

网上开店推广与经营 案例教程

蒋晓冬 编著



清华大学出版社

◎ 图书&光盘



双栏紧排，经典案例；大容量多媒体教学光盘收录书中实例视频和源文件，播放时间长达**18**个小时以上；免费赠送**15**小时《淘宝开店必备锦囊妙计》+**15**小时《新手学电脑》+**15**小时《Photoshop 数码照片处理》+**15**小时《中文版 Dreamweaver 网页制作》教学演示视频。

◎ 交流平台&云视频教学

技术交流 QQ 群 (**101617400**, **2463548**)
为读者提供**24**小时在线服务。光盘附赠云视频教学平台，读者可免费访问上百 GB 的教学视频。

◎ 免费教学支持

教师可免费下载教学资源 and 课件，同时提供技术支持帮助教师顺利开展教学工作。



计算机应用案例教程系列

网上开店推广与经营 案例教程

蒋晓冬◎编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是《计算机应用案例教程系列》丛书之一,全书以通俗易懂的语言、翔实生动的案例,全面介绍了经营与推广网店的方法与相关知识。本书共分12章,涵盖了网上开店的基本常识,拍摄并制作商品图片,设置商品的图文描述,网店装修的卖家心得,分析顾客的网购心理,推广网店的常用策略,制定优异的客户体验,培养合格的网店客服,使用有效的营销手段,网店促销的常用方法,优化网店运营的细节和建立良好的品牌形象等内容。

本书内容丰富,图文并茂,双栏紧排,附赠的光盘中包含书中实例素材文件、18小时与图书内容同步的视频教学录像以及3~5套与本书内容相关的多媒体教学视频,方便读者扩展学习。本书具有很强的实用性和可操作性,是一本适合于高等院校及各类社会培训学校的优秀教材,也是广大初中级计算机用户和不同年龄阶段计算机爱好者学习计算机知识的首选参考书。

本书对应的电子教案可以到 <http://www.tupwk.com.cn/teaching> 网站下载。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网上开店推广与经营案例教程/蒋晓冬 编著. —北京:清华大学出版社,2016

(计算机应用案例教程系列)

ISBN 978-7-302-44712-2

I. ①网… II. ①蒋… III. ①电子商务—商业经营—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 185411 号

责任编辑:胡辰浩 袁建华

装帧设计:孔祥峰

责任校对:成凤进

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62781730

印 刷 者:北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者:三河市溧源装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:18.75 插 页:2 字 数:480千字

(附光盘1张)

版 次:2016年8月第1版

印 次:2016年8月第1次印刷

印 数:1~3500

定 价:45.00元

第2章

图像的基础编辑

使用 Photoshop 应用程序编辑处理图像文件之前，必须先掌握图像文件的基本操作。本章主要介绍 Photoshop CC 应用程序中常用的文件操作命令，图像文件的显示、浏览和尺寸的调整，使用户能够更好地、更有效地绘制和处理图像文件。

1

对应光盘视频

例 2-1 新建文档
例 2-2 打开图像文件
例 2-3 存储图像文件
例 2-4 置入智能对象
例 2-5 编辑智能对象
例 2-6 替换智能对象内容
例 2-7 智能对象副本
例 2-8 使用【选择性粘贴】命令
例 2-9 使用【导航器】面板

例 2-10 使用【缩放】工具
例 2-11 更改图像的排列方式
例 2-12 更改图像文件大小
例 2-13 更改图像文件画布大小
例 2-14 使用【历史记录】面板
例 2-15 应用预设动作
例 2-16 创建自定义动作
例 2-17 载入并应用动作
本章其他视频文件参见配套光盘

2

第2章 图像的基础编辑

完成编辑，只需重新存储，就会自动更新 Photoshop 中的智能对象。

【例 2-5】在图像文件中编辑智能对象。

1. 新建智能对象 (光盘素材\第2章\例2-5)

2. 继续学习【例 2-4】中的高级文件，在 Photoshop 应用程序中打开智能对象。

3. 在【图层】面板中，选中要替换的智能对象。

4. 选择【编辑】>【置入智能对象】命令，打开【置入智能对象】对话框。

5. 在对话框中，选中要替换的智能对象。

6. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

7. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

8. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

9. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

10. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

11. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

12. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

13. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

14. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

15. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

16. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

17. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

18. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

19. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

20. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

21. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

22. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

23. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

24. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

25. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

26. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

27. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

28. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

29. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

30. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

31. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

32. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

33. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

34. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

35. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

36. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

37. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

38. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

39. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

40. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

41. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

42. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

43. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

44. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

45. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

46. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

47. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

48. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

49. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

50. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

51. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

52. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

53. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

54. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

55. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

56. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

57. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

58. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

59. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

60. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

61. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

62. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

63. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

64. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

65. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

66. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

67. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

68. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

69. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

70. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

71. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

72. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

73. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

74. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

75. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

76. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

77. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

78. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

79. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

80. 单击【确定】按钮，完成智能对象的替换。

1 章首导读

以言简意赅的语言表述本章介绍的主要内容。

2 教学视频

紧密结合光盘，列出本章有同步教学视频的操作案例。

3 实例概述

简要描述实例内容，同时让读者明确该实例是否附带教学视频或源文件。

4 实用技巧

讲述软件在实际应用中的操作技巧，让读者少走弯路、事半功倍。

5 知识点滴

插入大量的知识要点，或者本节知识重点解析以及难点提示。

6 操作步骤

图文并茂，详略得当，让读者对实例操作过程轻松上手。



Photoshop CC 图像处理案例教程



知识要点

选择【图层】>【智能对象】>【栅格化】命令，可将智能对象转换为普通图层，栅格化后无法再使用智能对象的功能。

2.1.5 关闭图像文件

同时打开几个图像文件窗口会占用一定的系统资源和系统资源。因此，在完成图像的编辑后，可以使用【文件】菜单中的命令，或单击窗口中的按钮关闭图像文件。

Photoshop 中提供了 4 种关闭文件的方法。

1. 选择【文件】>【关闭】命令，或按 Ctrl+W 组合键，或单击窗口文件名称右侧的【关闭】按钮，可以关闭当前处于激活状态的文件。

2. 选择【文件】>【全部关闭】命令，或按 Alt+Ctrl+W 组合键，可以关闭所有打开的文件。

3. 选择【窗口】>【关闭】命令，可以关闭当前窗口。

4. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

5. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

6. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

7. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

8. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

9. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

10. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

11. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

12. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

13. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

14. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

15. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

16. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

17. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

18. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

19. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

20. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

21. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

22. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

23. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

24. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

25. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

26. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

27. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

28. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

29. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

30. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

这种方法关闭文件时，其他文件不受任何影响。

1. 选择【文件】>【全部关闭】命令，或按 Alt+Ctrl+W 组合键，可以关闭所有打开的文件。

2. 选择【窗口】>【关闭】命令，可以关闭当前窗口。

3. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

4. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

5. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

6. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

7. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

8. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

9. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

10. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

11. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

12. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

13. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

14. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

15. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

16. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

17. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

18. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

19. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

20. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

21. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

22. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

23. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

24. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

25. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

26. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

27. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

28. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

29. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

30. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

31. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

32. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

33. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

34. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

35. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

36. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

37. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

38. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

39. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

40. 单击窗口标题栏右侧的关闭按钮，可以关闭当前窗口。

6

▶▶ 光盘主要内容

本光盘为《计算机应用案例教程系列》丛书的配套多媒体教学光盘，光盘中的内容包括 18 小时与图书内容同步的视频教学录像和相关素材文件。光盘采用真实详细的操作演示方式，详细讲解了电脑以及各种应用软件的使用方法和技巧。此外，本光盘附赠大量学习资料，其中包括 3 ~ 5 套与本书内容相关的多媒体教学演示视频。

▶▶ 光盘操作方法

将 DVD 光盘放入 DVD 光驱，几秒钟后光盘将自动运行。如果光盘没有自动运行，可双击桌面上的【我的电脑】或【计算机】图标，在打开的窗口中双击 DVD 光驱所在盘符，或者右击该盘符，在弹出的快捷菜单中选择【自动播放】命令，即可启动光盘进入多媒体互动教学光盘主界面。

光盘运行后会自动播放一段片头动画，若您想直接进入主界面，可单击鼠标跳过片头动画。

▶▶ 光盘运行环境

- 赛扬 1.0GHz 以上 CPU
- 512MB 以上内存
- 500MB 以上硬盘空间
- Windows XP/Vista/7/8 操作系统
- 屏幕分辨率 1280×768 以上
- 8 倍速以上的 DVD 光驱



1 进入普通视频教学模式

2 进入学习进度查看模式

3 进入自动播放演示模式

4 阅读本书内容介绍

5 打开赠送的学习资料文件夹

6 打开素材文件夹

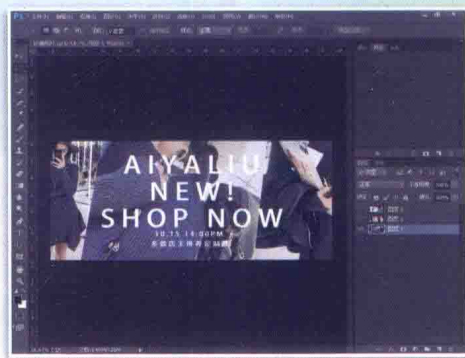
7 进入云视频教学界面

8 退出光盘学习

【网上开店推广与经营案例教程】



► 淘宝商品分类



► 制作商品轮播图



► 制作商品细节图



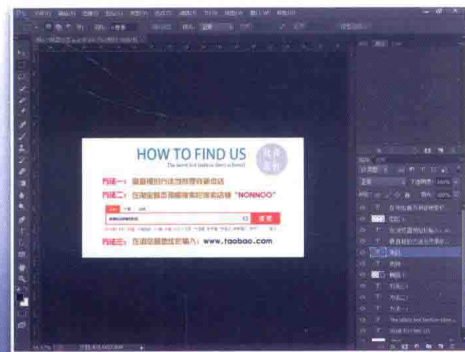
► 商品详细页面



► 甩手工具箱



► 制作商品细节展示图

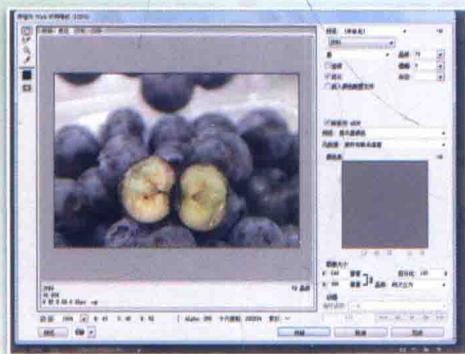


► 制作网店公告



► 制作主图视频

【网上开店推广与经营案例教程】



► 更改图片格式



► 使用多图展示商品



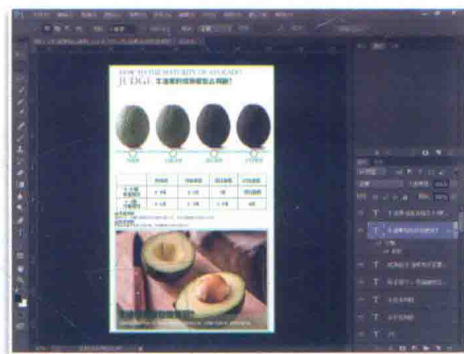
► 制作邮件海报图



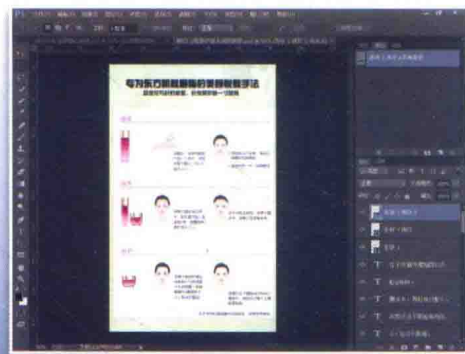
► 商品效果图



► 网店买家评论页面



► 制作商品使用教程1



► 制作商品使用教程2



► 制作商品贴士

熟练使用计算机已经成为当今社会不同年龄层次的人群必须掌握的一门技能。为了使读者在短时间内轻松掌握计算机各方面应用的基本知识,并快速解决生活和工作中遇到的各种问题,清华大学出版社组织了一批教学精英和业内专家特别为计算机学习用户量身定制了这套“计算机应用案例教程系列”丛书。

丛书、光盘和教案定制特色

► 选题新颖,结构合理,为计算机教学量身打造

本套丛书注重理论知识与实践操作的紧密结合,同时贯彻“理论+实例+实战”3阶段教学模式,在内容选择、结构安排上更加符合读者的认知习惯,从而达到老师易教、学生易学的目的。丛书完全以高等院校、职业学校及各类社会培训学校的教学需要为出发点,紧密结合学科的教学特点,由浅入深地安排章节内容,循序渐进地完成各种复杂知识的讲解,使学生能够一学就会、即学即用。

► 版式紧凑,内容精炼,案例技巧精彩实用

本套丛书采用双栏紧排的格式,合理安排图与文字的占用空间,其中290多页的篇幅容纳了传统图书一倍以上的内容,从而在有限的篇幅内为读者奉献更多的计算机知识和实战案例。丛书内容丰富,信息量大,章节结构完全按照教学大纲的要求来安排,并细化了每一章内容,符合教学需要和计算机用户的学习习惯。书中的案例通过添加大量的“知识点滴”和“实用技巧”的注释方式突出重要知识点,使读者轻松领悟每一个案例的精髓所在。

► 书盘结合,素材丰富,全方位扩展知识能力

本套丛书附赠一张精心开发的多媒体教学光盘,其中包含了18小时左右与图书内容同步的视频教学录像。光盘采用真实详细的操作演示方式,紧密结合书中的内容对各个知识点进行深入的讲解,读者只需要单击相应的按钮,即可方便地进入相关程序或执行相关操作。附赠光盘收录书中实例视频、素材文件以及3~5套与本书内容相关的多媒体教学视频。

► 在线服务,贴心周到,方便老师定制教案

本套丛书精心创建的技术交流QQ群(101617400、2463548)为读者提供24小时便捷的在线交流服务和免费教学资源。便捷的教材专用通道(QQ: 22800898)为老师量身定制实用的教学课件。老师也可以登录本丛书的信息支持网站(<http://www.tupwk.com.cn/teaching>)下载图书的相关教学资源。

本书内容介绍

《网上开店推广与经营案例教程》是这套丛书中的一本,该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网店推广与营销的方法与技巧。全书共分为12章,主要内容如下。

第1章:介绍网上开店所需的基本常识和常见网店的类型。

第2章:介绍拍摄网店商品照片,以及使用Photoshop软件处理照片的方法和技巧。



第3章：介绍撰写与设计网店图文描述的方法与技巧。

第4章：介绍装修网店所需的各种元素和相应的图片处理技巧。

第5章：介绍经营网店时，分析顾客心理的常用方法与技巧。

第6章：介绍通过各种手段推广网店和网店商品的方法与技巧。

第7章：介绍如何打造客户体验点以及通过客户体验提升网店服务的方法与技巧。

第8章：介绍网店客服人员的招聘、培训和管理方法。

第9章：介绍网店售前、售中和售后服务中需要注意的事项和要点。

第10章：介绍组织网店促销活动的常用方法与技巧。

第11章：介绍网店经营中各种细节的把握和相应的操作技巧。

第12章：介绍建立网店品牌的重要性和策划品牌商品与品牌店铺的方法。

读者定位和售后服务

本套丛书为所有从事计算机教学的老师和自学人员而编写，是一套适合于高等院校及各类社会培训学校的优秀教材，也可作为计算机初中级用户和计算机爱好者学习计算机知识的首选参考书。

如果您在阅读图书或使用电脑的过程中有疑惑或需要帮助，可以登录本丛书的信息支持网站(<http://www.tupwk.com.cn/teaching>)或通过 E-mail(wkservice@vip.163.com)联系，本丛书的作者或技术人员会提供相应的技术支持。

本书分为12章，其中蒋晓冬编写了1~4章，郑州工程技术学院的杜静芬编写了5~12章，另外参加本书编写的人员还有陈笑、曹小震、高娟妮、李亮辉、洪妍、孔祥亮、陈跃华、杜思明、熊晓磊、曹汉鸣、陶晓云、王通、方峻、李小凤、曹晓松、邱培强等。由于作者水平所限，本书难免有不足之处，欢迎广大读者批评指正。我们的邮箱是 huchenhao@263.net，电话是 010-62796045。

最后感谢您对本丛书的支持和信任，我们将再接再厉，继续为读者奉献更多更好的优秀图书，并祝愿您早日成为计算机应用高手！

《计算机应用案例教程系列》丛书编委会

2016年2月

目录

第1章 网上开店的基本常识

- 1.1 网上开店的方式和经营模式 2
 - 1.1.1 网上开店的优势 2
 - 1.1.2 网上开店的方式 3
 - 1.1.3 网店的经营模式 3
- 1.2 网店销售的商品和进货渠道 4
 - 1.2.1 适合网店销售的商品 4
 - 1.2.2 确定网站的进货渠道 5
- 1.3 经营网店的准备工作和风险 18
 - 1.3.1 经营网店的准备工作 18
 - 1.3.2 经营网店的风险分析 21
- 1.4 网上开店的平台和基本流程 22
 - 1.4.1 网上开店的主要平台 22
 - 1.4.2 网上开店的基本流程 23
- 1.5 案例演练 25

第2章 拍摄并制作商品图片

- 2.1 商品图片的拍摄技巧 28
 - 2.1.1 选择摄影器材 28
 - 2.1.2 选择拍摄背景 29
 - 2.1.3 利用合适的光线 30
 - 2.1.4 拍摄商品的技巧 31
- 2.2 使用 Photoshop 美化商品图片 34
 - 2.2.1 调整有曝光问题的照片 34
 - 2.2.2 调整有偏色问题的照片 37
 - 2.2.3 调整照片的图像清晰度 39
 - 2.2.4 替换照片的背景图 41
 - 2.2.5 去除照片上的瑕疵 42
 - 2.2.6 为照片添加边框和水印 44
- 2.3 使用 Photoshop 制作动态图片 47
- 2.4 使用 Photoshop 制作网店标志 49
- 2.5 案例演练 53

第3章 设计商品的图文描述

- 3.1 商品描述的总体原则 60

- 3.1.1 流畅的文字描述 60
- 3.1.2 清晰的整体结构 60
- 3.2 策划商品的标题描述 61
 - 3.2.1 标题的结构和组合方式 61
 - 3.2.2 如何在标题中突出卖点 62
 - 3.2.3 商品标题关键词的选择 64
- 3.3 制作商品的描述信息 64
- 3.4 商品图文排版的技巧 70
 - 3.4.1 利用多图展示商品特色 70
 - 3.4.2 利用单图展示商品效果 74
- 3.5 案例演练 75

第4章 网店装修的卖家心得

- 4.1 装修网店吸引眼球 84
 - 4.1.1 网店的装修风格 84
 - 4.1.2 网店的内容规划 84
- 4.2 普通店铺和旺铺的选择 85
 - 4.2.1 普通店铺 85
 - 4.2.2 淘宝旺铺 85
- 4.3 取个易受关注的店名 87
 - 4.3.1 认识网店的店名 87
 - 4.3.2 网店起名的技巧 87
- 4.4 店招的设计思路 and 技巧 88
 - 4.4.1 店招的设计要素 88
 - 4.4.2 店招的设计技巧 89
- 4.5 商品分类的经验和技巧 93
- 4.6 编写易读易记的店铺公告 93
- 4.7 参与友情店铺合作 96
- 4.8 案例演练 97

第5章 分析顾客的网购心理

- 5.1 为什么要了解顾客的心理 100
- 5.2 网店最常见的顾客类型 101
 - 5.2.1 讲原则的理智型顾客 101
 - 5.2.2 爱讲价的贪婪型顾客 101
 - 5.2.3 看广告的冲动型顾客 103



5.2.4	重评价的舆论型顾客	103
5.2.5	自信心强的VIP顾客	104
5.2.6	难取信谨慎型顾客	104
5.2.7	图方便的习惯型顾客	105
5.2.8	有感情的忠实型顾客	105
5.2.9	好讲话的随意型顾客	106
5.3	顾客网购时在想什么	107
5.3.1	顾客购物的心理过程	107
5.3.2	针对买家心理进行沟通	110
5.4	与网店顾客接触的技巧	112
5.4.1	把顾客当作情人追	112
5.4.2	让顾客牢牢记住店铺	113
5.4.3	新顾客拒绝产品的理由	114
5.4.4	老顾客流失的常见原因	115
5.5	案例演练	116

第6章 推广网店的常用策略

6.1	寻找潜在顾客	126
6.1.1	传统结合流行	126
6.1.2	发掘潜力行业	127
6.2	准确定位店铺	127
6.2.1	使用评价策略	127
6.2.2	价格组合策略	128
6.3	通过社区发帖吸引顾客	128
6.3.1	淘宝社区的优势	128
6.3.2	加入淘宝论坛	129
6.3.3	论坛主题帖的类型	130
6.3.4	在淘宝社区发帖	130
6.4	使用聊天工具推广	131
6.4.1	通过QQ推广网店	131
6.4.2	通过微信推广网店	133
6.5	使用电子邮件推广	134
6.5.1	电子邮件营销的优势	134
6.5.2	提高邮件推广效果的技巧	134
6.6	使用网络广告推广	135
6.6.1	什么是网络广告	135
6.6.2	网络广告的类型	135
6.6.3	如何提高网络广告效果	136
6.7	使用博客文章推广	136
6.7.1	什么是博客营销	136

6.7.2	博客推广的技巧	137
6.8	案例演练	137

第7章 制定优异的客户体验

7.1	打造客户体验点的目的	144
7.1.1	体验点和网店的关系	144
7.1.2	提升店铺的服务意识	144
7.2	网店的标准服务	145
7.2.1	标准服务的要点	145
7.2.2	服务在网店经营中的位置	145
7.2.3	服务给网店带来的好处	145
7.3	客户体验点的打造	146
7.3.1	商品体验	146
7.3.2	流程体验	160
7.3.3	服务体验	162
7.4	客户体验点的运用	164
7.4.1	体验点的综合应用	164
7.4.2	体验营销的具体内容	168
7.4.3	商品的包装与发货	170
7.5	案例演练	182

第8章 培养合格的网店客服

8.1	招聘网店客服	186
8.1.1	网店客服的招聘策略	186
8.1.2	网店客服的招聘渠道	187
8.1.3	网店客服的面试技巧	188
8.2	培训网店客服	190
8.2.1	客服培训的重要性	190
8.2.2	客服应具备的能力	191
8.2.3	客服的推广作用	194
8.3	管理网店客服	196
8.3.1	制定客服管理制度	196
8.3.2	网店客服的绩效考核	197
8.3.3	网店客服的激励措施	199
8.3.4	客服员工关系管理技巧	204
8.4	案例演练	205

第9章 使用有效的营销手段

9.1	提供优质的售前服务	210
-----	-----------	-----

9.1.1	通过导购体现店铺服务	210
9.1.2	沟通中提升网店的亲和力	214
9.1.3	通过电话交流时要真诚	215
9.1.4	网店导购的技巧和 注意事项	216
9.1.5	协助顾客进行交易	216
9.1.6	导购过程中适时地 赞美顾客	217
9.2	商品出售中的服务细则	218
9.2.1	仔细检查待出售的商品	218
9.2.2	上门送货的注意事项	219
9.2.3	修改网店商品的价格	220
9.3	做好商品的售后服务	220
9.3.1	及时网上发货	220
9.3.2	及时评价买家	221
9.3.3	关注买家评价	221
9.4	收到中、差评的解决方法	222
9.4.1	造成收到中、差评的原因	222
9.4.2	认真处理收到的中、差评	223
9.4.3	保持 100%好评记录	224
9.4.4	修改网店收到的中、差评	224
9.5	做好网店的售后服务	225
9.5.1	关注售后服务细节	225
9.5.2	妥善解决客户投诉	225
9.5.3	注重买家口碑的力量	226
9.5.4	维护好与顾客的关系	226
9.6	案例演练	226

第 10 章 网店促销的常用方法

10.1	网店促销的作用与时机	232
10.1.1	网店促销的作用	232
10.1.2	网店促销的时机	232
10.2	促销商品的选择和误区	233
10.2.1	什么商品适合做促销	233
10.2.2	网店促销的常见误区	234
10.3	限时限量促销商品	235
10.4	利用积分促销商品	236
10.5	通过打折促销商品	237
10.6	设计拍卖促销商品	237
10.7	卖家包邮促销商品	239

10.8	旺季与淡季的促销方法	239
10.8.1	销售旺季的促销方法	239
10.8.2	销售淡季的促销方法	240
10.9	案例演练	241

第 11 章 优化网店运营的细节

11.1	建立与买家之间的信任	246
11.1.1	信用的三个层次	246
11.1.2	博取顾客信任	246
11.1.3	赢得信任的法则	247
11.2	提高网店的的服务质量	248
11.2.1	增加商品的附加值	249
11.2.2	电话沟通提升服务	249
11.2.3	制作商品贴心教程	250
11.2.4	利用视频展示商品	256
11.3	加入消费者保障服务	257
11.3.1	认识消费者保障服务	257
11.3.2	申请消费者保障服务	258
11.3.3	消保保证金交纳标准	258
11.3.4	必须加入消保的类目	259
11.3.5	退出消费者保障服务	259
11.4	与同行相互比较、取长补短	260
11.4.1	通过搜索榜做比较	260
11.4.2	拜访资深网店卖家	261
11.5	利用“镇店之宝”打开局面	262
11.5.1	选择“人气商品”	262
11.5.2	推广“人气商品”	263
11.5.3	维护“人气商品”	264
11.6	与客户沟通的“三不”和 “两保持”	265
11.6.1	沟通时的“三不”原则	265
11.6.2	保持话题的延续性	265
11.6.3	保持销售的关联性	266
11.7	案例演练	266

第 12 章 建立良好的品牌形象

12.1	网店的品牌概念与意识	272
12.1.1	品牌的概念	272
12.1.2	培养品牌意识	272



12.1.3	品牌的塑造	273	12.5	品牌的营销与推广	284
12.2	网店品牌的分类	274	12.5.1	人脉的力量	284
12.2.1	商品品牌	274	12.5.2	适当利用名人	284
12.2.2	网店品牌	274	12.5.3	时刻不忘宣传	284
12.2.3	个人品牌	274	12.6	网店的不断创新与发展	285
12.3	品牌的命名与定位	275	12.6.1	坚持正版	285
12.3.1	明确品牌的定位	275	12.6.2	坚持创新	286
12.3.2	品牌的命名原则	275	12.6.3	强调服务品牌	286
12.3.3	品牌命名的要素	276	12.6.4	自动销售与智能客服	286
12.3.4	品牌的命名流程	276	12.6.5	通过公益活动扩大 影响力	286
12.3.5	品牌命名的策略	277	12.6.6	走出 C2C 网店平台	287
12.3.6	品牌命名的技巧	278	12.6.7	品牌的不断发展	287
12.4	设计品牌形象	280	12.7	案例演练	288
12.4.1	设计商标	280			
12.4.2	商标的注册程序	283			
12.4.3	构建品牌文化	283			

第1章

网上开店的基本常识

随着人们生活节奏的加快和互联网的普及,作为快捷、便利、价廉的交易方式,网上购物已经逐渐成为许多人日常生活中一种不可缺少的活动。淘宝网是目前国内著名的购物网站,提供了网上购物的交易平台,可以方便商家和消费者进行交易和交流。如果要想通过淘宝网创业,创建一间淘宝店铺是必不可少的。但是,在得到一间可以带来不菲利润的网上店铺之前,除了要精打细算各种盈亏以外,我们还需要了解一些网上开店的基本常识。



对应光盘视频

例 1-1 通过百度搜索货源

例 1-2 通过阿里巴巴搜索货源

例 1-3 通过淘货源搜索货源

例 1-4 加入淘宝分销商

例 1-5 观看淘宝大学教学视频

1.1 网上开店的方式和经营模式

网上开店目前是一个比较热门的新兴行业,具体来说就是经营者通过在互联网上注册一个虚拟的网上店铺(也称“网店”)或者自己根据所销售的商品特点建立独立的商品销售网站,将待销售的商品信息发布到网页上,对商品感兴趣的浏览者可以通过网上或网下的支付方式向经营者付款,经营者通过邮寄或上门送货等方式将商品送到购买者手中,从而达成交易并获取利润的一种市场经营模式。针对这种与互联网紧密相关的经营模式,在决定网上开店之前,选择合适的开店方式与经营模式,是每一位经营者必须关注的问题。

1.1.1 网上开店的优势

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,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. 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。

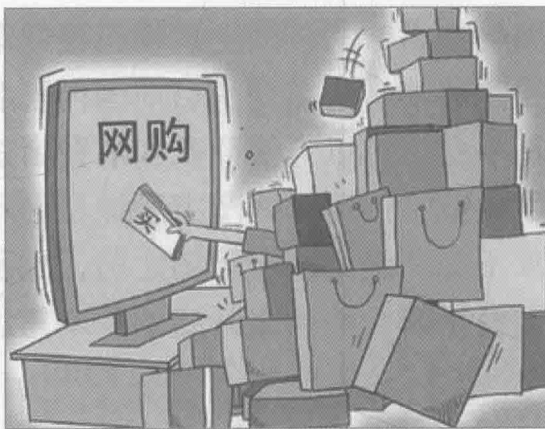
2. 经营方式灵活

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经营或兼职经营。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要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。

3. 限制因素较少

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,都可照常营业。买家可以在任何时间段登录网络店铺进行购物。



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不会影响到网店的经营。网店的商品库存量也不会被店面面积限制,只要商家愿意,网络店铺中可以摆放成百上千的商品。

4. 市场规模巨大

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、经营得法,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。

5. 宣传推广费用较低

对于开设实体店铺的商家来说,其一般需要在广告方面投入大量的资金,对店铺进行宣传包装,以吸引消费者。而网络店铺宣

传的费用则低廉很多,少量的费用就可以吸引大量的网上购物者。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。



1.1.2 网上开店的方式

目前,创建网店的主要方式有通过大型网站注册和自创门户商店两种方式。

1. 在平台网站上注册网店

经营者可以在提供网上开店服务的C2C、B2C网站上开设个人网店。目前,例如易趣、淘宝、微信网店等许多大型专业网站都为个人或企业提供网上开店的服务,经营者只需要向这些网站支付少量的费用(网店租金、商品登录费、广告费用、服务费用等)就可以拥有一间功能齐全的网店,进行商品的网上销售。



实用技巧

采用这种方式在网上开店相当于在商场里租用一个柜台或店面,借助商场的影响力与人气销售商品。目前,常见的网店经营都采用这样的模式。

2. 自立门户创建购物网站

自立门户创建购物网站指的是:网店的经营者亲自动手或者委托他人进行网店设计,网店的经营与大型购物网站没有任何关系,完全依赖经营者个人的宣传吸引访问。



自立门户创建网店网站的建设方式有以下两种:

- ▶ 一种是完全根据商品销售的需要进行个性化设计,需要注册域名、租用空间、设计网页、开发程序等一系列工作,个性化较好,费用较高。
- ▶ 另一种是向一些网络公司购买自助式网站模块,这些模块操作简单、费用低廉,但是可能会缺少特色。



实用技巧

自立门户创建购物网站的缺点是建站费用较高,同时还需要投入足够的时间与金钱进行网站宣传,其优点是网店的内容不会受到限制,也不必向大型购物网站缴纳诸如交易费用或广告费用等服务性费用。

1.1.3 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。