



我是电商

I Am a Electricity

邢晓风 王日俊 / 编著

我是电商——
玩儿转网络销售平台，
成为优秀的“第三方卖家”

网上开店，卖产品？还是卖人品？

“加盟”大佬公司，我们也算合伙人，如何在不同的平台中运营和设计页面，探秘各电商的经营理念和合作注意事项……

京东、天猫、微店、亚马逊……在不同平台上卖同样的商品，如何在众多“第三方卖家”中脱颖而出？怎么“吸粉”，吸足了粉丝又该怎样运作？

给你经营思路 + 教你运营策略 + 帮你发挥优势

我是电商

I Am a Electricity

邢晓风 王日俊 / 编著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

我是电商 / 邢晓风, 王日俊编著.

北京: 中国经济出版社, 2017. 9

ISBN 978 - 7 - 5136 - 4536 - 2

I. ①我… II. ①邢… ②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 (2017) 第 308517 号

策划编辑 伏建全
责任编辑 孙晓霞
文字编加 孙喆浩
责任印制 马小宾
封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社
印刷者 北京科信印刷有限公司
经销者 各地新华书店
开 本 710mm × 1000mm 1/16
印 张 24.5
字 数 344 千字
版 次 2017 年 9 月第 1 版
印 次 2017 年 9 月第 1 次
定 价 58.00 元
广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037
本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)
国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

目录

CONTENTS

做好电商 | 第一步 |

你要知道自己在卖什么

- 网店定海神针：定位是关键！ // 003
- 那么多同质商品凭什么买你的 // 010
- 商品千千万，服务最好看 // 018
- 卖掉东西看技术，留住客户看人品 // 022
- 老客户要用心养 // 027
- 诚信才是敲门砖 // 032
- 找到你的金矿：目标客户 // 038
- 让你网店的产品卖到爆 // 046

做好电商

| 第二步 |

你要知道自己在跟谁合作

不同平台有不同的发挥空间 // 053

京东：只为品质生活的 B2C // 061

阿里巴巴：让天下没有难做的生意 // 067

微信：强关系社交平台 // 074

亚马逊：走精品路线 // 082

当当网：以量取胜 // 086

苏宁易购：门店体验便捷下单 // 090

做好电商

| 第三步 |

拼的就是技术

货源是赚钱的源头 // 97

开网店产品如何定价 // 101

开网店是个细致活儿 // 109

网店首页：策划一场视觉盛宴 // 115

店铺装修秘技：3 秒定律及 7 秒定律 // 120

设计好店铺的主色调 // 125

技术宝典之直通车推广技巧 // 129

如何做好店铺 SEO 优化 // 136

网店商品图片处理技巧 // 139

“读图时代”：你的图片会说话 // 143

做好电商

| 第四步 |

玩转电商的核心——营销

- 营销百宝囊：巧心思 “黏” 顾客 // 149
- 淘宝营销策略：抓住营销的 “七寸” // 157
- 京东营销策略：与成功零距离 // 161
- 资深淘客运营三部曲 // 167
- 淘宝客服攻心大法 // 173
- 如何将网店做得风生水起 // 177
- 花样促销打造电商黑马 // 182
- 电商营销经典策略 // 187
- 客服必须掌握的知识 and 谈单技巧 // 192

做好电商

| 第五步 |

建立完善的流程，打造给力的团队

- 如何组建一支钢铁团队 // 199
- 激活你的超级销售团队 // 206
- 金牌客服的修炼秘籍 // 210
- 领导魅力铸就团队高度 // 215
- 高端电商人才必备的素质 // 221
- 网店客服管理是重中之重 // 225
- 网店销售的精髓在于帮顾客做选择 // 233
- 把握财务管理的脉搏 // 238

做好电商

| 第六步 |

让网店强大起来的诀窍

用绝招让网店流量取之不尽 // 247

实战：积分营销让顾客流连忘返 // 252

信誉是网店的基石 // 256

千年妖精修成仙，如何炼成钻石卖家 // 260

如何让店铺快速升级到皇冠 // 265

让你的店铺好评如潮 // 269

网店品牌宣传的途径 // 275

做好电商

| 第七步 |

网店事件紧急处理小贴士

你有谋策，我有对策：难缠买家巧应对 // 281

如何解决顾客纠纷 // 291

让顾客感受到当上帝的感觉 // 295

如何面对顾客的过分要求 // 300

网店客服议价技巧 // 305

突发事件如何自救 // 312

网店困惑及解决方法 // 318

开网店须防骗子 // 324



做好电商
| 第八步 |

仓储物流管理技巧

- “新娘上花轿”：找个靠谱的快递 // 333
- 发货服务透商机 // 338
- 物流是电商的命脉 // 343
- 把好仓库管理这一关 // 349
- 跑马圈地，仓储物流最紧要 // 355
- 物流公司：百花齐放，各有千秋 // 361
- 省下来的是利润：教你降低流物费用 // 372
- 选择物流公司及谈判 // 376





做好电商

第一步

你要知道自己在卖什么

老客户要用心养

网店每天人流量很多，其中混杂着新老客户。老客户的网店的贵人，他们能够在新上时以最快的速度让新品破零，并且可省去测款时间与推广费用，一个店铺的老客户，就犹如一棵树的根基，根基越牢固越扎实，店铺就能够走得越远。

作为卖家，要时刻注意，当一个新客户踏入你的店铺时，就有可能成为你的老客户。不要放弃任何一个让他成为老客户的机会，花点小心思，好好维护好这茫茫人海中的缘分，才是店铺长久经营之道。那么，如何让那些潜在的老客户们成为店铺的忠实粉丝呢？

1. 给顾客一次愉快的购物经历

如果顾客在你这里享受了一次愉快的购物，他回头购买的可能性很大，但如果在购物过程中有过不愉快的经历，那他一定不会再来购物。

比如，顾客收到衣服，抱怨说线头太多，做工粗糙，质量看起来不太好，色差大，颜色没有图片上亮丽。这时客服就要语言温和而甜美地表示：“亲，抱歉呀！质量肯定不会有问题的，都是刚出厂的货，原汁原味，所以线头多了点，这个很抱歉，下次您再来，我保证把线头给你修得整整齐齐的，让您穿起

业，从而将产品介绍给客户。同时，要去和同行进行比较，并对自己产品的优劣势了然于心，知道自己的优势，才能更好地向客户推荐。三是要懂得投其所好，不仅是对客户如此。对选择的平台也是如此。你选择的平台要喜欢认可你的产品，只有平台喜欢认可你的产品，才会推荐你！四是要关注竞争对手在平台上的销量、价格、上下架时间、客户的评论，这样才能找到客户的“痛点”。

如果是小卖家，不建议考虑太大的类目，因为卖家众多、竞争激烈；大类目肯定是受众面广，会有好多大卖家在里面，而小卖家没有足够的实力去做好，很难脱颖而出。

产品选好后，就要考虑主打产品的定位，此时要掌握“二八原则”。要知道，在一个店铺里只有 20% 的产品是主角，其余 80% 的产品只能是陪衬，是衬托红花的绿叶，注定只能做配角。所以要分清楚哪些产品是主要角色，哪些产品是跑龙套的炮灰角色。对于那些炮灰产品，涉及打折、引流、赠品，甚至降价时都要毫不犹豫地拿出来顶缸。主打产品是一个店铺的灵魂，众星捧月才能凸显主打产品的档次，此时切记不能轻易降价，并且要保留充足的库存、好的口碑、详尽的描述、不错的毛利，所有产品都要向它们引流！不是一切产品都要挣钱，绝对不能对所有产品一视同仁。必要时拿出一些炮灰产品，推动主打产品的上位。当你明白了哪些是你需要精心维护的产品时，其余的便可以舍弃。炮灰产品可以三天两头打折，以此吸引客户的关注，不赚钱也没关系，能给主打产品创造“绝杀”的机会。舍得饵才能钓大鱼。

货源的选择同样不能忽视，它可谓产品定位的坚强后盾。当你将定位的重心放在利润和销量都十分可观的产品上时，要避免“后院起火”，被釜底抽薪的悲剧，前方销售火爆，后方却失去了货源，那一切都会化为乌有！此时就算你千辛万苦再次找到了货源，但时不我待，很可能会错过最好的销售时机。或者货源成本高昂，使网店的利润受到很大的影响。因此在产品

顾客满意，你自己也会有很大的利润可得。要知道，为顾客着想，就是为自己着想。

3. 诚实待客

做生意一定要诚实，诚实守信方为经营之道，靠欺骗顾客做经营是不能长久的。有时候虽然能蒙骗顾客一时，但却不可持续。在现实中常会上当受骗的人不多，顾客是最聪明，也最公正的。一朝被蛇咬十年怕井绳，只要他觉得在你的店里上过当，日后一定避而远之，而且他一定会把上当受骗的经过告诉他所认识的人，这样一传十，十传百，名声受损，顾客会越来越少。千万不要心怀侥幸，以为只是得罪了一个客户，要知道，你得罪的将是他身后的所有人。所以，千万不要欺骗顾客。

4. 欢迎难缠的顾客

我们经常会遇到一些比较难缠的顾客，不要以为这一定是坏事。纵容使人懈怠和懒惰，而挑剔的顾客，促使我们不断进步。对于难缠的顾客不要拒之门外，而应表示欢迎。对很挑剔的顾客要毫不厌烦地耐心对待，虚心听取客户的意见，并积极地进行改进，这样方才使我们的店铺日益完美，超越他人。

三、售后

1. 付款完成，承诺发货与售后

大家都有这样的感觉，收到快递的那一刻是最幸福满足的，每一位拍下商品的顾客都迫不及待地想要看到商品，了解了这个心情自然能站在顾客的角度去回复每一句话。但突发情况总是让人猝不及防，有时候卖家也无法避免库存

行走”的人，彰显个性，与众不同，适合有个性有想法的女孩子穿；阿卡的女装，聚焦甜美可爱型的女孩，基本购买人群年龄段为 18 ~ 26 岁，年龄再大就穿不出那种甜美的味道了；骆驼男鞋，强调休闲舒适，自由自在，消费人群定位在 25 ~ 35 岁，再加上韩寒的代言，骆驼休闲男鞋系列销量一飞冲天，成为了休闲男鞋市场的佼佼者。

心思三：价格定位看人下菜碟儿

网上开店，没有店租金的压力，没有工商税务的烦恼，更没有莫名其妙的骚扰，省去了很多的麻烦和额外的成本负担。只要有好的货源，赚钱只是时间的问题。所以，网店商品价格一定要比网下便宜，因为大部分消费者对价格十分敏感，不要太贪心，多参考别人的价格，薄利多销。要知道，优惠的价格往往会吸引很多想省钱的客人。

同时，产品的价格要与顾客群的消费层次相吻合。把自己店铺产品的价格控制在合理的区间内，尽量缩小价格范围，或者细分价格区间。比如，淘宝上童装的价格大区间是几十元到二百元，可以将产品价格控制在 20 ~ 60 元或者 60 ~ 100 元，或者 100 ~ 200 元等，不同的价格区间背后对应的是不同消费层次的顾客，通过价格区间就锁定了对应的目标顾客群。

比如，30 岁以上的白领，他们已经有了稳定的经济收入，但对于实体店几千元一件的衣服，还是会心疼和难以下决心购买，但又有一定的产品要求，那么根据这类需求定制 300 ~ 400 元成本的产品，再考虑款式优势以后，就可以将价格定位在 600 ~ 900 元。

心思四：质量定位看品质

品质是一个产品的核心和价值所在，而不同的价格通常对应着不同的产品

格话题，先帮顾客查询一下是否有库存，然后引导顾客深入了解产品，了解多了，顾客觉得值了，也就不会再纠结价格，砍价的幅度也会小很多。

2. 吸引新买家

可以在店铺最明显的位置写上：进店送积分、购物送积分、秀贴送积分、推荐送积分、积分抵现金、积分换商品等信息。进店送积分可以使顾客成为你的会员，用赠送的积分购物，促使他再消费。秀贴送积分可以激励其为你宣传。

3. 尊重你的每一位顾客

在工作中，有时我们可能因为意见相左而同顾客产生摩擦。此时更要注意自己的言谈举止，尊重顾客。你的态度会成为你们之间良好关系建立的起点，但也会成为战争的导火索。不管什么时候，都不要失去礼节。只要言辞诚恳，顾客会对你留下良好的印象，从而再次光临你的店铺。

二、售中

1. 引导顾客坚定购买信心

在确定顾客选中的商品有货的情况下再进行下一步，以免沟通半天最后发现没货，会让顾客很反感。顾客针对商品提出问题时，即使商品描述已经十分详细，卖家也不能让顾客自己去看描述，有时候顾客明明看到产品的详细描述，还是会习惯性地去看卖家，特别是女性顾客，此时一定不能敷衍塞责，表现出不耐烦，要针对顾客的提问做出中肯的答复，让顾客感到你对商品很有信心，并且很负责、有耐心，良好的开端可以奠定下一步继续沟通的基础。

的效果截然不同。在传统的韩版、田园等风格里，外景往往占据优势，有优美的风景，采用一定的亮色作为背景，且采用朦胧虚幻的风格彰显神秘。构图方式以半身为主，达到景中有物的整体效果。而欧美 OL、街头风格等，主要以灰黑色的内景、深色的室外背景作为主色调，用灯光或者拍摄角度来突出模特以及衣服的特性，棱角分明，张扬个性。

心思六：风格定位要统一

店铺风格要专注唯一，最好只有一个定位，既不能风格多变，也不能奢求人人喜欢。任何风格都不可能符合所有人的需要。如果什么都想获得，结果只会沦为大众化，表现平平。风格统一可以直接提升店铺的转化率，做好风格定位远比在商品描述上下功夫更能提升转化率。对于网店来说，控制产品的风格，要从源头做起，从进货环节把好关，通过档口选择来控制货源的风格。根据产品的客户群体，产品的风格定位，选择一些风格相符的货源档口来拿货。要选出货量大的店，这样的店铺能保证货品的供应，不容易断货。通过货源供应环节定位好产品的风格。一般来说，每个档口经营的货源风格是统一的，风格相差不会太大。同时，又不用费尽心思地去寻找好卖的款式，要明白，一个风格统一的档口经常会有几款热销的产品，放到风格统一的网店通常销量都很可观。

店铺的风格定位是一种取舍，为了获得一部分客户，就必须果断放弃一部分客户。风格就是一种缺憾的美丽，扬长避短才能获得客户的青睐，正因为我们不能获得所有人的喜爱，所以才要选择适合自己的店铺风格，尽力发挥我们的长处，而不是费时费力的补充短处。因为，扬长永远比避短有效。

在买家群体定位、产品的定位、店铺视觉定位三管齐下，都已经做好的前提下，还需要对这三者进行风格整合，择其善者而从之，将三者完美地统一起

给你带来很多新的顾客，这是基本的商业准则。

6. 真诚的售后服务

把每个人看成潜在的消费者，在销售自己商品的同时，可以想象一下自己消费时的情况。谁都想放心快乐地购物，热忱周到而且真诚的服务带来的将是源源不断的销售量！在自己的售后服务条款里注明自己的这些服务，珍惜每一位顾客对你的光顾与青睐。

要做到主动而有针对性的服务。处理投诉只是服务的一小部分，还要主动、定期地回访自己的客户，让他们感受到你对他们的重视，感受到他们购买你的产品后所得到的价值，别吝啬你的电话费，他们会给你很大的回报。建立良好的互动关系，每个订单都注明他们的电话和地址，把他们放到自己的地址簿里面，过年过节发个微信，这样做一定会带来长期收益的。

7. 出单后要做好售后服务，吸引回头客

出单后要及时发货，最好能发货后给客户留言，告知客户已经发货，物流快递名称，物流单号，以及物流运输状态。交货后要提醒客户给予好评，这对店铺尤其是新店铺是尤为重要的。贴心的服务会让买家心里舒服，如果产品质量好，下次光顾的可能性非常高。为了吸引回头客，可以提供优惠券，给老客户打一点折扣，但绝对不能忽略产品的质量，一定要卖正品。

网店卖东西，服务是至关重要的。我们如何才能做好服务呢？首先要有一颗真诚的心，做到了这一点，保证你在网店销售上如鱼得水。服务好，带来的回头客是非常可观的；服务不好，不但回头客没了，严重的还可能会造成客户投诉，所以无论是新手卖家，还是大卖家，在服务方面一定要做好。