

天下网商
GLOBAL E-BUSINESSMEN

阿里巴巴旗下天下网商

图说电商

选品、推广和物流

天下网商 图媒体 编著



中国工信出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

图说电商

选品、推广和物流

天下网商 图媒体 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

00983310

7-713/
1242

内容简介

图媒体,天下网商旗下视觉星知识媒体,上线于2011年9月。图媒体以信息图、动画为载体,解读电商行业的新闻资讯,透析商业背后的数据秘密,实现可读性强的干货实操,致力于创作更轻松的电商洞察体验。涉及电商的商品规划、运营基础、数据应用、客户体验、搜索流量转化率、团队管理、店铺装修等方面。

这次受邀于电子工业出版社的邀请,针对电商当前的热点需求分析,介绍主流电子商务环境下的基础平台操作及推广运营工具的使用,内容涵盖电商运营最关键的三要素:人、货、厂。

本书为电商运营最关键的三要素:人、货、厂中的“货”,内容涵盖:产品(从流程、规划、选款到打造单品爆款的策略,个案分析来阐述)、拍摄及海报(从产品的拍摄、构图、布光到海报的配色),转化率(从如何提高销量,如何提升转化率从而快速赚钱做了细致的分析)、物流仓储方面(从物流体系到退换货,进而与买家的沟通)。四个方面相辅相成,定会帮助你快速掌握“货”的分配。

本书适合于网店店主、懂网络、想创业、对电商运营感兴趣的人群。

由于版面有限,部分图片若阅读吃力,请到我们官方阅读。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权所有,侵权必究。

图说电商.选品、推广和物流 / 天下网商图媒体编著. -- 北京:电子工业出版社,2016.3

ISBN 978-7-121-28002-3

I. ①图… II. ①天… III. ①电子商务-商业经营 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第321403号

责任编辑:田 蕾

文字编辑:邹家林

印 刷:中国电影出版社印刷厂

装 订:中国电影出版社印刷厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:889×1194 1/24 印张:5 字数:120千字

版 次:2016年3月第1版

印 次:2016年3月第1次印刷

定 价:59.80元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

目录

第一章 产品

商品流程图 / 008

合理的商品结构规划 / 009

网店如何科学选款? / 011

直通车打造单品爆款的选品策略 / 014

打造“人气新品”方案流程图 / 019

直通车打造爆款五阶段 / 022

男士护肤品,男士用,谁买单? / 025

夏日防晒总动员 / 028

百万姐麻辣点评坚果卖家 / 037

第二章 拍摄及海报

新卖家的宝贝拍摄思维脑图 / 042

宝贝摄影的构图技巧 / 043

宝贝拍摄的布光技巧 / 047

“淘宝村”如何发力电商？ / 051

店铺海报配色指南 / 054

第三章 转化率

如何提高销量 / 060

转化率 / 061

二个基本点六个要素提升转化率 / 063

电商市场销售三把利剑 / 066

宝贝上架五大黄金法则 / 069

宝贝如何更赚钱? / 074

差异化宝贝技能体系思维脑图 / 078

卖点挖掘的九步曲 / 080

巧用包邮让订单量翻倍 / 088

滞销宝贝摆脱“恶名”四步曲 / 094

销库存16法 / 095

第四章 物流仓储

物流仓储管理体系流程图 / 100

三种网购退换货流程处理法 / 101

如何降低因尺码不合适的退换货率 / 104

电商进销存过程中的5W1H / 107

提高仓储管理四大技巧 / 109

亚马逊实现高效物流管理的八大手段 / 111

双11库存操作说明 / 115

图说电商

选品、推广和物流

天下网商 图媒体 编著



電子工業出版社.

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

00983310

目录

第一章 产品

商品流程图 / 008

合理的商品结构规划 / 009

网店如何科学选款？ / 011

直通车打造单品爆款的选品策略 / 014

打造“人气新品”方案流程图 / 019

直通车打造爆款五阶段 / 022

男士护肤品,男士用,谁买单？ / 025

夏日防晒总动员 / 028

百万姐麻辣点评坚果卖家 / 037

第二章 拍摄及海报

新卖家的宝贝拍摄思维脑图 / 042

宝贝摄影的构图技巧 / 043

宝贝拍摄的布光技巧 / 047

“淘宝村”如何发力电商？ / 051

店铺海报配色指南 / 054

第三章 转化率

如何提高销量 / 060

转化率 / 061

二个基本点六个要素提升转化率 / 063

电商市场销售三把利剑 / 066

宝贝上架五大黄金法则 / 069

宝贝如何更赚钱? / 074

差异化宝贝技能体系思维脑图 / 078

卖点挖掘的九步曲 / 080

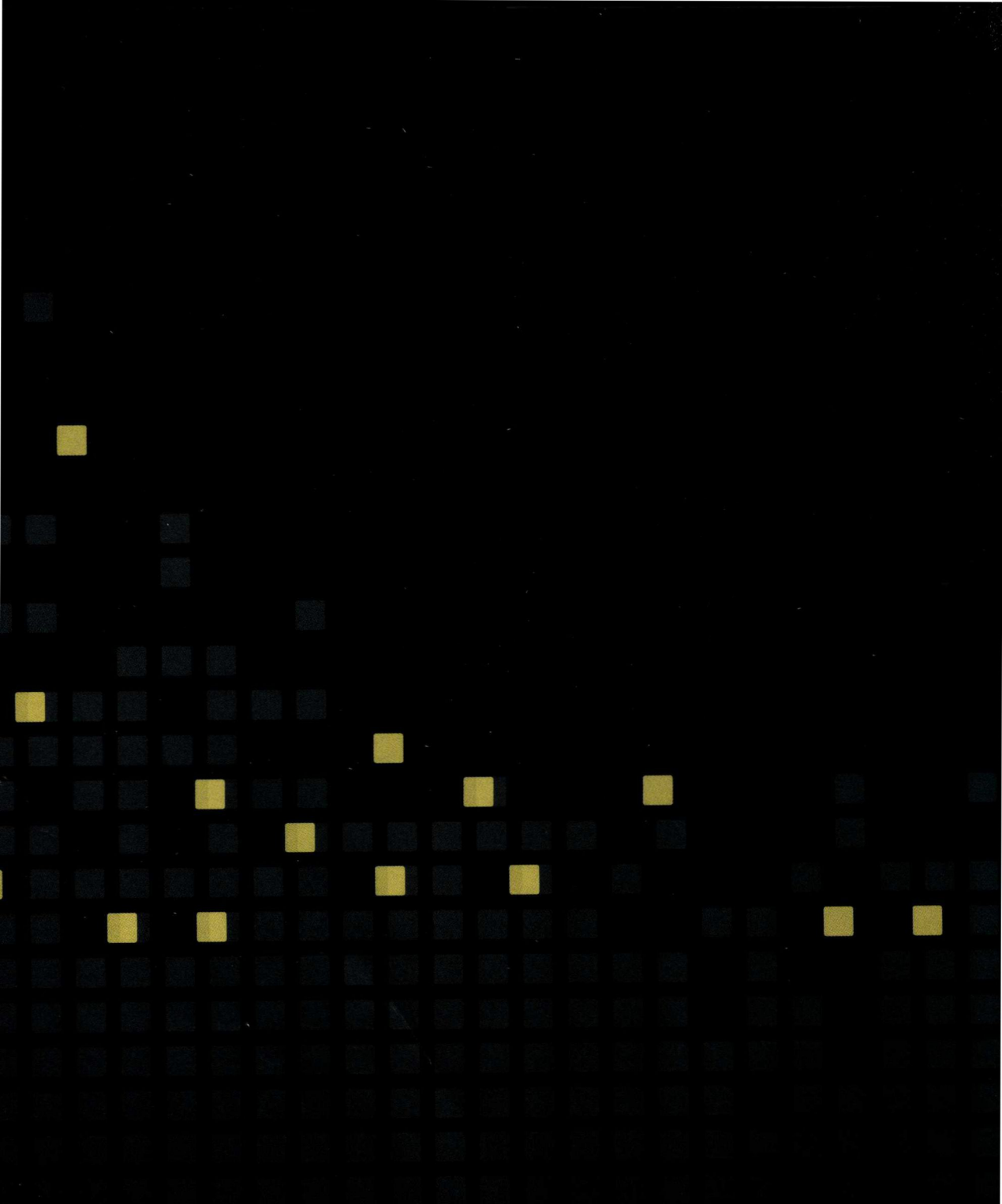
巧用包邮让订单量翻倍 / 088

滞销宝贝摆脱“恶名”四步曲 / 094

销库存16法 / 095

第四章 物流仓储

- 物流仓储管理体系流程图 / 100
- 三种网购退换货流程处理法 / 101
- 如何降低因尺码不合适的退换货率 / 104
- 电商进销存过程中的5W1H / 107
- 提高仓储管理四大技巧 / 109
- 亚马逊实现高效物流管理的八大手段 / 111
- 双11库存操作说明 / 115



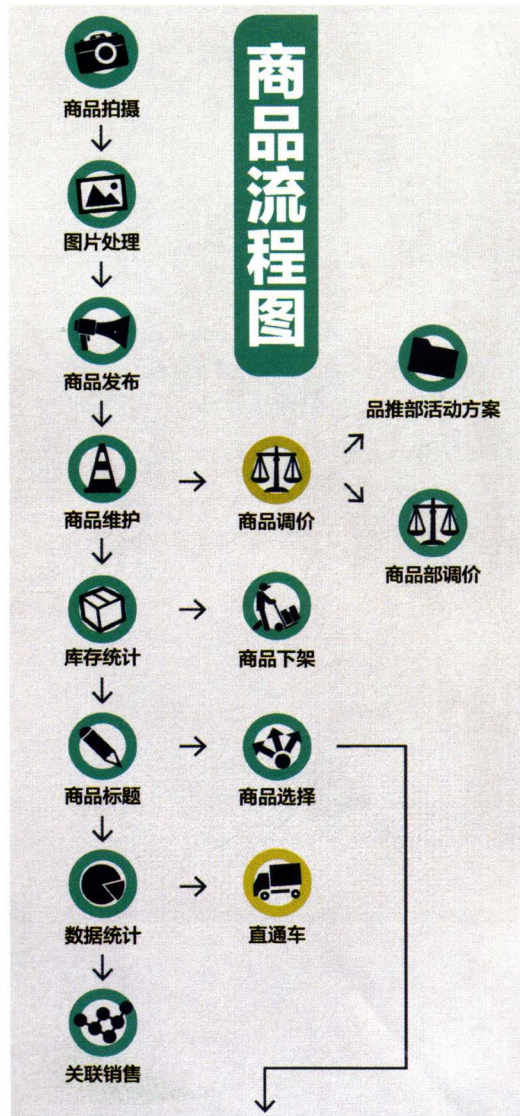
第一章

产品



商品流程图

与实体店铺不同，电子商务范畴内的商品有着相对的“虚拟性”——消费者看不到图片、摸不到实物。要如何通过图片展示、产品描述等信息把商品特性恰到好处地传达给消费者呢？同时，如何处理才能跟得上网络世界的销售流程？



合理的商品结构规划

合理的商品结构对于一个品牌或一个店铺来说有多重要？每一个营销参与者都会很清楚。那么如何创建一个合理的商品结构规划？从“明星”商品，到“金牛”商

品，再从“问号”商品到“瘦狗”商品，什么样的比例安排才算是“黄金比例”？一起学习吧！

