

洞悉网购客户心理 引爆网销独特威力
技巧多样、案例齐全!快速提升你的网店销售业绩

网店销售技巧

李楠◎著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

网店销售技巧

李楠◎著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

网店销售技巧 / 李楠著. -- 北京 : 北京联合出版公司, 2017.5

ISBN 978-7-5502-9801-9

I. ①网… II. ①李… III. ①电子商务-网络营销
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第023922号

网店销售技巧

作者: 李楠

选题策划: 北京慢半拍文化有限公司

责任编辑: 徐秀琴

封面设计: 回归线

北京联合出版公司出版

北京联合天畅发行公司发行

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

北京凯达印务有限公司印刷 新华书店经销

字数250千字 787毫米×1092毫米 1/16 15.5印张

2017年5月第1版 2017年5月第1次印刷

ISBN978-7-5502-9801-9

定价: 39.80元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-84369312 010-84369315 010-64243832

1994年3月26日，马来西亚零售连锁集团百盛进入中国，超市的出现给中国的消费者带来了一种全新的购物体验。

1994年4月20日，通过一条64K的国际专线，中国全功能接入国际互联网，由此打开了通向国际互联网的第一扇大门。

1995年年底，互联网络开始演变成为一种新潮，逐渐蔓延到社会生活的各个层面。在随后的两三年里，电子商务在中国开始成为一个热门话题。

1999年，阿里巴巴、8848、易趣、当当等一批 B2B^①、B2C^②、C2C^③ 网站先后创建、开通，电子商务正式步入实质性的商业阶段。

此后，随着中国互联网基础设施的完善、互联网用户爆炸性的增长和互联网应用的普及，中国电子商务市场迅猛发展，从生活日用品到大宗商品，从纽扣到房子，一切都在“电商化”。

2002年，中国电子商务交易总额仅为1万亿元。2013年，中国人在网购上花了近1.9万亿元，接近当年马来西亚的GDP总量。2014年，中国电子商务交易总额约13万亿元，全年网上零售额达到2.8万亿元。

中国电子商务交易规模和网络交易量直线上升，社会零售品消费市场

注：① Business-to-Business 的缩写，是指企业与企业间通互联网开展交易活动的商业模式。

② Business-to-Customer 的缩写，是一种直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式。

③ Customer-to-Customer 的缩写，是个人与个人之间的电子商务。

“电商化”比重首度超过10%，从2010年的3.3%增长到2014年的10.5%。北京、上海、广州、深圳、杭州等一二线城市网购零售增速已达20%~30%。

同时，值得注意的是，近几年传统产业转型网购零售发展速度超出预期，越来越多的品牌商和线下零售商会通过自己的官网、APP或进驻大型电商平台来实现自己的线上销售。截止到2014年年底，天猫入驻商户13万余家，淘宝入驻商户竟高达千万家，仅浙江一个省就有147万多家。

专家预测，未来电子商务与传统零售的融合将进一步扩大。到2020年，我国电子商务交易规模将逼近50万亿元，约为2010年的10倍，其中，网络零售交易额将超过10万亿元，占社会零售总额比重将达16.3%。中国将成为全球第一大电子商务交易市场。

2015年3月5日，国务院总理李克强在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。“互联网+”代表一种全新的思维方式和先进的生产力，将会推动经济形态不断地发生演变。

在这个万物被“+”的互联网大潮的推动下，毋庸置疑，今后将是互联网和移动网络颠覆世界、颠覆传统产业、颠覆人们思维和生活方式的时代，也将是电子商务的天下！

如火如荼的电子商务催生了一个新的职业，那就是网店销售员。

网店销售员，也被称作网店客服，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推销员。

网店不同于实体店，它灵活方便，不受地域与距离的限制，并且综合了诸多商业模式的经营优点：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的需求。

网上店铺销售员和线下店铺销售员的工作性质一样，都是向顾客推销商品，不同的是他们的销售方式。

作为网店的销售人员，因为看不到进店顾客，便失去了获取视觉信息的渠道，所以表情、肢体语言等无声的表象信息在他们的推销活动中

基本上（目前是这样）失去了效用，也不可能通过冷读方式获取顾客的潜在信息。

因为不能面对面与顾客进行交流，很容易给人以距离感，所以语言文字沟通技巧的运用就变得尤为重要。

还有，通常情况下，网店销售在很大程度上是在守株待兔，销售人员只能被动地等待访客进入交流模式，而不可能用叫卖等方式来吸引访客的注意。

当然，网店销售员也有很多得天独厚的优势。比如，潜在顾客的姓名、地址、电话，甚至是生日等信息在线下实体交易中是很难获得的，但在网络中却唾手可得。网店销售员就可以通过这些“大数据”变被动为主动。

另外，网络上的沟通渠道较线下更多，比如邮件、微博、论坛、QQ、微信以及各种网络平台等。这些渠道都可以让网店销售员更方便、更快捷地接触顾客以及挖掘潜在顾客。

网店销售还有很多其他的技巧和方法。网上有一些关于网店销售方面的文章与帖子，但很多都是零散、肤浅和缺乏实际可操作性的。

基于此，本书结合大量的实战情景、简明的案例解析以及权威的专家意见，对网店销售的方法技巧以及作为一名网店销售员需要具备的特质和专业技能等做了系统的梳理和提炼，因而是一本可以实实在在帮助网店销售人员提升业绩的书。

前言

第一章

企业营销的另一只轮子

整个世界都在“网中央” / 003

从“双十一”现象看网购新浪潮 / 005

网店的巨大优势正在彻底颠覆传统的经营模式 / 007

所有的企业都适合网络营销 / 010

线上销售和线下销售的完美融合 / 013

传统电商与移动电商的换代更替 / 015

网销案例：90后小伙子开网店月收入2万元 / 017

网销指导：销售人员的工作内容主要有哪些 / 018

第二章

网店销售员的基本职责

销售员就是网店的名片 / 021

网店销售员的岗位职责和工作流程 / 023

做好销售员，先有好心性 / 026

网店销售员需要具备的职业素养 / 029

网店销售员需要具备的专业技能 / 032

网销指导：网店销售员如何尽快熟悉商品相关知识 / 036

网销工具：一、淘宝运营中常见的基本名词 / 038

二、积极心态与消极心态对照表 / 043

第三章 网店销售员的必杀技

网店常用的推广利器 / 047

与“宝贝”一起走进微博 / 049

不要把微信仅仅当作聊天工具 / 051

怎样让你的邮件更有价值 / 055

直通车推广，打造爆款带动全店营销 / 057

网销案例：蛋糕店利用微信营销 / 059

网销指导：网店交流的强大工具——阿里旺旺 / 060

网销工具：快捷短语的妙用 / 061

第四章 做心理大师，为顾客把脉

洞悉网络顾客的消费心理与需求 / 065

了解网购顾客的购物习惯 / 068

- 搞定这些，可以让商品销量倍增 / 070
- 给人实惠有时不如送个惊喜 / 072
- 男女有“别”，不能一视同仁 / 074
- 销售员与顾客沟通的基本原则 / 077
 - 网销案例：100%好评率是如何炼成的 / 079
 - 网销工具：习惯用语与专业表达对照表 / 080

第五章 把顾客引进店，有流量才有销量

- 怎样把顾客引进店 / 085
- 怎样让店铺的人气爆棚 / 087
- 怎样写出吸引点击率的精华帖 / 090
- 每一条消息推送都是“重磅炸弹” / 092
- 移动互联网下的推广方式 / 095
- 拍出好看的商品图片吸引顾客的眼球 / 098
- 让网址友情链接无处不在 / 100
- 利用促销大战吸引顾客抢购 / 104
 - 网销案例：杜蕾斯的免费福利 / 108
 - 网销指导：如何让顾客“黏”上你 / 109

第六章 让“云朵”后面的顾客信赖你

- 一定要成为商品应用专家 / 113
- 做好商品推荐，让顾客信赖有加 / 116
- 如何做好顾客的接待与咨询 / 119
- 帮助顾客消除心中的疑虑 / 120
- 以真心、诚心、耐心打动顾客 / 124
- 突出卖点，有效提升销售转化率 / 126
- 选择最佳的商品上架时间 / 129
 - 网销指导：正确地向顾客介绍商品 / 131
 - 网销工具：商品知识掌握程度调查表 / 133

第七章 如何说顾客才愿意听

- 服务用语暖人心 / 137
- 与顾客聊天的学问 / 139
- 缺货时也会有生意 / 143
- 锁定随意浏览店铺的顾客 / 145
- 顾客的提问巧妙答 / 148
- 提高成交率的经典话术 / 150
- 售后问答有技巧 / 153
- 沟通态度与措辞的九大禁忌 / 156

网销指导：优秀销售员的话术模板 / 159

网销工具：商品推介技巧测试表 / 166

第八章

锁定订单，有成交才算大赢家

在线交易的四个关键点 / 169

成功达成交易的六个必要条件 / 171

尽快促成交易的六个绝招 / 174

留住顾客，才会有订单 / 177

各个击破，留住不同类型的顾客 / 179

网购超级成交法 / 183

如何提高店铺的成交量 / 185

店铺活动之客服应对技巧 / 188

网店销售员必知的交易陷阱 / 190

网销指导：步步为营，搞定顾客 / 193

第九章

交易完成，销售却没有结束

怎样做好网店的售后服务 / 197

做好售后交流与售后回访 / 203

理性对待顾客的抱怨 / 206

- 正确处理顾客的投诉 / 208
- 赚好评更要赚人心 / 212
- 顾客中差评的预防与处理 / 215
- 服务好老顾客，留住回头客 / 219
- 顾客跟进工作要及时 / 223
- 学会挖掘和分析顾客数据 / 226
- 从战略的角度进行顾客关系管理 / 229
 - 网销案例：推一把创始人江礼坤利用数据库卖游戏币 / 232
 - 网销工具：顾客跟进表 / 234



第一章

企业营销的另一只轮子

整个世界都在“网中央”

从遥远的农耕时代到工业时代，再到迅猛发展的信息时代，技术力量一直在不断地推动着人类创造新的世界。互联网，正以改变一切的力量，在全球范围掀起一场影响人类所有层面的深刻变革。

阿里巴巴集团董事局主席马云认为：互联网的机遇就在于对传统行业的完善和改变，现在的阶段是唤醒，然后是参与，然后是共同发展。

奇虎 360 公司董事长周鸿祎认为：互联网时代，大数据、云服务、万物互联，传统的商业模式将受到威胁，而创新则会如雨后春笋。这不是最坏的时代，而是一个创造新价值的时代，更是一个创新者开拓进取的最好时代。

美国《连线》(Wired)杂志高级制作人、《长尾理论》(The Long Tail)作者克里斯·安德森(Chris Anderson)认为：与其说互联网是一场技术革命，不如说它是一场社会革命。

新经济时代，我们面对的是一条看不见的战线、一场没有国界的战争、一场席卷全球的风暴，互联网是全球巨变的激素，电子商务将代表世界经济的发展方向！

互联网为我们创造的是前所未有的奇迹，它的速度之快——光速、范围之广——全球、距离之短——零距离、时间之长——全天候、容量之大——无限，都是我们以往所无法想象的！

网络改变生活。今天的互联网已经拥有三十多亿用户，覆盖世界五大洲，带来了人们生活方式的彻底改变——走在路上，坐在车上就可以发信息、转账，躺在床上就可以购物、售货……

互联网对现代经济生活的改变还远不止于此，仅从中国各大财经媒体的报道中来看，传统企业进军互联网的潮流如今也已是汹涌澎湃。

在金融领域，互联网银行与银行互联网化的较量正在火热进行。

在房地产领域，各家房企纷纷打造互联网概念。绿地集团把旗下的商业地产项目包装成金融商品，通过互联网平台销售，这个商品被命名为“地产宝”。

在传统家电制造领域，各大厂家正在积极进军智能电器领域，正为争夺互联网入口而激烈竞争。

在手机制造领域，运用互联网思维的小米手机横空出世，更是创造了一个后来者居上的神话。

在零售业领域，阿里巴巴已经让人领略到淘宝网的厉害，而连锁家电超市苏宁电器，也更名为苏宁云商，实现了互联网营销。

在教育领域，在线教育公司正在疯狂发展。一家公司的老板说，教育实现互联网化之后，之前一万多元的自考成本，现在已经狂降到了一千多元。

2015年春节，红包大战风靡全国。据媒体报道，在各互联网平台上由各家商户投入的现金及礼券“红包”金额合计已过百亿元。其中，不少传统线下企业用尽各种手段聚拢线上人气，热度不亚于央视“标王”之争。一头连着人，一头连着钱——小小的电子红包迅速成为移动互联网与线下商业结合的重要手段，移动营销与移动支付的市场由此被彻底引爆。

我们已经身处互联网时代。面对浩浩荡荡的时代潮流，顺之者昌，逆之者亡，这是新时代的生存与发展之道。

从“双十一”现象看网购新浪潮

“双十一”是指每年的11月11日，由于四个“1”形似四根光滑的棍子，又光棍一词在汉语中为“单身”之意，因此被称为“光棍节”。在2009年以前，11月11日不过是一个普普通通的日子。从2009年开始，每年的11月11日，以天猫、京东为代表的大型电子商务网站一般都会利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度。到2012年，它已成了一个标志性节点，一个销售传奇，一块网络卖家、平台供应商、物流企业的必争之地。“双十一”俨然已成为中国互联网最大规模的商业活动，成为一场火爆异常的购物盛会。

2013年11月，网上有一条关于“双十一”的热门微博。一位徐姓工程师晒出了自己的请假条截图，其中写道：“媳妇收藏了不少天猫团购商品，2013年11月11日请假1天，回家看着媳妇，防止其败家，请领导批准。”

这应该是网友的幽默之作，但从中足见“双十一”网购的火爆。

所以有网友戏称，全国假日办应该将每年的11月11日设为法定假日，“说不定比黄金周还能刺激消费”。

接下来我们来看一组数据：

2009年，天猫商城“双十一”销售额为0.5亿元。

2010年，天猫商城“双十一”的销售额提高到9.36亿元。

2011年，天猫商城“双十一”的销售额已跃升到33.6亿元。