

人民邮电出版社淘宝官方旗舰店主力推荐

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

Taobao.com



李应全 黄立
周斌 编著

淘宝网

开店做赢家



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

人民邮电出版社淘宝官方旗舰店主力推荐

Taobao.com



李应全 黄立
周斌 编

淘宝网

开店做赢家



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. —北京:
人民邮电出版社, 2007.12
ISBN 978-7-115-16888-7

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 (2007) 第 148219 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 7 章主要介绍了把网店的生意做大做强; 第 8 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, 但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

◆ 编 著 李应全 黄立 周斌

责任编辑 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

新华书店总店北京发行所经销

◆ 开本: 880×1230 1/32

印张: 6.625

字数: 176 千字

印数: 1—6 000 册

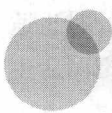
2007 年 12 月第 1 版

2007 年 12 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-16888-7/F

定价: 16.80 元

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



前 言

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“5钻”网店的店主，基于成功买家的宝贵经验，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后，如何通过经营实现盈利，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；

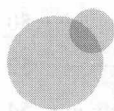
第8章通过展示优秀网店来分析和总结有益的开店技巧。

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，但想进一步掌握网店经营的高级技巧，把网店生意做大做强了的读者选用。

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://www.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

2007年9月



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	4
1.2.2 店铺风格类型	4
1.3 借鉴开店经验	5
1.3.1 成功案例分析	5
1.3.2 向成功店主学习	7
1.3.3 积极思考	8
第2章 从画鸡蛋开始——迈出开店第一步	11
2.1 注册成为淘宝会员	12
2.1.1 注册电子邮箱	12
2.1.2 注册淘宝会员	15
2.2 下载并安装淘宝工具软件	19
2.2.1 下载并安装阿里旺旺	19
2.2.2 下载并安装淘宝助理	21
2.3 申请交易“中介”	23
2.3.1 开通支付宝账户	23
2.3.2 进行支付宝实名认证	26
2.3.3 办理网上银行	33
2.4 准备开张	38
2.4.1 准备10件商品的图片	38

2.4.2 发布商品	43
2.4.3 修改上架商品的信息	50
2.4.4 申请店铺	52
2.5 店面装修	54
2.5.1 选择店铺风格	54
2.5.2 制作店标	55
2.5.3 制作店铺公告	58
2.5.4 宝贝分类	59
2.6 推荐优势商品	61
2.6.1 使用橱窗推荐位	61
2.6.2 使用店铺推荐位	64
第3章 万事开头难——进行第一笔交易	67
3.1 与买家交流	68
3.1.1 使用阿里旺旺	68
3.1.2 使用网页版阿里旺旺	76
3.1.3 收发站内信	77
3.1.4 发布和回复宝贝留言	79
3.2 修改交易价格	81
3.3 发货	83
3.4 为买家作出评价	85
3.5 从支付宝账户中提现	86
3.6 处理退款和部分退款	88
第4章 酒香也怕巷子深——提升店铺浏览量	93
4.1 美化店铺页面	94
4.1.1 制作个性化的宝贝分类	94
4.1.2 使用个性化的宝贝模板	99
4.1.3 为店铺页面添加背景音乐	108

4.1.4 为店铺页面安装计数器	111
4.1.5 美化商品描述	114
4.2 店内宣传技巧	115
4.2.1 善用宝贝推荐	115
4.2.2 巧用店铺留言	115
4.2.3 交换友情链接	116
4.2.4 精心布置个人空间	117
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	118
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	122
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	128
4.5 积极参加淘宝网活动	130
第5章 顾客就是上帝——寻找更多的买家	133
5.1 留住上门的买家	134
5.1.1 欢迎词里学问大	134
5.1.2 主动介绍商品	135
5.1.3 理性面对买家侃价	135
5.1.4 买卖不成仁义在	135
5.1.5 为买家的昵称做好注释	136
5.1.6 做好买家的分类	137
5.2 不可遗漏买家	139
5.2.1 利用店铺留言找买家	139
5.2.2 利用求购信息找买家	140
5.3 主动出击联系潜在买家	143
5.4 派发红包邀请买家	144

5.5 监测同行店铺	152
5.5.1 确定监测对象	152
5.5.2 监测内容	153
5.5.3 收藏竞争对手的店铺	153
5.6 实行会员分级制度	155
5.7 设置店铺提醒	157
5.8 定期联系买家	158
5.8.1 发送手机短信	158
5.8.2 发送电子邮件	159
第6章 有备才能无患——备份和恢复数据库	161
6.1 利用淘宝助理备份店铺数据库	162
6.2 利用淘宝助理批量上传宝贝	165
6.3 批量修改宝贝信息	167
6.4 利用淘宝助理导出 CSV 文件	170
第7章 细节决定成败——提高客户服务质量	173
7.1 导购篇	174
7.1.1 主动介绍商品	174
7.1.2 为买家节省运费	175
7.1.3 用好阿里旺旺的快捷短语	175
7.1.4 导购中的小技巧	176
7.1.5 电话交流中的注意事项	177
7.2 发货篇	177
7.2.1 为商品打好包装	177
7.2.2 选择合适的送货方式	178
7.2.3 上门送货的注意事项	179
7.3 售后篇	179
7.3.1 制定合理的退货和换货政策	179

7.3.2	善用信用评价	180
7.3.3	合理处理矛盾和冲突	180
7.3.4	回应买家的投诉	181
7.3.5	引导买家修改中评和差评	182
7.3.6	向买家表示感谢	183
7.3.7	请买家帮忙宣传	183
7.3.8	维护客户关系	183
7.4	客服管理篇	184
7.4.1	重视客服质量	184
7.4.2	树立服务品牌	185
第 8 章	他山之石可以攻玉——向优秀网店学习	187
8.1	数码产品店	188
8.2	书店	189
8.3	服装店	190
8.4	化妆品店	191
8.5	家居产品店	192
8.6	地方特产店	193
8.7	虚拟商品店	195
8.8	珠宝首饰店	196
8.9	时尚背包店	197
8.10	网店设计工作室	199

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

说到淘宝网，就不能不说它的“虎父”——阿里巴巴。阿里巴巴是全球著名的电子商务网站，曾多次入选美国《福布斯》评选的全球最佳 B2B 站点。

淘宝网是中国第一家免费的 C2C（消费者对消费者）电子商务网站，占据了 C2C 商业模式的头号交椅，成为个人网上创业的首选平台。

2005 年 10 月淘宝网首次公布的成交业绩显示，第三季度总成交金额达到 23.4 亿元。根据成交额衡量，淘宝网的市场份额已超过 60%。淘宝网公布的 2006 年业绩显示，全年交易总额已突破 169 亿元，较 2005 年同期 80.2 亿元的交易额增长了 110%，将沃尔玛在华的全年营业额甩在身后，是北京王府井百货集团全年销售额的 2.6 倍。2005 年国内 C2C 购物网站在北京、上海、广州三城市的用户市场份额中淘宝网占 67.3% 的份额，如图 1-1 所示。



图 1-1 C2C 购物网站市场份额

2005 年 10 月 20 日，阿里巴巴公司宣布对淘宝网追加 10 亿元的



投资,扶持淘宝网继续免费3年。淘宝网总经理孙彤宇表示,一个企业选择什么样的收费模式,完全取决于市场和产业的实际。淘宝网自2003年成立以来,一直坚持免费的策略,因为中国个人电子商务市场的发展还远未成熟,淘宝网有责任通过大量的投入和免费的策略,不断地普及网络购物的概念,完善以“支付宝”为代表的电子商务诚信体系和安全体系,不断扩大网络交易的人群总数。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中指出,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,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。

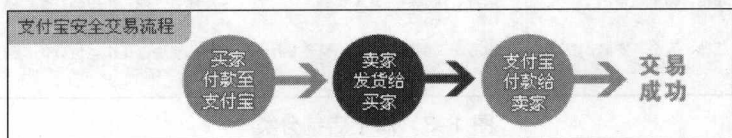


图 1-2 支付宝安全交易流程

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,可以看到淘宝店铺可分为数码通信、女人用品、母婴用品、家居用品、男人用品、游戏相关产品、运动相关产品、书籍音像制品、礼物等几大类,如图 1-3 所示。

宝贝类目	集市	品牌商城	二手闲置	店铺	发布求购
手机充值、IP卡/电话卡 移动 50 100 联通 50 100 网络电话	网游、点卡、金币、装备、帐号 征途 魔兽世界 自动充值 QQ专区 私服专区	电子客票、电子彩票 福彩 体彩 足彩 特价机票 京沪沪航空			
手机(诺基亚 MOTO 三星 索爱 多普达) N73 N72 N95 W690 S700 E6 E950c	电脑硬件、台式整机、网络设备 CPU 主板 内存 硬盘 LCD 显卡 DIY	数码相机、摄像机、单反 索尼 佳能 三星 JVC 镜头 冲印			
笔记本电脑(T61 T60 X61 Macbook) IBM 惠普 SONY DELL 华硕 苹果 联想	网络服务、电脑软件 杀毒软件 虚拟主机 域名 行业软件	MP3、MP4、iPod、录音笔 魅族 纽曼 索尼 艾利和 爱国者 三星			
闪存卡、手机配件、笔记本配件 电池 充电器 贴膜 外壳 蓝牙 外包	办公设备、文具、耗材 打印机 电子辞典 墨盒 刻录盘 投影机	家用电器、豆浆机、电磁炉、电话机 HiFi 耳机 液晶电视 家庭影院 收音机			
护肤、彩妆、香水、美体 洁面 爽肤 防晒 隔离霜 精华 乳液	女装、毛衣、短外套 衬衫 长外套 针织衫 夹克 西装 卫衣	男装、男鞋、潮流配件 T恤 衬衫 帆布鞋 外套 短裤 内裤			
珠宝、钻石、翡翠、黄金 玛瑙种 琥珀钻 婚戒 T天包足 复宝	女士内衣、男士内衣、儿童内衣 文胸 秋裤 无痕内裤 黛安芬 隐形胸罩	运动、健身、瑜伽、(耐克、阿迪) 运动鞋 运动服 护膝 篮球 网球 羽拍			
饰品、流行首饰、时尚饰品 银饰 韩国 水晶 外贸原单 施华洛世奇	女包、帽子、腰带、男包 钱包 斜挎包 遮阳帽 单肩包 手提包	户外、野营、军品、旅游、机票 登山鞋 徒步鞋 帐篷 烤架 背包 渔具			
手表、流行手表 swatch 卡西欧 欧米茄 精工 劳力士	女鞋、男鞋、运动鞋 单鞋 鞋子 休闲鞋 帆布鞋 炫面 短靴	童装、婴儿服、童鞋、亲子装 T恤 裙 裤 套装 牛仔装 迪士尼 米奇			
居家日用、厨房、装饰、工艺品 日用 女性用品 十字绣 钟表 饰品	剃须刀、剃毛器、电动牙刷、电吹风 按摩棒 按摩垫 足浴器 拔罐器 丰胸仪	母婴用品、玩具、奶粉、孕妇装 奶瓶 尿片 洗护 童车 童床 书包			
床品、靠垫、窗帘、布艺 四件套 秋冬被 防尘罩 保健枕 毛毯	家具、同城购、宜家代购 沙发 折叠家具 寸书桌 充气家具 床	宠物、犬粮、狗用品、猫用品 狗 猫 仓鼠 龙猫 小豚 爬虫 鸟 服油			
装潢、灯具、五金、安防、卫浴 家装 龙头 电池 锁具 油漆 墙纸	租房、二手房、楼盘、特色餐厅 整租 合租 写字楼 商铺 餐馆 夜生活	鲜花速递、花市、仿真花、园艺 蛋糕配送 卡通花 花种 迷你植物			

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东西，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，并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的一种，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，这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表 1-1 所示。

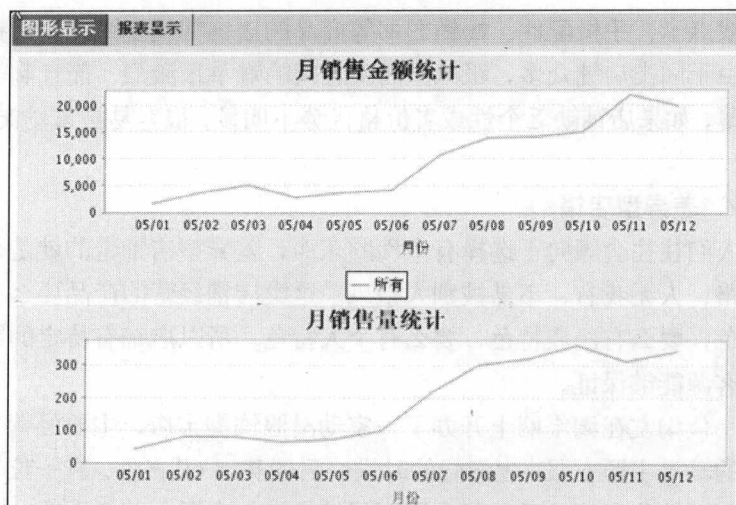


图 1-4 销售数据统计

表 1-1 具体销售数据统计

交易时间 (年、月)	交易金额 (元)	交易笔数
2005-01	1667.37	43
2005-02	3767.10	80
2005-03	5125.50	79
2005-04	2846.30	64
2005-05	3821.10	74
2005-06	4237.60	99
2005-07	10 873.66	215
2005-08	13 953.40	299
2005-09	14 181.00	319
2005-10	15 104.50	358
2005-11	21 832.40	309
2005-12	19 942.30	339

这个店铺在 1~6 月这段时间内,月销售金额在 5200 元以下,月销售量在 100 笔以下,交易量有明显的上升势头,从 7 月份开始,月



交易量大幅增长,8月份销售金额近14 000元,份销售金额突破20 000元的大关。从上表中可以得到如下启示。

(1) 一个成功的网店都会经历从量变到质变的过程,优质的服务带来的口碑和回头客是质变的保证,生意冷清时不能轻易放弃。

(2) 抓住市场需求,经营得法,网店的交易量会逐步上升。

(3) 交易量有了一定保证后,要总结经验,巩固已有的成果,并争取更大的进步。

1.3.2 向成功店主学习

在开店前,可以参考一下成功店主的经验。

(1) 力求做到专业化,熟悉掌握店铺中各种商品的详细信息,能够对买家的提问给出专业的、有指导性的建议。

(2) 经营有特色的商品,及时跟踪消费热点的变化,选择经营有特色的商品,不断寻找新的利润增长点。

(3) 热心为每一位顾客服务,及时耐心地回复买家提出的问题,对于一些交易中的细节问题(如快递费用问题)一定要解释清楚,避免不必要的纠纷。即使最后并没有完成交易,也要给买家留下一个好的印象,不放走任何一个潜在的客户。

(4) 认真发布每一件商品,发布商品时,不要盗用其他店铺的描述和图片,要有详细的商品描述。如果条件允许,尽量附上商品的实物照片,这样不但能给买家留下很好的印象,也在一定程度上减少了解答买家疑问的工作量。

(5) 买家通过支付宝付款后,卖家应及时发货,在发货前要对商品的质量进行检查,不能把与店铺描述不符的商品发给买家。选择信誉比较好的快递公司,保证商品的运输安全,如果因特殊情况延迟发货,应在第一时间通知买家。

(6) 与老客户保持联系,对老客户进行回访或当有新商品上架的时候通知买家,这都是很好的沟通方式。

(7) 增强自我保护意识,避免因网络欺诈造成损失。