经历；在浏览过购物网站的网民中，有29.6%的人有过网络购物经历；有过网络购物经历的被访者中，有超过90%的人表示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。这些数据表明我国网上购物市场有巨大的潜力。

网店的优势

显而易见，网上开店之所以大行其道，是因为网上开店具有一定的优势。

(1) 开店成本极低。网上开店与网下开店相比成本较低，许多大型购物网站提供租金极低的网店平台，有的甚至免费提供，只是收取少量商品上架费与交易费。网店可以根据顾客的订单进货，不会因为积货而占用大量资金。网店经营主要是通过网络进行，水、电、管理费等方面的支出极低。网店不需要多人时时看守，节省了



人力方面的投资。

(2) 经营方式灵活。网店的经营是借助互联网进行经营，经营者可以全职经营，也可以兼职经营。网店不需要时时看守，营业时间也比较灵活，只要对浏览者的咨询给予及时的回复就可以经营下去。

网上开店不像网下开店必须要经过严格的注册登记手续，网店在商品销售之前甚至可以不需要存货或者只需要少量存货，因此可以随时转换经营其他商品，进退自如，没有包袱。

(3) 网上开店基本不受营业时间、营业地点、营业面积这些传统因素的限制。网上开店，只要服务器不出问题，可以一天24小时、一年365天不停地运作，无论刮风下雨，无论白天晚上，无须专人值班看店，都可照常营业，消费者可以在任何时间登陆网站进行购物。网上开店基本不受经营地点的限制，网店的浏览量来自网络，因此即使网店的经营者在一个小胡同里，也不会影响到网店的经营。网店的商品数量也不像网下商店那样，生意大小常常被店面面积限制。只要经营者愿意，网店可以“陈列”成千上万种商品。

(4) 网店的消费者范围极广。网店开在互联网上，只要是上网的人，就都有可能成为商品的浏览者和购买者。只要网店的商品有特色，宣传得当，价格合理，经营得法，网店每天都会有不错的访问量，取得良好的销售收入。

网上购物容易遇到的问题

我们在看到网上开店优点的同时更要认清它在现阶段存在的问题，以便尽早地找到解决方案以促进网上购物的良性发展。

电视曾报道过一个有关网上购物的案子，讲述了某消费者几次网上购物的经历，结果都不满意。比如一次他买到的光盘与宣传不



符，还有一次他“拍”到的书，书上清楚地印着“赠品”两字。他深感受骗，认为即使价钱再便宜，如果商家用赠品滥竽充数的话，显然是侵犯了消费者的权利。一怒之下，他将商家告上了法庭。

像上面这种因为网上购物而令消费者权益受到侵害的例子还有很多，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。作为弱势一方，消费者目前面临的主要问题有以下几方面：

(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问题。为此《消费者权益保护法》第二十条规定：“经营者应当标明其真实名称和标记。租赁他人柜台或者场地的经营者，应当标明其真实名称和标记。”在传统购物环境下交易对象非常明确，商店里挂的营业执照就表明了经营者的身份，一旦出了问题可以直接到原购物地点追讨责任。但是在网络环境下，消费者只有通过经营者网站中提供的信息了解对方，至于信息是否真实、对方到底是谁，则很难确认。

(2) 知情权难以保证。知情权是消费者享有的一项基本权利，同时也是一项重要权利。《消费者权益保护法》第八条明确规定：“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况。”然而上网购物时，消费者获取信息的范围是有限的，它并不像传统购物时能看到、摸到真实立体的商品。此时的消费者只能从网上提供的内容中获取有关商品的部分信息，看到的充其量也就是几张商品的照片。因此，网上购物的消费者一般对商品信息的了解都是不完整的。

(3) 格式合同的制约。《消费者权益保护法》第二十四条规定：“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消