

淘宝网
Taobao.com



淘宝大学

118条 网上商品销售 黄金法则

何秀芳 编著

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

118条
网上商品销售
黄金法则

何秀芳 编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

118条网上商品销售黄金法则 / 何秀芳编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2009. 11
ISBN 978-7-115-21500-0

I. ①1… II. ①何… III. ①电子商务—市场营销学
IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第173990号

内 容 提 要

本书是网上商品销售的实战手册, 书中通过 118 条销售绝招, 全方位地展示了网店从开张到商品上架、价格设定、销售, 再到宣传推广、售后服务等经营管理过程中最需要注意的一些细节问题。

像“如何激发买家的购买欲望”、“如何巧妙应对买家的抱怨”、“如何进行商品的宣传和促销”等内容, 是网店的店主以及客服人员最常遇到的, 如何巧妙、高效地解决这些问题, 并妥善处理好与买家的各类纠纷, 尽可能地达成交易, 也是本书的重点内容之一。

书中提到的经验和技巧都是经过网店的店主们实战运用并被证明为行之有效的, 对于急于提升自身开店水平的店主以及客服人员来说, 只需短短的一天, 就能轻轻松松地掌握。

书中还介绍了 11 个绝对真实的网店大卖家成功案例, 他们没有资深的背景和丰富的资源, 但是他们怀揣梦想, 脚踏实地, 才有了今天的成功。这些宝贵经验正是千千万万的具有创业梦想的人所需要的, 借鉴别人的成功就是复制成功, 也是走向成功的捷径。

衷心希望阅读本书的每位读者早日实现自己的网店创业梦想。

118 条网上商品销售黄金法则

◆ 编 著 何秀芳

责任编辑 汤 倩

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 15.75

字数: 316 千字

印数: 1—5 000 册

2009 年 11 月第 1 版

2009 年 11 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-21500-0

定价: 28.00 元

读者服务热线: (010)67132692 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

前言

PREFACE

2008年中国网购市场的年交易额首次突破千亿大关，达到1200亿元，同比增长128.5%。网络购物正以其价格低廉、品种丰富、购买方便等特性，成为越来越多人的首选购物方式。如此诱人的市场，更让不少人决定在网上开一家小店，开创一番全新的事业。

为什么写本书

近年来，虽然在网上开店的用户越来越多，但是大多数网店的收入并不高，但也有一些小店赚得盆满钵满。为什么会有这样的差距？这是因为在开店之前，很多卖家对网上开店的基本方法和技巧掌握得不够熟练，例如，网店的宣传推广、营销策略、售后服务等问题思考得不够深入。

为此，我们编写了本书。书中将卖家开店可能遇到的各类棘手问题进行了分类梳理，将重要问题的相关知识与技巧一一展示出来，内容既讲究广度也注重深度，旨在引导读者自己慢慢从中感悟出店铺经营与管理的真谛，从而在竞争激烈的网络环境中立于不败之地！

本书特色

随着网上开店人数的不断增加，网店类的图书也不断增多且持续热销，本书相对于同类图书特色如下。

(1) 内容实实在在。网上开店的书籍虽然不少，但真正“实在”的并不多，很多书都是围绕初级的开店知识和具体的实施步骤展开介绍，关于网店的经营策划、销售策略、推广手段、售后服务方面的知识介绍得很少。而本书则将这些重点内容仔细罗列，娓娓道来。

(2) 棘手问题见招拆招。虽然网上已开店铺很多，但是有相当一部分网店的销售额非常少，少到几天甚至半个月才能卖出一件商品！很可能是店铺的宣传推广、销售策略、售后服务等不到位造成的。本书招招是窍门，其中既有成功店主的现身说法，更有简明扼要的操作方法，多层次、多方位地阐释了网上开店的技巧和策略。

(3) 118条宝贵经验学得过瘾。本书的作者具有多年的网店经营、管理经验，书中收录的118条技巧都是作者经过精心整理的，日常开店过程中经验的精华总结，那么，很多细节问题的解决方法，一定能让你读后大呼过瘾。

(4) 真实案例激励创业斗志。本书除了每招中的小案例外，每章的最后还有一个

前言

PREFACE

绝对真实的网店大卖家成功案例，他们没有资深的背景和丰富的资源，但是他们怀揣梦想，脚踏实地，不断摸索，坚持不懈，才有了今天的成功。这些宝贵经验正是千千万万的具有创业梦想的人所需要的，借鉴别人的成功就是复制成功，也是走向成功的捷径。

本书主要内容

本书是网店掌柜及客服人员必备的实用宝典，是关于网上开店、经营的一本极具实战性的书籍。书中的 118 条经典销售技巧均具有很强的代表性，不但能帮助店主解决经营销售中最常遇到的问题，而且能帮助网店的客服人员处理很多日常棘手的销售和售后服务问题。

本书分 5 篇 11 章，主要内容介绍如下。

第一篇开店前期策划篇，包括第 1 章，介绍了网上开店的热门行业、开店前的调查分析、不同行业网上开店的独有特点等。

第二篇商品管理与定价篇，包括第 2 章，介绍了商品的命名、发布技巧、定价的窍门、涨价与降价的技巧等。

第三篇店铺宣传推广篇，包括第 3 章和第 4 章，介绍了网店的常见推广方法和使用软件进行店铺营销的技巧等。

第四篇销售策略篇，包括第 5 章至第 8 章，介绍了如何通过心理营销激发买家的购买欲望，如何巧妙地应对顾客的疑虑与抱怨，以及网店经营中的常见促销策略等。

第五篇售后服务篇，包括第 9 章至第 11 章，介绍了售后服务的基本原则，以及应对买家的价格异议和投诉的方法等。

本书适合打算和已经在网上开店创业的各类人群，以及网店的客服人员等。

本书在编写过程中力求精益求精，但难免存在一些不足之处，读者使用本书时如果遇到问题，请发 E-mail 至 taobaobook@ptpress.com.cn 与我们进行交流。

编 者

目录

CONTENTS

第一篇 开店前期策划篇

第1章 ■ 选对行业开家赚钱的店铺	2
第1条 网上开店的热门行业	2
第2条 开店前要做好调查分析, 预测市场前景	4
第3条 从最熟悉的行业做起	6
第4条 网上饰品店的成功秘诀	7
第5条 网上数码家电产品店的成功秘诀	9
第6条 网上服装店的成功秘诀	12
第7条 网上护肤化妆品店的成功秘诀	14
第8条 网上书店的成功秘诀	16
第9条 网上家居店的成功秘诀	18
第10条 投资前进行理性的市场分析	19
第11条 开一家适合自身发展的店铺	20
第12条 树立独特的店铺形象	21
成功案例——妈妈的生活阅历帮助她成为 淘宝皇冠店主	21

第二篇 商品管理与定价篇

第2章 ■ 商品的管理与定价技巧	26
第13条 在商品标题中突出卖点	26
第14条 选择最佳的商品发布时间	27
第15条 注重商品描述, 有效提升销售转化率	30
第16条 使用真人模特, 增加商品的直观视觉效果	31
第17条 商品定价必须考虑的要素	33
第18条 商品定价的诀窍	34
第19条 商品高价定位与低价定位法则	35
第20条 利用数字定价技巧	36
第21条 利用折扣定价, 灵活经营	37

目录

CONTENTS

第 22 条 商品涨价的技巧	38
第 23 条 商品降价的技巧	39
成功案例——一个人一年销售 2000 万元	40

第三篇 店铺宣传推广篇

第 3 章 ■ 网店的常见推广营销方法	44
第 24 条 利用橱窗推荐商品的技巧	44
第 25 条 多用拍卖提高访问量	46
第 26 条 加入消费者保障计划	47
第 27 条 参加淘宝促销	49
第 28 条 在博客中推广店铺	51
第 29 条 灵活运用信用评价	53
第 30 条 网商联盟	57
第 31 条 登录搜索引擎, 让店铺易被搜到	59
第 32 条 登录导航网站, 让网店易被 买家找到	59
第 33 条 让淘宝客替你推广宝贝	60
第 34 条 通过 QQ、MSN 推广	62
第 35 条 利用各种论坛发展潜在买家	66
第 36 条 旺铺“友情热荐”自定义页面 赚钱绝招	67
第 37 条 “软文”推广有效增加店铺销量	69
第 38 条 卖家的最佳利器——直通车	71
成功案例——“逃课大王”退学创业, 藤艺家具做出千万生意	74
第 4 章 ■ 软件营销秘笈	76
第 39 条 巧妙设置旺旺签名、回复和短语 功能为店铺做广告	76
第 40 条 使用超强店铺营销工具“淘买家”,	

目录

CONTENTS

	找到更多的买家	79
第 41 条	使用“顾客回”累积回头客	83
第 42 条	使用“财神到”管理顾客积分， 提高成交量	90
第 43 条	妙用阿里旺旺增加流量的技巧	95
第 44 条	使用“好商品推广”，让店铺的销量直线 上升	96
第 45 条	使用“分析宝”为新品寻找合适的买家	98
成功案例——	淘宝两年月入 4 万，卖废品小伙 完成超级蜕变	102

第四篇 销售策略篇

第 5 章 ■	心理营销激发买家的购买欲望	106
第 46 条	分析买家的购买动机	106
第 47 条	用真诚敲开买家犹豫的心门	107
第 48 条	让买家的借口说不出口	109
第 49 条	恰当地运用赞美来讨好买家	111
第 50 条	“机不可失”能对买家产生巨大诱惑	112
第 51 条	引导顾客购买商品的小绝招	114
第 52 条	激发买家害怕买不到的紧迫心理	116
第 53 条	摸透买家心理，把询问的顾客变成购买 的顾客	117
成功案例——	白领职员投资 3000 元， 网上花店轻松开	118
第 6 章 ■	巧妙应对买家的疑虑和抱怨	121
第 54 条	在网上与买家沟通的原则	121
第 55 条	买家担心特价商品的质量，不相信卖家 怎么办	123
第 56 条	买家本来看好了某商品，但是说要跟家人	

目录

CONTENTS

商量一下怎么办	124
第 57 条 有技巧地向买家介绍商品的 优缺点	126
第 58 条 解决营业高峰期, 因招呼不周 导致的买家抱怨	128
第 59 条 帮助买家消除心中的顾虑	128
第 60 条 像朋友一样同买家谈生意	130
第 61 条 与买家交流沟通的制胜法宝	131
第 62 条 以“诚心”换来买家的“耐心”	133
第 63 条 巧妙对待各种类型的买家	135
成功案例——80 后女孩辞职网上开店, 年赚 20 万元	136
 第 7 章 ■ 网店经营中的常见促销策略	 139
第 64 条 限时限量促销商品	139
第 65 条 网上赠品促销	140
第 66 条 购物积分促销	142
第 67 条 打折促销	143
第 68 条 在销售旺季特卖促销	144
第 69 条 让销售淡季不淡	145
第 70 条 节假日销售促销策略	146
第 71 条 让顾客充当你的推销员	148
第 72 条 店铺促销中常见的误区	149
成功案例——年轻女孩网上卖珠宝, 月收入 4 万美元	153
 第 8 章 ■ 达成交易的黄金法则	 156
第 73 条 成功达成交易的必要条件	156
第 74 条 利用优惠法成交	157
第 75 条 利用保证法成交	157
第 76 条 利用客户的从众心理成交	158
第 77 条 利用最后机会成交	160

目录

CONTENTS

第 78 条	利用赞美肯定法成交	161
第 79 条	步步为营成交法	161
第 80 条	利用不断追问法成交	163
第 81 条	使用用途示范法成交	163
成功案例——失业女大学生 4500 元起家， 开网店 3 年身家 300 万		165

第五篇 售后服务篇

第 9 章 ■ 成功的售后服务原则	170
第 82 条	网店售后服务的具体事项 170
第 83 条	处理买家抱怨的黄金步骤 173
第 84 条	善意地多为买家着想 174
第 85 条	避免和买家发生争论 175
第 86 条	服务好老顾客，留住回头客 177
第 87 条	巧用客户关怀设置，细心服务客户 178
第 88 条	巧用客户管理，服务好每个老客户 182
第 89 条	给老顾客设置不同的折扣 184
第 90 条	利用售后回访提升销售额 188
第 91 条	有效地管理客户资料 189
第 92 条	有序地管理店铺 190
成功案例——网上开店跟老外做生意，轻松赚外汇	191
第 10 章 ■ 巧妙应对买家的价格异议和投诉	193
第 93 条	买家来店询价多次说诚心想要，但还在侃价 193
第 94 条	买家明明很喜欢，但是还要拼命杀价 194
第 95 条	买家对商品非常满意，就是感觉价格高了 195
第 96 条	买家说其他店有一模一样的商品，但是价格低多了 197
第 97 条	老顾客要求价格再优惠点 199

目录

CONTENTS

第 98 条	买多件商品要求打折	200
第 99 条	因款式型号等非质量问题要求退货	200
第 100 条	已经超过退货期, 买家却要求退货	201
第 101 条	应对顾客投诉的基本原则和方法	202
第 102 条	利用补偿法应对顾客异议	205
第 103 条	利用转化法应对顾客异议	206
第 104 条	利用询问法应对顾客异议	208
第 105 条	勇于承认错误, 更顺利地达成交易	209
第 106 条	正确处理买家的差评	210
第 107 条	把中差评消灭在萌芽状态	211
成功案例——聋人夫妇开网店, 年卖货 265 万元		213
第 11 章	■ 培训好客服人员, 提高网店的售后服务水平	216
第 108 条	选择适合的招聘渠道	216
第 109 条	知人善用, 选对员工	218
第 110 条	弃人之短, 用人之长	219
第 111 条	调动员工积极性的有效手段	221
第 112 条	网店客服人员需要的基本能力	223
第 113 条	客服人员需具备的知识	224
第 114 条	培训客服人员树立端正的态度	226
第 115 条	培训客服人员使用旺旺的技巧	227
第 116 条	培训客服人员基本的沟通技巧	229
第 117 条	缓解客服人员的压力	231
第 118 条	打造优秀的网络销售团队	233
成功案例——书生从商, 造就服装神话王朝		235
附录 A	■ 店铺装修 HTML 代码大全	239



第一篇

开店前期策划篇

第 1 章

选对行业开家赚钱的店铺

当今时代，致富的机会无处不在，关键是看能否发现、抓住机会。俗话说：“只有失败的商人，没有失败的生意。”因此网上开店选对行业、选择好热卖的商品是很重要的。如果能根据自身的特点，选择了适合自己的行业，找到了赚钱的店铺，就会在商海中如鱼得水、得心应手。

第 1 条 网上开店的热门行业

在国际经济形势不景气的背景下，不少企业遭遇“寒冬”。成千上万的传统零售商店关门歇业，经营者损失巨大。但根据国内权威分析机构的统计，2008 年，网络零售业却在百年不遇的金融危机刺激下，呈现爆发式增长。

《2008 年度网购市场发展报告》显示，2008 年中国网购市场的年交易额第一次突破千亿元大关，达到 1200 亿元，同比增长 128.5%；与 2007 年相比，增幅上升了近 40%。这证明金融危机下，网络购物以其便宜、丰富和方便的特性，成为越来越多的中国人过冬方式。淘宝网依旧为中国网购市场的领军者，2008 年交易额为 999.6 亿元，占网购市场的 80%。

目前主流网民有两大特征，首先是年轻化，学生群体占有网民相当的比重；其次是白领上班族多。了解了主流网民的基本特征，就可以根据自己的资源、条件甚至是爱好来确定商品。

此外，商品自身的属性也对销售有制约作用。一般而言，商品的价值高，收入也高，但投入相对较大。对于既无销售经验，又缺资金的创业族来讲，确实是不小的负担。网上交易地域范围广，有些体积较大、较重而又价格偏低的商品是不适合网上销售的，因为在邮寄时商品的物流费用太高，如果将这笔费用分摊到买家头上，势必会降低买家的购买欲。

从消费者结构看，网上购物人群大多数属于城市主流人群，他们支付得起电脑和上网费用。他们的恩格尔系数（食物支出占总支出的比例）在 40% 以下，相对于猪肉、

粮食等基本生活用品，他们更关心对数码家电、服装、香水、珠宝饰品等满足高品质生活的商品。

据艾瑞咨询和淘宝网联合发布的《2008 年度网购市场发展报告》显示，2008 年中国网购注册用户达 1.2 亿人，同比增长 185%。2008 年淘宝网注册会员达 9800 万人。数据显示，中国网购用户呈现以下特征。

(1) 年轻化：16~32 岁用户占比高达 83%，是绝对的主力人群，如图 1-1 所示。

(2) 消费需求旺盛：25~32 岁用户占比为 48%，一方面，这部分人群基本步入工作和独立生活，逐渐进入结婚、生子等消费高潮阶段；另一方面，80 后人群的消费理念已经发生改变，乐意享受生活，对于各类商品的消费需求正值旺盛。

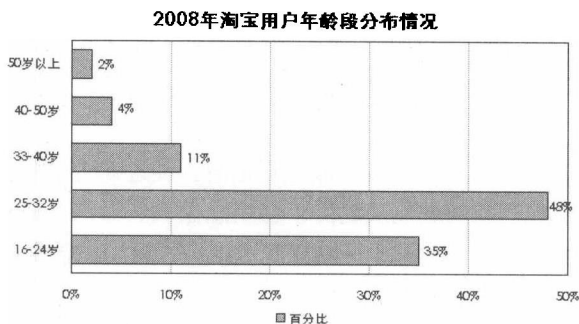


图 1-1 2008 年淘宝用户年龄段分布情况

据易观国际《中国网上零售市场用户调研报告 2009》研究发现，2008 年用户在网上购买过的商品类型中，数码家电产品占比达 46.9%，首次位居第一；其次是图书音像产品的比例最高达 45.9%，再次是包类产品占 40.8%，电脑及配件、化妆品、女装、手机、男装、网游道具、卡类商品所占比例也在 20%以上，如图 1-2 所示。

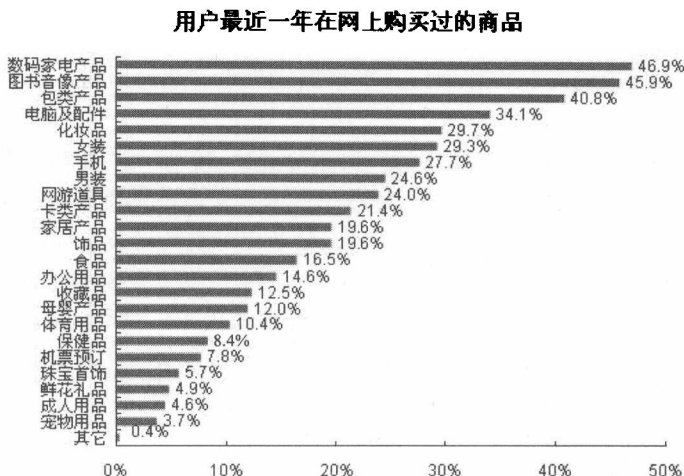


图 1-2 2008 年用户在网上购买过的商品

数据表明有更多的消费者选择在网上购买数码家电类产品，一方面反应出了消费者网上购物行为逐步成熟，另一方面也反映了主要网上零售厂商产品策略的调整方向，另外，数码家电类生产商对于新零售渠道的重视程度逐步升级，也给市场带来了积极的影响。

不过随着时间、环境和消费观念的变化，适合在网上销售的产品也会发生变化。其实不管卖什么，网上网下都差不多，寻找有竞争力的商品是成功的关键。

第2条 开店前要做好调查分析，预测市场前景

“市场预测不可少，盲目经营不得了”，这是生意人常说的一句话，是传统经商开店的经验之谈，意在强调开店离不开市场预测。网上开店也应在前期做好市场前景的预测。

市场预测通常是指通过各种手段获取大量信息，经过研究分析，预测在未来的一段时间内，市场需求与供应的变化及趋势，将生意做大、做活。通过市场预测可以掌握未来市场环境及其他条件的变化；可以更好地组织货源，扩展业务，满足市场需求；可以改善经营管理，提高经济效益。

正确的市场预测是建立在科学的调查分析与理性的思考之上的，要想使预测结果精确无误，一般需要从以下几方面去把握。

1. 关注当前社会的热点

社会在不断向前发展，并且在不断出现新的热点。只要细心观察，就不难发现周围存在着许多大大小小的热点和公众话题。如2007年和2008年，全国的奥运热、股票热、楼市热等热点不断涌现。除此之外，自己生活的城市中也会出现诸多热点，如举办绘画展览、唱歌比赛、旅游节等。这些热点在精明的商人眼中，无不蕴含着商机，都可以作为赚钱的题材和项目。牢牢抓住热点，把握题材，别具匠心就能赚大钱。

电视剧《李小龙传奇》的热播不仅让国人为这位20世纪的英雄百折不挠的精神所叹服，也催热了双节棍等习武产品的热卖。一家专营李小龙商品的网店在电视剧的热播期间，一个月售出的双节棍约5000件，销量比以前约增长了40%。不仅如此，诺基亚、阿迪达斯等国际知名品牌也纷纷“傍”上李小龙。在淘宝宝贝上输入“李小龙”关键词，该网站弹出几万条相关结果。这些商品从音乐影视到书报到运动用品，再到汽车及配件、厨房卫浴产品，几乎所有能镶上李小龙图案的产品都被开发成为其衍生品，如图1-3所示。

2. 研究别人在干什么

如果既缺乏创业资金，又欠缺经商经验，不妨研究一下别人在干什么，追随大流

也不失为一种很好的选择。看到市场上什么商品热卖,什么买卖好做,然后就可以投入这个行业中。不过,别人能赚到钱,并不见得你做就能赚钱,关键要掌握入门的诀窍。因此不妨先研究成功者的创业经验,向成功的创业者学习请教,学习他们经营的特点,摸清做生意的相关门道,积累必要的资金与经验。

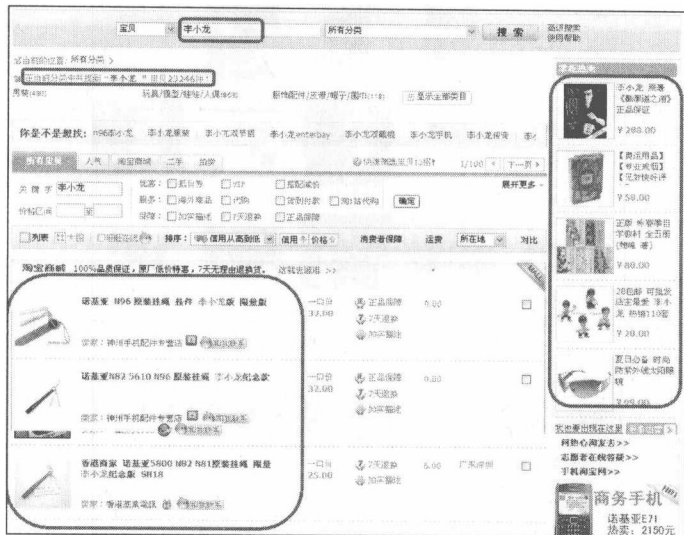


图 1-3 搜索李小龙

3. 注意生活节奏的变化

随着时代生活节奏的不断加快,许多人心目中都有“时间就是生命”的价值理念。聪明的生意人则会注意到这一点,做起多种多样的、适合人们快节奏生活需求的生意。如在穿衣打扮方面,由于生活节奏的加快,人们逐渐喜欢休闲、自然、舒适的服装,因此可以在这方面去尝试;在出行方面,拥有私家车对先富起来的人来说已经成为现实,围绕交通和汽车用品市场做生意,前景也会十分广阔。如图 1-4 所示的汽车饰品店,目前已经达到 4 皇冠级信誉,店里与汽车有关的用品共 8000 多个,种类非常多,包括清洁养护、外部饰品、内部饰品、汽车电器等,网店的销售额也是非常可观的。

4. 观察人们生活方式的变化

随着人们物质生活水平的提高,自然要求精神文化生活也要相应地提高,于是便可以向人们提供一些丰富典雅的文化产品以及相关服务。其次,随着近年来的旅游热,若为旅客提供方便实惠的旅游产品前景也会很广阔。如图 1-5 所示的“佳佳健身户外用品店”是一家与旅游有关的户外用品店。

细致、缜密地做好市场调查是投资成功的关键。创业之初,要做好市场调查,切不能人云亦云,不能好高骛远。对市场有充分的了解,网上开店就能赚到钱。



图 1-4 汽车饰品店



图 1-5 旅游有关的户外用品店

第3条 从最熟悉的行业做起

经过市场调查后，尽量选择自己熟悉的行业和已掌握了相关知识的行业投资，要充分发挥自己所掌握的知识和技能。从自己最熟悉的行业开始，这样，就不用在一个陌生的领域从头学起。没有雄厚财务支撑的网络小店更是经不起外行的折腾，这是一笔交不起的学费。著名的奔驰汽车公司是由两家公司合并而成的，这两家的老板分别