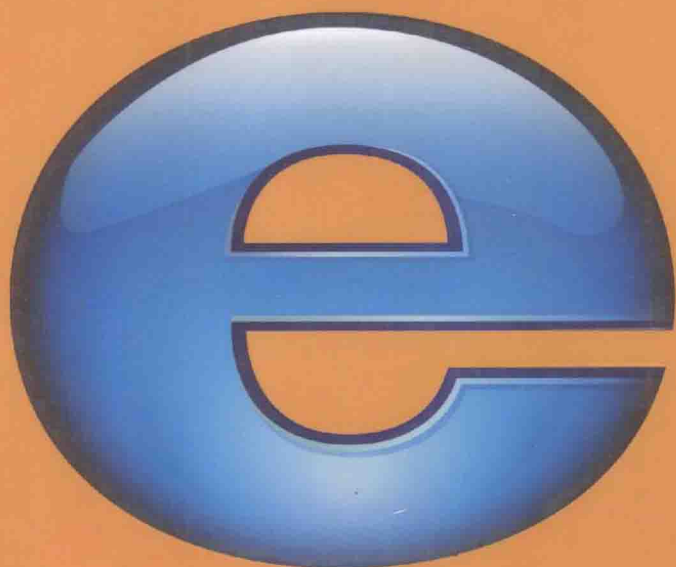




如何打造100%好评？怎样与“亲”们沟通最有效？

网店就要这样开！



选品·定价·装修·推广

99

打造金冠网店

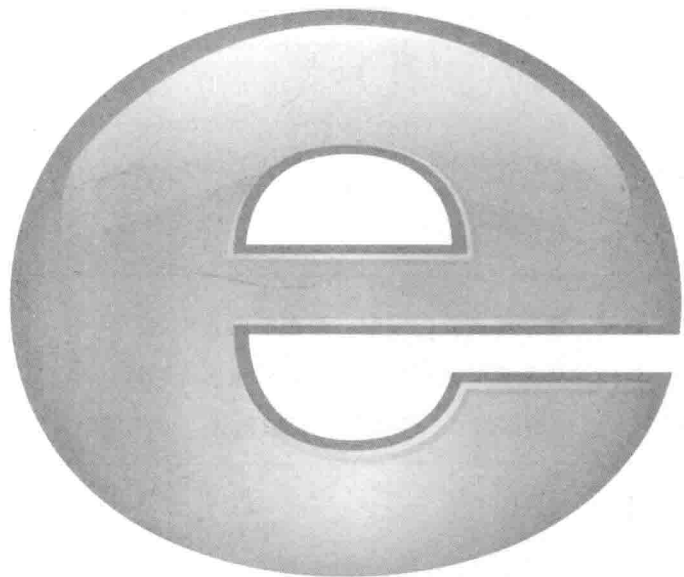


个案例现身说法

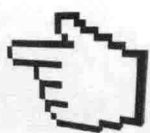
进销存发攻略 / 人气装修 / 定价技巧 / 推广绝招

……关于网店经营的一切





网店就要这样开!



王舟舟 著
成都时代出版社



图书在版编目(CIP)数据

网店就要这样开! / 王舟舟著. --成都: 成都时代出版社, 2012.8

ISBN 978-7-5464-0694-7

I. ①网… II. ①王… 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(2012)第124491号

网店就要这样开!

WANGJIAN JIUYAO ZHEYANGKAI

王舟舟 著

出 品 人	段后雷 罗 晓
责 任 编 辑	张慧敏
责 任 校 对	邢 飞
装 帧 设 计	●中映良品 (0755) 26740502
责 任 印 制	干燕飞
出 版 发 行	成都传媒集团·成都时代出版社
电 话	(028) 86621237 (编辑部) (028) 86615250 (发行部)
网 址	www.chengdusd.com
印 刷	深圳市华信图文印务有限公司
规 格	787mm×1092mm 1/16
印 张	14
字 数	220千
版 次	2012年8月第1版
印 次	2012年8月第1次印刷
印 数	1-15000
书 号	ISBN 978-7-5464-0694-7
定 价	35.00元

著作权所有·违者必究。举报电话: (028)86697083

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系。电话: (0755)29550097



序言 FOREWORD



20世纪80年代，摆个地摊就能发财，可是很多人不信；
20世纪90年代，买几只股票就能发财，可是很多人不敢；
电子商务时代，一根网线、一台电脑就可以赚钱，你相信吗？

随着互联网的普及与发展，网络购物作为一种新兴的购物形式，正逐步挑战着传统的商业模式，并以超快的增长速度迅速壮大起来。

无论你是刚出校门，不想为了求职辛苦奔波的毕业生，还是正上着班，想改变入不敷出的生活状态的白领，开网店都是一个不错的选择。

开网店，不需要华丽装修的办公室，不需要大把的资金投入，不需要被老板或上司苛刻的眼神挑来挑去，也不需要大量招聘人员，甚至不需要高学历、高能力。你只需要一根网线、一台能上网的电脑，懂得电脑的基本操作，你就可以成为网络卖家的一员，开启你的创业旅程了。

当然，开网店也绝不是拍几张照片，上传几张商品图片这么简单。每一个成功网络卖家的背后，都饱含着无数辛勤的付出；每一个皇冠的背后，都凝聚着卖家的智慧和汗水。网上开店虽然投资不大，项目也不算太复杂，但想要做到完美，保证赢利也并非易事。

网店开业前，和实体店一样，卖家需要作一系列的市场调查，这里面包括进货渠道的选择、网店的定位等等内容。同时，网店的装修也是一门大学问，网店布局技巧、摄影技巧、美图技巧、描述技巧以及推广技巧都是每一个网络卖家需要认真学习的内容。网店的发货并不是简单的打个电话给快递公司那样简单，不同的物流公司有着不同的服务理念，他们在价格、操作方式、赔付等方面有着各自的不同。你知道该怎样选择吗？

好不容易小店开业了，网络卖家依然要小心翼翼地看好自己的网店，因为一不小心就会招来买家的中、差评，从而影响网店声誉，也有可能遇上网络骗子，花样繁多的骗术骗得你血本无归。如何合理地刷网店信用？如何练就一双火眼金睛？如何保障你的网店事业顺利发展，稳赚不赔？

当你的网店一步一个脚印走向成熟，当一颗颗红星积累成皇冠，你是否有了更高的目标又不知如何下手？当网店遭遇淡季，你是否懂得让淡季不淡的经营秘诀？电子商务的发展趋势会怎样？你该如何在日新月异的电子商务中占据一席之地？

别着急，所有的这些问题，我们都将为您一一公布答案。本书通过几十个经典案例，包括明星网店案例，手把手教您开网店，手把手教您在网络上赚钱。本书第一章主要教您如何选择适合自己的网店类型与平台；第二章主要教您网店装修及发货、推广技巧，帮您顺利完成网店上的第一笔交易；第三章主要告诉您网络旺铺背后的玄机，助您网店获得100%的好评，小心避开网络诈骗的陷阱；第四章我们主要教您如何锦上添花，把网店的事业做得更强、更大。

准备好了吗？现在就跟我们出发，做一个稳赚不赔的超级网络卖家吧！

（备注：网络更新较快，以网络上更最新信息为准。）



目录 CONTENTS



第一章 创业 预备式

1

第一节 | 中国互联网及网络购物现状调查 -----2

第二节 | 开网店，你准备好了吗？ -----6

你是优势人群吗？

别让优势变劣势

硬件篇

软件篇

心态篇

第三节 | 开网店，你想卖什么？ -----18

别人都在卖什么？

哪些商品具有“暴利”潜质？

全职？兼职？优势大PK

第四节 | 进货渠道的选择 -----25

网上进货

线下进货

进货陷阱知多少

第五节 | 开网店，最好开在哪？ -----36

平台的介绍与比较

开网店，要花多少钱？

定位，找准生意的起点

第二章

小店初成

48

第一节 | 开店流程-----49

注册淘宝会员

支付宝实名认证

注册淘宝店铺

发布商品

支付宝提现

加入消保，给你的信誉加保障

第二节 | 网店装修-----66

好名字让人过目不忘

风格，留给买家的第一印象

多而不乱的网店布局

一张美图胜千言

全面得体的美文诠释

成熟卖家的装修心得

第三节 | 与买家有效沟通-----88

你会使用旺旺吗？

确定目标客户群

买家心理知多少

与客户沟通的技巧

避免出现交易纠纷

第四节 | 商品发货与物流选择-----102

商品发货流程

商品包装知识

选择合适的物流

成熟卖家物流经验借鉴

防患于未然：严防货品丢失



第五节 | 生意不好怎么办? -----117

酒香也怕巷子深

店铺推广有高招

避开网店推广误区

明星网店成败案例解读

第三章 网罗 人气

132

第一节 | 旺铺背后有玄机 -----133

为什么别人那么旺?

不可不知的定价技巧

学会分析你的经营现状

最佳时机上架你的宝贝

留住你的顾客

网店促销秘笈

第二节 | 不让淘宝赚钱, 你怎么能够赚钱? -----150

消保, 保护买家也保护卖家

淘宝旺铺, 杀伤力最强的武器

淘宝直通车VS淘宝客推广

网店相册, 让你的宝贝美不胜收

淘宝套餐, 店铺赚钱有绝招

第三节 | 打造100%的好评率 -----164

怎样合理“刷”信用?

哪些买家爱给中、差评?

如何应对中、差评?

遭遇职业差评师

第四节 | 慎防网络诈骗 -----174

网络诈骗术大全

保护账户安全

第四章 从皇冠 到金冠 ... 180

第一节 | 把皇冠做成金冠 -----181

皇冠网店如何做推广

有针对性的营销技巧

金冠卖家经验谈

第二节 | 淡季不淡的秘诀 -----189

没有淡季的市场，只有淡季的思想

控制好进货，防压货

为什么你的货低价卖不掉，别人高价卖掉了？

遭遇形形色色的退货

第三节 | 拓宽你的战场 -----202

建立自己的销售团队

努力加入联盟

别把鸡蛋放在同一个篮子里

第四节 | 电子商务的发展趋势 -----211

第一章

One

创业 预备式

Preparation of Business



身处网络时代，如果你只会上网收邮件、聊QQ，那你已经out了；如果你不知道淘宝，没接触过电子商务，转账只会去银行，那你就是“奥特曼”；手机都3G了，你还只会拿它打电话、发短信，那你就没有跟上时代的步伐；想创业，你还延续着打工挣钱积累经验、准备一大笔钱去开厂开店的思想，那你再慢慢奋斗几年吧……网上创业、淘宝开店是当下流行的创业新趋势，它凭着投入低、风险小、客源广、收益快等优势，正逐步为年轻的创业一族所青睐。开一家网店需要做哪些前期准备？仅仅是买一台电脑，拉一根网线，拍几张照片，坐等生意上门这么简单吗？答案当然是否定的。



第一节

中国互联网及 网络购物现状调查



Research about Internet and Online Shopping
Situation in China

1987年9月14日晚9时7分，一封简短的英文电子邮件从中国北京发往德国的卡尔斯鲁厄大学，它被翻译成中文只有八个字：跃过长城，走向世界。它是中国人向国外发出的第一封电子邮件。中国互联网经过二十多年的发展，截至2010年12月底，据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第27次中国互联网络发展状况调查统计报告》统计，中国网民规模已突破4.5亿大关，达到4.57亿，较2009年底增加7330万人；互联网普及率攀升至34.3%，较2009年提高5.4个百分点。可见中国网民数量逐年增长。

该《报告》显示，网络购物用户年增长48.6%，是用户增长最快的应用。

据统计网上银行、网上支付等其他增长较快的项目，与网络购物的快速增长密不可分，网上购物用户使用网上银行、网上支付的比例要比其他网民使用的频率高出许多，网络购物的兴起，促进了网上银行、网上支付等网络应用的更快发展。

而据CNNIC2011年7月发布的另一项报告《2010年中国网络购物市场研究报告》称：“截至2009年上半年，全国网络购物消费金额总计1195.2亿元，调查的3个直辖市和14个副省级城市半年人均网购支出1360元。”从报告数据我们可以看出，网络购物正在逐渐被主流消费人群所接受，成为现代消费者普遍认同的购物方式之一。

《第27次中国互联网络发展状况统计报告 表 13》

2009.12-2010.12各类网络应用使用率

应用	2010 年		2009 年		增长率
	用户规模 (万)	使用率	用户规模 (万)	使用率	
搜索引擎	37453	81.9% ↑	28134	73.3%	33.1%
网络音乐	36218	79.2% ↓	32074	83.5%	12.9%
网络新闻	35304	77.2% ↓	30769	80.1%	14.7%
即时通信	35258	77.1% ↑	27233	70.9%	29.5%
网络游戏	30410	66.5% ↓	26454	68.9%	15.0%
博客应用	29450	64.4% ↑	22140	57.7%	33.0%
网络视频	28398	62.1% ↓	24044	62.6%	18.1%
电子邮件	24969	54.6% ↓	21797	56.8%	14.6%
社交网站	23505	51.4% ↑	17587	45.8%	33.7%
网络文学	19481	42.6% ↑	16261	42.3%	19.8%
网络购物	16051	35.1% ↑	10800	28.1%	48.6%
论坛/BBS	14817	32.4% ↑	11701	30.5%	26.6%
网上银行	13948	30.5% ↑	9412	24.5%	48.2%
网上支付	13719	30.0% ↑	9406	24.5%	45.9%
网络炒股	7088	15.5% ↑	5678	14.8%	24.8%
微博客	6311	13.8%	--	--	--
旅行预订	3613	7.9% →	3024	7.9%	19.5%
团购	1875	4.10%	--	--	--

一般情况下,像沃尔玛、家乐福这样的大型卖场,一个门店的日均客流量在1.5万人左右,而网购平台中的“大卖场”淘宝,日均客流量在900万人左右,也就是说,一个淘宝的客流量,是一家超级卖场600倍的客流量!是什么原因造成网购如此风靡?

[案例A]

北京的消费者王女士是名网购爱好者,2010年,她在淘宝、拍拍等网站购买商品六十余件,消费金额近三万元,购买产品种类有服装、食品、数码产品等。王女士

称,网络购物最大的好处是省钱,一款商场里卖三百多元的豆浆机,在网上只要258元就能买到,而且全国保修,一点儿也不担心售后服务的问题。在工资没有增加的情况下,网购让实际购买力有了很大提升,这一点让王女士觉得特别满足。

[案例B]

29岁的何先生是一家外贸公司的销售经理,他觉得网购最大的好处是方便。销售经理的工作相对繁忙,碰上销售旺季连逛街的时间也没有,而衣食住行中的生活必需品却一样也不能少。冬季来临之前,何先生在网上按自己的衣服尺码买了保暖内衣、羊毛衫、羽绒服,店主还贴心地赠送了与羊毛衫颜色搭配的领带。手机话费余额不足,只要打开电脑就能交费,而且十分钟之内就到账,省去了来回奔波移动公司的麻烦。何先生戏称,网络就像一个智能型保姆,足不出户就能买到想要的东西,而且有人送货上门,真是太方便了!

的确,价格低廉、品种丰富是网购最大的优势。淘宝网的在线商品超过一亿件,当当网仅在线图书就有54万种,相信国内任何一家超市或卖场都不可能具备这样的实力。

撇开价格低廉、品种丰富的优势不谈,逛淘宝与逛大街相比,至少还有以下几方面的优势。

货比百家更轻松

在传统的购物习惯中有“货比三家”的说法,真正要做到货比三家,却也是件劳神费力的体力活。如果你在实体店看中一件商品,必须亲自跑许多家店才能比较出同样的品质下,哪家店的商品价格更合理。而网上购物则省去了这样的麻烦,输入产品名,就可以搜到无数商家的信息,足不出户就可以进行价格、品质、售后服务等各方面的比较。在一站式购物网站,你可以搭配购买其他需要的商品,就像逛百货公司一样,一次性挑走所有你需要的商品。

没有时间、地域限制

营业时间再长的百货公司,也不可能每天24小时营业。新疆的葡萄干,甚至越南的

芒果干，运到你所在的城市，成本不知要增加多少。有网购你可以在一天中的任何时段直接购买到出厂地的产品，彻底打破时间、地域的限制。

不受交通、天气的制约

爱逛街的朋友应该知道，逛街虽然让人心情愉悦，但也是件受苦受累的体力活。在一些大城市，住在离商业区远的住宅小区的朋友，还得换上几趟车才到。逛街的时候忽然下雨以及放晴时阳光中强烈的紫外线，都会让我们的好心情产生一点小小的阴霾。网购则不会产生这些困扰，无论天晴还是下雨，想逛就逛，也不用担心逛完回家时拦不到空的士。

物流便捷

现在的网购早已不是邮购时代的“慢慢邮”了，网购带动了物流的发展，物流也为网购增添了便捷。一件商品从付款到收货，省内两天之内可到货，近距离的跨省也就三天，地处偏远地区的买家或卖家，一般也就用五天至七天货物便可到达。比起邮购时代的“半个月发货”，不知提高了多少倍。

虽然我国网民的网购率在大幅提升，但由于网购市场还处在成长期，网民网购成功率还不高。据《2010年中国网络购物市场研究报告》显示：“2009年网购1~2次的网民占比最多，为32.3%；其次是购物5~10次的网民，为30.5%；购买10次以上的网民只占10.9%。”但随着网络市场的逐步成熟，以及网络应用的不断普及，传统商业进军网络是大势所趋，网购也必将成为主流购物方式。那么，开一家网店，把全国的消费者都当成潜在顾客，一定也能大有“钱图”。



第二节

开网店，你准备好了吗？

Open Online Shop, Are You Ready?

你是优势人群吗？

虽然我们都看好网络购物市场，但真要开网店，并不是拉一根网线，照几张照片，坐等生意上门，谈好价就发货收钱这么简单。都说有付出才能有收获，网店虽然前期资金投入小，但需要付出的劳动和心血却不比任何一家实体店少。

【案例A】

小柳在苏州某鞋城开了一家鞋店，每一季都会有许多积压商品卖不出去，虽然每个季末都有清仓打折的活动，可效果甚微。这些卖不掉的商品不能退、不能扔，放在仓库里等第二年处理，不但影响资金周转，还要支付仓库管理费。小柳想开一间网店帮助分担实体店的压力、减少库存，却不知是否可行。

【案例B】

蓓蓓是一名公司职员，工作清闲，平时上班无聊时喜欢逛逛购物网站。一天，一个老同学主动邀请蓓蓓一块经营网店，原因是老同学家对面有一个大型批发市场，可以买到很多漂亮的小商品，可老同学的办公环境里不能上网，于是想邀请蓓蓓一块加入，一个管进货和发货，一个管销售和客服。老同学说两人合伙一定稳赚不赔。开网店真是稳赚不赔的生意吗？蓓蓓有些动心却又感到迷惑。

开网店真的能稳赚不赔吗？相信蓓蓓的疑惑反映了许多想入行的卖家的心声。天下没有免费的午餐，天下也没有稳赚不赔的生意。淘宝上开网店的卖家多，真正赚钱的卖家少，许多卖家一件商品也卖不出，还要白白赔掉不少的时间、精力与金钱。那么，你是否适合开网店，相比其他人来说，你又有哪些优势？我们对优势卖家作了归纳总结，看看你能符合几条。

■在校大学生

从高中到大学，学业骤然轻松了很多，为了充实自己，你可以试着开一间网店，哪怕只卖一些虚拟的Q币，也可以挣些零花钱。在校大学生由于时间充裕，受教育水平较高，接受能力强，电脑操作熟练，许多人已经选择了经营网店，故在校大学生在网店经营者中占据着较大的比重。

■自由职业者

许多自由职业者喜欢网上冲浪，他们像在校大学生一样时间充裕且上网时间长。他们中相当一部分人不以网店收入为主要生活来源，而是希望通过网店来充实生活，结交朋友，拓展社交圈子。

■实体店经营者

许多品牌对实体经营店铺的进货额有返点奖励，那么开网店不但有助于扩大实体店的销售量、提升进货额，还能防止库存积压，让资金尽快回笼。另外，实体店经营者还不用考虑进货渠道、货源供应等问题。

■企业（公司）职员

对于工作不算太忙，且有上网机会的上班族，可以根据自己的爱好，考虑开一间网店。在工资没有增加的情况下，让网店收入为自己开源也是不错的选择。

■草根创业者

由于网店前期投入小，没有高额的门面转让、铺面装修等费用，基本上也不用请店员，几人合伙创业也好，自己一人单干也好，对于有时间、有精力、缺资金的草根创业者来说，网店的低门槛可使草根创业者的创业之路提前好几年。



■个人有特殊爱好

如果你是一名登山爱好者，你可以选择开一间登山用品专卖店，相对其他网络卖家来说，你或许更专业，给买家提出的意见也更中肯，买家的宣传能让你比其他同类网店更容易被关注。有一个年轻时曾是小虎队发烧友的卖家，收藏了很多小虎队在上世纪80年代的海报、不干胶贴画、磁带等。随着年龄的增长，他早已不再追星，可曾经收藏的这些东西全成了宝贝，拿到网店里卖，一盘正版老磁带可以卖到50~120元。

■名人或名人身边的人

名人可以利用自身的明星效应得到买家亲睐。韩寒的网店生意做得风生水起，短短一年卖得两个皇冠。林志颖的网店在短短三年已有固定客户四五千人，月营业额可达40多万人民币。

以上七种是在网店经营中较具有优势的人群。当然，世事无绝对，并不是说你不在于以上七类人群中，你就开不好网店，优势只是一个相对的概念，如果你有坚定的信心，足够的耐心，不怕吃苦，勤于学习，你就有着任何人都无法比拟的优势。