



网上开店

实战指南

销售技巧

武新华 刘伟霞 孙世宁 等编著



化学工业出版社

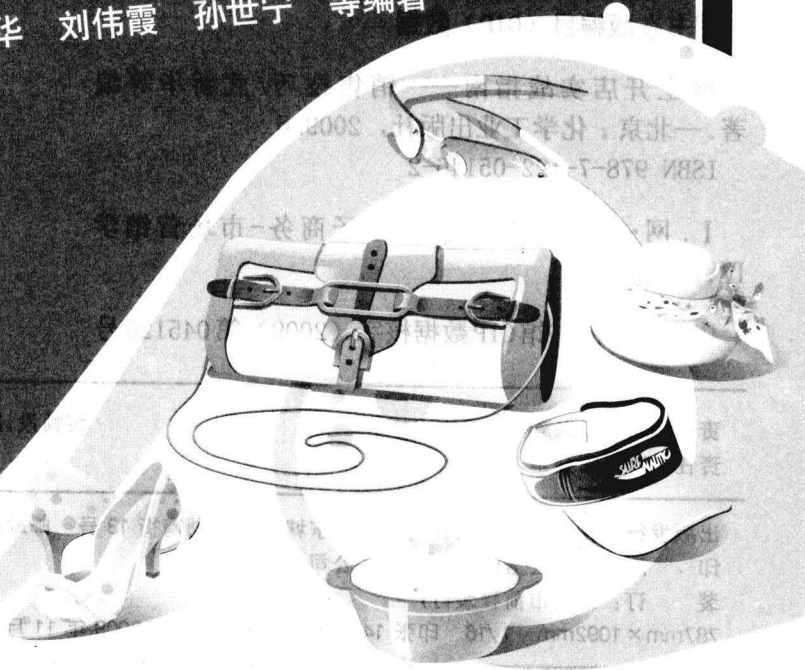




网上开店 实战指南

销售技巧

武新华 刘伟霞 孙世宁 等编著



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书是一本针对有志于网上创业者的指导性参考书，主要介绍了网上创业过程中销售环节所要解决的问题和一些常用的操作技巧，通过具体、形象的案例介绍，向读者展示了网上创业者们的成功经验。

内容包括：如何做一个合格的网店经营者，网上店铺的宣传推广，淘宝店铺销售工具使用技巧，网上销售策略，积极提升店铺浏览量，售后服务和客户关系，为店铺寻找更多的买家，钻石卖家魔法修炼，提高客户服务质量，优秀网店是学习的榜样等。

本书内容丰富全面，语言朴实、幽默，图文并茂，深入浅出，适用于广大网络爱好者、网商学习和参考。

图书在版编目(CIP)数据

网上开店实战指南——销售技巧/武新华等编
著. —北京：化学工业出版社，2009.6

ISBN 978-7-122-05146-2

I. 网… II. 武… III. 电子商务-市场营销学
IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第045126号

责任编辑：张兴辉

装帧设计：尹琳琳

责任校对：陶燕华

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）

印刷：北京云浩印刷有限责任公司

装订：三河市前程装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张14 字数368千字 2009年11月北京第1版第2次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：29.80元

版权所有 违者必究

前言



不论读者对网店经营仅仅是动心，还是早已进步到动口、甚至动手或动脑，本书都将有益于读者。本书完全从实战角度出发，讲述对网商最实用的经营管理经验和技巧。无论读者对电子商务是否饶有兴趣，对网络销售是否还很迷茫，对经营管理是否还有疑惑，对自己的选择是否还在彷徨……这本书将会在实现答疑、解惑的基础上，详细地进行操作指导，能锻炼读者的动手能力，令人豁然开朗，信心倍增，在增加网上创业动力的同时，伴随广大读者取得骄人的业绩。

对于网上开店的经营者来说，人气就意味着浏览量，就意味着潜在的购买需求。切忌不要冷落了每一位顾客，哪怕他仅仅是位“冒失”的来访者。因为一个顾客在网上冲开店者发出的怨气如果不能得到妥善解决的话，将有可能使得店主辛辛苦苦树立的良好口碑毁于一旦。因此，一个成功的开店者要时刻谨记：只有依赖协调整合的行动，建立主动关怀的顾客关系并在第一时间解决客户的需求问题，才能获得客户的忠诚心。

（1）读者对象

在网络创业大潮涌来之际，都有哪些知识是必须准备的呢？如何才能成为乘风破浪的时代骄子，而不是随波逐流的平庸之辈？本书正是为此而编写，通过阅读本书，相信读者的心中会有自己的答案。

本书主要面对的是那些迫切期望进行网上创业的读者，本书内容丰富，条理清晰，实用性强，完全按照网上创业的流程进行讲解，适合各类网络爱好者、网上创业者阅读，也可供其他计算机爱好者参考学习。

（2）内容和特点

本书作为一本网上开店创业的全程指南，从实际网上开店的操作流程开始讲起，同时穿插了最新的网络营销、物流和金融知识，总结了很多网上创业者在实际经营中遇到的问题，并尝试给出了现在最为可行的解决方法。

全书主要介绍了网上卖家应当如何运用网上商品定价技巧提高成效率，如何利用销售工具对网店进行高效维护，以及如何利用各种渠道对自己的网店进行有效的宣传。在承接本丛书进行“手把手”教学引导的同时，读者只需按照书中提供的实例动手实践，即可将其实现应用到实际的网店经营和宣传过程中。

本书主要包括：如何做一个合格的网店经营者，网上店铺的宣传推广，淘宝店铺销

售工具使用技巧，网上销售策略，积极拓展店铺形象，积极提升店铺浏览量，售后服务和客户关系，为店铺寻找更多的买家，钻石卖家魔法修炼，提高客户服务质量，优秀网店是学习的榜样等，通过从电脑技术到营销知识再到成功案例分析的讲解方式，由浅入深地讲解了网上开店创业的各种技能。

本书由众多经验丰富的业内人士合力编写，同时也得到了众多网友的支持，在此一并表示衷心的感谢。本书的编写情况是：唐明明负责第1章，刘伟霞负责第2章，李伟负责第3章，李防负责第4章，孙世宁负责第5章，杨平负责第6章，张晓新负责第7章，王英英负责第8章，陈艳艳负责第9章，郑静、冯世雄负责第10章，段玲华负责第11章，最后由武新华统审全稿。虽然倾注了编者的努力，但由于水平有限、时间仓促，书中难免有疏漏之处，请读者批评指正。

如果读者发现本书中有不妥或需要改进之处，可以与笔者进行沟通，笔者将衷心感谢提供建议的读者，并真心希望和广大读者互动的过程中能得到提高，谢谢！

编 者

目录



第1章 做一个合格的网店经营者 1

1.1 进行网上开店前的准备	2
1.1.1 自己是否适合网上开店	2
1.1.2 需要做的准备工作	4
1.1.3 如何找到合适的项目	4
1.1.4 寻找必要的合作者	7
1.1.5 必要的硬件设备	8
1.1.6 软件基本条件	9
1.2 风险投资与网络企业	12
1.2.1 没有足够的资金怎么办	12
1.2.2 为投资商写商业计划书	13
1.3 网上开店的风险管理	19
1.3.1 进货风险	19
1.3.2 金融风险	21
1.3.3 寄送风险	22
1.3.4 售后风险	24
1.4 总结与经验积累	25



第2章 网上店铺的宣传推广 26

2.1 网络零售店的经营思路	27
2.1.1 网上零售的商品特点	27
2.1.2 网上开店有哪些行业可以选择	28
2.1.3 究竟哪些消费群体才是真正的客户	30
2.1.4 在淘宝上销售商品的步骤	31
2.2 开展多种方式推广店铺	39
2.2.1 发帖销售互惠互利	40
2.2.2 免费注册网店到搜索引擎	42
2.2.3 加入网店联盟	43
2.2.4 互换友情链接	43



2.2.5 网络实名和通用网址	44
2.3 网店的自我完善	47
2.3.1 店铺形象突出个性	47
2.3.2 个人魅力锦上添花	48
2.3.3 店铺商品分类管理	51
2.3.4 设计精美的广告语	51
2.4 总结与经验积累	52

第3章 淘宝店铺销售工具使用技巧 53

3.1 “我的淘宝”高级使用技巧	54
3.1.1 利用时差,让买家随时看到你的宝贝	54
3.1.2 会用推荐,让你的浏览量大增	54
3.1.3 善于查询,让你有双“千里眼”	56
3.2 “阿里旺旺”功能全曝光	57
3.2.1 下载、安装并登录“阿里旺旺”	57
3.2.2 阿里旺旺特色功能	61
3.2.3 通过阿里旺旺给卖家留言	64
3.3 “支付宝”高级使用技巧	65
3.3.1 成为支付宝会员	65
3.3.2 支付宝的注册与激活	65
3.3.3 申请网上银行	67
3.3.4 进行支付宝充值	69
3.3.5 从支付宝帐户提取现金	70
3.3.6 支付宝确保帐户安全	72
3.4 “淘宝助理”发布商品	74
3.4.1 “淘宝助理”介绍	74
3.4.2 下载、安装并登录“淘宝助理”	75
3.4.3 下载宝贝	76
3.4.4 建立模板	77
3.4.5 使用模板	79
3.4.6 上传发布大量宝贝	80
3.5 总结与经验积累	81



第4章 网上销售策略 82

4.1 极具竞争力的商品销售策略	83
4.1.1 准确进行商品定位	83
4.1.2 网上畅销有条件	83
4.1.3 商品销售必须掌握的四个策略	84
4.1.4 恰当的修饰让商品更具竞争力	84
4.2 轻松实现身份认证	85

4.2.1	什么是身份认证	85
4.2.2	支付宝实名认证	86
4.2.3	支付宝个人实名认证失败原因	89
4.3	发布商品技巧	90
4.3.1	淘宝网上商品出售的形式	90
4.3.2	发布“一口价”宝贝	91
4.3.3	购买“一口价”商品	93
4.3.4	发布“拍卖”商品	95
4.4	申请开店,“地摊”终于成“店铺”	96
4.5	总结与经验积累	96



第5章 新店初开,积极拓展形象 97

5.1	充实自己的店铺门面	98
5.1.1	广搜货源充实自己的店铺	98
5.1.2	合理的商品定价	100
5.1.3	店名、商品名的制定	100
5.1.4	精美图片,吸引买家眼球	102
5.2	店铺装修内容设计宝典	103
5.2.1	取个好店名	103
5.2.2	写好店铺公告	103
5.2.3	写好店铺介绍	104
5.2.4	如何进行商品分类	105
5.3	专业化的商品介绍	105
5.3.1	起好商品标题	105
5.3.2	准备商品图片的途径	106
5.3.3	拍出赚钱好照片	106
5.3.4	商品照片的后期处理	108
5.3.5	写好商品介绍文字	120
5.4	总结与经验积累	121



第6章 积极提升店铺浏览量 122

6.1	美化店铺页面	123
6.1.1	制作个性化的宝贝分类	123
6.1.2	使用个性化的宝贝模板	125
6.1.3	为店铺页面添加背景音乐	130
6.1.4	为店铺页面安装计数器	131
6.1.5	为店铺美化商品描述	133
6.2	店内宣传技巧	133
6.2.1	善用宝贝推荐	133
6.2.2	巧用店铺留言	133

6.2.3	交换友情链接	134
6.2.4	精心布置个人空间	134
6.2.5	在店名中加入宣传信息	135
6.3	在淘宝社区中宣传店铺	135
6.3.1	认识淘宝社区	135
6.3.2	设置个人信息	136
6.3.3	发表帖子及回复帖子	137
6.3.4	申请社区广告位	139
6.3.5	积极参加淘宝网活动	140
6.4	利用阿里旺旺的状态信息发布广告	141
6.5	总结与经验积累	142



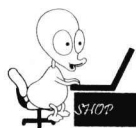
第7章 售后服务和客户关系 143

7.1	建立超人气的网店	144
7.1.1	做好前期准备工作	144
7.1.2	用促销手段来提高人气	144
7.1.3	提高浏览人数的方法	146
7.1.4	用品牌吸引人气	147
7.2	面对客户的抱怨该怎么办	147
7.2.1	轻松搞定网上购物配送环节	147
7.2.2	抱怨甚至警告的产生缘由	155
7.2.3	抱怨和差评处理方法一览	155
7.3	客户关系管理和客户服务	157
7.3.1	怎样处理顾客换货和退货	157
7.3.2	客户关系管理在电子商务中的运用	159
7.3.3	运用《网店管家》软件进行管理	164
7.3.4	可消除客户顾虑的淘宝网支付宝	168
7.4	网上开店成功案例分析	169
7.4.1	良好服务给网店带来巨大商机	169
7.4.2	网店比实体店赚得还要多	170
7.5	总结与经验积累	171



第8章 为店铺寻找更多的买家 172

8.1	留住上门的买家	173
8.1.1	欢迎词和主动介绍商品	173
8.1.2	理性面对买家砍价	173
8.1.3	买卖不成仍是朋友	174
8.1.4	做好买家的分类	174
8.2	积极挖掘潜在客户	175
8.2.1	利用店铺留言找买家	175



8.2.2	利用求购信息找买家	176
8.2.3	主动出击联系潜在买家	177
8.2.4	派发红包邀请买家	177
8.2.5	设置店铺提醒	181
8.3	监测同行店铺并定期联系买家	181
8.3.1	确定监测对象	182
8.3.2	监测内容	182
8.3.3	收藏竞争对手的店铺	182
8.4	总结与经验积累	183

第9章 钻石卖家魔法修炼 184

9.1	良好的心房+坚定的心室	185
9.1.1	真诚打动顾客	185
9.1.2	发掘潜在顾客	186
9.1.3	和买家沟通小技巧	186
9.2	保持良好信用度,说难也易	189
9.2.1	百分百好评卖家经验之谈	189
9.2.2	保持良好信用度的技巧	190
9.2.3	了解买家,因人而异	190
9.3	钻石卖家也防骗	191
9.3.1	同城交易	191
9.3.2	盗取密码	192
9.3.3	支付耍赖	193
9.3.4	利用银行	193
9.3.5	同行卖家篇	194
9.4	总结与经验积累	194



第10章 提高客户服务质量 195

10.1	为客户做好商品导购	196
10.1.1	主动介绍商品	196
10.1.2	为买家节省运费	196
10.1.3	用好阿里旺旺的快捷短语	196
10.1.4	导购中的小技巧	197
10.1.5	电话交流中的注意事项	199
10.2	发货中的学问	200
10.2.1	为商品打好包装	200
10.2.2	网店的主要送货方式	200
10.2.3	选择合适的送货方式	201
10.2.4	上门送货的注意事项	201
10.3	售后服务见诚信	202

10.3.1	制定合理的退货和换货政策	202
10.3.2	善用信用评价	202
10.3.3	合理处理矛盾和冲突	202
10.3.4	回应买家的投诉	203
10.3.5	引导买家修改中评和差评	203
10.3.6	向买家表示感谢	204
10.3.7	请买家帮忙宣传	205
10.3.8	维护客户关系	205
10.4	客服管理的理念	205
10.4.1	重视客服质量	205
10.4.2	树立服务品牌	206
10.5	总结与经验积累	206



第11章 优秀网店是学习的榜样 207

11.1	数码产品店	208
11.2	图书、杂志店	208
11.3	服装店	209
11.4	聚一堂精品屋	210
11.5	网店设计工作室	210
11.6	虚拟商品店	211
11.7	珠宝首饰店	211
11.8	时尚内衣店	212
11.9	奢侈品店	212
11.10	总结与经验积累	213



参考文献 214

第 1 章

做一个合格的网店经营者



重点提示

- ♂ 进行网上开店前的准备
- ♂ 风险投资与网络企业
- ♂ 网上开店的风险管理



本章精粹

本章主要讲述了网上开店必须具备的基本条件：如何寻找到合适的项目，如何找到合适的合作者，当资金不足时应该怎么办，如何编写一份完美的商业计划书以便吸引投资商。在网店风险管理中，怎样规避风险将网店风险降到最低，以便为顺利实现网上开店做好铺垫。



要想做一名合格的网店经营者，在开网店前，做好相应的准备工作是基础。具体包括：自己是否适合网上开店，如何找到合适的项目，如何寻找必要的合作者以及开店所必备的硬件设备和软件基本条件等。其次，风险投资与网络企业是关键，包括没有足够的资金怎么办以及如何为投资商写商业计划书等。最后还要学会规避风险，将网店风险化降到最低，包括进货风险、金融风险、寄送风险、售后风险等。

1.1 进行网上开店前的准备

开店前需要一定的投入准备，这也是网上开店的重要一环，不能草率。在网上开店前，需要先了解网购的消费人群、成交量居高的货品、找寻自己了解或有条件的货源，确定出售货品的主题、投入金额的预算等。

1.1.1 自己是否适合网上开店

网上开店确实让不少的创业者致富了，但在创业过程中由于各种原因导致破产，血本无归的也是大有人在。因此，自己是否适合网上开店创业，必须仔细思考这个问题。当然，如果经过测试发现很适合进行网上开店，那么，在决定网上开店之前，还要做的就是要自我衡量一下，看看自己是否具有成功网上开店创业的必备条件。

一般情况下，一个成功创业者必须具备的条件是：自律、自强、具有相当强的识人能力、超强超硬的管理技能，还要有超丰富的想象力，需要具备非常好的口才、永恒的毅力，乐观、奉献的精神，积极客观的人生态度，以及一定的产品推销、独立创业的能力和良好的竞争意识等，这些都是一个网上创业者必须具备的最基本能力。

当确定走哪行创业之路之后，还要对自己的创业计划进行评估，具体分析自己选择的这个行业是否可行，可以通过如下的操作来进行验证。

① 创业者能否用语言清晰明了地描述出自己的创业构想，而且必须有一个明确缜密的创业思路。

② 创业者是否对自己选择的行业了如指掌，之前是否从事过此行业或相关行业，对此行业内的各个环节运作是否都很清楚掌握。

③ 创业者是否具有特殊、独到且很现实意义的想法和观点，这是吸引消费者的关键。

④ 创业者的创业之路是否经得起时间的考验，是否具有可持续性。

⑤ 创业者的创业目的要明确，争取在多长时间达到什么样的创业效果，是否能够全身心地投入到创业计划中去。

⑥ 创业者是否具有一定的人际关系网，如供应商、承包商、咨询员、工人等关系网，以避免造成运行中断或消失的情况发生。

⑦ 创业者是否明白什么是潜在的回报，不能只看重钱，还要注重成就感、价值感、爱、诚信等潜在的社会回报。

然而，要进行网上开店，除了具备创业条件外，还需要具有一些特点，如足够的上网时间、创业激情等。另外，从个人的职业特点来看，也可以再次衡量自己是否适合网上创业。

在网上开店的人群主要分布在如下几个方面。

● 企业管理者 对于小型企业，网上销售、网上开店是一种必然需要的选择。过去，那些名不见经传的中小企业，要想把产品送进大百货店的大门简直比登天还难，可如今网络店铺给他们提供了一个广阔的天地，解开了中小企业产品“销售难”的死结。不受地理位置、经营规模、项目等因素制约，只要上网就能资源共享，中小企业在网络店铺上与知名大品牌实现了平等，而且还可以开展以前想都不敢想的全球经营。



● 一般的企业白领 网络开店不需要太繁琐的手续,企业白领一般都具有比较空闲的时间,而且办公室都有网络可以使用,这就决定了他们可以有空闲来做兼职工作。另外,一般的白领都具有相当的眼光,这对他们经营网店具有很好的促进作用。如果把网店作为兼职来做,既不影响工作,又可以锻炼自己的能力。从经济角度来看,对自己对家庭,也多开辟了一个发财的渠道。实际上,不少人在网上店铺的收入不断增长之后,甚至会辞职而选择专门经营网店。

● 拥有自己实体商店的人 网上开店,虽然绕开了很多环节,但是如果自己具有很充足的货源,无疑可以在网络店铺中占领先机。因为网络相关成本不高,这些人开办网上店铺,就等于一次的投资,专业地推广自己的产品,很快就可以得到立竿见影的效果。拥有自己的实体店,在宣传方面,很容易让网上购买者产生信任感。网上商店能增加实体店的影响,同时还能拓宽客源。这类人开网店,如果经营得体,就不是赢利与否,而是赢利多少的问题。

● 大学生 众所周知,现在的大学生课余时间比较充裕,而且求知欲比较强烈,十分适合网店这种新的商业类型。缺点是实际经营能力比较欠缺。但是即使作为一种人生阅历,开办网店对大学生也有很大益处,开办网店,可以获得经营、管理、沟通上的很多经验和感悟。不可否认,现在越来越多的在校大学生加入了网上开店创业的潮流。

● 网虫 很多人沉迷于网络游戏或者网络聊天,实际上,如果在网络游戏或者聊天的同时,自己开个小店,不仅可以满足娱乐的需要,还可以过过做老板的瘾,即使赚不了多少钱,起码锻炼了能力。网虫因为网上时间多,就可以找到更多的客户资源,可以将售后服务等做得更细致,可以说是一举多得。

● 自由职业者 网上开店的店主中有一部分是为了一种爱好和兴趣而开店。这部分人大多是自由职业者。不少自由职业者喜欢上网冲浪,开设网络店铺并不在意自己的东西能卖多少钱,而是希望那些平时逛街所觅来的东西同样会有人欣赏和喜欢。其目的是通过开店来充实生活,寻找一些志趣相投的朋友。因此,这类人投资风险较小,还可以以此为契机,拓宽社会圈子,为今后的发展作铺垫。

● 初创者 网上开店创业风险小,只要能有一点的收入,初创者就会很开心。他们心中的成功并非是大把大把的现钞,而是拿到的第一笔订单的喜悦,是对自己选择的肯定。那种开心是常人无法体会的,“网下开小店当老板,网上开店铺做‘掌柜’,网上网下两不误,生意实现双丰收。”创业者在公司建立的初期,知名度低,没有人知道自然就没有生意,开个网络店铺让客户知道有这么一个店铺,网民也可以用搜索引擎找到店铺的连接,建立起知名度就迈出了创业的第一步。

● 生活在大都市的人们 生活在大都市的人们,那就是一种资源,在一些快节奏的城市,遍地都是机遇,只要努力就一定能成功,网上开店就是一个很大的机遇。即使是不懂网络的人们,因为他们生活在这里,而这里的消费者已经肯定了网上购物这种消费方式,这里的消费者有网上购物的消费需求,这里就是市场,这里就是创业的地方。

● 把网络作为自己未来理想的人们 如果很喜欢网络,希望未来的日子不再奔波,过着属于自己的IT白领生活,那就可以去追求自己的梦想。只要做得早,就一定能够成为行业的领跑者。

网上店铺这种独特的商业模式,充满了商机。网上店铺的进货渠道直接且多样,不仅丰富了产品种类,而且降低了商品价格。开办网店,除了希望能够获得丰厚的收获外,同时也要看清自己的长处,看自己是否有足够的资本来做这件事情。网络开店需要大量的上网时间,每天至少有一个小时,当然,时间越多,收获也会越大。商机是诱人的,每个人都可以尝试,但在尝试之前一定要权衡清楚,看清楚适合自己的道路。



1.1.2 需要做的准备工作

随着网络上经营零售的企业越来越多，市场竞争也越来越激烈，消费者选择的余地也就越来越宽广。在这种情况下，如何招揽更多的消费者，将是网上创业者面临的首要问题。如果选择网上开店，则在开店初期一定要时刻保持冷静心态，除了要学习电子商务知识和一些常用软件的使用方法之外，还要注意时刻跟随年轻人的步伐，融入他们的群体当中去。

此外，网上开店的店主还很容易患有上网综合症（即每天不看几次自己的店铺和留言信箱，心里就总感觉不踏实）、视力较差等弊病问题，可以通过如下两大方面来提前做好相应的防范措施。

（1）市场环境

网上销售面临的困难总结起来有三点，即诚信、支付和配送。

① 诚信 诚信对买卖双方一直是一个难以解决的问题，买家担心自己购买的商品与网店图片和描述不符，而卖家又担心货发出去后无法收回货款。更有甚者，现在有一些大规模的购物交易网站本身就没有诚信保障，出售一些假货和水货坑骗消费者。

其实，诚信问题不是在短时间内就能解决的，它和全民素质有关，无论是作为买家还是卖家，都应时刻谨记“己所不欲，勿施于人”的道理，时常自律。

② 支付 虽然每家网店都有网上转帐的支付途径，但真正敢在网上输入自己银行帐号和密码的人还是少之又少。而用邮局汇款和银行电子汇兑却各有优缺点，其实卖家可以提供给买家多种支付方式，以方便买家根据自己的实际情况进行选择。

③ 配送 在配送方面应该注意既要使配送成本尽可能低，同时又要保证配送货物的质量。尽管网上开店前景无限美好，但却并不一帆风顺，在困难出现时应坚定信心，努力克服，稳步前进。

（2）选择合适的搜索工具

网上创业需要时刻保持学习的心态，不断接受互联网上出现的一些新事物、新理念。而如果想迅速找到自己需要的相关信息，搜索引擎（基本上可以分为引擎检索和分类目录式两种）则是一个必不可少的得力助手。

搜索引擎实际上是对网页进行完全的索引，很像黄页电话号簿，在里面不会查找到某一个人具体居住地址类的信息，但却能很容易得到所有叫××的列表。而分类目录则是由人工编辑整理的网站链接，一般对于链接的网址都有相应的文字描述，可以通过这些文字描述来决定自己是否需要进一步查看。

搜索引擎的特点是量大，分类目录的特点是网站经过挑选的。如果需要查找非常具体或特殊的问题，用搜索引擎比较方便；如果需要查找的是某方面的信息或专题，则可以使用分类目录。此外，还有一些较为专业的垂直搜索工具，能够查找到某些确定的信息，如百度的MP3搜索功能。

不同的搜索工具有不同的优势，具体采用哪种工具进行信息搜索，则主要取决于用户自己的实际需要。而Google和百度作为搜索引擎领域的佼佼者，为越来越多的用户所使用。如图1-1所示即为Google的首页面，如图1-2所示即为百度的首页面。

1.1.3 如何找到合适的项目

商机表现为需求的生产和满足方式在时间、成本、数量、对象上的不平衡状态等。当旧的商机消失之后，新的商机又会出现。因此，也可以这么理解，没有商机就不会有“交易”活动。商机要想转化为财富，就必定要满足5个“合适”：合适的产品或服务、合适的客户、合适的地点、合适的时间和价格、合适的渠道。商机归纳起来可以大致如下。



图 1-1 Google 主页



图 1-2 百度主页

(1) 短缺商机

物以稀为贵，短缺是牟利的第一动因。空气不短缺，可在高原或在密封空间里，空气也会有商机。一切有用的东西都可以是商机，如高科技、真情、真品、知识等。

(2) 时间商机

远水解不了近渴。在需求表现为时间短缺的时候，时间就是商机。飞机比火车快，激素虽不治病却能延缓生命，因此它们都有商机的存在。

(3) 价格与成本商机

水往低处流，“货”往高价上卖。在需求和满足上，能用更低成本满足需要时，低价替代物的出现也是商机，如国货或国产软件等。

(4) 方便性商机

花钱买个方便，因此才会出现“超市”与“小店”并存的现象。手机比电话贵，可是因为其实用性好，也就变成了商机。

(5) 通用需求商机

吃、穿、住、行这些人们必需的东西，每天都在继续着，并且周而复始，永续不断。所以有人生活的地方，都会有各种商机出现。

(6) 价值发现性商机

天生某物必有用。一旦司空见惯的东西出现了新用途，肯定会身价大增，板蓝根能防非典，醋能消毒，所以在特殊时期就能涨，就有利可图。

(7) 中间性商机

俗语说得好：螳螂捕蝉，黄雀在后。人们有时候难免会急功近利，为求最后的结果而“不择手段”，结果却忽略了过程。比如，挖金矿时，谁会去计较“买水”的价格，结果黄金没有挖到，倒富了“卖”水的；科技市场卖电脑的没有赚到钱，却富了卖快餐的等。

(8) 基础性商机

基础性商机是指引起所有商机的商机，这对于长期的投资者而言十分重要，如社会制度、基础建设、商业规则等。

(9) 战略商机

指在未来一段时间必然会出现的重大商机。二十年前的中国人就面临了这种商机，这就是“下岗”和“下海”的天壤之别，主动“下岗”就变成了致富。

(10) 关联性商机

指的是由需求的互补性、继承性、选择性所决定的商机，就是地区间、行业间、商品间、



的关联商机，也就是会出现“一荣俱荣，一损俱损”的情况。

(11) 系统性商机

发源于某一独立价值链上的纵向商机。例如，电信繁荣，IT需求旺盛，IT厂商赢利，众多配套商增加，增值服务商出现，电信消费大众化等。

(12) 文化与习惯性商机

由生活方式决定的一些商机。比如，各种节日用品、生活与“烧香拜佛”的道具。

(13) 回归性商机

人们的追求，当远离过去追随时尚一段时期之后，过去的东西又成为“短缺”物，于是，复古的商品必然就会出现。至于多久回归，那就要看商家的理解能力了。

电子商务的发展已经经历了很长的时间，很多的商务网站纷纷破土而出，争奇斗艳，但更多的网站却在咬牙攻关，蓄积力量，随时准备伺机而发。电子商务将以其空间、时间无限性，中间环节简单性，以及购物方便快捷性而受广大民众所青睐，从而在全社会范围内对商业运作的模式产生深远影响。

那么，什么样的行业是最应该也最适合尽早介入电子商务领域，在网络上展开营销活动呢？下面列举了9种不同行业产品，仅供创业者参考。

(1) 书籍

估计最早在网络上销售的应该是书籍。现今世界头号电子商务网站亚马逊（www.amazon.com）就是以卖书起家的。网上卖书的一个很大特点就是折扣可以打得很多，至于为什么可以有这么大的让价空间，固然与少了中间商有关，但主要原因恐怕只有从业人员才真正了解。

网上卖书最普遍的做法就是把书的封面、作者、出版社以及价格等信息发布到网上，有些还会把内容简介也附上。国外有一家著名的计算机书籍出版社做得更彻底，干脆把整本书的内容都放在网上，读者可以不付一分钱就通读该书，这个网站信奉人们的阅读习惯还是以纸质书本为第一选择。

因此，如果读者在网上大概浏览了电子书的内容之后，如果对该书产生了兴趣，买的可能性绝对比读电子版要大得多。

(2) CD

自从MP3出现之后，大有取代CD之势，不过现在的主流音乐载体还是以CD为主。在网上销售CD的最大优势就是可以将新出炉CD的主打歌转录制成MP3，让有兴趣购买CD的网友先听为快，还可以让用户随意挑选索引，这就比在音像店购买要方便得多。此外，CD在包装上相对比较容易邮寄，所以很多网站上的CD都卖得挺火。

(3) 软件

由于国内商业软件开发公司不多，因此在网上卖软件的公司也不多，但在国外却屡见不鲜，特别是一些可以立刻通过网上下载的小软件。

在国外，软件销售是属于一手交钱一手交货的交易。消费者上网连接到某个软件公司的主页并选定要购买的某个产品，再按照其支付途径输入信用卡帐号并付款之后，就可以立即下载该软件了，只需要花几分钟就可以获得需要的商品。

国内随着网上交易支付技术的日趋成熟，将来在线销售软件的站点也必将会增多，可以预见，以后越来越多的软件公司都将会直接在自己的站点上销售和分发软件。

(4) 电脑整机和配件

DELL是目前世界上通过网络卖出计算机最多的公司，也是全球排名前列的计算机销售商之一。在网络上卖计算机不但可以减少库存，减少中间价格盘剥，还可以直接为客户量身定做。因此，销售成本也就可以做得比传统的商店低，这就是DELL公开的商业秘诀。