

淘宝网网店运营 全能一本通

开店 装修 推广 物流 客服

◎ 陈志轩 欧丹丽 张运建 编著



【视频指导版】

- 👑 开店、装修、运营、推广、管理，一次讲透
- 👑 56个操作实例，全程详解，专业指导，各类难题轻松解决
- 👑 13个经典案例，全面揭示网店背后的规律，详述资深店主的实战经历
- 👑 55个高清微课视频，扫码即可观看，边学边做，轻松上手



二维码扫一扫
看微课视频



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

淘宝网运营

全能一本通

开店 装修 推广 物流 客服

◎ 陈志轩 欧丹丽 张运建 编著



【视频指导版】

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

淘宝网运营全能一本通：开店、装修、推广、物流、客服：视频指导版 / 陈志轩, 欧丹丽, 张运建编著. — 北京：人民邮电出版社, 2017.5
ISBN 978-7-115-45117-0

I. ①淘… II. ①陈… ②欧… ③张… III. ①电子商务—商业经营—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第046871号

内 容 提 要

淘宝网作为电子商务模式的代表平台之一,在电子商务网站中具有相当广泛的影响力。淘宝网为各种类型的用户提供了非常丰富的服务,并且随着科技、生活的不断发展而快速完善。本书主要针对淘宝开店、装修、运营、推广的相关知识,从策划开店开始,详细介绍了开店准备、开设店铺、选择商品、发布商品、网店装修、网店管理、商品拍摄、商品美化、店内推广、数据分析、搜索排名、物流管理和客服管理等内容。本书内容层层深入,为读者系统地介绍了淘宝从开店到运营的相关知识,能有效地引导读者完成淘宝开店的基本操作。

本书适合淘宝店主、网店店主、网店美工及网店运营人员;同时也适合大学生、初创业者、兼职者等。

-
- ◆ 编 著 陈志轩 欧丹丽 张运建
责任编辑 许金霞
责任印制 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京鑫正大印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 17.75 2017年5月第1版
字数: 430千字 2017年5月北京第1次印刷
-

定价: 48.00元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316
反盗版热线: (010)81055315

前言

P R E F A C E

电子商务, 物流网络 (一)

电子商务是一个发展非常迅速的行业, 淘宝网作为中国著名的网购零售平台拥有近5亿的用户, 不仅拥有数不胜数的商品量和成交量, 同时还多次掀起了购物的狂潮。对于买家来说, 淘宝网是可以购买到心仪商品的购物平台; 对于卖家来说, 淘宝网则是环境良好的创业平台, 特别是处于创业初期的企业, 更容易被淘宝网的创业投资低、风险低等特点吸引。

淘宝网作为早年的“创业圣地”, 对创业者的确具有不凡的吸引力, 然而随着社会的发展, 淘宝创业早已不是轻而易举的事。为了更好地帮助读者认识和了解淘宝网, 掌握淘宝网的开店过程和经营方法, 我们着手编写了本书。本书从开店准备入手, 详细介绍淘宝网开店、装修、推广、物流和客服等知识, 帮助读者掌握从淘宝网开店到运营整个过程的知识。

本书共4篇, 包括店铺开张篇、网店装修篇、运营推广篇、管理售后篇。各篇的具体内容和学习目标如下表所示。

全书内容和学习目标

篇	章节	主要学习内容	学习目标
店铺开张	第 1~4 章	<ol style="list-style-type: none">1. 网上开店的基本知识2. 开店前的准备3. 选择并发布商品4. 店铺管理	了解网上开店的常见平台, 熟悉淘宝开店的流程, 掌握淘宝开店的方法, 在合理定位的基础上选择并发布商品, 完成店铺的基本设置和管理
网店装修	第 5~7 章	<ol style="list-style-type: none">1. 网店商品的拍摄2. 商品图片的美化3. 网店的设计与装修	了解商品拍摄的基础知识, 学会使用 Photoshop 处理和美化图片, 能够完成对店铺不同板块的设计和装修
运营推广	第 8~11 章	<ol style="list-style-type: none">1. 免费推广店铺2. 店内推广与促销3. 网店数据分析4. 搜索引擎排名与优化	掌握网店推广的基本方法, 学会查看和分析网店的经营数据, 学会对网店各项内容进行优化
管理售后	第 12~13 章	<ol style="list-style-type: none">1. 网店物流与仓储2. 网店客服与售后服务	掌握网店物流的管理方法, 掌握网店客服服务的方法与技巧

1.5 经营案例——从项目管理到

3.1.3 网店商品的分析准备 035

淘宝卖家 015

3.1.4 商品的选择 037

本书内容主要有以下特点。

（一）知识系统，结构合理

本书针对淘宝网开店、装修、推广、物流、客服的全过程，一步步深入地介绍了淘宝网开店与运营所涉及的知识，由浅入深，层层深入。与此同时，本书按照“知识讲解+疑难解答+经典案例+高手进阶”的方式进行讲解，让读者在学习基础知识的同时，同步进行实战练习，从而加强对知识的理解与运用。

（二）案例丰富，实用性强

本书知识讲解与实例操作同步进行，结合真实的网店需求进行设计，案例丰富、实用，读者可以借鉴书中的案例进行设计，也可以在其基础上进行扩展练习，本书具有很强的可读性和可操作性，可以帮助读者快速理解与迅速掌握相关知识的应用。

（三）教学资源丰富

书中的“经验之谈”小栏目是与淘宝网开店、装修、推广、物流、客服相关的经验、技巧与提示，能帮助读者更好地梳理知识；“新手练兵”小栏目给出了练习的任务，方便读者对知识进行巩固。此外，本书通过二维码的方式提供给读者配套的视频教学资料，读者直接扫描二维码即可观看。相关素材和效果文件可通过登录人邮教育社区（www.ryjiaoyu.com）进行下载。

本书由经验丰富的网店老手与网络技术高手编写，同时也得到了众多皇冠店店主的支持，在此表示衷心的感谢。由于时间仓促和作者水平有限，书中难免存在不足之处，欢迎广大读者批评指正。

编者

2017年1月

第1章 淘宝网开店前的准备	1.1 淘宝网开店前的准备工作	1.1.1 淘宝网开店前的准备工作	1.1.2 淘宝网开店前的准备工作	1.1.3 淘宝网开店前的准备工作
第2章 淘宝网开店流程	2.1 淘宝网开店流程	2.1.1 淘宝网开店流程	2.1.2 淘宝网开店流程	2.1.3 淘宝网开店流程
第3章 淘宝网店铺装修	3.1 淘宝网店铺装修	3.1.1 淘宝网店铺装修	3.1.2 淘宝网店铺装修	3.1.3 淘宝网店铺装修
第4章 淘宝网推广	4.1 淘宝网推广	4.1.1 淘宝网推广	4.1.2 淘宝网推广	4.1.3 淘宝网推广
第5章 淘宝网物流	5.1 淘宝网物流	5.1.1 淘宝网物流	5.1.2 淘宝网物流	5.1.3 淘宝网物流
第6章 淘宝网客服	6.1 淘宝网客服	6.1.1 淘宝网客服	6.1.2 淘宝网客服	6.1.3 淘宝网客服

目录

CONTENTS

第1篇 店铺开张

第1章 网上开店的基本知识

■ 1.1 | 网上开店概述..... 002

1.1.1 了解网上开店..... 002

1.1.2 网店与实体店的比较..... 002

1.1.3 网上开店的条件..... 003

1.1.4 网上开店的方式..... 004

■ 1.2 | 常见的网上开店平台..... 006

1.2.1 常见的电子商务网站类型... 006

1.2.2 网上开店的平台..... 006

1.2.3 淘宝网中的店铺类型..... 009

■ 1.3 | 网上开店的流程..... 010

1.3.1 开店前期准备..... 010

1.3.2 选择开店平台..... 010

1.3.3 开设店铺并完成装修..... 011

1.3.4 进货..... 011

1.3.5 商品拍照..... 011

1.3.6 上传商品..... 011

1.3.7 店铺营销和推广..... 012

1.3.8 商品售中服务..... 012

1.3.9 发货..... 012

1.3.10 处理评价和投诉..... 012

1.3.11 售后服务..... 013

■ 1.4 | 疑难解答..... 013

■ 1.5 | 经典案例——从项目经理到 淘宝卖家..... 015

1.6 | 高手进阶..... 016

第2章 开店前的准备

■ 2.1 | 注册淘宝会员..... 018

2.1.1 注册成为淘宝会员..... 018

2.1.2 登录淘宝账户..... 020

■ 2.2 | 开通支付宝认证..... 020

■ 2.3 | 申请淘宝店铺..... 022

2.3.1 店铺定位分析..... 022

2.3.2 前期准备..... 022

2.3.3 申请店铺..... 023

■ 2.4 | 店铺基本设置..... 026

2.4.1 应用店铺模板..... 026

2.4.2 选择适合的店铺风格..... 027

2.4.3 店铺基本设置..... 029

■ 2.5 | 疑难解答..... 030

■ 2.6 | 经典案例——找准市场定位， 网店轻松发展..... 031

■ 2.7 | 高手进阶..... 032

第3章 选择并发布商品

■ 3.1 | 选择合适的商品..... 034

3.1.1 网店商品的共同特征..... 034

3.1.2 电子商务市场分析..... 034

3.1.3 选择商品前的分析准备..... 035

3.1.4 商品的选择..... 037

■ 3.2 | 网上商品的进货渠道 038

3.2.1 在阿里巴巴批发进货 038

3.2.2 通过分销网站进货 042

3.2.3 通过供销平台进货 042

3.2.4 通过线下批发厂家进货 043

3.2.5 其他进货渠道 043

3.2.6 进货的技巧 044

■ 3.3 | 发布并修改商品 045

3.3.1 发布一口价商品 045

3.3.2 使用淘宝助理批量发布
商品 048

3.3.3 修改商品信息 051

■ 3.4 | 疑难解答 051

■ 3.5 | 经典案例——严把质量关， 成功上皇冠 053

■ 3.6 | 高手进阶 053

第4章 店铺管理

■ 4.1 | 推荐优势商品 056

4.1.1 商品推荐的原则 056

4.1.2 使用橱窗推荐商品 057

4.1.3 使用店铺推荐位推荐商品 ... 057

■ 4.2 | 使用千牛工作台与买家 交流 058

4.2.1 安装千牛工作台 058

4.2.2 认识和设置千牛工作台 059

4.2.3 联系人管理 061

4.2.4 与买家进行交流 062

■ 4.3 | 商品交易管理 066

4.3.1 商品上下架 066

4.3.2 商品信息修改 066

4.3.3 订单发货 068

4.3.4 退款处理 069

4.3.5 关闭交易 070

4.3.6 评价买家 070

■ 4.4 | 用千牛工作台管理店铺

数据 071

4.4.1 工作台的功能 071

4.4.2 查看店铺数据 071

4.4.3 查看物流数据 073

■ 4.5 | 用支付宝管理账目 075

4.5.1 查询账户余额 075

4.5.2 查看账单明细 076

4.5.3 申请提现 077

■ 4.6 | 疑难解答 077

■ 4.7 | 经典案例——及时沟通买家， 避免投诉和差评 078

■ 4.8 | 高手进阶 079

第2篇 网店装修

第5章 网店商品的拍摄

■ 5.1 | 使用相机拍摄商品 081

5.1.1 相机需具备的功能 081

5.1.2 相机的设置 082

5.1.3 拍摄方法 083

■ 5.2 | 在室内拍摄商品 084

5.2.1 了解室内摄影 084

5.2.2 了解不同角度的光线变化 ... 085

5.2.3 商品的摆放和组合	086
■ 5.3 在室外拍摄商品	088
5.3.1 了解室外拍摄	088
5.3.2 室外拍摄场景布置	089
■ 5.4 疑难解答	090
■ 5.5 经典案例——视觉营销从拍摄 开始	091
■ 5.6 高手进阶	091

第6章 商品图片的美化

■ 6.1 认识图像处理软件	094
6.1.1 选择合适的图像处理软件	094
6.1.2 了解常用图片处理操作	094
■ 6.2 处理图片	095
6.2.1 调整图片大小	095
6.2.2 裁剪图片	096
6.2.3 旋转图片	099
6.2.4 变换图片	099
6.2.5 调整曝光不足或曝光过度的 图片	100
6.2.6 调整图片亮度和对比度	100
6.2.7 调整图片颜色	100
6.2.8 为图片添加水印	102
6.2.9 为商品图片添加边框	103
6.2.10 使图片更加清晰	103
6.2.11 抠图	105
6.2.12 批处理图片	112
■ 6.3 疑难解答	114
■ 6.4 经典案例——商品美化，成就 销量神话	115

■ 6.5 高手进阶	116
--------------------	-----

第7章 网店的设计与装修

■ 7.1 店铺装修前期准备	118
7.1.1 确定店铺类型和风格	118
7.1.2 收集素材	119
7.1.3 认识店铺装修的模块	120
7.1.4 文案的策划与写作	120
■ 7.2 使用和设置图片空间	123
7.2.1 使用图片空间	123
7.2.2 管理图片空间	124
■ 7.3 设置店招和导航	126
7.3.1 店招制作规范	126
7.3.2 设计店招	126
7.3.3 上传店招	129
7.3.4 设置导航条	134
■ 7.4 设置分类导航	135
7.4.1 分类导航制作规范	135
7.4.2 制作分类导航按钮	136
7.4.3 设置分类导航按钮	137
■ 7.5 添加店铺其他装修模块	138
7.5.1 图片轮播模块	139
7.5.2 客服中心	143
7.5.3 商品搜索	144
■ 7.6 设计商品详情页	145
7.6.1 商品详情页制作规范	145
7.6.2 制作商品详情页	145
■ 7.7 疑难解答	152
■ 7.8 经典案例——店铺装修成就 大生意	154

■ 7.9 高手进阶	155
--------------------	-----

第3篇 运营推广

第8章 免费推广店铺

■ 8.1 店铺流量的来源	157
8.1.1 站内搜索	157
8.1.2 付费推广	157
8.1.3 参与活动	158
8.1.4 会员营销	158
8.1.5 其他流量	159
■ 8.2 在淘宝论坛中宣传店铺	159
8.2.1 发帖	159
8.2.2 回复帖子	161
■ 8.3 运用网络资源宣传店铺	161
8.3.1 微博推广	161
8.3.2 微信推广	163
8.3.3 电子邮件推广	168
8.3.4 BBS论坛推广	168
■ 8.4 运用站外平台宣传店铺	169
8.4.1 折800	169
8.4.2 返利网	169
8.4.3 卷皮网	170
8.4.4 参与团购	171
8.4.5 其他站外平台	172
■ 8.5 疑难解答	173
■ 8.6 经典案例——借助自媒体的 “东风”推广店铺	174
■ 8.7 高手进阶	175

第9章 店内推广与促销

■ 9.1 店内基本推广	177
9.1.1 设置店铺名称	177
9.1.2 回复买家评论	177
9.1.3 设置宝贝推荐	177
9.1.4 交换友情链接	178
■ 9.2 店内促销策略	178
9.2.1 策划店内促销活动	178
9.2.2 参加免费试用	180
9.2.3 加入淘宝直通车	182
9.2.4 参加智钻	189
9.2.5 参加淘宝“天天特价”	193
9.2.6 参加聚划算	195
9.2.7 淘宝客推广	197
■ 9.3 疑难解答	199
■ 9.4 经典案例——玩转直通车， 快速打造淘宝爆款	200
■ 9.5 高手进阶	201
第10章 网店数据分析	
■ 10.1 网店经营现状分析	203
10.1.1 基本流量分析	203
10.1.2 基本运营数据分析	203
■ 10.2 网店商品分析	204
10.2.1 商品销量分析	205
10.2.2 商品关联分析	205
10.2.3 单品流量分析	206
■ 10.3 客户行为分析	207
10.3.1 客户购物体验分析	207
10.3.2 客户数据分析	208

10.3.3	客户特征分析	208
10.3.4	客户行为分析	210
■ 10.4	常用数据分析工具	211
10.4.1	生意参谋	211
10.4.2	生e经	217
■ 10.5	疑难解答	219
■ 10.6	经典案例——小数据中的“大道理”	221
■ 10.7	高手进阶	222

第11章 搜索引擎排名与优化

■ 11.1	影响淘宝搜索排序的因素	224
■ 11.2	优化商品标题	225
11.2.1	商品标题的结构	225
11.2.2	查找关键词	225
11.2.3	拆分与组合关键词	226
11.2.4	突出卖点	228
■ 11.3	优化商品描述页	228
11.3.1	目标消费人群定位	228
11.3.2	商品展示	228
11.3.3	页面布局	230
11.3.4	加载速度	230
11.3.5	关联营销	230
■ 11.4	其他类型优化	231
11.4.1	类目优化	231
11.4.2	价格优化	233
11.4.3	图片优化	234
11.4.4	商品上下架时间优化	237
11.4.5	橱窗推荐	238
■ 11.5	疑难解答	239

■ 11.6	经典案例——关联营销提高店铺动销率	241
■ 11.7	高手进阶	241

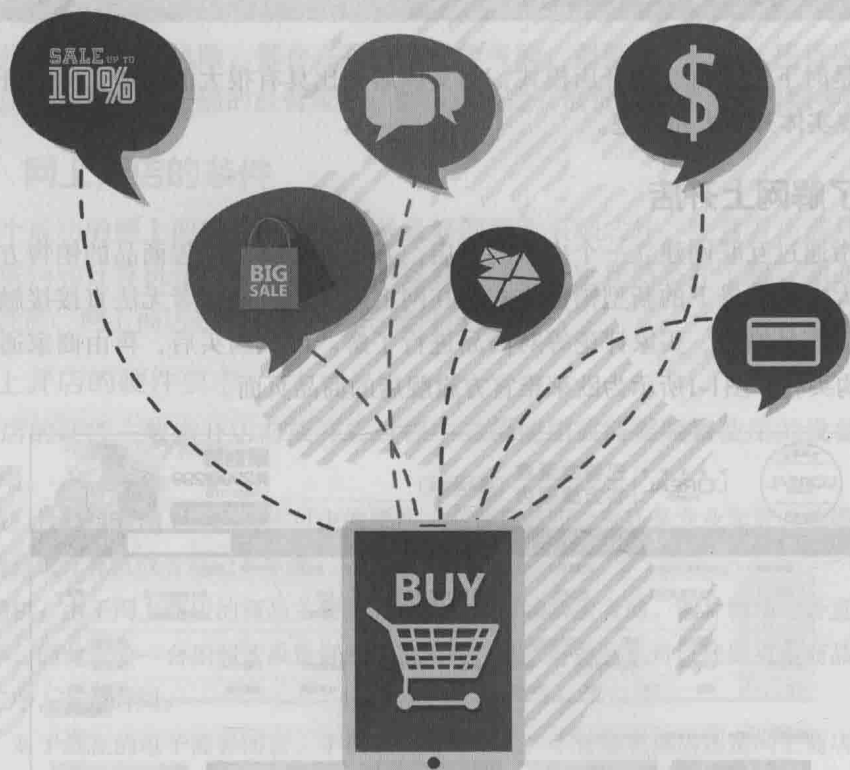
第4篇 管理售后

第12章 网店物流与仓储

■ 12.1	物流的选择	243
12.1.1	网上商品的主要发货方式	243
12.1.2	如何选择适合自己的物流	244
■ 12.2	物流设置	245
12.2.1	服务商设置	245
12.2.2	运费模板设置	246
12.2.3	编辑地址库	247
■ 12.3	仓储管理	248
12.3.1	商品入库	248
12.3.2	商品包装	248
12.3.3	商品出库	251
12.3.4	物流跟踪	251
12.3.5	货物维护	251
■ 12.4	疑难解答	252
■ 12.5	经典案例——好物流成就好口碑	253
■ 12.6	高手进阶	254
第13章	网店客服与售后服务	
■ 13.1	了解客户服务	256

13.1.1	客户服务的意义.....	256	13.5.2	影响客户回头率的因素.....	264
13.1.2	客户服务的沟通原则.....	257	13.5.3	老客户的发展与维护.....	265
13.1.3	客户服务流程.....	259	13.5.4	客户关系管理工具.....	266
■ 13.2	售前服务.....	260	13.5.5	客户关系管理的内容.....	266
13.2.1	介绍商品.....	260	■ 13.6	客服人员管理.....	269
13.2.2	商品推荐.....	260	13.6.1	客服人员的招聘和选择.....	269
13.2.3	与不同的买家沟通.....	260	13.6.2	客服人员素质要求.....	269
■ 13.3	售中服务.....	261	13.6.3	客服人员激励方法.....	270
■ 13.4	售后服务.....	261	13.6.4	客服人员绩效考核.....	271
13.4.1	售后客服注意事项.....	262	■ 13.7	疑难解答.....	272
13.4.2	对待买家的中评和差评.....	262	■ 13.8	经典案例——不从买家身上	
13.4.3	退换货处理.....	264		找原因.....	273
■ 13.5	客户关系管理.....	264	■ 13.9	高手进阶.....	274
13.5.1	新客户的寻找和邀请.....	264			

第1篇 店铺开张



第 1 章

网上开店的基本知识

网上购物是一种十分方便快捷的购物模式，随着电子信息技术的逐渐发展和普及，网上购物的范围和方式也在不断地丰富和完善。网上开店是基于网上购物这个大时代背景而快速发展起来的行业，具有成本低、方式灵活等特点，经营得当，可为经营者带来非常可观的利润。本章主要介绍网上开店基本概念，网上开店平台和网上开店流程等知识。通过本章的学习，读者可以对网上开店有个大致的了解和认识。

1.1 网上开店概述

网上开店是时下十分流行的开店模式，与实体店相比具有很大的优势，同时开店条件和开店方式也与常规实体店大相径庭。

1.1.1 了解网上开店

网上开店指通过互联网建立一个虚拟的商店，并通过该商店出售商品的销售方式。它是一种基于互联网大发展背景下的新型销售方式。在网上店铺中，购买者无法直接接触商品，只能通过商家图片、商品描述、买家评论等对商品进行了解。确认购买后，再由商家通过邮寄等方式将商品寄给购买者。图1-1所示为欧莱雅官方旗舰店的商品页面。



▲ 图1-1 欧莱雅官方旗舰店的商品页面

1.1.2 网店与实体店的比较

与实体店相比，网店在成本、范围和适应性等方面都具有一定的优势。

- **成本优势：**由于网店是虚拟商店，不需要消耗铺面租金和装修等费用，甚至可以不需要库存空间，因此比实体店成本低。同时，网店在人力方面的要求也没有实体店高，其所需人力和时间更少，甚至可以利用空余时间来照看店铺。
- **范围优势：**网络的世界性使网店的销售区域和货源范围非常广，而实体店受限于店铺的区域，销售范围和货源范围较窄。此外，网店可以选择的商品范围也比实体店大，种类也比实体店更加丰富。
- **适应性优势：**网店的适应性非常广，不管是企业、家庭还是个人，都可以发布自己的网店，有正职的人员也可以通过网店进行兼职，赚取利润。部分实体店受季节影响较大，而网店在季节商品转换上则比较便利，因此影响较小。但是实体店较之网店，也存在一定优势。实体店都是当面交易，购买者可以直观地查看商品的品质，进行试用或试穿，但在网店中进行交易时，其交易方式是先支付

货款，再等待商家邮寄，并且购买者无法直观地查看商品，可能会产生顾虑。

虽然实体店和网店的开店方式、经营方式都大不相同，但基于双方本质上都是商店，所以也存在很多共同点。如都需对商店经营方向进行正确定位，选择合适的商品进行经营；都需要投入一定的资金并承担相应的风险；都存在很大的竞争考验；都要面对换季、压货风险；都需努力提升服务品质；都需制定正确的经营策略；都可以通过开展促销活动来吸引顾客进行消费。

1.1.3 网上开店的条件

要开一个成功的网上商店，除了要具备良好的商业头脑之外，经营者还需具备一定的软硬件知识。互联网和计算机是网上开店的基本媒介，因此一定要熟悉和了解。除此之外，根据经营者开店的性质，网上商店还需配备一定的硬件设备。

1. 网上开店的硬件要求

网上开店的硬件一般指开店前或开店过程中必须使用或需要频繁使用的设备，下面对主要设备进行介绍。

- **计算机**：计算机是网上开店必不可少的硬件，不管是兼职卖家还是专业卖家，都需要准备一台基本配置的台式计算机或者笔记本电脑。
- **数码相机**：由于网上商店的商品主要是通过图片展示给消费者的，图片精细与否直接关系到商品的出售率，因此需要一台拍照效果良好的数码相机。品质好的相机可以还原更多商品细节，减少后期处理工序，节约时间。
- **手机**：对于现在的电子商务而言，手机的作用非常大。不管是实体店还是网上商店，都不仅是卖商品，也需要卖服务，而网上商店的经营者更多需要依靠网上交流平台和手机来维护客户关系。除此之外，现在越来越多的消费者选择通过手机端购买商品，因此经营者需要时刻关注手机端的店铺情况，随时查看并体验自己店铺在手机端上的功能和表现。
- **传真机和打印机**：根据网上商店的商品性质，部分商店还需配备传真机和打印机，用于打印发送合同、文件等。

除了上述硬件之外，根据商店和商品的性质，卖家可能还需一些其他的硬件设施，比如专业卖家或企业还需要办公场所、固定电话以及其他与产品相关的设施。

2. 网上开店的软件要求

网上开店的软件要求主要与经营者的计算机操作能力相关，如系统和网页的基本操作能力、对一些图形图像软件、网页制作软件、办公软件和聊天软件等的使用，下面对主要的软件要求分别进行介绍。

- **网页操作能力**：网上商店是基于互联网诞生的一个行业，因此要求经营者对网络具有一定的认识，且要具备一定的网页操作能力，需要熟知网页的打开、关闭，图片的上传下载，文本的复制、粘贴和保存等操作。
- **电子邮件的收发**：电子邮件是网络上常见的一种通信方式，在很多场合都需要使用，如联系卖家和维护客户关系、联系批发商、信息验证和确认等。电子邮件的形式多种多样，可以是文本、图片，也可以是声音和视频，使用非常便捷。
- **聊天软件的使用**：网上即时聊天软件是卖家与买家沟通的主要方式，很多买卖都是通过聊天软件达



成的，因此经营者一定要掌握阿里旺旺、QQ等主流聊天软件的使用方法，且具备一定的打字速度。聊天软件如图1-2所示。

- **办公软件的使用：**对于网上商店而言，经营者使用较频繁的办公软件主要是Excel和Word。Word主要用于编排文档、制作文件，Excel则主要用于统计和分析各种销售数据、日常收支、员工工资等，如图1-3所示。



▲ 图1-2 聊天软件

产品	实体店	网店	直销	合计
牛肉	¥102,500	¥62,121	¥120,950	¥285,571
猪肉	¥77,900	¥47,212	¥91,922	¥217,034
羊肉	¥123,000	¥74,545	¥145,140	¥342,685
马肉	¥47,150	¥28,576	¥55,637	¥131,363
鸡肉	¥164,000	¥99,394	¥193,520	¥456,914
鸭肉	¥102,500	¥62,121	¥120,950	¥285,571
鹅肉	¥61,500	¥37,273	¥72,570	¥171,343

▲ 图1-3 Excel办公软件

- **图形图像软件的使用：**图形图像软件主要以Photoshop、光影魔术手等为主，主要用于处理商品图片、美化商品效果等。Photoshop是一款功能非常强大的图像处理软件，网店经营者主要使用它的裁剪、调色、抠图、图层、画笔、文本、蒙版等内容。图1-4所示为Photoshop界面。
- **网页制作软件的使用：**网页制作软件主要用于设计和制作网页，常用的网页设计软件为Dreamweaver。当经营者需要建立独立的网站时就需要使用网页制作软件自主设计网页。图1-5所示为Dreamweaver界面。



▲ 图1-4 Photoshop界面



▲ 图1-5 Dreamweaver界面

1.1.4 网上开店的方式

网上开店的方式主要有两种，一种是借助网上商店平台，依附于该平台开设店铺；另一种是自己申请域名，设计自己的网站。

1. 自助式开店

自助式开店是指通过提供网上商店服务的平台进行自助开店，如利用淘宝网、易趣网等C2C网站，天猫商城、京东商城、当当网等B2C网站。自助式开店类似于在商城中租用一个柜台出售商品，其方式比较简单。提供这类服务的平台一般都提供了自助开店服务，一般只需支付平台相应的费用，即可简单快捷地建立自己的店铺。

自助式开店的优势是可以借助这些网上商店平台的人气，是一种非常主流的开店方式，图1-6所示为入驻天猫商城的页面。



▲ 图1-6 入驻天猫商城的页面



经验之谈

现在的网上商城平台很多，不同平台对入驻商家的要求不同，淘宝网，对于商家入驻的要求较低，个人或企业都可入驻。而天猫商城、京东商城等网站，则对入驻要求较高，一般是商家才可入驻，且入驻时需提供企业基本信息，缴纳一定的保证金。

2. 创建独立网站

创建独立网站是指网店经营者根据自己商品的经营情况，自行设计或委托专人制作网站。独立网站一般都有一个独立域名，不依附其他的大型购物商城，经营者自主进行独立经营。建立独立网站需要完成域名注册、空间租用、网页设计、程序开发、网站推广、服务器维护等工作，由于是自主设计，所以可以体现出独特的设计风格，不同于自助式开店会受限于商城的模板，图1-7所示为独立网站。

独立网站的经营推广比自助式网站更加困难，最好要有一定的运作团队来维护网站的运作。同时由于这类网站不挂靠其他商城，虽然不需要缴纳保证金，但网站推广维护的费用成本会更高，新的独立网站比较难以取得消费者的信任。



▲ 图1-7 独立网站



3. 独立网站和自助开店结合

独立网站和自助开店结合即将两种方式结合起来，既在大型商城中开设店铺，又建立自己独立的网站进行运营。这种方式的投入较高，但集合了两种开店方式的优势，新的品牌也可以依靠大型商城的人气慢慢积累品牌知名度，再发展自己的独立网站。现在很多知名品牌也都采用了这种模式进行销售。

1.2 常见的网上开店平台

现在网上开店平台非常多，部分平台已经积累了相当高的人气，选择一个好平台，对于自己店铺的推广非常有利，因此对网上商店的经营者而言，首先需要对主流的网上开店平台有个基本的了解和认识。

1.2.1 常见的电子商务网站类型

根据电子商务平台经营性质的不同，可将其划分为不同的类型。例如按照交易的主体，可将电子商务划分为B2B、B2C、C2C、O2O、B2G、C2G 6种类型，其中前3种类型是现在主流的电子商务网站类型。

1. B2B

B2B（Business-to-Business）是一种企业对企业的电子商务类型，B2B电子商务是以企业为主体。通过互联网，企业与企业之间对产品、信息、服务等进行沟通和交易，如阿里巴巴网就是B2B电子商务中的典型代表。

2. B2C

B2C（Business-to-Customer）是一种企业对消费者的电子商务类型，即企业直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。B2C电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动，如京东商城、当当网就属于B2C电子商务类型。

3. C2C

C2C（Customer-to-Customer）是一种个人对个人的电子商务类型。C2C电子商务平台一般会为交易的双方提供网上在线交易平台，卖方将商品信息提供给交易平台，由交易平台展示商品，买方可选择需要的商品进行竞价。如淘宝网、易趣网等就属于C2C模式。

1.2.2 网上开店的平台

经营者需根据实际需要来选择网上开店平台，如个人用户适合在淘宝网、易趣网等C2C平台开设店铺，商家、企业等既可以选择C2C平台，也可使用京东商城、天猫商城等B2C平台。

1. 淘宝网

淘宝网由阿里巴巴集团在2003年5月创立，是中国受众非常大的一个网购零售平台。近几年，随着规模的不断扩大和用户数量的快速增加，淘宝网逐渐由原本的C2C网络集市变成了集