

21世纪高等院校电子商务教育系列教材

网上创业 实务

史 达 主编

Online Business

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



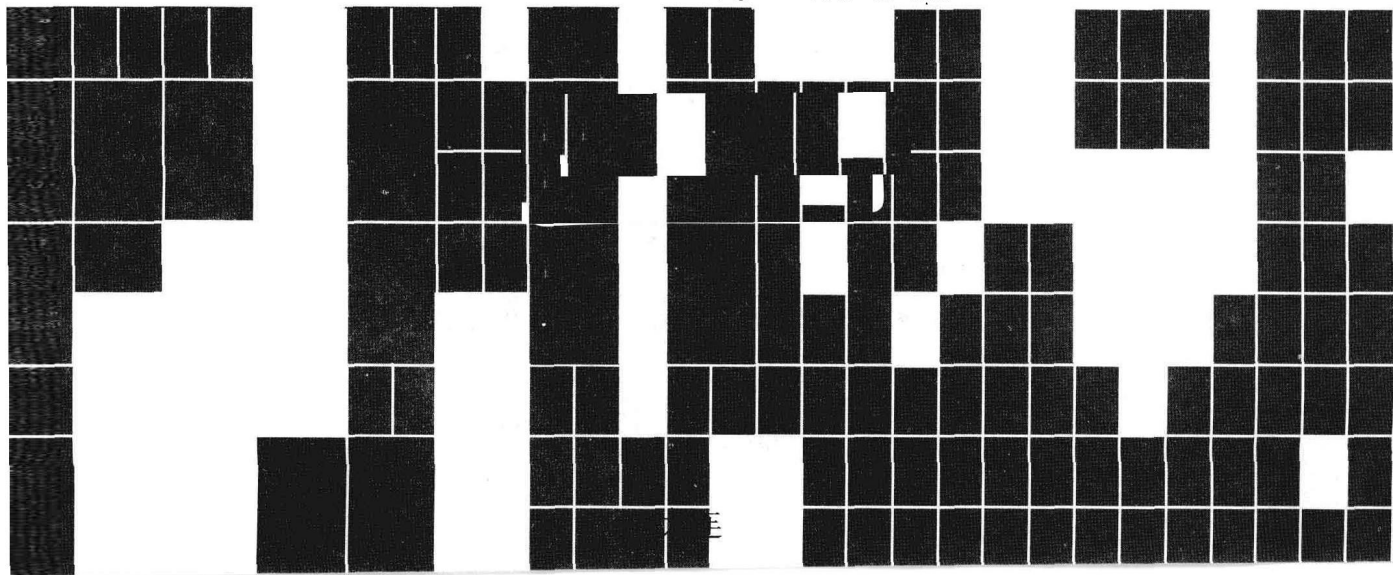
21世纪高等院校电子商务教育系列教材

网上创业 实务

史 达 主编

Online Business

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



© 史 达 2011

图书在版编目 (CIP) 数据

网上创业实务 / 史达主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2011. 4

(21 世纪高等院校电子商务教育系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0314 - 9

I. 网… II. 史… III. 电子政务 - 高等学校 - 教材
IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 041216 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连美跃彩色印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm

字数: 416 千字

印张: 20

2011 年 4 月第 1 版

2011 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑: 李 彬 时 博 王芃南

责任校对: 何群 王娟

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0314 - 9

定价: 32.00 元

前言

网上创业是一门实践性很强的课程。通过本课程的学习,旨在使学生了解网上创业的基本理论和实践经验,学生通过学习网上创业的基本概念、基本手段,从而对网上创业有一个初步的认识。在本课程的学习过程中,学生还需要学习网上创业在商务层面上与传统经济有何种联系和区别,同时养成独立思考和分析问题的习惯。

本书的主要内容有:

第1章网上创业概述。本章首先介绍了网上创业中涉及的基本概念,然后在此基础上对网上创业的形式及手段进行了分类和比较,总结了网上创业相对于其他创业形式所具有的优势和网上创业本身带来的挑战,并在最后归纳出几类适合进行网上创业的人群。本章重点对网上创业的几种实现手段进行了详细的介绍,并列举了目前几种主流创业工具,以供读者参考。

第2章利用第三方平台网上开店。本章首先介绍了网上创业活动需要进行的前期准备,包括对网店进行整体规划、开店手段选择和开店工具准备等内容。随后介绍了目前国内流行的几种主流第三方网上创业平台,并最后以支付宝为例,对利用网上平台开店的流程,从申请淘宝账户到卖出商品后的售后服务,这一完整的过程进行了详尽的介绍。本章重点在于掌握网上开店的流程,学会网上开店的基本方法,知晓在网上开店需要关注的问题。

第3章自建网店开店。本章对自建网站开网店的建站方式和前期准备做了介绍,首先介绍了如何开设网站:根据建立经营性网站的流程介绍了域名注册、域名解析、购买空间和网站备案,还介绍了经营性网站必须注册的ICP许可证的申请和报备流程;其次对目前的网络服务提供商做了简述,列举了中国万网、美橙互联两家ICP提供商;然后详细介绍了搜索引擎优化的内容和技巧,并对自建网站开网店所产生的费用做了简要概述。本章还重点介绍了网站

的基本框架和网站规划设计的基本方法与原则。在学习完本章内容之后,学生应当能够设计一个电子商务网站的基本框架和内容。

第4章其他网络创业项目。本章主要讨论了网络的其他创业形式,首先讲述了网络代理充值的优点及手机话费充值、游戏点卡充值和Q币充值三种具体的网络代理充值形式。然后探讨了几种新兴的网络创业形式:网络出版,网上家教,网络软件共享,网络咨询的发展情况、特点、限制因素以及创业的前景等问题。

第5章网店的推广。本章介绍了网络推广的方式与技巧,首先介绍了网店的装饰与美化技巧,以及网店建站初期的信用积累和网店主页的内容;其次分别介绍了平台网店的推广方式和自建网店的推广方式。平台网店主要可借助平台的高客流量进行平台广告推广,加大与其他平台商家的合作;自建网店在搜索引擎优化的基础上,主要通过投入竞价排名和关键词广告,购买网站广告进行推广。本章介绍了网络广告的发展历史以及我国网络广告的现状;对网络广告的尺寸和各种计费方法进行了详细的论述;网络广告的特点、网络广告与传统广告的区别;网络广告各种分类和网络广告测评的方法。本章最后介绍了网络营销中常用的一些技术,包括电子邮件技术、邮件列表、RSS技术、博客以及搜索引擎等。

第6章网店的资金支付与物流。本章首先介绍了资金在网络创业中的重要性、创业者获取资金的几个主要来源及其优缺点;其次本章讨论了网络购物中的多种支付方式,并分析了各种支付方式的优缺点,其中着重分析了第三方支付平台的模式。本章还详细介绍了支付宝的使用方法。此外,本章介绍了供应链管理 with 物流管理的基本概念以及二者与电子商务、二者之间的关系。本章还重点介绍了配送的相关内容,包括配送的功能要素和物流信息技术。本章也介绍了,第三方物流的战略内涵和特点,并重点讨论了第三方物流的整合策略。

第7章网络营销产品与定价。本章介绍了产品的概念、网络营销产品的特点以及面对的挑战;重点介绍了网络营销价格定价策略中的各种方法,读者应当能够熟练地运用这些方法;网上拍卖是一种新的产品和定价方式,读者应当通过参与网上拍卖的活动以对此有一个全面的了解;最后针对数字产品介绍了其特点及定价方法。

第8章网上市场调查。本章是网络营销中的重点内容。本章介绍了网上市场调查的特点、内容、步骤,并提供了具体的撰写网上市场调查报告的方法。本章还介绍了网上市场调查的方法、特点,以及如何进行网上市场调查。最后本章还阐明了搜索引擎的工作原理、搜索引擎的分类以及各种类别搜索引擎的区别。

第9章数据库营销。本章介绍了数据库直销的种类、营销数据库的内容,

读者应当对这些概念有基本的了解；详细介绍了营销数据库的类型、布尔塞模型及其运用，学习完本部分内容后应当能够运用布尔塞模型来判断某种产品是否适合进行网络直销。本章还详细阐述了 RFM 法则的基本原理，熟练运用 RFM 法则分析问题也是必备的能力。

第 10 章电子化客户关系营销。本章介绍了客户关系管理的概念和基础理论，以及客户、客户价值等相关概念和内容；客户关系管理系统模型及其功能；实现 CRM 的相关技术——数据仓库与数据挖掘。在本章的最后，通过 CRM 的实施案例，让读者对 CRM 的应用有一个整体、形象化的把握。

第 11 章网络营销中的法律环境。本章介绍了互联网对法律制度的挑战，以及互联网环境中的知识产权保护问题。本章还介绍了电子合同的相关内容，重点介绍了电子签名和电子认证的相关内容，网络广告相关的法律问题。此外，网络隐私权保护的相关问题和相关内容也是本章的学习重点。

本书的具体写作分工如下：第 1、2 章由何雅洁完成，第 3、5 章由佟璐、史达完成，第 4 章由段美霞完成，第 6 章由臧永超、史达完成，第 7 至 11 章由史达完成。每个人承担各自所写章节的全部责任。本书由史达教授负责总纂定稿。

由于时间所限，书中仍然存在许多不足，恳请各位专家同仁和广大读者不吝指教、斧正，以利于本书的不断充实、提高和完善。

编者
2011 年 1 月

目录

第1章 网上创业概述	1
学习目标	1
1.1 网络创业的基本概念	3
1.2 网络创业的形式	5
1.3 网络创业的实现手段	7
1.4 网络创业的优势	18
1.5 网络创业面临的挑战	20
1.6 网络创业的适合人群	21
本章案例	22
本章小结	25
复习思考题	26
本章网站资源	26
第2章 利用第三方平台网上开店	27
学习目标	27
2.1 网上开店的前期准备	28
2.2 选择网络创业平台	34
2.3 网上开店的流程	36
本章案例	50
本章小结	52
复习思考题	52
本章网站资源	53
第3章 自建网店开店	54
学习目标	54
3.1 网站注册	55

3.2 网络服务提供商的选择	64
3.3 网店的费用	72
3.4 网站建设框架	73
3.5 网站规划设计	74
3.6 网站经营与组织管理	77
本章案例	79
本章小结	82
复习思考题	83
本章网站资源	83
第4章 其他网络创业项目	84
学习目标	84
4.1 网络代理充值	85
4.2 网络出版	91
4.3 网络共享软件	94
4.4 网络家教	95
4.5 网络咨询	98
本章案例	100
本章小结	102
复习思考题	102
本章网站资源	102
第5章 网店的推广	103
学习目标	103
5.1 网店的装饰与美化	104
5.2 网店初期的信用积累	105
5.3 网店的内容	107
5.4 平台网店的推广方式	112
5.5 搜索引擎营销	116
5.6 网络广告及效果测评	121
5.7 网络营销中的技术	131
本章案例	151
本章小结	152
复习思考题	153
本章网站资源	153

第6章 网店的资金支付与物流	154
学习目标	154
6.1 网上创业资金的融资	155
6.2 网店可选的支付方式	159
6.3 支付宝的使用方法	162
6.4 物流概述	166
6.5 供应链与供应链管理	170
6.6 供应链管理与物流管理的关系	173
6.7 电子商务环境下的物流配送	174
6.8 第三方物流	181
本章案例	188
本章小结	190
复习思考题	190
本章网站资源	190
第7章 网络营销产品与定价	191
学习目标	191
7.1 网络营销产品策略	192
7.2 网络营销定价方法	196
7.3 网上拍卖及定价	200
7.4 数字产品及其定价	203
本章案例	207
本章小结	208
复习思考题	209
本章网站资源	209
第8章 网上市场调查	210
学习目标	210
8.1 网上市场调查概述	211
8.2 网上市场调查	221
本章案例	229
本章小结	231
复习思考题	231
本章网站资源	231

第9章 数据库营销	233
学习目标	233
9.1 数据库营销概述	234
9.2 营销数据库的类型	236
9.3 布尔塞模型及其应用	240
9.4 营销数据库管理的基本法则：RFM 法则	245
本章案例	246
本章小结	247
复习思考题	247
本章网站资源	248
第10章 电子化客户关系营销	249
学习目标	249
10.1 客户关系管理概述	250
10.2 客户	253
10.3 客户关系管理系统	259
10.4 eCRM	263
10.5 CRM 中的数据仓库与数据挖掘	264
本章案例	269
本章小结	270
复习思考题	270
本章网站资源	271
第11章 网络营销中的法律环境	272
学习目标	272
11.1 互联网背景下的法律环境概述	273
11.2 互联网与知识产权保护	280
11.3 电子交易的法律规范	286
11.4 网络隐私权问题	294
11.5 网络广告与法律关系的调整	299
本章案例	304
本章小结	306
复习思考题	306
本章网站资源	307

第

1

章

网上创业概述

学习目标

通过本章的学习，了解网络创业中涉及的基本概念，熟悉网络创业的形式及手段，熟知网络创业相对于其他创业形式所具有的优势和网络创业本身带来的挑战，了解目前几种主流创业工具。

学习目标

- 1.1 网络创业的基本概念
- 1.2 网络创业的形式
- 1.3 网络创业的实现手段
- 1.4 网络创业的优势
- 1.5 网络创业面临的挑战
- 1.6 网络创业的适合人群

本章案例

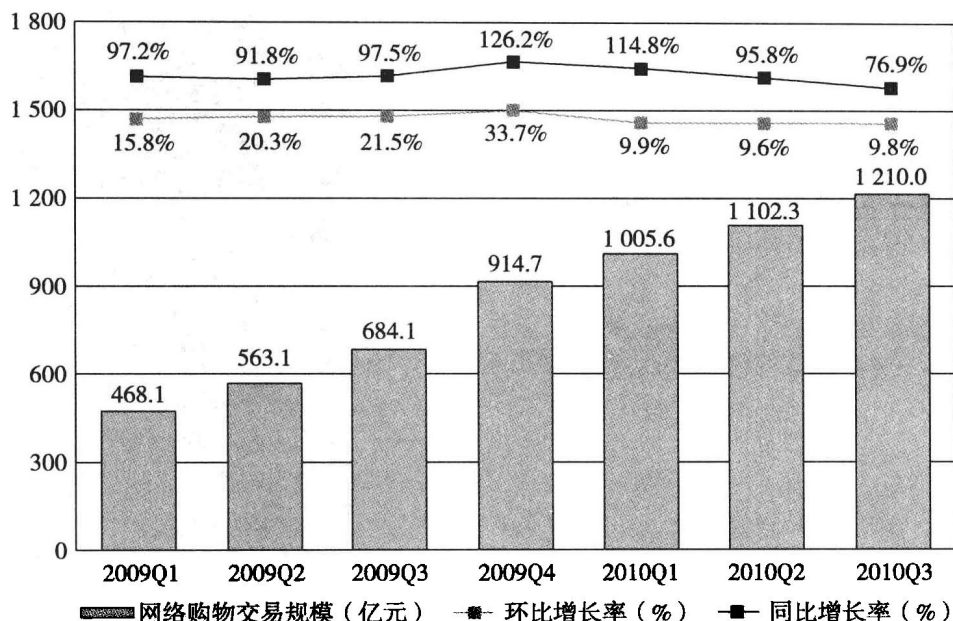
本章小结

复习思考题

本章网站资源

随着信息技术的不断发展和进步,互联网已日益成为人们生活中不可或缺的重要组成部分,越来越多的人加入到网民队伍中来,越来越多的网民开始参与网络购物。

艾瑞咨询最新发布的统计数据显示,2010年第三季度中国网络购物市场交易规模为1210亿元人民币,同比增长76.9%(如图1—1所示)^①。一方面,面对越来越大的市场需求,前景越来越美好的网络市场,越来越多的人投入到网络创业者的队伍当中。



- 注：1. 网络购物市场规模为平台式购物网站与自主式购物网站市场规模之和，其中暂不包括付费数字产品下载、航空客票交易、网络代缴费等商品类别的交易规模；
2. 平台式购物网站市场规模以成交商品价值总额计算，即C2C平台上C2C交易额及其B2C商城销售额之和；
3. 自主销售式购物网站市场规模以销售额计算，非网络销售交易额部分不统计在内。

Source: 根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算, 仅供参考, 部分数据将在艾瑞2010Q3季度报告中调整修正。

© 2010.10iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

图1—1 2009年第一季度—2010年第三季度中国网络购物市场交易规模

另一方面,随着教育水平的不断提高和人才数量的不断增加,就业形势也日趋严峻。越来越多的人放弃了传统的就业思路,做出大胆的创新和尝试,选择在网络世界另辟蹊径。这样,既可以避免与诸多竞争者在人才市场上的激烈冲突,又可以不必忍受朝九晚五、规章制度、复杂人际关系的刻板限制和困扰。于是越来越多的人选择自己当老板,开

^① 艾瑞咨询:《2010Q3 中国网络购物市场交易规模达1210亿元》,艾瑞咨询网,2010-10-21。

始网络创业。

然而,面对日趋繁荣的网络市场,放眼审视琳琅满目的网络店铺,作为一个新手该如何拉开自己网络创业的序幕,作为一个网店老板该如何处理自己经营中遇到的困惑,本书将一一给出答案。

1.1 网络创业的基本概念

网络创业是指个人发现某种信息、资源、机会或掌握某种技术,利用或借用网络这一载体,将其发现的信息、资源、机会或掌握的技术,以一定的方式转化、创造出更多的财富、价值,并实现某种追求或目标的过程^①。网络创业是在网站运营和网店经营的基础上,将两者结合之后产生的一种新型创业形式。

电子商务按照电子商务应用服务领域范围分类可分为企业与消费者之间的电子商务(B2C),企业与企业之间的电子商务(B2B),企业与政府方面的电子商务(B2G),公民对政府机构的电子商务(C2G),以及近年来越来越火爆的个人对个人的电子商务(C2C)。个人进行的网络创业活动就是电子商务中的C2C模式与B2C模式的融合。

网络创业是一个复杂的过程,与现实中的创业相似,涉及多方面的内容。比如,要实现一个完整的网上购物交易流程,就需要由多方参与主体共同完成:包括网店经营者本人、消费者、生产商或上游供货商、第三方物流、第三方支付、银行等。而在开网店的初期,还要有工商税务等政府部门、地区电信管理机构、消费者协会等诸多主体的参与。在这个各个主体看似分散但又彼此紧密相连的复杂网络中,信息、资金、商品由此及彼的传递,通过各节点的协作,保证了购买活动的顺利开展。

1.1.1 网络创业中的信息流

网络创业中的信息流主要指卖家信息、买家信息以及商品信息。

从最简单的理解出发,买家信息包括姓名、联系方式、送货地址、诚信度;相对应的,卖家信息包括卖家名称、经营内容、经营实力、信用等级等。商品的信息包括生产厂家、型号、样式、价格、功能等。在商品的各项信息中,最受关注的应当首推商品的质量、价格和售后服务信息。

网店经营者将信息放在自己的网店上,展现给数以亿计的买家,其目的是旨在诸多竞争者之中脱颖而出,实现交易并获得收益,因此,以何种方式来传递这种信息是商家最应该关注的问题。

^① 百度百科,创业, <http://baike.baidu.com>。

首先,是网店商品信息的传递。通过近年来对淘宝、卓越、当当等知名网店平台的改进状况不断地关注,人们发现这些平台模板在整体格局上越来越简明,越来越方便购买者的检索和操作。同时,通过对网店经营者的调查发现,网店经营者通常认为网页的内容、产品信息的呈现方式,对于网店的成功经营具有重要的意义。当然,内容重要并不是说就可以完全忽略网店的美化与装饰,而是一味地铺陈描述性文字。这里所强调的是以最合理的表现形式为广大顾客最全面、最有效地提供商品信息,最终达到交易的目的。

其次,是卖方信息的传递。卖方信息有一些是可视的,如经营商品种类、卖家地址,以及信用等级、好评率,都可以直观地在网店中看到。但是还有一些隐性因素,对网店能否成功经营起着举足轻重的作用。以客户服务为例,如果商家在每次交易时都能提供耐心周到的服务,就会逐渐建立起良好的口碑,不仅可以培养起越来越多的回头客(忠诚顾客),而且可以由这些忠诚顾客带来更多的客户资源。这样,网店得到的就不仅仅是一两个好评那么简单了。再比如售后服务,如果面对客户的抱怨可以给予妥善的处理,那么这位客户尚有再来光顾的可能,如若处理不当,得到一个差评,恐怕就会得不偿失了。

1.1.2 网络创业中的资金流

资金流就是指在营销渠道成员间随着商品实物及其所有权的转移而发生的资金往来流程^①。资金流作为电子商务的三个构成要素之一,是实现电子商务交易活动不可或缺的手段,也是作为网络创业者最为关注的环节之一。

电子支付是目前网上购物采取的主要支付手段。根据中国人民银行发表的第23号《电子支付指引(第一号)》公告:“电子支付是指单位、个人(简称客户)直接或授权他人通过电子终端发出支付指令,实现货币支付指令,实现货币支付与资金转移的行为。”^② 广义的电子支付包括三层含义:一是电子支付工具,二是电子支付基础设施或渠道,三是电子支付业务处理系统。三者有机结合,构成了整个电子支付交易形态,改变了支付信息和支付业务的处理方式。狭义的电子支付,一般指电子支付工具及相应的电子支付渠道。常用的电子支付工具有银行卡、电子钱包、电子现金、电子支票等。

对于网店经营者来说,采取多种多样的支付方式以满足顾客的多种需求是非常重要的营销手段。目前比较常用的支付手段包括利用第三方支付平台付款、网上银行付款、消费卡付款,以及货到付款等。

第三方支付方式在几种支付方式中又占有重要的地位。第三方支付是独立于电子商务商户和银行,为商户和消费者(在交易过程中,消费者可能是其他商户)提供支付服务的机构。

^① 百度百科,资金流, <http://baike.baidu.com>。

^② 中国电子商务协会《第三方支付探索与实践》编委会:《第三方支付探索与实践》,4页,北京,中国标准出版社,2008。

1.1.3 网络创业中的物流

物流是指利用现代信息技术和设备,将物品从供应地向接收地准确的、及时的、安全的、保质保量的、门到门的合理化服务模式和先进的服务流程。

电子商务物流又称网上物流,是基于互联网技术,旨在创造性地推动物流行业发展的新商业模式;通过互联网,物流公司能够被更大范围内的货主客户主动找到,能够在全国乃至世界范围内拓展业务;商家能够更加快捷地找到性价比最适合的物流公司;网上物流致力把世界范围内最大数量的有物流需求的货主企业和提供物流服务的物流公司都吸引到一起,提供中立、诚信、自由的网上物流交易市场,帮助物流供需双方高效达成交易^①。

在网络创业中,创业者需要考虑到的物流,主要是指在进货时的物流成本,以及在客户购买商品后的物流配送两个主要部分。在进货时,店主可选的货源渠道很多,但是降低进货成本,进得优质货物,始终是商家不变的追求,因此,当涉及运货成本时,商家一定要考虑到物流的费用。在为购买者进行物流配送时,选择合适的第三方物流商作为合作伙伴更是至关重要的。一方面,合理的配送价格和经常开展的优惠让利促销活动往往能够吸引购买者的眼球;另一方面,第三方物流商的优质服务,包括服务态度、服务效率等,往往间接地影响着顾客对商家的评价。好的物流商可能会带来更多的交易,而坏的物流商甚至可能会带给商家不好的评价。

在任何一笔网络交易中,都离不开信息流、资金流、物流三者的有机结合。信息技术的不断进步和整个系统运作效率的不断提高,为三流融合提供了基本条件。在实现电子交易的过程里,资金流是条件,信息流是手段,物流是过程,而这一切都是为了商家最终满足客户的需要而形成的。

1.2 网络创业的形式

1.2.1 网上开店与网店加盟

网上开店和网店加盟都是最常见的网上创业形式。

网上开店是指店主(卖家)自己建立网站或通过第三方平台,把商品(形象、性能、质量、价值、功能等)展示给顾客,然后在网络上留下联系和支付方式,买卖双方相互联系,最后买家以汇款或网上银行的方式与店主进行买卖,来达成交易的整个流程^②。网店加

^① 百度百科,物流, <http://baike.baidu.com>。

^② 百度百科,网上开店, <http://baike.baidu.com>。

盟^①则是针对货源的一种说法,是具有相对固定的货源的一种网店经营模式,网店加盟店都有上一级的分销商,加盟店代理经营某些特定的商品或服务。这里只讨论加盟并在网上开店的情况,从网上搜索加盟信息并开展实体加盟的经营方式,不在本书探讨范围之内。

本书将网上开店与网店加盟做以区分,因为普通的网上开店和网店加盟在具体运营操作中存在一些不同之处,这些不同主要体现在进货方面。普通的网上开店要承受更为繁琐的货源管理过程,但是在经营内容和商品类别方面可以有更多的选择和更大的灵活度。如果合理经营,具有鲜明的特色,就会获得更大的利润空间。网上加盟则不具备这些优势。网上加盟通常是为某种品牌或者某类特定的商品做代理,有固定的经营模式和经营品类,在商品选择上会受到非常大的限制,影响网店的经营特色。并且在整个市场当中,加盟的品牌店会有众多竞争对手,因为加盟商通常会有很多下级分销商,这就造成低级分销商产品相似度很高,同质品牌店之间竞争激烈。但是,网店加盟方式有助于节省很多货源管理的成本,而且在品牌的宣传和推广上也通常由总部负责。总之,只要选择的上级分销商诚信度高,那么加盟网店的风险则会大大降低。

1.2.2 其他形式的网络创业

网上开店和网店加盟是目前最常见的网络创业形式。事实上,还有很多其他的网络创业形式,但由于种种原因,比如市场较小、进入门槛较高、公众认可度较低等,还并不为大家所熟知。

除了上述两种主要的创业形式之外,大众比较了解的是网络代理充值业务。只要获得一款代理充值软件,就可以在网上开展代理充值业务,话费充值、游戏点卡充值以及Q币充值都是目前比较流行的充值服务。这种方式有商机也有市场,而且比较容易操作。因此,有人认为应该在开网店销售商品之前先尝试虚拟业务,也是有一定道理的。

举一个简单的例子。龚海燕这个名字可能知道的人并不多,但是提到“世纪佳缘交友网”恐怕就人尽皆知了。2003年10月8日,龚海燕自筹经费,建立了一个专为高校学子牵线搭桥的交友网站——世纪佳缘交友网,从此开始了自己的事业。她的网站成功之处就在于切入了婚介行业市场的空当,即坚持走“高端、严肃”的路线。秉承这一信念,龚海燕将自己的“世纪佳缘”网站不断做大做强,几乎成为了中国“婚庆领域当中的阿里巴巴”,同时也被网民称为“中国网络红娘第一人”。

除此以外的网络创业形式还有很多,包括网上电子出版、网上共享软件、网上家教以及网上咨询等较为新颖的网络创业形式,具体内容会在本书的后续章节中进行详细介绍。

网络创业的形式多种多样,不仅仅局限于上文提到的几种。本书只是试图通过对这几种方式的介绍,为创业者提供一个网络创业的思路。任何时候都会有新的商机,只要有创新,就能把握住机会。

^① 此处所指的网店加盟是指参与他人发布在网上的网店加盟项目,并进行网上经营。

1.3 网络创业的实现手段

前面已经提到过,网上开店可以通过自己建立网站或通过第三方平台两种方式实现,在本节中,将对这两种方式进行简要介绍和对比^①。

1.3.1 利用第三方电子商务平台

利用第三方电子商务平台开店是最被广泛接受的一种开网店的方式,它具有很多得天独厚的优势。这些优势对于个人,特别是初次接触网络创业的人,有着巨大的吸引力。它可以让网络创业者尽快熟悉网络创业的方式和方法,尽快了解网店经营的流程,尽快掌握网上开店的技巧。

目前,国内提供C2C服务的网站有很多,如淘宝网、易趣、百度有啊、拍拍,都是比较知名的网上开店平台。这些网站发展成熟,知名度高,人气旺,为创业者提供了非常便利的开店入门条件。利用第三方电子商务平台开网店主要有以下几方面的特点:

(1) 简单易学的开店步骤。第三方电子商务网店平台的网站上通常都会有相关教程详细介绍和说明网上开店流程。通常创业者只需注册一个网站账号,就可以找到这些教程,并按照指导,一步一步开设自己的特色网店。而且网站为了最大限度地方使用户操作,一般在开店流程设置上都非常人性化,可操作性强。由于有强大而成熟的服务器后台做后盾,创业者只需用鼠标进行几个简单的操作,就可以在网上开设一家属于自己的店铺。

(2) 较低的初始投资。利用成熟的网络平台开店,最大的优势就是节约了初始投资。这对于第一次创业的人来说,无疑具有巨大的吸引力。成熟的网络平台具有很高的人气,在这里开店首先省去的就是相当大笔的网站推广费用,而且目前很多网络平台都提供免费开店服务,也就是说,创业者可以不费毫厘,就拥有一家属于自己的网店。

(3) 全面整合的辅助工具。网络平台为开店者提供了一整套模板式的服务。只要创业者申请开店,便可以依据模板中的提示,依次将网店经营中需要用到的工具准备就绪。比如在何处上传图片,何处添加描述,何处添加店主详情,支付工具如何开通和使用,订单信息,物流配送信息等,都一目了然。

(4) 超值合算的增值业务。上文已经介绍,在网络平台上可以开免费的网店,这种服务提供了最基本的开店必备条件,但是如果想要自己的网店更有特色功能更齐全,就要通过购买的方式获得平台提供的增值服务,一般这种增值服务的价格并不高昂,但是提供

^① 本书所介绍的网络创业的实现手段主要针对网上开店。