

优就业
www.ujjiuye.com

{ 网络营销实战派 }

电商平台运营教程

淘宝、京东、微商新手攻略

中公教育优就业研究院◎编著

扫书内二维码
听课程讲解



{网络营销实战派}

电商平台运营教程

淘宝、京东、微商新手攻略

中公教育优就业研究院◎编著

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目 (CIP) 数据

网络营销实战派·电商平台运营教程 / 中公教育优就业研究院编著. —北京: 世界图书出版有限公司北京分公司, 2017.11 (2018.7 重印)

ISBN 978-7-5192-3986-2

I. ①网… II. ①中… III. ①网络营销—教材 IV. ① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 287096 号

-
- 书 名 网络营销实战派·电商平台运营教程
WANGLUO YINGXIAO SHIZHANPAI · DIANSHANG PINGTAI YUNYING
JIAOCHENG
- 编 著 中公教育优就业研究院
- 责任编辑 张建民 徐 苹
- 特约编辑 叶晶晶
- 装帧设计 中公教育图书设计中心
- 出版发行 世界图书出版有限公司北京分公司
- 地 址 北京市东城区朝内大街 137 号
- 邮 编 100010
- 电 话 010-64038355 (发行) 64037380 (客服) 64033507 (总编室)
- 网 址 <http://www.wpcbj.com.cn>
- 邮 箱 wpcbjst@vip.163.com
- 销 售 各地新华书店
- 印 刷 河北鹏润印刷有限公司
- 开 本 787 mm × 1092 mm 1/16
- 印 张 14.5
- 字 数 348 千字
- 版 次 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 7 月第 3 次印刷
- 国际书号 ISBN 978-7-5192-3986-2
- 定 价 50.00 元
-

如有质量或印装问题, 请拨打售后服务电话 010-82838515

 优就业 (www.ujiuye.com) 是中公教育IT培训品牌，总部位于北京，在全国主要城市建立了470多家直营分部，全国专用教学场地超过30万平方米，是国内研发实力强大，授课师资雄厚，口碑良好的现代化职业教育机构。经过多年的发展，优就业已成功培养了覆盖全国各地的互联网营销师、UI交互设计师、Web前端工程师、PHP工程师、Java工程师、Android工程师、iOS工程师、C/C++工程师、软件测试工程师、Linux云计算工程师、Python工程师、大数据工程师等职业岗位需求人才。优就业始终坚持深入研究市场技能需求，跟随互联网变化提升课程品质，提高图书质量。优就业全体员工始终践行“学员的事，是最重要的事”，为学员高薪就业竭诚服务。

>>互联网热点资讯

>>IT技能干货

>>免费视频轻松学



中公教育就业促进计划

阳光就业基金助你全力以赴黄金求职季

为帮助青年人群在招聘旺季中成功就业，中公教育旗下IT培训品牌优就业设立阳光就业基金，旨在扶持一批有志于从事IT工作的青年群体，为其提供有针对性的技能培训、职业规划以及就业服务，力争使每一名有IT就业意愿的学员都能够高薪就业！

▶ 技能培训

互联网营销、UI交互设计、Web前端、PHP开发、Java开发、Android开发、iOS开发、C/C++开发、软件测试、Linux云计算、Python开发、大数据

▶ 职业规划

量身打造个性化、差异化就业流程

▶ 就业服务

提升求职面试技巧，增加面试成功率



免费食宿



交通补贴



免息贷款



学费减免



温馨宿舍



宽敞食堂



集体合影



教学设施

扫描二维码

查看活动详情及更多免费信息



前言

随着互联网的发展及电子商务的繁荣，越来越多的人意识到电子商务所蕴含的巨大商机，而纷纷投入其发展的浪潮中，一部分年轻人更视其为就业新出路。然而中国电子商务发展到现阶段，其规模、形式、规则等都有了巨大的变化，已经不是人人都可掘金的年代。如果想要在电子商务领域游刃有余，我们必须对其有全面清晰的认识，了解电商运营的基本组成模块，并能熟练掌握各个环节的实际操作。

本书结构框架

本书作为一本电子商务新手的运营指南，从电子商务的基本概念和网络开店前的准备工作开始介绍，逐步讲解在不同平台开设网店的步骤以及店铺运营操作等，其中穿插讲解了近年流行的网络技术、营销理念和物流知识，总结了网店运营过程中的技巧经验，并对淘宝、京东、微店三大电商平台的相关操作及运营技巧等进行了说明。

本书共19章，分6部分进行讲解，内容覆盖电子商务概述、开店筹备、淘宝开店、京东开店、微店开店以及电商运营，概况如下：

电子商务概述（第1章）——介绍电子商务的基本概念、发展趋势以及运营中常用的术语。

开店筹备（第2章）——讲述对电子商务货源的判断与找寻，为开店运营奠定基础。

淘宝开店（第3章—第6章）——介绍淘宝店铺的开通流程、淘宝店铺后台操作、淘宝店铺装修以及淘宝营销推广工具。

京东开店（第7章—第10章）——介绍京东店铺的开通流程、京东店铺后台操作、京东店铺装修以及京东营销推广工具。

微店开店（第11章—第13章）——介绍微商的相关知识，以及微商店铺的开通和推广方法。

电商运营（第14章—第19章）——从商品要素的优化、商品拍摄与制图、营销

策略、网店客服以及物流和团队搭建等方面进行介绍，使读者了解电商运营的常见问题，掌握必备技能。

本书内容特点

本书体系科学，内容翔实。立足于电商发展的现状，从整体上介绍了网上开店的相关知识，着重讲解目前应用较广的淘宝、京东、微店三大平台的开店操作、营销技巧及注意事项等，帮助读者迈出电商运营的第一步。图书条理清晰，语言通俗易懂，便于初级人员掌握。本书针对性地介绍了不同平台的操作方法及运营技巧，便于初学者结合自身情况，选择合适的发展方向。

本书采用双色印刷形式，图文结合，风格活泼，能激发读者阅读兴趣。提供视频讲解等增值服务是本书的一大特点，重要章节提供专业教师的视频讲解，扫描二维码即可在线学习，操作便捷高效。根据图书内容难易的差别，章节视频也有所侧重，有的是对图书内容的深层次延展，有的是结合内容进行的案例操作。我们力求通过本书及配套的增值服务使读者在掌握理论知识的基础上，具备基本的操作能力。

目录

第1章 认识电子商务

1.1 了解电子商务	1
1.2 电子商务的现状	1
1.3 电子商务的特点	3
1.4 电子商务的主要表现模式	3
1.5 电商行业的发展趋势	6
1.6 电商平台发展动态	7
1.6.1 直播	7
1.6.2 小视频	7
1.6.3 问大家	8
1.7 电商运营常用术语	8
1.7.1 来源分析类术语	8
1.7.2 基础统计类术语	9
1.7.3 销售分析类术语	9
1.7.4 搜索优化类术语	9

第2章 寻找网店货源

2.1 挑选适合网络零售的商品	10
2.1.1 网络零售商品的特点	10
2.1.2 寻找货品的策略	11
2.2 进货途径的选择	12
2.2.1 寻找网络零售商品的线下渠道	12
2.2.2 寻找网络零售商品的线上渠道	14

3.1 开店前的准备	20
3.2 淘宝开店流程	20
3.2.1 注册淘宝账户	20
3.2.2 绑定支付宝账户	24
3.2.3 支付宝实名认证	25
3.2.4 淘宝开店认证	26
3.2.5 创建店铺	28
3.3 店铺常见问题	28
3.3.1 关于开店	28
3.3.2 关于发货	29
3.3.3 关于投诉	29
3.3.4 关于诈骗	29

4.1 店铺设置	31
4.1.1 店铺基础设置	31
4.1.2 加入消费者保障服务	33
4.1.3 缴纳保证金	35
4.1.4 加入退货运费险	35
4.2 图片空间	36
4.2.1 上传图片	36
4.2.2 图片的分类	38
4.2.3 设置水印	39
4.3 设置物流工具	40
4.3.1 设置运费模板	40
4.3.2 跟踪物流信息	42
4.3.3 设置地址库	43
4.4 商品的发布与管理	43
4.4.1 发布宝贝	43
4.4.2 编辑宝贝信息	46
4.4.3 宝贝的其他管理	46

4.4.4 宝贝体检中心	47
4.5 子账号管理	48
4.6 千牛工具的应用	49
4.6.1 设置自动回复	49
4.6.2 设置快捷短语	50

第5章 淘宝店铺装修 52

5.1 淘宝旺铺介绍	52
5.2 PC 店铺装修	53
5.2.1 了解装修后台	53
5.2.2 装修四部曲	54
5.2.3 旺铺功能详解	57
5.2.4 新建页面	63
5.3 无线店铺装修	63
5.3.1 无线店铺装修流程	64
5.3.2 装修模块介绍	65

第6章 淘宝的营销与推广 68

6.1 营销工具介绍	68
6.1.1 官方营销工具	68
6.1.2 促销管理	70
6.1.3 淘金币营销	72
6.2 推广工具介绍	77
6.2.1 淘宝客	77
6.2.2 直通车	81
6.2.3 钻石展位	89

第7章 入驻京东平台 95

7.1 京东开店须知	95
7.1.1 入驻须知	95
7.1.2 京东店铺类型	95
7.1.3 入驻开店限制	96
7.1.4 资费标准	97

7.2 图解开店步骤	98
7.2.1 注册京东账户	98
7.2.2 公司信息提交	101
7.2.3 店铺信息认证	102
7.2.4 开店审核	104
7.3 入驻注意事项	104
7.3.1 在线入驻注意事项	104
7.3.2 公司信息填写注意事项	104
7.3.3 店铺信息填写注意事项	105

第8章 京东店铺后台操作 106

8.1 设置店铺信息	106
8.2 设置店铺分类	107
8.3 申请开通新品牌	108
8.3.1 申请须知	108
8.3.2 申请流程说明	108
8.4 设置二级域名	109
8.5 个人卡支付授权	109

第9章 京东店铺装修 111

9.1 店铺装修介绍	111
9.1.1 页面装修步骤	112
9.1.2 模块介绍	115
9.2 手机店铺装修	117
9.2.1 新建手机店铺	117
9.2.2 装修手机店铺	119

第10章 京东的营销与推广 124

10.1 京东营销	124
10.1.1 单品促销	124
10.1.2 赠品促销	127
10.1.3 套装促销	127
10.1.4 满减促销	128

10.1.5 多买优惠促销	128
10.1.6 优惠券	129
10.2 京准通	129
10.2.1 京东快车	129
10.2.2 京选展位	131
10.2.3 京东直投	132
10.2.4 京挑客	136

第11章 认识微商 138

11.1 什么是微商	138
11.2 微商的发展历程	138
11.3 微店平台的优势	139
11.4 挑选微店平台	140
11.4.1 口袋购物的微店	140
11.4.2 有赞	141
11.4.3 微信小店	142
11.4.4 微盟旺铺	142
11.4.5 阿里巴巴采源宝	143

第12章 开家微店 144

12.1 下载并安装微店	144
12.2 创建自己的微店	144
12.3 微店功能介绍	147
12.4 微店基本设置	155
12.5 发布商品	157

第13章 微店的推广方法 159

13.1 微店内部推广	159
13.2 微信朋友圈推广	162
13.3 QQ 空间推广	163
13.4 新浪微博推广	163

第14章 优化商品三要素 165

14.1 标题的组词思路	165
14.1.1 选择关键词	165
14.1.2 组合标题	167
14.2 打造主图思路	168
14.2.1 商品图片的格式和尺寸	168
14.2.2 优化商品主图	168
14.2.3 拒绝“牛皮癣”主图	169
14.3 商品详情页的设计思路	170
14.3.1 商品详情页内容逻辑	170
14.3.2 详情页的设计技巧	171
14.3.3 详情页创意思路	172
14.3.4 移动端详情页打造	174

第15章 商品拍摄与图片处理技巧 175

15.1 拍摄的基本技巧	175
15.1.1 商品摆放技巧	175
15.1.2 拍摄视角	177
15.2 拍摄流程	179
15.3 商品图片的处理	181
15.3.1 调整照片角度	181
15.3.2 压缩高质量图片	183
15.3.3 调整图片尺寸	184
15.3.4 调整曝光不足	185
15.3.5 处理模糊的照片	185
15.3.6 为照片添加水印	187
15.3.7 抠图处理	189
15.3.8 批量处理图片	190

第16章 网店常见促销策略 192

16.1 赠品促销	192
16.1.1 赠品促销的作用	192

16.1.2 赠品促销的原则	192
16.1.3 如何选择合适的赠品	193
16.2 打折促销	194
16.2.1 打折促销的要领	194
16.2.2 打折促销的优势	194
16.2.3 打折促销的形式	195
16.3 优惠券促销	195
16.3.1 优惠券的优势	195
16.3.2 善用优惠券	196
16.4 搭配促销	196
16.4.1 搭配促销的优势	196
16.4.2 搭配促销的设置误区	197

第 17 章 网店客服必备知识 198

17.1 客服人员必学内容	198
17.2 客服话术	200
17.2.1 常见场景沟通话术对比	200
17.2.2 销售各环节沟通话术	201
17.3 应对买家砍价的策略	202
17.3.1 应对购买多件商品，要求优惠的顾客	203
17.3.2 应对多次询问，坚持砍价的顾客	203
17.3.3 应对要求优惠的老顾客	203
17.3.4 应对发现同款商品的顾客	204
17.4 典型店铺客服案例分析	204

第 18 章 轻松解决配送问题 206

18.1 主要发货渠道	206
18.1.1 邮局	206
18.1.2 快递公司	207
18.1.3 物流托运	207
18.2 商品的包装	208
18.2.1 不同商品的包装方法	208
18.2.2 包装细节	210

18.3 物流异常的处理办法	211
----------------------	-----

第19章 组建电商团队	213
--------------------------	------------

19.1 电商团队的基本架构	213
19.2 各部门工作及具体职责	213
19.2.1 电商总监	214
19.2.2 电商运营组	214
19.2.3 视觉设计组	214
19.2.4 客服组	215
19.2.5 分销组	215
19.2.6 仓储组	215
19.2.7 财务组	216
19.3 电商团队必备要素	216
19.3.1 办公场地	216
19.3.2 注册公司	217
19.3.3 准备办公器材	218
19.4 团队建设	219
19.5 团队常见问题	219

第1章 认识电子商务



视频讲解

当问及什么是电子商务时，很多人以淘宝、京东等当下流行的电商平台为例证，阐述对电商的认知，其大多介绍的是电商平台的运作形式以及对平台好坏的评价，而并非阐述电子商务本身的含义。

1.1 了解电子商务

“电子商务，简称电商，是指在互联网（Internet）、企业内部网（Intranet）和增值网（VAN，Value Added Network）上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动，是传统商业活动各环节的电子化、网络化。”以上为维基百科对电子商务的定义。

在中国，人们所熟知的电子商务是狭义的电子商务，仅仅是指利用Internet从事商务贸易活动。而广义的电子商务是指使用各种电子工具从事的商务贸易活动，这些工具包括但不仅限于电报、电话、广播、电视、传真、计算机、计算机网络、移动通信等。即便作为国内电商平台的代表，淘宝网也仅是电商领域的一部分，电商的表现形式还有很多。

1.2 电子商务的现状

近年来，越来越多的传统企业建立了自有电商平台，或委托第三方开放平台进行商务贸易活动，也有很多个体商人加入在线经营的行列。比尔·盖茨在多年前就提出“21世纪要么电子商务，要么无商可务”，阿里巴巴创始人马云也曾发表过“现在你不做电子商务，五年之后你必定会后悔”的言论，这些在当时被视为夸张的言语，经历了时间的考量，现在逐步得到验证。

经过十余年的发展，如今我国电子商务表现出来的形势，难以用简略的辞藻来诠释，通过以下几点可以感受到其迅猛的发展趋势。

（1）市场规模：高速增长

国家统计局数据显示，2016年全国网上零售额约为5.16万亿元，比上年增长26.2%。其中实物商品网上零售额约为4.19万亿元，增长25.6%，其增速比社会消费品

零售总额高15.2个百分点，拉动社会消费品零售总额增速3个百分点左右；在社会消费品零售总额中所占比重为12.6%，比上年提升1.8个百分点。

随着年轻消费群体的成长以及电商渠道向三四线城市下沉，相关研究报告表明，预计2019年中国电子商务市场交易规模将达到32.7万亿元，中国的网络购物市场仍将继续保持高速增长态势，拉动国民经济，保持快速可持续的增长。

（2）市场模式：以B2C模式为主，多元化发展

在中国的网络零售购物市场中，B2C（企业对消费者的电子商务）模式的市场增长速度最为迅猛，已然成为网络零售的主要推动力。虽然C2C（消费者对消费者的电子商务）市场具有产品种类齐全、容量大的特点，能够满足不同用户的购买需求，但现如今网购用户的购物意识日渐成熟，网购行为逐渐理性化，产品的质量和服务水平成为影响购买的重要因素。因此，以企业为背景的B2C模式更加符合消费者对网购的需求。

不难看出，消费者购物理念的转变，必将催生出新的商业模式，C2B（消费者对企业的电子商务）模式就是其中一种。这种模式改变了我们所熟知的供需模式，真正的C2B模式应该先由消费者提出需求，后由生产企业按需求组织生产。这样，产品和价格都彰显了消费者的个性需求。

（3）市场份额：淘宝网、京东商城脱颖而出

淘宝网、京东商城作为第一梯队已经拉开了与其他中小型电子商务企业的差距。相关研究数据表明，2016年在B2C购物网站交易规模市场份额中，淘宝天猫保持第一，占比约为57.7%，京东位居第二，占比约为25.4%，苏宁易购、唯品会等B2C企业也保持较高的增长速度，具体份额如图1-1所示。

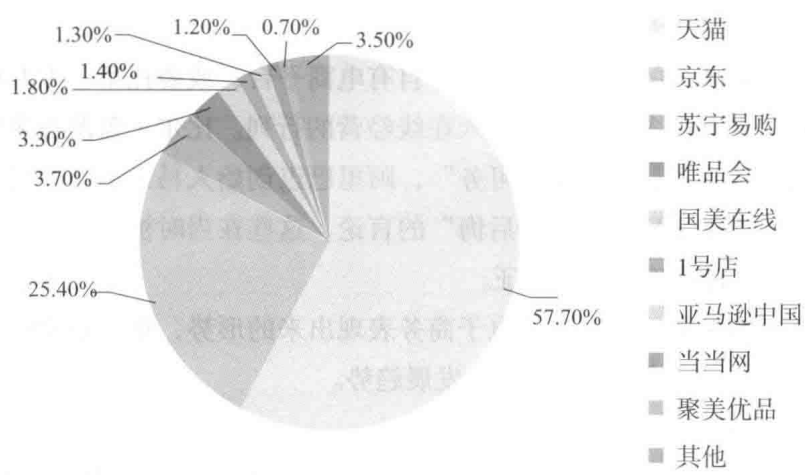


图 1-1 2016 年中国 B2C 购物网站交易规模市场份额