

零售商学院百分百系列

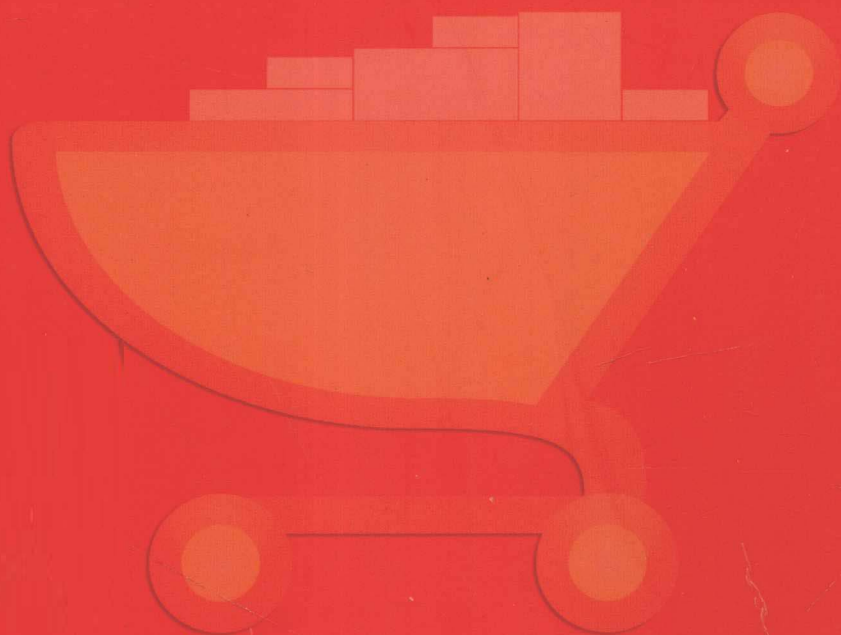
WANGDIAN

LAO QIAN

手把手教你
开一家赚钱的网店

网店捞钱^的100个 精细化绝招

涂 画◎编著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

零售商学院百分百系列



网店捞钱的100个 精细化绝招

涂画◎编著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国 武汉

图书在版编目(CIP)数据

网店捞钱的100个精细化绝招 / 涂画 编著. —武汉: 华中科技大学出版社, 2012.8

(零售商学院百分百系列)

ISBN 978-7-5609-7535-1

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第245072号

网店捞钱的100个精细化绝招

涂画 编著

策划编辑: 刘红强

责任编辑: 陈美鹿

封面设计: 金 刚

责任校对: 孙 倩

责任监印: 熊庆玉

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027) 87556096 (010) 84533149

印 刷: 湖北通山金地印务有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 14.75

字 数: 250千字

版 次: 2012年8月第1版第1次印刷

定 价: 32.00元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



前言

如果你临近毕业，正在为找份工作四处奔波，并为结果不理想而郁闷；如果你厌倦了沉闷无聊的办公室，厌倦了日复一日毫无新意的生活；如果你有挑战自我、实现自我、自主创业的梦想，却苦于没有资金也没有门道，那么，不妨试试开一家网上店铺吧！

在网络中开一家店铺，是在信息时代网络技术快速发展的背景下诞生的一种全新贩售方式。想要自己当老板经营店铺的创业者，或者想把业务扩展到网络上的实体店主或企业，都可以通过在网络交易平台上注册一个属于自己的网上商店，或者自己创建一个独立的网店，将待售商品的信息以图文形式发布到网店上，说明商品情况，并标出具体价格，供人们浏览选择。浏览者若想购买商品，可以通过多种支付方式，包括网上支付和邮政汇款等，向网店店主支付商品款项；支付成功后，网店店主可以选择使用邮政、快递公司等物流服务，将商品寄给购买者。

据有关调查显示，2002年中国网民在网上进行购物所达成的交易总额仅占全国消费品交易总额的0.04%；到2006年，这一比例已经增长了9倍，达到0.41%；2007年上半年，这一比例更是快速增加到0.6%，2008年之后的几年更是呈现爆炸性增长趋势。

网店给创业者提供了一种全新的创业渠道，这种创业方式自由、灵活、新奇、廉价，但并不低档。

网店不同于实体店，开店初期不需要用于经营的门面或用于办公的场地，也不需要专门寻觅一个足够大的仓库存放货物，更不需要刚开始开店就招聘员工从而增加成本。网店目前还没有必须进行

工商注册的法律规定，比实体店的注册快捷方便、省时、省力、省经费。

网店成本低，开店方式灵活，店主想要转换经营模式、经营风格、经营方向等都可以轻松实现，没有实体店会遇到的各方面限制。由于网店的灵活性，风险也相对实体店来说小了很多。所以，即使完全没有做生意经验的人群，也可以尝试开个网店，从自己的兴趣爱好出发，一边开店一边积累经验，一点点把生意做起来，不需要担心门槛的问题。

网店打破了传统店铺对店主及员工的各种束缚。作为店铺老板，你已经不需要一直守在店里，为了不错过顾客，吃喝睡都在店里，一步不离，完全不敢分出时间去做别的事情。很多店主即使有事必须歇业一天，心里也很不踏实，总惦记着店铺的生意是不是会受影响。但是如果你开了家网店，就完全不同了，只要有一台电脑你就可以掌控大局。你可以在家边休息边操作，也可以在出门时带着电脑，随时查看店铺和回复顾客的询问。

网店是对传统经营模式完全颠覆性的变革，充分迎合了时代的需求。如今很多年轻人都把开网店视为一种时尚有趣的活动，有些人开网店都没想要赚钱，仅仅是为了满足自己的好奇心和兴趣，或者只为了挑战一下自己，看看自己有没有开店的能力，金钱方面的收益都已经是其次了。这些充分说明开网店确实值得尝试，它呈爆棚之势也是理所当然的。

那么，到底怎样创办网店，怎样成功经营一家网店呢？如果您对此还没有什么了解，那么这将是一本非常值得你放在枕边学习的书籍，它可以为你在网上创业指引方向。

本书详细讲述了开网店前的准备、网店货源的寻找、网店的装修与商品展示、商品图片拍摄与包装发货技巧、网店的推广与服务等等，全方位地介绍了网上开店的各个细节，具有很强的实用性和很高的指导价值。如果你是刚刚接触网络经营的新手，或者是开了一段时间网店却没有取得理想收益的店主，本书将让你迅速掌握网店的经营技巧，做一个真正能够赚到大钱的网店店主。



目录

第一章 如火如荼的网店神话

001 信息高速公路上的全新販售方式	1
002 从“吃饭了吗”到“淘宝了吗”	2
003 多姿多彩的网络销售形式	4
004 网店巨大优势颠覆传统经营模式	6
005 风险与优势并存的网上创业	8

第二章 走好开网店的第一步

006 什么样的商品适合在网店卖	9
007 哪几类商品卖得最好	11
008 开网店前要做哪些硬件准备	13
009 开网店前还需做哪些软件准备	15
010 给网店起一个响亮的名字	17
011 给自己起一个好的掌柜名	20
012 第一次发布商品该怎么做	21
013 第一单是怎样成交的	22

第三章 怎样为网店寻找最好的货源

014 多数卖家进货选择批发市场	24
015 从工厂进货有什么利与弊	27
016 怎样辨别工厂的实力	28

017 怎样判定外贸尾单货的真假	30
018 跳蚤市场也要逛逛	32
019 个性时代的手绘、手工商品	33
020 怎样做好网络代销	36
021 去哪里寻找有实力的网络代销供货商	38

第四章 人气网店少不了精心的装修

022 在网店装修时店主要注意些什么	40
023 不同类型网店装修风格大不同	41
024 怎样设计一个诱人的网店店标	43
025 怎样写一个好的网店公告	44
026 怎样制作静态与动态公告栏	45
027 怎样制作精美的网店分类导航	47
028 网店商品描述模板包括哪些内容	53
029 怎样制作宽版商品描述模板	54
030 怎样制作窄版商品描述模板	62
031 给网店添上美妙的背景音乐	64
032 怎样给网店所有页面添加背景音乐	65
033 怎样给网店添加实用的计数器	66

第五章 网店商品的发布有门道

034 商品展示信息要全面才有效	69
035 网店商品图片还可以动态轮播	71
036 批量发布商品，提升工作效率	72
037 省时省力又好用的商品通用模板	73
038 用好商品标题关键词能提升点击率	74

第六章 网店商品展示与定价的学问

039 怎样给网店商品定个合理价格	76
-------------------------	----

040 网店商品定价策略要灵活一点	78
041 怎样写对顾客有吸引力的商品标题	80
042 写商品描述时需要注意的事项	82
043 精彩的商品描述该怎么写	83

第七章 拍出好看的商品图片

044 精美的商品图片应具备的要素	86
045 一步步教你准备商品图片的拍摄室	87
046 拍摄时怎样选择最合适的背景和道具	89
047 不同类型商品要用不同的拍摄技巧	90

第八章 “做”出好看的商品图片

048 怎样用Photoshop巧妙“抠图”	95
049 用Photoshop巧给商品图片加边框、水印	96
050 怎样用Photoshop去除图片背景干扰	98
051 用Photoshop调出好看的照片色调	99
052 用Photoshop为商品图像换个美丽的背景	100
053 商品图片的尺寸该怎样调整	101
054 怎样制作动态展示商品的动画	101

第九章 在网店自有平台做推广营销

055 多参加社区活动与购买推荐位	103
056 怎样创建和经营自己的淘宝帮派	105
057 多购买帮派广告位与参加活动	106
058 神奇的“人气宝贝”排名规则与选择技巧	107
059 “人气宝贝”怎样去推广与维护	110
060 怎样选择促销推广的最佳时机与方式	112
061 列一个详细的淘宝直通车推广计划	118
062 怎样巧妙利用淘宝直通车推广网店	120

063 怎样利用淘宝客推广网店	121
064 利用“淘江湖”给网店免费打广告	123
065 利用钻石展位与超级卖霸推广网店	125
066 什么样的帖子容易成为精华帖	128
067 怎样轻松写出吸引点击率的精华帖	130

第十章 在外部网络为网店推广营销

068 在博客上推广网店的技巧	132
069 怎样用你的博客吸引外部流量	134
070 时下大热的网店微博营销	135
071 什么样的微博内容最有人气	138
072 什么样的微博风格最受欢迎	140

第十一章 各类商品的包装技巧

073 如何巧妙包装首饰类商品	143
074 如何巧妙包装服装类商品	144
075 如何巧妙包装化妆品类商品	145
076 如何巧妙包装数码类商品	146
077 如何巧妙包装鞋帽箱包类商品	147
078 如何巧妙包装书报杂志类商品	148
079 如何巧妙包装食品类商品	149
080 怎样购买纸箱及自制纸袋	150

第十二章 商品发货的省钱绝招

081 用好邮票，控制邮寄成本	152
082 怎样巧妙控制快递成本	153
083 向国外发货的省钱秘诀	154
084 多种物流方式的比较选择	156

第十三章 将你的网店打造成品牌

085 网店品牌的几项分类	159
086 怎样定位你的网店品牌	160
087 切记保护你的网店品牌	161
088 网店品牌建设该怎样去完善	162
089 网店品牌也要懂得创新增值	162

第十四章 不可忽视的网店安全保障

090 网店进货中潜伏的安全隐患	165
091 网店销售中潜伏的安全隐患	166
092 网上支付中潜伏的安全隐患	169

第十五章 打造网店的金牌服务

093 可靠的个人资料与商品展示很有用	172
094 教你几招与顾客交流的特殊技巧	173
095 网购顾客会有哪几种常见心理	176
096 怎样巧妙回答顾客的提问	178
097 售后交流与售后回访的玄机	180
098 别让顾客轻易走出你的网店	181
099 学会服务不同性格的顾客	182
100 怎样做好网店的售后服务	184
101 顾客的投诉你会处理吗	186

第十六章 打造网店的皇冠信誉

102 网店能否获得好评由什么决定	190
103 小心收到顾客的中差评	192
104 怎样通过有效沟通迅速消除中差评	194
105 如果收到恶意差评该怎么办	197

第十七章 网店支付工具的使用

106 几种网店支付工具的介绍	199
107 怎样申请支付工具账户	200
108 怎样给支付宝账户充值和支付	201
109 怎样正确处理支付宝交易纠纷	203

第十八章 网店辅助工具的使用

110 几种网店辅助工具的介绍	205
111 怎样用淘宝助理新建与批量修改商品	206
112 怎样用淘宝助理上传下载商品	210
113 怎样用淘宝助理导出导入和备份数据	212

第十九章 网店交流工具的使用

114 几种网店交流工具的介绍	214
115 交流工具状态与快捷短语的奥妙	215
116 如何查看淘友资料与淘友卡片	216

第二十章 网店管理工具的使用

117 几种网店管理工具的介绍	218
118 Alisoft网店版与“网店小秘书”的妙用	218
119 “网店管家”与其他管理软件	220
后记	223

001

信息高速公路上的全新贩售方式

网店的发展壮大是与互联网在中国的发展壮大密不可分的。

1987年9月20日，“中国因特网之父”钱天白教授在互联网上发出了中国的第一封电子邮件，主题是“越过长城，通向世界”。这封邮件拉开了中国人使用互联网的序幕。网络在中国发展得如火如荼，正像这封邮件主题所揭示的一样，已经超越了技术、人群、国界以及文化等界限，与世界全面联通。随着电脑、宽带等技术在我国的普及应用，互联网在我国已经成为一种大众化工具，成为人们必不可少的生活设施。

使用互联网的人数也在呈几何级数增长。据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计，中国网民人数早已超过了美国，居全球第一位。而从近几年新增的网民群体来看，网民向各层次扩散的趋势非常明显：18岁以下的网民和30岁以上的网民数量增长较快，初中及以下文化程度的网民数量增长较快，低收入人群也开始越来越多地接触互联网。网络几乎已经渗透到中国的每个角落。

与西方国家较早普及互联网的情况不同，互联网进入中国刚刚二十几年，在中国还不算完全发展成熟。因此，中国网民群体还有一个不同于西方网民群体的重要特点，就是我国网民大多比较年轻。中青年网民占了中国网民的大多数，这部分网民大多收入高、学历高、观念新、注重自我、容易接受新事物。

据统计，在中国，有过网上购物经历的网民数量已经超过了7 000万。根据中国社会科学院社会发展研究中心的统计，近年来，网民中的网上购物人群比例还在逐年大幅度提升。

庞大的网上购物人群，也吸引了众多国内外互联网商业巨头的目光。他们非常看好中国C2C（Consumer to Consumer，个人间交易）、B2C（Business to Consumer，

企业和消费者间交易)市场,绞尽脑汁在中国推出众多平台网站,希望能把中国的网购人群一网打尽。

目前,在淘宝网、易趣网、拍拍网等国内几大主要购物网站上,每年达成的交易额非常惊人。其中,仅淘宝一家的服装类商品销售额就超过北京市所有大卖场销售额的总和;其化妆品一个频道的销售额,就超过了雅芳在中国约6 000家专卖店的总销售额;其手机频道的年销售额也已逼近全国手机连锁大卖场迪信通。而在易趣网上,平均每30秒就有一件新登商品,每10秒就有人出价,每60秒就有商品成交。用户还可以通过在线交易平台以竞价和定价形式买卖各式各样的物品,包括服装、古玩字画、计算机和房地产等。

中国台湾有一个创业团队,专门帮助那些没有实力进入中国内地的台商在网上开店进行经营,每年的经营额也高达几亿新台币。这些不见面的买家、卖家每天创造的销售额远远超过了家乐福、国美等零售业巨头,是国际零售业巨头沃尔玛在华销售额的三倍。网店的前途真是无限量,绝不输于实体店铺,甚至有超越后者之势。

虽然我国有过网上购物经历的网民数量很大并且还在逐年暴涨,但相对比例却远远低于发达国家水平。这说明,在我国网店还有很大的发展潜力。随着互联网的普及、网上支付方式的改进、信用卡使用范围的扩大、网上交易平台的发展,开展网上交易的条件已经越来越成熟,网店也将迎来自己的黄金发展期。

从“吃饭了吗”到“淘宝了吗”

据有关调查显示,2002年中国网民在网上购物所达成的交易总额仅占全国消费品交易总额的0.04%;到2006年,这一比例已经增长了9倍,达到0.41%;2007年上半年,这一比例更是快速增加到0.6%,2008年之后的每一年更是呈现爆炸性增长趋势。网上购物正逐渐成为人们生活中的主流购物方式。

1. 中国互联网用户的飞速增长

目前,我国网民有几亿人之多,以35岁以下的年轻人为主体的。庞大的网民基数、较高的消费能力、较新潮的消费方式,使得时尚有趣的网上购物成为当下人们

生活中最热门的话题之一。没准有一天，人们的问候会从“吃了吗”演变成“淘宝了吗”。

2. 网购融入了人们的日常生活

网上购物早已被新一代消费者接受，并且网购已经成为大家生活中不可或缺的购物方式，在想要购物时，很多人的首选不是逛街，而是逛网店。网络销售交易额因此每年急速攀升。中国作为全世界网民最多的国家，不仅有着强大的商品供应能力，更有着巨大的消费市场。

而且，网购发展到现在，已经不再只是尝鲜的年轻人、书虫、电脑爱好者、DVD发烧友的生活寄托，更多的人也逐渐加入网上购物的潮流之中，享受网上购物带来的乐趣。网购覆盖的年龄范围也在逐渐突破年轻人这个群体。

随着商家诚信体制的完善、产品价格的优势、消费者的增加，网络购物日趋普及，未来，网店将会成为大规模赢利的黄金渠道。

3. 网购平台的不断发展与完善

面对网络高速发展带来的经济机遇，淘宝网、易趣网、拍拍网等专业商务网站应运而生，成为满足人们网上购物需求的专业平台，更极大地促进了网上购物的发展。这些商务网站无可匹敌的人气，不仅仅是 C2C 市场进入的一个壁垒，也是 B2C，包括传统零售店铺向网上发展，以及当当、卓越和别的 B2C 店铺的一只拦路虎。

尽管中国各地区经济与互联网发展很不平衡，但中西部地区的网上购物消费也在迅速崛起。国内物流业也在不断发展、开拓，比如支付宝和中国邮政合作推出的“网汇 e”（邮政网上支付汇款）业务，和当年的解决物流与网上支付的办法一样，很适合中国国情，为中西部与非城镇的消费者提供了便利。

淘宝网、易趣网、拍拍网等商务网站未来的发展将呈现一个跨度、两个纵深的拓展。一个跨度指的是地区跨度，两个纵深指的是购物消费者群体和店铺群体。中国经济发展的地区性不平衡，购物消费者中不同的用户特征、不同的消费理念、不同的消费能力与消费行为，以及向消费者提供产品与服务的店铺互联网应用化程度的差异，决定了淘宝网、易趣网、拍拍网等商务网站还有相当长时间的高速发展空间。

003 多姿多彩的网络销售形式

网店不同于实体店，它采用的不是传统的商业模式，而是以互联网为平台，以网络资源为工具，以网民为销售对象的崭新营业模式。和传统的销售模式相比，网店具有前期投入少、管理成本低、在各方面都灵活方便、不受地域与距离的限制等巨大优势，并且网店综合了诸多商业模式的经营优点，是24小时营业、终年无休、面向全球、商品丰富、安全便捷、省时省力、满足人们随时随地购物需求的便民商店。

网络销售以多种形式存在，并不仅仅局限于购物平台上开设的店铺，它主要包括以下几种经营方式。

1. 大型购物网站平台

随着国内电子商务的蓬勃发展，许多人开始通过个人网络交易平台尝试网络购物和自己开网店，他们在淘宝、易趣及拍拍等购物平台上开设了自己的店铺。这些网店在购物平台上进行经营活动，必须遵守网站制定的各种交易规则，熟悉网站的交易操作和流程。与传统销售模式不同，网站会根据网店店主的经营业绩和网站信用评价体系的评价显示相应的信用级别，这是买卖双方对交易的综合评价。这些对以往交易的评价就是一家店铺的口碑，顾客可决定是否购买他们的商品，而在传统销售模式中，顾客很难了解到该店以往的经营情况。购物平台除了制定各种交易规则来约束买卖双方以外，还不断在各种媒体上进行广告宣传，以吸引更多的人气，为网站带来更大的流量。这些被网站吸引来的消费者形成了一个庞大的顾客群，在购物的同时，有一些人也会兴致勃勃地尝试自己开店。由于大家销售的商品类别不同，会员之间就会有各取所需的购物行为，所以，在购物网站上，卖家群体本身就有巨大的消费潜力。

2. 个人博客

现在已经有越来越多的企业利用博客在做营销。就个人卖家来说，利用博客来销售商品也是一个好办法。不过，你新建的销售博客，如果前期一直没有人气，很可能变成一个信息孤岛，慢慢地连自己都没兴趣和信心了。所以，用博客进行销售的方式可能不如其他方式方便高效，它对宣传推广的要求较高，需要店主有一定的

人脉基础，因为他们必须要通过自身的宣传来吸引所有的顾客。所以，对于利用博客进行销售的店主来说，宣传推广能力一定要比在购物平台上开店的卖家强，否则很难打开局面。

3. 专业论坛

互联网上有各种专业性很强的论坛，例如摄影论坛、数码论坛等，一些很早以前就活跃在这些论坛上的朋友，会选择在这些载体上销售商品。有些人经过长期的积累，吸引了大群的粉丝，在论坛上拥有一批忠实顾客；也有人通过这些论坛发帖，认识了一些志同道合的伙伴，大家在技术上取长补短，互相学习，一起投身于某类商品的销售事业。这些店主依靠自己在论坛上的人气，以及丰富的专业知识，赢得了消费者的青睐，从而成功地销售出商品。

4. 独立网站

随着电子商务的普及，很多个人和企业都在互联网上建立了网站，这些网站也是网店经营的一种方式。有的是基于某一个大型商业网站的，使用二级域名，有些则是自己购买空间和域名来建站。利用独立网站做销售同样需要店主具有很强的宣传推广能力，或者加入一些广告联盟来提高网站的流量，比如百度广告联盟、谷歌广告联盟及阿里巴巴网站等。当然，也可以申请成为阿里巴巴的诚信通会员，这样可以争取到更多的展示机会，也可能为网站带来一些批发的生意。

5. 聊天工具

使用聊天工具进行销售的以年轻人居多，他们一般是群里的活跃分子，在群里有着很好的群众基础。他们最初可能是从分享和代购商品开始涉足网上销售，逐渐开始拥有一个忠实的顾客群体，买卖双方通过长期的接触，一般都能成为很好的朋友，由这些朋友再介绍其他的朋友来，通过口碑宣传，逐渐扩大和巩固自己的顾客群。

从上面列出的几种网店类型来看，不同的经营类型面对的消费群体有所不同，由此可以看出，互联网正以一种多层面、多角度的多元化方式朝网上生活社区发展。所以，我们这里所说的网络销售并不是单指购物平台上的店铺，而是泛指通过互联网来实现销售目的的经营模式，只要是从事网络销售的经营模式，都可以把他们经营的平台称之为网上店铺。



004 网店巨大优势颠覆传统经营模式

网店是在互联网这个虚拟空间里开设的虚拟商店，与开实体店的传统商业模式相比，网上开店有着巨大的优势。

1. 网店比实体店节约成本

网上开店比实体店节约的成本，概括地说，主要体现在这几个方面。

(1) 省下了昂贵的店铺门面租金。网上经营店铺的主要方式之一，是从淘宝、eBay易趣、拍拍等专业商务网站获得空间。由于中国网上购物尚处于发展的初级阶段，许多条件都不成熟，这些专业商务网站多以免费开店的形式招揽开店人群。

(2) 不需要租赁仓库，存货问题较好解决。网上店铺是虚拟店铺，大多是小额进货或者代理销售，往往不需要租赁仓库解决存货问题。

(3) 广告推广方式多半是免费的。淘宝、易趣、拍拍等专业商务网站每天的人流量极大，店主通过在其社区、论坛、个人空间等板块免费给店铺做推广宣传，就能取得在现实中印发广告宣传页的效果。

(4) 所需人手较少，小网店只需店主一个人就够。网上店铺大多属于小规模店铺，所需人手少，大多由店主自己经营管理。

(5) 比较灵活，风险小。随着流行趋势的改变或者店主个人兴趣的转移，网上店铺可以快速地改变商品结构，转行经营，风险成本比较低。

2. 网上开店更自由

由于网店是开在互联网上的，完全摆脱了地理空间对店铺的影响，不受任何商圈的限制，所以大大增加了顾客来源。不管地理位置如何，只要网络通到的地方，只要有上网的人群，都可能存在潜在的浏览者和购买者，包括全国甚至全球的网民。顾客群体完全突破了地域的限制，这一点是任何实体店铺都无法比拟的，真正实现了足不出户就可做天下生意。只要网店经营的商品有特色，宣传到位，价格合理，有不错的访问量，就会大大增加商品的销售机会。

传统的实体店铺每天的营业时间为8~12小时，如果遇上恶劣天气或者老板、员工有急事时，就要暂时停业。为了避免生意受到影响，不少店主吃住在那里，一步都不离开店铺，比朝九晚五的上班族还要受限制，可以说完全牺牲了个人生活。