

大众创业系列丛书

新手学

网店营销、管理与推广

蒋杰 编著

资深微信营销实践者亲自执笔，倾囊传授成功经验。
新手卖家必备营销宝典，实用的网店推广工具书。



营销
方法

快速提升营销额

74
种

管理
手段

助力提升网店经营效益

56
种

推广
技巧

有效建立信任持续运营

56
种

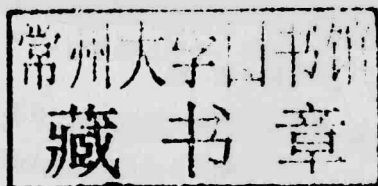
清华大学出版社



大众创业系列丛书

新手学网店营销、 管理与推广

蒋 杰 编著



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书共包括13章,循序渐进地讲解了网上开店的营销推广和管理之道。主要内容有:网上开店运营管理必知常识、网店营销和管理前的准备工作、网店搜索营销、网店视觉营销、网店的日常运营管理、网店的站内计费推广以及如何用即时聊天工具做网店推广等。

本书注重实践操作,为网店卖家介绍了网店运营管理的各种实用方法和技巧。本书适合于每一个想要涉足网店的创业者阅读,同时也适合于想要提高网店营业利润的卖家、电商从业人员学习,还可作为有电商专业的相关院校的参考图书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

新手学网店营销、管理与推广/蒋杰编著. —北京:清华大学出版社,2017

(大众创业系列丛书)

ISBN 978-7-302-47778-5

I. ①新… II. ①蒋… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版书图书馆CIP数据核字(2017)第170404号

责任编辑:李玉萍

封面设计:郑国强

责任校对:周剑云

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 三河市少明印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×240mm

印 张: 21.25 字 数: 337千字

版 次: 2017年10月第1版

印 次: 2017年10月第1次印刷

定 价: 49.00 元

产品编号: 073144-01

关于本丛书

当今社会，商业蓬勃发展，不少人都认为，与其为人打工不如自己当老板。因此，在中国这个人口大国掀起了“大众创业”“草根创业”的新浪潮，开启了全民创业的新时代。

在这样的大浪潮下，很多有抱负的年轻人都希望通过创业来取得事业的成功。据某创业现状调研报告显示，约有 75% 的在校学生对创业满怀期待，既羡慕创业者的勇敢和成就，也希望有这样的机会能成就自我。

但是创业成功者毕竟是少数，每年新创办的企业中，至少有 50% 的企业在半年之内倒闭，因此创业并不是一件容易的事儿，也不是一件随便说干就干的事儿。“万事开头难”，做任何事情都不是那么容易的，更不用说创业这种高风险、低成功率的事情了。

因此，我们策划了“大众创业系列”丛书。本系列丛书立足于“切实可行”这一前提，挑选了创业起步过程中大众最想要了解的内容，如行业选择、公司注册、人事行政、资金、行销、团队、培训、扩展等方向，切实解决新创业者可能遇到的难题。本丛书具有如下特点。

特 点	说 明
大量实战案例 可操作性高	本丛书采用理论知识结合实战案例的结构编写。在讲解过程中，列举了大量案例，以帮助创业者高效地进行公司经营和管理
穿插各种栏目 拓展内容深度	本丛书在讲解过程中，穿插各种形式的栏目，剖析了创办公司过程中遇到的高频问题、关键问题及无法解决的难题，不仅解决了创业者的实际问题，还大大扩充了本书知识的广度和深度
全程图解展示 学习轻松容易	本丛书除了介绍与创业相关的理论知识外，特意将烦琐的操作步骤进行图示化展示和图示讲解，力求让读者轻松学会相关理论和操作

本书结构

在大众创业的浪潮中，有一部分创业者选择了网上开店的方式创业。本书作为一本网店运营管理入门的实用工具书，为准备网上开店创业和想了解如何经营、管理网店的读者详细描绘了网店营销、管理与推广的具体方法和注意事项。全书共 13 个章节，主要内容可分为如下 3 部分。

章节介绍	主要内容	作用
第 1~2 章	该部分是本书的基础篇，主要介绍了网上开店运营管理必知常识、网店营销和管理前的准备工作	这部分作为本书的开篇，为网上开店的创业者详细介绍了网店的现状以及网上开店的准备工作，让创业者为网上开店创业起步做好必备的知识储备
第 3~12 章	该部分是本书的重中之重，主要分为三大内容，包括网店的营销、管理与推广，如网店的搜索营销、视觉营销、站内活动营销、商品定价管理、财务管理、客户服务管理、分销管理、直通车推广、钻石展位推广、微信推广等	力求用最简单的方式教会网上开店创业者顺利将网店运营起来
第 13 章	该部分主要是对手机网店的营销推广和管理内容进行详细介绍	通过学习手机店铺的营销推广和管理技巧，让网上开店创业者管理和经营网店无忧

本书特点

特点	说明
典型案例快速精通	本书在创作过程中侧重于实践方面的讲述，摒弃“假、大、空”的套话，提供了许多实操步骤和典型案例，通过案例分析和实际操作的讲解辅助读者了解网店运营的具体流程和方法，让读者快速精通网店经营管理的精髓
全程图解步步详解	本书包含大量图片、表格和图示，步步详解怎样通过各种营销和管理工具推广与管理网店，以帮助网上开店创业者更高效地进行网店经营与管理

本书作者

本书由蒋杰编著，参与本书编写的人员有邱超群、杨群、罗浩、林菊芳、马英、邱银春、罗丹丹、刘畅、林晓军、周磊、蒋明熙、甘林圣、丁颖、何超等，在此对大家的辛勤工作表示衷心的感谢！由于编者经验有限，书中难免会有疏漏和不足，恳请专家和读者不吝赐教。

目 录

Contents

第 1 章 网上开店运营管理

必知常识 001

1.1 网店未来的发展趋势 002

1.1.1 了解网络购物市场现状 002

1.1.2 网店创业现状和前景 004

1.1.3 目前网店的几种经营方式 004

1.1.4 网店发展模式分析 005

1.2 网上开店运营的基础认识 007

1.2.1 网上开店的优势和特征 007

1.2.2 网上开店要遵守的法律法规 008

1.2.3 网上开店的具体流程 009

1.3 网店营销和管理的开店规划 011

1.3.1 网上如何开立企业店铺 011

1.3.2 找准定位为营销管理
打好基础 012

1.3.3 装修是网店开通后的
首要工作 013

1.4 在哪些平台上可以开网店 015

1.4.1 卖家云集的淘宝网 015

1.4.2 京东网上购物商场 016

1.4.3 美丽说女性消费平台 017

1.4.4 蘑菇街时尚消费平台 020

1.4.5 其他大型网络购物平台 022

第 2 章 网店营销和管理前的

准备工作 025

2.1 网店人员的配备和招聘 026

2.1.1 网店经营人员安排和职责 026

2.1.2 网店人员的招聘 028

2.1.3 进行网店知识技能的培训 031

2.1.4 有效的激励机制留住员工 033

2.2 网店管理制度的安排 035

2.2.1 网店员工管理制度细则 035

2.2.2 员工绩效考核管理办法 037

2.2.3 绩效考核表格如何制作 040

2.3 网店店铺模板的管理 041

2.3.1 网店页面管理模板的下载 041

2.3.2 如何选择合适的模板 044

2.3.3 为网店换上全新的页面 045

第 3 章 网店营销从搜索开始 047

3.1 认识网店营销及其重要性 048

3.1.1 为什么没有搜索就没有流量 048

3.1.2 网店的流量来源 049

3.1.3 淘宝站内搜索的规则 052

3.1.4 走出淘宝 SEO 的误区 055

3.2 让排名在前的关键词设置 056

3.2.1 了解关键词的规则 056

3.2.2 如何合理设置关键词 058

3.2.3 关键词万能组合方式 061

3.3 网店 SEO 分析不可少的工具 062

3.3.1 研究关键词搜索趋势的
百度指数 062

3.3.2 分析用户群体的阿里指数 064

- 3.3.3 利用生意参谋分析核心数据...066
- 3.3.4 其他淘宝数据分析工具.....068

第4章 视觉营销让网店脱颖而出 071

- 4.1 认识网店视觉营销.....072
 - 4.1.1 视觉营销对网店的重要性.....072
 - 4.1.2 网店视觉营销不是简单陈列...073
 - 4.1.3 网店视觉营销的原则.....076
 - 4.1.4 视觉营销要懂的配色.....078
- 4.2 让宝贝抓住消费者的眼球081
 - 4.2.1 什么样的图片才能吸引点击...081
 - 4.2.2 如何拍摄高清宝贝图片.....082
 - 4.2.3 添加文字打造爆款宝贝.....084
- 4.3 视觉营销提高访客的设计086
 - 4.3.1 视觉营销中的字体设计.....086
 - 4.3.2 突出醒目的店标很重要.....087
 - 4.3.3 首页布局要做到流量引导.....089
 - 4.3.4 把握细节增加店铺的收藏量...091
- 4.4 巧用工具美化和管理图片092
 - 4.4.1 搜集和下载可用素材.....092
 - 4.4.2 装修素材的分类存储管理.....095
 - 4.4.3 使用的图片美化工具.....097

第5章 玩转站内活动营销 099

- 5.1 入驻淘宝平台聚划算.....100

- 5.1.1 聚划算为卖家带来的价值.....100
- 5.1.2 卖家入驻聚划算的条件.....101
- 5.1.3 聚划算营销攻略.....103

5.2 淘抢购活动打造高销量105

- 5.2.1 了解淘抢购招商标准.....105
- 5.2.2 参加淘抢购的流程.....107
- 5.2.3 进行淘抢购营销的关键点.....108

5.3 中小卖家必备的天天特价109

- 5.3.1 天天特价的报名资质.....109
- 5.3.2 天天特价活动报名流程.....110
- 5.3.3 如何玩天天特价更有效果.....114

5.4 淘金币抵钱营销115

- 5.4.1 淘金币营销有什么好处.....115
- 5.4.2 申请淘金币活动有要求.....117
- 5.4.3 淘金币极致引流技巧.....120

5.5 不可错过的节日营销.....121

- 5.5.1 从双十一看节日营销的价值...121
- 5.5.2 节日营销有哪些玩法.....123
- 5.5.3 如何提前布局节日营销.....125

第6章 留住客户的店内营销...127

6.1 开展店内营销的准备工作128

- 6.1.1 做好店内营销的预热.....128
- 6.1.2 有效执行店内活动.....129
- 6.1.3 活动主题的装饰.....130

6.2 最常用的限时打折.....132

目录

Contents

6.2.1	限时打折营销的规则	132
6.2.2	如何设置限时折扣	133
6.2.3	限时打折营销的注意事项	135
6.3	重要的优惠券营销	136
6.3.1	明白优惠券的使用目的	136
6.3.2	网店优惠券的种类	137
6.3.3	优惠券的发放有技巧	139
6.3.4	如何发放店铺优惠券	140
6.4	店内营销推广的其他工具	143
6.4.1	满就送促销活动	143
6.4.2	搭配套餐推广	144
6.4.3	包邮活动营销	146
6.4.4	店铺红包营销	148
6.4.5	加入消费者保障计划	150

第7章 掌握网店的日常管理...153

7.1	不可忽略的货源管理	154
7.1.1	找准适合网店销售的商品	154
7.1.2	选择靠谱的进货渠道	156
7.1.3	足不出户找到好货源	158
7.1.4	供应商管理的核心法则	161
7.2	网店商品库存管理	163
7.2.1	宝贝上下架管理	163
7.2.2	进货周期、货物堆放管理	164
7.2.3	库存是网店管理的难题	167
7.2.4	建立完备的库存管理系统	168
7.3	网店订单交易管理	170

7.3.1	网店商品定价管理	170
7.3.2	交易订单的处理流程	172
7.3.3	商品出货流程管理	175
7.3.4	如何选择合适的快递物流	175
7.3.5	网店交易管理常用软件	177
7.4	商品定价管理策略	178
7.4.1	高价法与低价法	178
7.4.2	整数法与非整数法	179
7.4.3	同价销售和安全定价法	180
7.4.4	弧形数字定价法	182

第8章 精通网店的运营管理...183

8.1	涉及资金的网店财务管理	184
8.1.1	网店运营的成本与利润	184
8.1.2	进货管理的成本控制	185
8.1.3	如何进行运费成本控制	186
8.1.4	学会简单的记账管理	188
8.1.5	制定网店财务管理制度	189
8.2	做好客户服务管理	191
8.2.1	建立完善的客户资料	191
8.2.2	如何进行客户关系维护和管理	193
8.2.3	对客户进行群组管理	196
8.3	如何提高网店的效率	198
8.3.1	网店品质管理	198
8.3.2	用淘宝助理管理宝贝	200
8.3.3	客服绩效管理工具	201
8.3.4	客户关怀管理工具	203

第9章 实用的网店铺面

管理方法 205

9.1 服务于网店的客服营销管理 206

9.1.1 了解网店客服的基本设置 206

9.1.2 如何设置客服旺旺亮灯 209

9.1.3 售前销售技巧决定网店
成交量 211

9.1.4 良好的售后体验带来回头客 212

9.1.5 网店客服用语大全 214

9.2 网店分销管理 217

9.2.1 认识什么是淘宝分销 217

9.2.2 淘宝分销要怎么做 218

9.2.3 如何选择优秀的供应商 220

9.2.4 分销产品管理 222

9.3 提高网店转化率的数据管理 223

9.3.1 网店数据收集与整理 223

9.3.2 用数据指导营销推广 228

9.3.3 网店数据分析的核心要点 229

第10章 有效的站内

计费推广 231

10.1 直通车精准推广 232

10.1.1 认识直通车的推广原理 232

10.1.2 直通车推广的优势 233

10.1.3 直通车的计费方式 236

10.1.4 卖家如何加入直通车 237

10.1.5 直通车推广的技巧 239

10.2 让淘宝客帮忙推广 241

10.2.1 什么是淘宝客推广 241

10.2.2 淘宝客推广的不同
计划类型 243

10.2.3 如何设置淘宝客佣金 245

10.2.4 多渠道招募淘宝客 247

10.3 图片展示的钻石展位推广 249

10.3.1 钻石展位的基础功能 249

10.3.2 加入钻石展位的基本要求 251

10.3.3 钻石展位如何提高点击率 252

10.4 适合天猫店铺的品销宝推广 254

10.4.1 品销宝具备的品牌优势 255

10.4.2 加入品销宝的要求 255

第11章 用即时聊天工具

做推广 257

11.1 使用广泛的微信推广 258

11.1.1 进行微信推广前的准备 258

11.1.2 网店微信号的建立 259

11.1.3 为微信号添加网店标识 264

11.1.4 用微信推广网店的方法 267

11.1.5 微信淘口令如何引流 270

11.2 网店的微博推广方式 271

11.2.1 为网店开通微博号 271

11.2.2 微博信息和话题推广 273

11.2.3 利用微博活动推广 275

11.2.4 如何让微博账号置顶显示 277

11.3 用 QQ 推广网店.....	279
11.3.1 网店信息的完善和发布	279
11.3.2 利用 QQ 群集合顾客	282
11.3.3 为用户发送推广邮件	283
11.3.4 使用漂流瓶进行推广	285

第 12 章 带来流量的 站外推广 287

12.1 种类丰富的论坛推广	288
12.1.1 常见的论坛推广平台	288
12.1.2 在豆瓣中发布上新宝贝	290
12.1.3 如何进行网店首页的推广	291
12.1.4 论坛推广的技巧和 注意事项	293
12.2 打造博客推广	294
12.2.1 建立博客推广网店	294
12.2.2 如何让更多人关注 网店博客	295
12.2.3 如何写出优秀的推广博文	296
12.2.4 常见的博客推广 平台有哪些	298
12.3 巧用免费资源推广	300

12.3.1 网店互换链接推广	301
12.3.2 图片打水印推广法	303
12.3.3 百度文库推广法	304

第 13 章 手机店铺的营销 与管理 307

13.1 无线端店铺的管理	308
13.1.1 手机店铺的组成元素	308
13.1.2 如何进行手机店铺的 页面管理	309
13.1.3 手机客户端如何管理店铺	311
13.2 利用手机微淘推广商品	313
13.2.1 什么是微淘	313
13.2.2 如何注册微淘	314
13.2.3 编辑微淘广播并发布	316
13.2.4 微淘吸引粉丝的方法	317
13.3 手机店铺实用营销工具	318
13.3.1 设置店铺号进行推广	318
13.3.2 “码上淘”二维码营销	320
13.3.3 好店分享推广方式	322
13.3.4 淘宝“问大家”推广	324
13.3.5 利用手机海报进行推广	325

第 1 章

网上开店运营管理必知常识



本章要点

- ◆ 了解网络购物市场现状
- ◆ 网店创业现状和前景
- ◆ 目前网店的几种经营方式
- ◆ 网店发展模式分析
- ◆ 网上开店的优势和特征
- ◆ 网上开店要遵守的法律法规
- ◆ 网上开店的具体流程
- ◆ 网上如何开立企业店铺
- ◆ 找准定位为营销管理打好基础
- ◆ 装修是网店开通后的首要工作
- ◆ 卖家云集的淘宝网
- ◆ 京东网上购物商场



学习目标

如今，越来越多的创业者开始通过网店来进行创业。对于网店店主来说，如何经营管理好网店是网店是否盈利的关键。卖家要做好网店的运营管理，首先需要对网店有清晰的认识。本章将详细介绍网店的发展现状，以及网店运营管理需要做的准备工作。

知识要点	学习时间	学习难度
网店未来的发展趋势	20 分钟	★★
网上开店运营的基础认识	20 分钟	★★
网店营销和管理的开店规划	30 分钟	★★★
在哪些平台上可以开网店	20 分钟	★★

1.1

网店未来的发展趋势

据中国互联网信息中心 CNNIC 发布的第 37 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2015 年 12 月,中国网民规模达 6.88 亿人,随着网民人数的增长,网上购物的人群也大幅度增长。

1.1.1 了解网络购物市场现状

2016 年 6 月 22 日,中国互联网信息中心 CNNIC 发布了《2015 年中国网络购物市场研究报告》。报告显示,截至 2015 年 12 月,我国网络购物用户规模达 4.13 亿人,同比增加 5183 万人,增长率为 14.3%,高于 6.1% 的网民数量增长率。与此同时,我国手机网络购物用户规模达 3.40 亿人,同比增长率为 43.9%,手机网络购物的使用比例由 42.4% 提升至 54.8%。

2015 年中国网络购物市场保持快速发展。年度全国网络零售交易额达 3.88 万亿元,同比增长 33.3%。其中, B2C 交易额 2.02 万亿元,同比增长 53.7%。当年中国网络购物市场交易总次数达 256 亿次,年度人均交易次数 62 次。

在网络购物市场继续向前发展的同时,网络零售市场的集中度也进一步提高,从市场竞争来看,阿里和京东占据了中国网络零售 90% 以上的市场份额,如图 1-1 所示为 2015 年网络零售市场 B2C 交易额渠道分布。

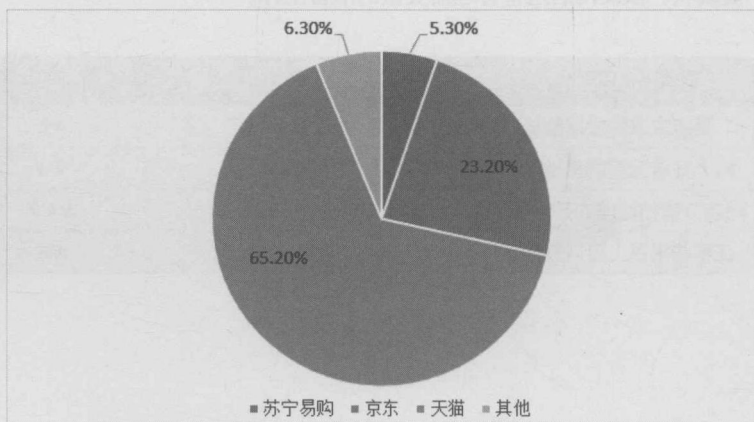


图 1-1

从图 1-1 可以看出, 天猫占据了 65.2% 的市场份额, 京东紧随其后, 占 23.2%, 苏宁易购占 5.3%, 其他占 6.3%。

从细分市场来看, 社交网购、海外网购也发展迅速, 其中微商的崛起促进了社交网购的发展, 如图 1-2 所示为 2014—2015 年社交网络购物与整体网络购物用户规模及使用率情况。

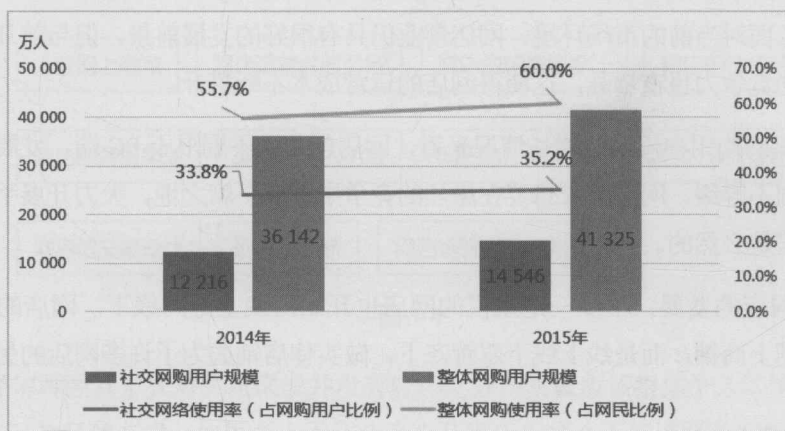


图 1-2

从图 1-2 可以看出, 2015 年社交网购用户规模为 1.45 亿人, 较 2014 年增加 2330 万人, 年增长率 19.1%; 社交网购在网购用户中的使用率由 33.8% 提升到 35.2%。

在海外网购中, 海外网购用户增速为 135.8%, 多政策的出台促进了跨境电商的发展, 如图 1-3 所示为 2014—2015 年海外网络购物与整体网络购物用户规模及使用率情况。

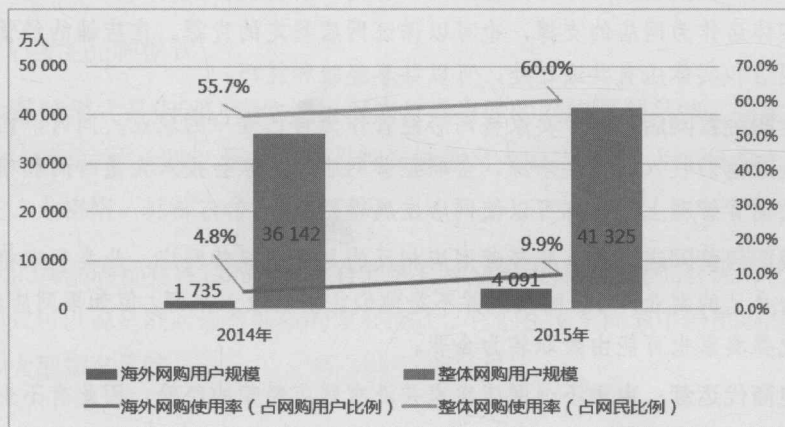


图 1-3

从图 1-3 可以看出, 2015 年海外网购用户规模为 4091 万人, 较 2014 年增加 2356 万人, 年增长率 135.8%; 海外网购在网购用户中的使用率由 4.8% 提升到 9.9%。

1.1.2 网店创业现状和前景

通过对国内网络购物市场的简单了解, 可以看出国内网络购物市场的交易活跃度保持高涨。面对当前的市场环境, 网店创业仍具有很好的发展前景, 但与前几年相比, 网店之间的竞争力也在增强, 这使得网店的运营成本不断攀升。

从手机网购用户规模的增长情况来看, 网店创业已不局限于 PC 端, 发展移动端的网店已经刻不容缓, 网店卖家想要在激烈的竞争中占有一席之地, 大力开展手机网店的营销和推广是必然的。

随着网店的发展, 不少一定规模的网店也开始由线上走向线下, 网店的经营已不单单依靠网上商铺, 而是线上线下双管齐下, 做实体店铺成为了许多网店的另一种发展方式。

1.1.3 目前网店的几种经营方式

网店和线下实体店铺一样都需要经营, 网店的经营有多种方式, 不同的网店卖家可以根据个人情况选择不同的经营方式, 具体内容如下所示。

- ◆ **网店和实体店并举:** 网上店铺是许多本就拥有实体店铺的卖家拓展销售渠道的方式, 他们将网店作为实体店铺的补充, 从而使其获得更多的销量。另外, 有实体店作为网店的支撑, 也可以保证网店稳定的货源。在店铺的经营过程中, 网店和实体店有共通之处, 可以共享经验和技巧。
- ◆ **全职经营网店:** 不少卖家将网店经营作为自己唯一的职业, 同时, 网店的收益也是他们收入的主要来源。全职经营网店的卖家会投入大量时间和精力在网店的运营管理上, 这样可以使网店发展得更快。
- ◆ **兼职经营网店:** 与全职经营网店相反的是兼职经营网店, 此类卖家将开网店作为自己的副业, 网店的收入并不是他们主要的收入来源, 但如果网店经营良好, 此类卖家也可能由兼职转为全职。
- ◆ **电商代运营:** 由于不少网店卖家并没有网店经营的经验, 因此有不少卖家会选

择电商代运营的方式进行网店经营。电商代运营是指网店商家将店铺日常的管理、营销、推广工作委托给专业的网店代运营。由于代运营公司普遍具有较强的网店经营能力,因此能够有效降低网店经营成本,提高网店销量,而网店卖家的主要工作则是进货、发货等。

电商代运营扮演着网络渠道代理商的角色,他们提供了丰富的网店服务项目,如图1-4所示。

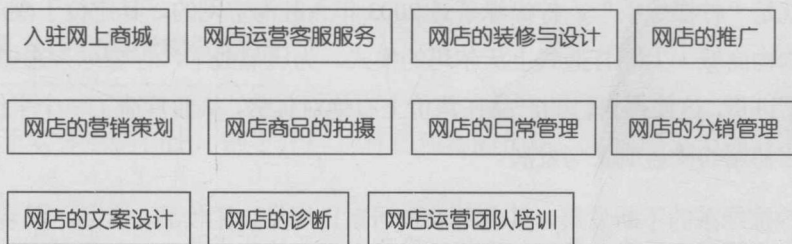


图 1-4

选择何种经营方式对卖家来说并没有好坏之分,卖家应该根据个人的实际情况,选择适合自己的经营方式:如果个人无法全身心开网店,那么不妨选择兼职经营网店;如果是自由职业,且平时闲置时间较多,可以选择全职经营网店。

1.1.4 网店发展模式分析

网店发展至今已形成了多种模式,总结起来主要包括自主品牌模式、通路模式、线上拓展模式和托管模式、个性模式。

(1) 自主品牌模式

自主品牌模式是指网店卖家通过网店打造自己的网络原创品牌,此类品牌依靠淘宝商城的运营而成长起来,因此这类品牌又被称为“淘品牌”。目前比较知名的淘品牌有御泥坊、七格格、韩都衣舍、麦包包等。

不同的淘品牌都有各自的优势,有的拥有独立的设计,有的拥有优质的外贸商品。淘品牌模式可以说是网店最有前景的发展模式,它们在网上商城中的市场占有率甚至超过了不少大型知名品牌。

淘品牌模式通过产品独特的卖点和营销方式获得了快速发展，但对于新的网店来说，不能盲目追求淘品牌发展模式，首先要做的还是立足市场，满足买家需求，在推出适应市场需求产品的同时，逐渐让自己的品牌深入人心。

（2）通路模式

通路模式是淘宝网最具有代表性的模式，可以将通路模式看作超市型网店，最典型的例子就是“柠檬绿茶”。柠檬绿茶是 2003 年入驻淘宝网的，其定位于潮流、健康、高品质的购物商城，力图打造线上沃尔玛的模式。为压低成本，柠檬绿茶选择在东南亚地区的工厂进货，这使得自己的产品在售价上有绝对优势，从而营造了一个平价大卖场，保证了网店初期的快速成长与发展。

随着柠檬绿茶的不断发展，其业务涉及居家日用品、化妆品、食品、服装等行业，其销量也连续多年占据鳌头。

通路模式的优点是将货源采购与网店运营做到极致，同时，该模式想要获得盈利的关键正好在于货源采购和店铺运营。而如何找到物美价廉的货源，是通路模式网店发展的核心。

（3）线上拓展模式和托管模式

线上拓展模式主要针对拥有线下实体店铺的网店而言。他们在线下拥有自己的专卖店，网上开店是他们进军网络渠道的一种方式。

同时经营线上和线下店铺，对运营团队的要求较高，许多卖家可能并不拥有同时经营两个渠道的条件，因此他们会采用托管模式，将自己品牌的网上店铺外包给网络公司，让其代为运营管理。当然，也有通路模式做大的网店在逐渐尝试托管模式。

（4）个性模式

个性模式网店的产品有其独特点，这类网店经营的特点在于拥有自己的设计师，他们的产品并不针对大众人群，而是具有个性化的小众人群。虽然个性模式的网店针对的用户群较小，但是这部分的买家却具有极高的忠诚度。

个性模式下的典型网店当属裂帛，其网店的创始人都是设计师出身，产品的设计充满了创意，目前，裂帛以其个性化风格成为了知名的原创设计品牌。

1.2

网上开店运营的基础认识

网店是电子商务的一种形式，卖家想要在网上销售自己的产品，首先需要拥有一家属于自己的网店。下面就一起来看看网上开店的相关内容。

1.2.1 网上开店的优势和特征

与线下实体店铺相比，网上开店具有其独特的优势，总结起来主要有5点，具体内容如下。

- ◆ **方便快捷：**网上开店没有开实体店那么麻烦，只需要在网上商城按照要求提交相关资料，审核通过后即可开店成功，一般只需要短短的几分钟。
- ◆ **成本低：**网上开店的成本很低，许多大型的网上商城都免入驻费用，同时也不需要交纳水费、管理费等费用。
- ◆ **经营时间灵活：**只要网络通畅，网店可以全天运营，同时，卖家还可以根据自己的时间来灵活安排网店的营业时间。
- ◆ **不受地域限制：**实体店的经营会受到地域的影响，而网店面对的用户群体则不受地域限制。
- ◆ **交易迅速：**网上购物交易迅速，买家只要和卖家达成一致即可下单付款交易，有时卖家与买家之间甚至不需要交流即可完成交易。

网上开店有优势，但也有劣势，网上开店的不足之处主要体现在以下几个方面，具体内容如表 1-1 所示。

表 1-1

不足之处	内 容
商品特征无法完全展现	买家在网上购物，主要是看商品图片及文字介绍，但商品的重要特征有时很难通过图片完全展示出来，比如商品的手感、重量、气味等，这些都需要买家在购买时通过接触才能感受到。另外，商品图片和实物因为拍摄的原因可能存在色差等，买家在拿到实物后可能会感觉实物与图片有差别，由此产生买卖纠纷