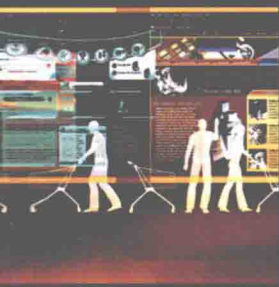




高等职业教育“十二五”规划教材



网店运营与管理

主编 陈德宝 王国玲

 中国轻工业出版社

高等职业教育“十二五”规划教材

网店运营与管理

主 编	陈德宝	王国玲			
副主编	梁艺琼	郭 莉	张 桥	冯益鸣	
参 编	王玉红	杨 敏	陈丹丹	欧阳湘华	
	燕学博	钟肖英			

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

网店运营与管理/陈德宝,王国玲主编. —北京:中国轻工业出版社,2012.5

高等职业教育“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5019-8709-2

I. ①网… II. ①陈… ②王… III. ①电子商务—商业经营—高等职业教育—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 034898 号

责任编辑:张文佳

策划编辑:张文佳 责任终审:劳国强 封面设计:锋尚设计

版式设计:王超男 责任校对:杨琳 责任监印:吴京一

出版发行:中国轻工业出版社(北京东长安街6号,邮编:100740)

印刷:航远印刷有限公司

经销:各地新华书店

版次:2012年5月第1版第1次印刷

开本:720×1000 1/16 印张:12.5

字数:300千字

书号:ISBN 978-7-5019-8709-2 定价:28.00元

邮购电话:010-65241695 传真:65128352

发行电话:010-85119835 85119793 传真:85113293

网址:<http://www.chlip.com.cn>

Email:club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

120038J2X101ZBW

前言

自21世纪以来,电子商务发展迅猛,国内电子商务教育逐步发展。长期以来,一方面是电子商务人才的短缺,另一方面是学校培养的电子商务人才不符合企业要求。究其原因,很重要的一点就是学校课堂教学内容与企业的要求脱节。而本教材则从企业对电子商务的人才需求出发,在内容上按照企业的要求进行组织,以淘宝等电子商务平台的实际运用作为教学主要内容,强调教学内容的实战性,以此提高学生的适应能力,也借此为我国电子商务职业教育课程建设与改革做出应有的贡献。

本教材以校企合作为原则,以“工作过程系统化”为指导,按照网店运营与管理的工作过程组织内容进行编写,把握住了当代职业教育的精髓,体现了“16号文”对职业教育的要求,是一本集“科学性、专业性、实战性、实用性、职业性”于一体的教材,与市场上同类教材相比,本教材有以下突出特点:

- (1) 科学性。教材体系结构,内容组织科学。
- (2) 专业性。教材专门针对网店经营与管理组织内容,体现课程专业性要求。
- (3) 实战性。按照“做中学”的要求,以网上开店实战的形式开展教学。
- (4) 实用性。按照理论够用,学以致用原则,强调教材的实用性。
- (5) 职业性。按照网店工作过程组织内容,体现职业性。

本教材可作为高职或者中职电子商务、市场营销等经管类专业以及电子信息类专业的网店运营与管理、网上创业、C2C网店管理等课程的教材,也可供有志于学习网上开店技能的社会各界人士阅读。

该教材由全国多所高职高专院校以及中职学校的电子商务专业资深教师和企业界人士共同编写,阳江职业技术学院陈德宝与长春职业技术学院王国玲担任主编。具体分工如下:项目4、项目13由阳江职业技术学院陈德宝编写;项目8由长春职业技术学院王国玲编写;项目10、项目12由山东交通职业学院郭莉编写;项目11由广东松山职业技术学院杨敏老师编写;项目5由黄冈职业技术学院王玉红编写;项目1、项目7由阳江职业技术学院梁艺琼编写;项目6由阳江职业技术学院陈丹丹编写;项目3由桂林电子中等专业学校欧阳湘华编写;项目9由南京交通职业技术学院燕学博编写;项目2由深圳市博伦职业技术学校冯益鸣和广东海洋工程职业技术学校张桥老师编写。此外,南京旅游职业学院孙爱民和广州华南商

贸职业学院钟肖英老师对教材的编写提出了很多宝贵意见，在此表示感谢！

本书在编写过程中，引用和参考了国内外专家学者的大量文献资料和研究成果。限于篇幅，书后只列出了主要的参考文献，如有遗漏，谨向作者致歉。

由于我们的水平有限，加之时间比较仓促，书中的错误和不妥之处在所难免，殷切希望使用本教材的师生及其他读者，给予批评指正。

编者
2012年3月

模块一 开店准备	1
项目1 市场调查	1
项目2 店铺定位	6
项目3 货源寻找	11
模块二 网店开设	23
项目4 开店流程	23
项目5 网店设置与装修	40
模块三 网店产品发布	69
项目6 产品描述	69
项目7 产品图片拍摄	75
项目8 产品图片美化	96
项目9 产品发布	116
模块四 网店日常经营与管理	130
项目10 物流服务	130
项目11 客户服务	142
项目12 网店安全	163
项目13 网店推广	181
参考文献	193

项目1 市场调查

学习目标

目标类型	项目目标
知识目标	掌握网络市场调研的主要方法
技能目标	能利用各种方法开展调研 对网络消费者的消费习惯有比较清楚的了解 知道哪些产品在网上容易销售
工作态度目标	调查员要具有认真负责、积极的工作精神及职业热情 具有选择符合调查要求的个人形象和举止

技能知识

1. 能准确使用两种以上的调查方法展开市场调查
2. 能对市场调查结果进行基本数据计算并进行总体描述说明
3. 能进行简单调查问卷设计
4. 能用文字描述所进行的市场调查的基本过程
5. 能发现并反馈市场调查中的明显问题

项目背景

世界上第一笔网络交易在1994年完成，而中国在1998年才迎来了第一笔网络交易，迄今电子商务在中国已经走过了十多年的风雨历程。在这些年的时间里，我国的电子商务从不成熟发展到逐渐成熟的阶段。而随着网络及电子商务的快速发展，网络交易的商业模式即网络购物日渐完善。

网络购物发展至今，网上商品越来越丰富，从最初的家庭日用品、图书、音像制品，到现在的通信电子产品等。淘宝网，它作为亚太地区最大的网络零售商圈，拥有中国绝大部分

的网购人群，占中国网购市场的近八成份额。如果我们要在淘宝网上创业，我们就要对它的可行性进行深入分析，包括市场前景如何，竞争情况如何，经济方面是否合算等，都要做全面分析。市场调查是可行性研究的基础，也是项目中对各方面决策的依据。

引导案例

网上目标市场

在对现代营销学之父的菲利普·科特勒博士的访问中，有记者问道：“您认为成功的营销战略包括哪些内容？”他的回答是：“只存在一种成功的战略，那就是仔细地定位目标市场，并且直接向该目标市场提供一流的产品或服务。产品或服务在一个或几个方面的独特表现必须是一流的，例如更好的质量、更多的特色、更低的价格或者物超所值。不然，企业的产品或服务就只能是対他人产品或服务的简单模仿，缺乏吸引消费者的独创的特质”。

许多零售网站都没有仔细分析和选择自己的目标市场，而是凭着一股热情和对互联网的期望，再加一点鲁莽就做起了网上销售。零售商品五花八门，服务条件真的能让顾客找到上帝的感觉。结果，就有了这样的故事：一位网上零售商店的经理在经历了几个月的接近是零的销售后，终于有一天也想尝一尝网上购物有啥滋味，过一把上帝瘾。于是他在午夜十一点向另外一家网上零售商店订购了一个面包和一包方便面，并要求对方在一个小时内送到。

凌晨，经理在梦中惊醒，原来面包和方便面真的送来了。和对方一谈方知对方和他一样，也是一家网上零售的经理，对方坐出租车转了大半个城市才找到他，结果还是迟到了。

这样的目标市场，这样的一对一营销有可能成功吗？可见没有确定好目标市场将给企业的生产和营销带来极大的困难和混乱。

案例思考

- 1.哪些商品适合网上销售？
- 2.你选择的网上销售项目行业竞争如何？市场前景如何？

任务分析

消费者市场是商家营销的重要市场之一，正确分析这个市场的主体即消费者的行为特点，是商家制定营销策略的基础。通过市场调查，对消费者心理与行为进行研究，并知道自己拟销售的产品在各大平台的销售状况。

相关知识

一、进行调查的含义

调查是根据事先设定的目标，应用科学的理论和方法，按照一定的程序，了解或探查事物的真相或发展规律的社会实践活动。对市场调查的含义可从以下几

个方面理解：

(1) 市场调查要有既定的目标，如对市场份额分析、销售分析、消费者行为研究、促销研究等。

(2) 市场调查要遵循科学的调查方法与程序，如调查样本设计、调查取样、调查数据的分析、调查结论的推断等都必须有统计理论的支持，不能随意进行。

(3) 市场调查是一项时效性很强的工作。市场调查的目的就是要指导营销工作，如果市场调查不及时，所得到的结论或建议的价值就会大打折扣。

二、市场调查的基本要求

(1) 客观。市场调查的结果直接指导营销工作，因此，市场调查一定要客观，臆断的调查结果会导致企业营销工作的失利。

(2) 准确。对市场调查数据的分析合理，力求准确，这是取得正确调查结论的前提。

(3) 及时。市场调查结论往往只能在特定的时段应用，如果不能及时取得研究结果，就可能错过时机。

(4) 经济。市场调查需要进行详细的费用预算，做到支出合理。

三、市场调查的方法

研究经常采用的调查方法主要有以下几种。

1. 问卷调查法

绝大部分有关检索行为的实证研究都会用到问卷调查，这是收集调查对象个人特征如性别、年龄、学历、网络经验等数据的基本手段。

目前由于网络的使用日益普及，问卷的发放也开始充分利用网络这一方便快捷的交流工具，将问卷放到网上由网络用户自由填写，以此取代过去的邮寄、递送等传统发放方式。联机问卷较传统的人工发放省时省力，且调查对象不受地理位置的限制，在一定的时间内回收数目可超过人工发放数。

2. 访谈法

访谈法也是用户研究中最常用的调查方法。该方法更注重研究目的的需要而不是样本的代表性，其调查对象常常是那些具备研究所要求的经历，特别是高层的难以征募的有某种经验或特性，并愿意接受采访的人。问卷调查主要收集行为表面以及行为者人口统计特征方面的数据，而深入的访谈则让研究者获得现象背后的定性数据，比如人们对检索结果的预期值和实际评价，以避免量化数据不足解释影响行为发生和变化的深层因素。针对特定用户进行的深入访谈，可以详细记录用户的人口特征、认知形态、学习使用过程中思路的变化与概念形成及知识建构的方式。

3. 小组讨论法

小组讨论法是一种定性研究方法，其主要是强调小组内成员间的互动来了解参与者的想法及其原因，从而使得研究者可以接触到参与者的观念、态度和意见等。小组讨论法有助于探索和发现那些人们很少了解的论题，它可以发现问题的新视点，调查参与者行为发生的背景。这种集体访谈对收集参与者对不同的产品、服务和程序的看法特别有效。利用小组讨论法可以获得用户使用某些网站的理由和人们希望系统做出哪些改进等信息。

4. 实验法

实验法是实施某项措施后观察该措施带来的效果。用户检索行为研究中一个重要内容就是尝试确定各种影响行为的因素，而这往往要用到实验的方法，以对各种可能的变量进行控制。一般来说，采用实验法的研究者，会针对特定的检索系统或范围，事先给定检索任务，在检索结束后比较各种检索结果，结合用户个人特征、不同检索策略的分析，找出各因素间的因果关系。

5. 观察法

观察法用在检索行为的研究中，指研究人员在检索现场或直接或利用特定的辅助工具对用户的检索过程进行观察的方法。观察法既可使研究人员把观察的事实同研究对象所处的情境联系起来，又能对检索过程进行直接、真实、具体的了解。然而观察法有一个很大的局限性，就是研究人员要想仔细观察用户的检索步骤而不为人所知是很困难的。最佳的观察法应通过一个中心服务器和可监视各终端的软件来实现，以便做到在不为人知的情况下观察用户，避免用户行为受影响而失真。

6. 记录分析法

上述的研究方法中都有一个缺点，那就是用户对问题的回答不能保证非有意而为之，即回答的客观真实性得不到百分之百的保证，而分析日志记录则可避免这一问题。检索系统的日志记录不仅保存了系统的响应，同时也保存了用户在键盘和鼠标的所有输入。它可提供用户做什么而不是说什么的数据，数据的生成完全不受研究的影响，同时数据的收集也不受研究者左右。在回放这些记录时，研究者可以把自己放在用户的位置上，以用户的方式进行思考。由于日志记录包含大量的数据，所以分析样本都以万计甚至百万计，分析过程非常烦琐和费时。

一般来说，从记录的分析中可获得检索、提问式、检索词三个层次的数据，包括检索的次数、一次检索中提问式的变化、查看页面的数量、相关反馈的利用、检索词的多少、逻辑符和修改键的使用、检索词的分布频率等，由此可得出检索系统使用的一般模式、检索不成功的原因，结合用户特性还可确定用户犯错的可能倾向。

任务实施

一、大学生网上消费市场调研

1. 调研目标

- (1) 了解大学生对网上购物的认知与消费情况。
- (2) 对影响大学生网上购物的主要因素及消费渠道进行调研分析。
- (3) 调查大学生在淘宝网消费的情况。

2. 调研主要内容

每5人一组组成调研团队，在所在的学校各专业调研不少于10名同学（男女各占一半），综合运用观察法、访谈法、问卷调查等各类调研方法，调查大学生的网络购物情况（比如对网络购物的态度、一般在哪些网站购物、遇到过什么问题、经常在网上购买哪些产品等）。

3. 调研要求

完成调研后，形成调研报告，作为自己开设网上商店的决策参考资料。

二、产品销售状况调研

根据自己的兴趣，调查至少三类商品的商品类别在淘宝、易趣、拍拍等网站的销售状况，并将调查结果分别填入表1-1中。

表1-1 产品销售状况调研

网店商品类别				
消费群体定位				
网店经营 商品调研	调研网站	淘宝网	拍拍网	易趣网
	商品数量			
	商品分类情况			
	主要十家竞争对手			
	调研结论			

调研人员姓名：_____ 班级：_____ 学号：_____ 调研时间：_____

总结回顾

本项目通过对本校大学生网上购物消费结构的调查，折射和反映大学生网购的消费状况和水平，为商家提供可行性建议。

复习思考题

市场调查的主要方法有哪些？

技能训练

技能训练任务书

实践任务	市场调查
训练目标	能运用恰当的市场调查方法，对网络消费者进行调查，并能对产品的销售状况进行调查
实践内容	1.大学生网络消费市场调查 2.产品销售状况调查
实践成果	对网络购物市场有比较清楚的认识

项目2 店铺定位

学习目标

目标类型	项目目标
知识目标	自身资源定位 营销方式定位 产品的定位 价格定位
技能目标	掌握成功网店运营的定位技巧

技能知识

对店铺进行恰当的定位

项目背景

当网络时代迅速来临时，在网上开店成为很多人的梦想。虽然看着那些卖家们在网上赚得盆满钵满，但是网上开一家店可不是想象中的那么容易。开店之初，自己打算卖什么产品？这些产品自己了解吗？有没有好的货源？如果你打算卖情侣装，你对情侣喜欢穿什么样的服饰了

解吗？自己有没有这方面的货源？确立了顾客群，接下来就要考虑应该如何定位店铺。

引导案例

新手开网店如何走过“定位”环节？

定位是开网店首先要考虑的问题。定位，最主要考虑的是商品，进什么货，什么类别的商品，什么价位的。在网店初期和发展过程中，也要不断地研究竞争对手，结合自己的实际情况，找到属于自己的路。

那到底怎么才能开店初期顺利走过“定位”这个环节呢？

1.明确自己想卖什么，要卖什么，看看淘宝上卖这些商品谁做得最好，详细分析并加以学习。结合自己的资金货源现状，看看进什么货进多少货。定位要符合自己的实际情况，刚开始是比较困惑的，要有信心坚持下去。

2.信誉度成为后来者的门槛，想办法找到打开销量的突破点，积累自己的客户。比如选取一个商品做活动、为热门产品做推广等。

都说网上创业门槛低，但也不是每个人都能成功，现在成功的这些人，都是做了3年以上的，这3年发展过程中的经验积累比赚得的钱更宝贵。

案例思考

- 1.你知道自己的产品的价格定位是属于高档、中档，还是低档的吗？
- 2.在开店之初，你对销售的商品能做到全部心里有数吗？

任务分析

本项目的主要任务就是能够在市场调查的基础上，对网店进行恰当的市场定位。

相关知识

开始做淘宝店铺时应该是在市场调查的基础上，明确店铺定位。首先要分析市场，进行市场调研，最终确定店铺方向，固然这个过程很漫长，或许需要花上几年的时间还要有所付出，但是只要肯踏实地沉下心去学，你的淘宝一定会走向成功。而我们中有很多人从一开始就只是盯着能赚多少钱，或许在当时可能一下赚不少钱，但是天上不会掉馅饼，随着事业的进展你的收成也会越来越少。这就是为什么有远见的人能够成功，而目光短浅的人只会逞一时之快，很快就会虎头蛇尾地销声匿迹了。那究竟我们应该如何给店铺定位呢？

一、产品的定位

我们在开店之前，都要经由一番市场调研，然后结合自身的情况，确定要经

营什么样的产品，网店产品选择一般要考虑以下几个因素。

1. 产品有特色

对于实体店来说，只要你的店的位置不是太差，小生意就可以做得很不错，就算是卖很大众化的东西，都一样可以赚得盆满钵满。而在网上做生意，我们就要独辟门路了。最好是找现实中不轻易买到的东西来卖个性礼品、限量版的商品、名牌服装、电子产品等，这样，专门的发烧友就会找到你店里，假如你和他合作得好，那生意就会细水长流，回头客不断了。

2. 价格要公道

网上定价一定要比现实市场上便宜，多参考别人的价格，能便宜尽量多便宜点，这样，会有很多想省钱的客人进来，你再服务得好点，这批客人就会成为你的长期客户。

3. 品种要丰富

同类产品，品种要丰富，由于每个来的客人，都希望自己所逛的店铺琳琅满目，产品丰富，如果每类产品只有一件或者少数几件，相信人家不会来第二次了。比方说店铺卖的是个性礼品，有适合宝宝的、情侣的、老师的、长辈的、父母的等。而且产品铺得多，这里还有一个伏笔。由于淘宝的推荐位不是买的，而是根据你的信用和店里的货物数目获得的。所以，在你信用还很低的时候，能获得一个分类的推荐位，是有很大的好处的。但要注意的是，因为淘宝对长期没销量的商品会降权，因此店铺商品也不要太多，以免导致店铺被降权。

4. 图片要实拍

但凡网上卖得好的商品，基本上都是实拍的，实拍的图片给人真实感，能激发顾客的购买欲，最终使购买欲变为购买力。

5. 商品描述要详尽

基本的商品描述，包括商品图片和文字描述。一个优秀的商品描述，能够让客户感觉很惬意。具体表现为：排版得体、图片清楚、文字描述具体。

二、消费群体定位

在网上开店，销售对象当然是常常上网的群体，有数据显示，上网人群的年龄段通常在15~35岁之间，所以销售对象定位在这个年龄段是比较明智的选择。但是这个范围实在非常广，网店老板不可能做所有人的生意，而是需要把客户群进行锁定，如白领、学生、游戏族等，这样才能正确地进货，让服务目标化。

假如是在校学生，他们大多都会赶时尚、赶潮流、赶热闹，但是大多手头拮据，所以就要物美价廉一点，假如是白领，价格方面可以定得略微高一些，但货品要有特色，送货要及时等。只有定位了自己的顾客群体，才会有明确的销售方向，千万不要面面俱到，那样就会迷失方向。

三、营销定位

卖什么?卖给谁?我们都解决了,现在要考虑的是怎么卖,就是营销和推广,采用什么样的推广策略?产品如何定价?采用什么样的促销策略?这些都是我们要考虑的一些基本问题。

四、心态的定位

现在淘宝的竞争越来越激烈,很多人承受不住这种压力,半途放弃了,这样的例子屡见不鲜。因此,一定要调整好自己的心态,销量不好的时候不气馁,销量好的时候不自满,持之以恒才能成功。

要做好淘宝,我们一定要保持以下心态:

乐观:乐观可以让你善待你的现状。

吃苦:吃苦可以让你塑造你的未来。

刻苦:刻苦可以让你锻炼你的意志。

学习:学习可以让你驾驭你的能力。

提高:提高可以让你燃烧你的激情。

任务实施

要定位好自己的经营思路。店铺的经营思路也就是指你想在你的店铺中打出什么样的“牌”。不同的经营思路也就是打出不同的“牌”,常见的经营思路一共有五种,请按照以下思路对你的店铺进行恰当的定位。

一、价格牌

以价格为店铺定位点,利用价格吸引顾客,如两元店、平价店等。

策略:平价政策,以低价拉动高价。

例如,有人以全场“9.9元”产品进行开铺销售。

又如,有人以“3.8元一读卡器”来吸引眼球,(那是完全亏钱做的呀!)进入到网店后会关注到别的产品,发现“3.8元一读卡器”原来是配套一个89元/只的U盘来销售。

二、专业牌

以专业性为店铺定位点,利用商品或店铺的专业表现吸引顾客,比如某产品专卖店、某专业人士开设的店铺等。

主要有如下策略:

(1) 店铺页面充分展示专业性。

(2) 可以通过网站的通栏体现店铺专业性的一个点,明确地写出来。比如

有人明确地把店铺命名为“养蜂人——蜂产品专卖店”。

(3) 运用有效的链接,可链接到专业的网站,或可以放有说服力的证件。

三、特色牌

以商品或者店铺的特色为店铺定位点。

主要有如下策略:

(1) 利用店铺与众不同的地方吸引顾客,如出售时间的店铺、出售艺术签名的店铺等。

(2) 销售新、奇、特产品。据统计,新、奇、特产品是网上交易额较大的一类商品。

(3) 销售时尚、创意类商品。如有人在网上卖快乐涂鸦手绘墙贴的。

四、情感牌

以把握顾客的情感为店铺定位点,利用店铺名能够满足顾客的情感需求来吸引顾客,如公主梦想屋、状元书店等。

策略:跟商品谈恋爱,挖掘它的情感价值,如:“暮蓉公子”店铺,主要销售带蕾丝花边的粉红色的家居用品店,像床单、窗帘、纸币盒等产品。它主要抓住了许多女孩子的公主情结!女孩子从小就有个梦想成为一个公主,将来嫁给白马王子。又如网上有售超大码的女装,如“胖可爱”的网铺,专卖胖女孩的衣服。

五、附加值牌

以商品或服务的附加值为店铺定位点,利用店铺能够满足商品附加值的提升或对服务感受的延伸来吸引顾客,如东东小铺销售摄影设备加上传授摄影技术等。

策略:通过提供服务或附加商品来提高商品的价值。例如一件原本30几元进价的T恤在网上卖130元,为什么敢卖这么贵呢?原来在它的网站上还提供了许多附加服务,如选择了这件T恤还为你的形象做出分析,你穿这件T恤应该搭配些什么等。

总结回顾

通过市场调查,对网购环境进行分析,了解消费者对产品的需求状况,对网店进行准确定位。

复习思考题

店铺定位的主要内容有哪些?

技能训练任务书

实践任务	店铺定位
训练目标	掌握网店的定位技巧
实践内容	1.店铺基本情况定位 2.产品定位 3.价格定位
实践成果	明确店铺定位

项目3 货源寻找

学习目标

目标类型	项目目标
知识目标	了解适合在网上销售的商品 选择销售模式 认识淘宝分销
技能目标	能选择恰当的方式为自己的网店找到货源
工作态度目标	诚信经商 仔细做事 团队合作 与人顺畅沟通

技能知识

1. 线下货源的选择
2. 网上货源的选择

项目背景

在网店经营过程中，定位是关键。清晰的定位策略能让你的网店具有强大的核心竞争力。下定决心开一家网店，并了解了开店的优势与应注意的事项后，就应该着手解决货源的问题。货源是制约网店经营的一个门槛。好的货源，在很大程度上决定了网店能否开办成功以及能否持久地发展下去。怎样才能寻找到适合自己在网上开店的货源呢？