

职业本科教育管理类专业精品系列

# 电子商务 运营与管理

杨泳波 吕丽珺 © 主编

 **北京理工大学出版社**  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

职业本科教育管理类专业精品系列

# 电子商务运营与管理

主 编 杨泳波 吕丽珺

副主编 陈正军 苏程浩 陈加红

联合开发单位 数字产业学院（杭州）



**北京理工大学出版社**

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

## 内 容 简 介

本书依托第三方平台,基于网店建设与运营的工作流程,全面系统地介绍了电子商务运营过程中的知识、方法与操作技能,主要包括网店的开设、商品发布、网店装修、网店的运营管理、网店营销推广、网店老客户的维护等,同时融入数据化运营的思路,介绍了网店运营过程中的数据指标及其相关数据的获取与基本分析思路。

本书以操作技能为主线,兼顾理论体系,融入思政元素,使学生了解电子商务运营的数字化发展方向,适合职业院校电子商务类专业的学生学习,同时也适合从事电子商务工作或进行网络创业的社会青年自主学习。

版权专有 侵权必究

---

### 图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务运营与管理 / 杨泳波, 吕丽珺主编. --北京:  
北京理工大学出版社, 2021. 8  
ISBN 978-7-5763-0232-5

I. ①电… II. ①杨… ②吕… III. ①电子商务-运营管理 IV. ①F713.365.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 172979 号

---

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68944723 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京国马印刷厂

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 15.25

字 数 / 358 千字

版 次 / 2021 年 8 月第 1 版 2021 年 8 月第 1 次印刷

定 价 / 49.80 元

责任编辑 / 王晓莉

文案编辑 / 王晓莉

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

---

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换



随着电子商务的普及，人们越来越习惯通过网络购买商品。本书以网店建设与运营为主线，基于电子商务运营的工作流程，全面、系统地介绍了电子商务运营的基本方法与操作技能，可以使学生了解网店运营的全过程，培养学生有关电子商务运营的基本理念与基本思路，为学生学习电子商务的后续课程打下扎实的基础。

本书共分为四个模块、九个项目、二十九个任务。

第一模块：网店建设。该模块主要是依托第三方电子商务平台，介绍网店建设的基本内容与操作技能，主要设计了店铺开设、商品发布、店铺装修三个项目。

第二模块：网店管理。该模块主要介绍了如何通过有序管理与高效管理来提升对消费者的服务质量，主要设计了日常管理与交易管理两个项目。

第三模块：网店推广。该模块主要介绍了网店营销推广的相关内容、常用方法与渠道，同时还介绍了老客户交互与维护的常见方法，主要设计了站内推广、站内互动、站外引流三个项目。

第四模块：数据化运营。该模块主要介绍了网店运营过程的一些基本指标与相关数据的获取，主要设计了数据解读一个项目。

本书的主要特色有：

## 1. 内容新颖，紧密结合电子商务的运营现状

随着电子商务的发展，电子商务的运营模式不断创新，电子商务运营的方法与技能不断更新，本书在编写过程中紧密结合电子商务的运营特点，融入运营数据模块，切合电子商务的发展方向，保证内容的新颖性。

## 2. 以电子商务运营工作流程为主线，突出实践操作技能

本书梳理了电子商务运营的工作流程，通过项目驱动、任务导入的模式实践电子商务运营的各环节，使学生能够快速了解与掌握电子商务运营过程的方法、技能以及注意事项，紧跟行业节奏。

## 3. 采用编制工作手册的思路进行编写

全书内容采用项目任务制的编排方式，操作技能的介绍以工作手册的思路编写，方便每个技能模块更有场景感，有助于学生快速掌握操作技能，并将知识与技能更好地融入真实的



工作场景中。

#### 4. 具有丰富的配套教学资源，方便师生教与学

本书提供了丰富的配套教学资源，不仅有教学设计、教学课件等基本教学资源，还配套了教学视频与网络学习平台，同时也提供了实训任务与练习测试题库。全书采用新形态立体化的教材组织体系，将视频资源以二维码的形式穿插在书中，供学生随时扫码学习。

本书由浙江经济职业技术学院杨泳波老师与浙江经济职业技术学院吕丽珺老师联合主编并完成统稿，由江西陶瓷工艺美术职业技术学院陈正军老师、浙江经济职业技术学院苏程浩老师、杭州万向职业技术学院陈加红老师担任副主编，由数字产业人才服务（杭州）有限公司旗下的数字产业学院（杭州）联合编写。

本书的编写得到了多位专家、老师与企业经理的指导与帮助，在此表示衷心的感谢。书中难免有不足之处，请各位读者批评指正。

编 者

2021 年 4 月

# 目 录



## 模块一 网店建设

项目1 店铺开设 .....	(003)
思政与素质目标 .....	(003)
任务1 前期准备 .....	(003)
活动1 货源选择 .....	(003)
活动2 平台选择 .....	(004)
活动3 店铺定位 .....	(004)
任务2 淘宝开店 .....	(005)
活动1 淘宝账号注册与认证 .....	(005)
活动2 支付宝账号注册与认证 .....	(009)
活动3 淘宝店铺认证 .....	(013)
活动4 店铺基本设置 .....	(017)
同步实训 .....	(020)
项目2 商品发布 .....	(021)
思政与素质目标 .....	(021)
任务1 单个商品发布 .....	(021)
活动1 商品标题设置 .....	(021)
活动2 商品属性设置 .....	(023)
活动3 运费模板设置 .....	(024)
活动4 商品详情发布 .....	(027)
任务2 批量商品发布 .....	(030)
活动1 淘宝助理初识 .....	(030)
活动2 淘宝助理安装与登录 .....	(030)
活动3 商品的批量上传与编辑 .....	(032)
活动4 分销商品的一键发布 .....	(035)



任务3 商品分类	(038)
活动1 商品分类认知	(038)
活动2 商品分类的设置与修改	(038)
活动3 商品分类的展示	(039)
同步实训	(040)
<b>项目3 店铺装修</b>	<b>(042)</b>
思政与素质目标	(042)
任务1 店铺总体布局	(042)
活动1 店铺组成要素认知	(042)
活动2 店铺风格定位	(045)
活动3 店铺首页布局	(046)
活动4 商品详情页布局	(052)
任务2 店铺首页装修	(059)
活动1 PC端首页装修	(059)
活动2 移动端首页装修	(068)
任务3 商品详情页装修	(078)
活动1 主图与颜色图上传	(078)
活动2 关联推荐与活动设置	(079)
活动3 PC端商品详情页装修	(082)
活动4 移动端商品详情页装修	(084)
同步实训	(087)

## 模块二 网店管理

<b>项目4 日常管理</b>	<b>(091)</b>
思政与素质目标	(091)
任务1 千牛平台认知	(091)
活动1 千牛平台初识	(091)
活动2 千牛平台下载与安装	(092)
活动3 千牛平台的基本设置	(094)
任务2 商品管理	(098)
活动1 商品的上下架管理	(098)
活动2 商品相关数据观测	(099)
任务3 店内活动	(100)
活动1 限时打折	(100)
活动2 满减满送	(104)
活动3 优惠券	(108)
活动4 搭配销售	(111)
活动5 主题活动	(116)



同步实训 .....	(119)
<b>项目5 交易管理</b> .....	<b>(121)</b>
思政与素质目标 .....	(121)
任务1 成交管理 .....	(121)
活动1 售前导购 .....	(121)
活动2 价格修改 .....	(122)
活动3 订单信息管理 .....	(124)
任务2 订单管理 .....	(127)
活动1 订单分类 .....	(128)
活动2 订单标注 .....	(129)
活动3 订单发货 .....	(130)
活动4 物流信息查询 .....	(133)
任务3 评价管理 .....	(134)
活动1 查看用户评价 .....	(134)
活动2 评价回复 .....	(135)
活动3 退换货处理 .....	(136)
活动4 纠纷处理 .....	(137)
同步实训 .....	(138)

### 模块三 网店推广

<b>项目6 站内推广</b> .....	<b>(143)</b>
思政与素质目标 .....	(143)
任务1 搜索推广 .....	(143)
活动1 自然搜索 .....	(143)
活动2 图搜 .....	(146)
任务2 直通车推广 .....	(147)
活动1 直通车选款 .....	(147)
活动2 直通车推广主图设置 .....	(149)
活动3 直通车推广关键词选择 .....	(150)
活动4 关键词出价 .....	(152)
任务3 钻展推广 .....	(152)
活动1 钻展选款 .....	(152)
活动2 钻展计划建立 .....	(153)
活动3 钻展效果监测 .....	(158)
任务4 超级推荐 .....	(160)
活动1 超级推荐认知 .....	(160)
活动2 超级推荐出价法 .....	(161)
任务5 活动推广 .....	(161)



活动 1 天天特价 .....	(161)
活动 2 淘金币 .....	(163)
活动 3 淘抢购 .....	(163)
活动 4 聚划算 .....	(165)
同步实训 .....	(166)
<b>项目 7 站内互动 .....</b>	<b>(168)</b>
思政与素质目标 .....	(168)
任务 1 日常互动 .....	(168)
活动 1 买家秀 .....	(168)
活动 2 问大家 .....	(170)
任务 2 旺旺群聊 .....	(172)
活动 1 旺旺群设置 .....	(172)
活动 2 旺旺群吸粉 .....	(173)
活动 3 旺旺群互动 .....	(175)
任务 3 微淘运营 .....	(176)
活动 1 上新发布 .....	(176)
活动 2 买家秀发布 .....	(177)
活动 3 粉丝福利发布 .....	(178)
任务 4 淘宝直播 .....	(181)
活动 1 直播账号的开通 .....	(181)
活动 2 直播场景搭建 .....	(182)
活动 3 淘宝直播流程 .....	(184)
活动 4 淘宝直播注意事项 .....	(187)
同步实训 .....	(188)
<b>项目 8 站外引流 .....</b>	<b>(190)</b>
思政与素质目标 .....	(190)
任务 1 淘宝客推广 .....	(190)
活动 1 淘宝客开通 .....	(190)
活动 2 佣金比例设置 .....	(192)
活动 3 淘宝客佣金结算 .....	(192)
活动 4 淘宝客活动广场 .....	(193)
任务 2 抖音平台推广 .....	(194)
活动 1 抖音账号创建 .....	(194)
活动 2 抖音作品发布 .....	(195)
活动 3 淘宝商品链接设置 .....	(195)
任务 3 微博推广 .....	(197)
活动 1 微博号创建 .....	(197)
同步实训 .....	(198)



## 模块四 数据化运营

项目9 数据解读 .....	(203)
思政与素质目标 .....	(203)
任务1 店铺基础数据解读 .....	(203)
活动1 店铺基本数据获取 .....	(203)
活动2 店铺衍生数据获取 .....	(205)
活动3 店铺层级解读 .....	(207)
活动4 店铺信誉解读 .....	(208)
活动5 店铺动态评分解读 .....	(208)
活动6 店铺经营数据解读 .....	(210)
活动7 店铺流量数据解读 .....	(210)
任务2 商品数据解读 .....	(212)
活动1 商品流量数据解读 .....	(212)
活动2 订单数据解读 .....	(213)
活动3 主推商品分析 .....	(214)
活动4 异常商品分析 .....	(219)
活动5 竞争商品分析 .....	(220)
任务3 行业数据解读 .....	(224)
活动1 市场大盘数据解读 .....	(224)
活动2 搜索分析 .....	(226)
活动3 客群分析 .....	(229)
活动4 热销商品分析 .....	(230)
同步实训 .....	(232)
参考文献 .....	(234)

模块一

# 网店建设





## 项目 1

# 店铺开设

### ◆ 思政与素质目标 ◆

依托第三方电子商务平台开设网店已成为电子商务运营的基础，卖家在开设店铺的过程中，不但要遵循新商业时代的商业规则，也要遵循第三方电子商务平台的相关规则，从而培养学生的规则意识。

在开设网店从事电子商务之前，需要做好店铺的定位，包括店铺的人群定位、风格定位和价格定位，以人群定位为逻辑起点思考店铺其他维度的定位，进而选择货源和平台，培养学生用“以人为本”的思想开展电子商务活动。

在电子商务迅速发展的背景下，各种各样的电子商务平台层出不穷，其中网络零售平台尤其受网络零售商家的青睐。那么，如何在电子商务平台上开一家属于自己的店铺呢？在网店开设之前又需要做好哪些准备工作呢？

## 任务 1 前期准备

### 活动 1 货源选择

选择网上开店很大程度上是由于网店经营成本低，对于毫无开店经验的投资者来说，其在筹划开网店时，都要面临寻找和选择商品的问题。所以找到合适的商品货源是网上开店成功的第一步。货源的选择一般有以下几种渠道，而且都有各自的特点。

#### 1. 从厂家直接进货

货源特点：最正规、最便宜的进货方式，省去进货成本的同时，货源和货品质量也能得到保证。

适用卖家：若卖家有足够的资金，且认准自己不会有压货的风险或是不怕压货，就可以



货源选择

从厂家进货。这种渠道一般不适合批发量小的新手卖家。

### 2. 从批发市场进货

对于新手卖家，其可以选择先从周边批发市场进少量的货品试卖，如果销量高，再考虑增加进货量。

### 3. 从网络批发平台进货

如果在线下没有找到合适的批发市场或者其他进货渠道，可以考虑在网络批发平台上寻找进货渠道。网络批发平台上一一般有来自各地的大量生产厂家和批发商，可线上交流，省去了很多寻找货源的中间环节，大大降低了成本。

### 4. 品牌代理商、经销商

获取某个品牌的代理销售权会成为网店的一大优势。做品牌代理商、经销商应首选规模大、信誉好的商家。规模不大容易倒闭，信誉不好容易被欺诈。选择品牌切记要全面了解品牌商家，不被品牌商家的优惠条款迷惑。



平台选择

## 活动2 平台选择

网上开店是经营者将待售商品的信息发布到网页上，对商品感兴趣的买家在线浏览商品信息后，通过线上的支付方式向经营者付款。其中，平台的选择对于网店经营尤为重要。对于新手来说，一般选择入驻门槛比较低、人气相对比较旺的平台开设网店。表 1-1 是对淘宝、天猫、京东与拼多多当下四个主流电商平台的主要特点进行的总结，方便新手对比选择平台。

表 1-1 四个主流电商平台的特点对比

电商平台	人气	适合对象	平台特色	入驻门槛
淘宝	很高	个人/公司	投入低、服务好	低
天猫	很高	公司	投入低、服务好	高
京东	中上	公司	商品定位普通较高	高
拼多多	中上	公司	社交电商平台	中

本书选择入驻门槛低的淘宝平台进行论述。

## 活动3 店铺定位

店铺定位是否精准关系到目标受众人群。淘宝网上有成千上万家不同风格的店铺，从不同店铺的界面中就能发现迥异的风格，这些不同的风格满足了不同人群的喜好。卖家需要确认自己服务于哪一类人群，根据服务对象的喜好上架合适的产品。因此，消费人群定位是店铺定位的主要考虑因素。

消费人群定位是指直接以某类消费群体为诉求对象，使产品专为该类消费群体服务以此来获得目标消费群的认同。把产品与消费者结合起来，有利于增强消费者的归属感，使其产生“我自己的产品”的感觉。



消费人群定位



消费人群的定位可以从下面这些方面对消费者进行需求和行为特征的统计分类。

- 消费人群的性别
- 消费人群的性格
- 消费人群的年龄段
- 消费人群的工作环境
- 消费人群的社交圈
- 消费人群的文化程度
- 消费人群的审美观
- 消费人群更注重哪些方面（产品细节、功能、整体）
- 消费人群的收入水平
- 消费人群所处人生阶段

例如，某服装店可以从以下几个方面对消费人群进行定位。

- 圈定市场范围：25 ~ 34 岁的年轻淘宝用户。
- 挖掘潜在客户特征：消费能力强，注重生活品质。
- 潜在客户的不同需求：专业、舒适、年轻，而非个性独特。

为了更好地满足目标人群的需求，卖家可以从以下几方面对店铺进行定位。

(1) 销售产品的定位。挖掘所销售产品的特点，并进行分类，使其在店铺中得到体现。

(2) 竞争对手的参考。对比竞争对手，找到薄弱环节，以主要竞争对手的薄弱环节为切入点，将其转化为自身店铺设计时需考虑的地方。

(3) 后台模板的选择

从后台提供的各种风格的模板中选择符合自身店铺特点的模板，再进行修改，形成专属模板。

## 任务2 淘宝开店

### 活动1 淘宝账号注册与认证

(1) 输入网址 [www.taobao.com](http://www.taobao.com)，打开淘宝网，点击页面左上方的“免费注册”按钮，如图 1-1 所示。

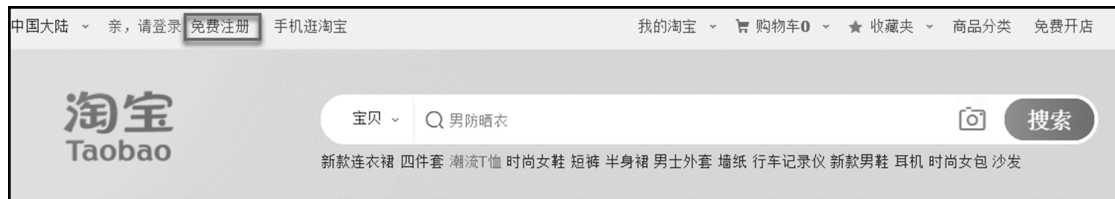


图 1-1 淘宝官网中的“免费注册”界面

(2) 点击“免费注册”按钮后，弹出“注册协议”对话框，仔细阅读对话框中的文字信息，充分了解信息之后，点击“同意协议”按钮即可，如图 1-2 所示。



图 1-2 淘宝平台“注册协议”界面

(3) 点击“同意协议”按钮后，在“设置用户名下”选项页面下输入手机号，如图 1-3 所示。



图 1-3 用户注册中用户名手机号填写界面

(4) 输入手机号码且输入正确后，按照提示进行验证操作，验证成功后，点击“下一步”按钮，如图 1-4 所示。



图 1-4 用户注册中用户名验证界面

(5) 在“验证码”一栏右侧点击“发送验证码”按钮，输入的手机号就会接收到验证码，然后输入验证码，如图1-5所示。完成后点击“下一步”按钮。



图 1-5 用户注册中验证码输入界面

(6) 如果账号符合本人的信息，点击“该账户是我的，立即登录”按钮；如果不是，则选择“不是我的，使用邮箱继续注册”项，如图1-6所示。



图 1-6 账户选择界面

(7) 以账户不是自己的为例，选择“不是我的，使用邮箱继续注册”后，会弹出如图1-7所示的对话框，正确填入邮箱信息，完成后点击“下一步”按钮。平台会将验证信息发送到相应的邮箱。