

学习情境

4



网店建设与推广

电子商务的诞生打破了很多行业原有的商业模式，可以说电子商务是一种手段，更是一种模式，还是一种观念。

——第九届中国电子商务大会组委会

情境描述：经过前面任务的分析，各地区特色产品根据各自的优势和目前情况进行了电子商务模式的选择、网络工具的选择、网络平台的搭建以及为资金流和网络安全等问题的解决方案的设置。有了前期工作的准备，之后就应该进行该项目的真正实施，使项目能够通过网络的实施真正为区域经济发展带来一定的影响，为农户增加一定的收入。

学习目标：通过对任务的分析，要使项目产生订单，需要掌握以下知识和技能：

- (1) 了解网店的开设流程。
- (2) 了解淘宝网的开店流程及相关规则。
- (3) 掌握网络营销的相关知识。
- (4) 掌握网络推广及淘宝网推广的各种方法。
- (5) 掌握网络广告及网络谈判的相关知识。
- (6) 掌握电子订单、电子合同以及单证的相关知识。
- (7) 熟练使用各种推广方式和淘宝网内部的推广工具，如淘宝官方活动、淘宝助手、直通车、淘帮派、第三方 API 推广等。
- (8) 熟悉各种合同、单证的签订以及网络广告的制作。
- (9) 熟练制作各种调研问卷，掌握发布问卷、收集问卷以及进行信息分析和报告撰写的方法。

子学习情境 1 开店前的准备工作

各地区特色产品并不为很多人了解或知晓，也就是说特色产品的知名度不够高，如何提升各地区特色产品的知名度呢？首先我们应该对产品进行网上宣传与推广，对产品进行网上宣传与推广首先就需要在 C2C、B2C 平台建立属于自己的店铺，在 B2B 平台上发布自己产品的供应与求购信息。下面以在 C2C 市场中占有 80% 以上份额的淘宝网为例进行项目的实施，然后再了解 B2C、B2B 的情况。

任务一：了解网络店铺

网络店铺，顾名思义就是经营者在互联网上注册的一个虚拟的网上商店，将自家商品的信息发布到网页上，称为商家。对商品感兴趣的买家只要轻松地单击鼠标，甚至足不出户就可以通过网上或网下的支付方式向卖家付款，卖家再通过邮寄等方式将商品发送给买家。

1. 网上开店的优势

（1）开店成本极低。

网上开店与网下开店相比综合成本较低：许多大型购物网站提供租金极低的网店，有的甚至免费提供，只是收取少量商品上架费与交易费；网店可以根据顾客的订单再去进货，不会因为积货占用大量资金；网店经营主要是通过网络进行，基本不需要水、电、管理费等方面的支出；网店不需要专人时时看守，节省了人力方面的投资。

（2）经营方式灵活。

网店的经营是借助互联网进行经营，经营者可以全职经营，也可以兼职经营，网店不需要专人时时看守，营业时间也比较灵活，只要能对浏览者的咨询给予及时的回复就可以不影响经营。网上开店不需要像网下开店那样必须要经过严格的注册登记手续，网店在商品销售之前甚至可以不需要存货或者只需要少量存货，因此可以随时转换经营其他商品，可以进退自如，没有包袱。

（3）网上开店基本不受营业时间、营业地点、营业面积这些传统因素的限制。

网上开店，只要服务器不出问题，可以一天 24 小时、一年 365 天不停地运作，无论刮风下雨，无论白天晚上，无须专人值班看店，均可照常营业，消费者可以在任何时间登录网站进行购物。

网上开店基本不受经营地点的限制，网店的流量来自网上，因此即使网店的经营者在一个小胡同里也不会影响到网店的经营。

网店的商品数量也不会像网下商店那样，生意大小常常被店面面积限制，只要经营者愿意，网店可以摆上成千上万种商品。

（4）网店的消费者范围是极广泛的。

网店开在互联网上，只要是上网的人群都有可能成为商品的浏览者与购买者，这个范围可以是全国的网民，甚至全球的网民。只要网店的商品有特色、宣传得当、价格合理、经营得法，网店每天将会有不错的访问流量，大大增加销售机会，取得良好的销售收入。

从服务、展示、付款和交易等方式来看，网店与实体店的不同之处如表 4-1 所示。

表 4-1 实体店与网店的对比

方式 \ 类型	网店	实体店
服务方式	通过阿里旺旺、站内和店铺留言等方式，通过文字与买家进行交流	通过面对面口头的方式与买家建立交流
展示方式	通过图片的方式在网上店铺中展示	一般以实物的方式展示
付款方式	主要方式有支付宝和网上银行	现金消费
交货方式	主要通过物流货运交货	款清直接交予客户

2. 了解第三方网络销售平台的相关政策规则

(1) 买家规则的解读。

不论你是网购新手还是淘宝达人，如何利用规则来保障自己的合法权益呢？

第三方网上购物平台为了保障消费者的合法权益，专门耗费大量时间，为买家制定了合理、公平、透明的消费者保障计划以及制约买家合理消费行为的规章制度，来保障广大消费者的合法权益不受侵害，维护平台的正常运营。

而作为一个成熟的网购达人，要的不仅仅是会买东西，更重要的是要在整个网购过程中找到一个平衡点（即购物的透明性、合理性、公平性）。

作为买家，你知道什么情况下你的权益受到了侵害，又在什么情况下你又触犯了买家规则吗？如果你依然不了解买家规则，那你就只有被人视为鱼肉，任人刀俎了。

5 分钟看懂淘宝规则——买家版：<http://a.taobao.com/detail/2011/01/18/437771/1.php?spm=1.38447.64036.12>。

(2) 卖家规则的解读。

不管你是菜鸟还是高手，要遵守哪些规则才能更好地经营下去？怎么才能在淘宝上发展得更好？卖家规则为您一一解读。

所有的网购平台为了约束平台卖家，制定了一系列的经营指导规则，以便卖家遵循规则，正常、合理地经营店铺，防止卖家投机行为的发生，侵害消费者权益，致使店铺被扣分，甚至是被关闭，所以要做一个大卖家，诚实守信、合法经营那是必需的，所以各位想开店的亲就必须首先对卖家规则进行详细的参读。

5 分钟看懂淘宝规则——卖家版：<http://a.taobao.com/detail/2011/01/18/437772/1.php?spm=1.38447.64036.20>。

任务二：网上开店的基本物质准备

开店前，需要准备一个完备的数码环境，包括计算机、数码相机、打印机和扫描仪等。

网上开店，首先需要一台连接互联网的计算机，这是确保能够在网上进行商务活动的前提条件。

网上店铺的商品是通过图片和文字说明来展示给消费者的，因此商品的照片就显得非常重要。店家可以通过不同需要来选择各类数码相机。

打印机在网上开店时的主要用途是打印包裹单，根据客户的要求给客户打印一些小的贺卡或者一些代表自己商店的个性化的标签、名片或优惠卡。

扫描仪的用途是扫描厂家提供的彩色宣传页的照片，也可以与 Modem 配合实现传真功能。

任务三：网上开店的基本知识及技能

1. 网上开店的基础知识

开网店首先需要具备一些最基本的网络与计算机知识，如 Windows 操作系统的使用、互联网的使用、常用软件的使用、数码相机拍照基本使用技能、图片处理的知识和技能。

2. 网上开店的专业知识——行业和产品

对自己所售的产品需要有一定程度的了解，包括产品的特性、产品的种类与规格、产品的使用与维护、行业内同类产品的特点等。

3. 网上开店的专业知识——支付方式

目前,网上开店主要有以下几种付款方式:网上支付、邮局汇款、银行汇款、货到付款和使用支付宝交易等。为了方便顾客付款,可以给出多种支付选择。建议使用支付宝付款,这样既可以保证买卖双方的交易安全,又能避免很多不必要的纠纷。

支付宝是淘宝独创的针对网上安全交易所设计的安全付款发货方式,以此来降低交易的风险,是一种在交易过程中以支付宝为信用中介,在买家确认收到商品前由支付宝替买卖双方暂时保管货款的增值服务。

4. 物流知识——物流的选择

网上开店的物流就是买卖双方在谈成交易后,卖家如何把货物安全、稳妥地运送到买家手里的过程。目前网店采用的物流有以下几种:

- 邮政:网店覆盖范围最广,种类多;价格固定,服务态度参差不齐。
- 快递公司:网店覆盖范围有限,价格可议,速度快,上门取货方便快捷。
- E 邮宝:覆盖范围广,价格较 EMS 有较大优惠,主动反馈实际揽收情况和投递信息给支付宝,免除了用户去邮局办理或电话联系上门服务的环节。
- 专人送货:如果顾客就在本市,可以考虑直接送货上门。

5. 交易安全

安全威胁的类型主要有如下几种:

- 病毒:影响计算机正常工作,破坏计算机上的数据。
- 黑客与木马:盗用计算机上的数据和信息,甚至控制整个计算机。
- 网络诈骗:采用各种手段诈骗财物。

6. 心态的准备

商场如战场,竞争无处不在。做生意心态很重要。以下是来自阿里巴巴的一篇文章的总结,关于一个成功的淘宝创业者、一个成功的淘宝卖家所要具备的特质:

(1) 激情——热爱所做,永不放弃。热爱你所做的事情,充满激情地投入;碰到困难和挫折的时候不轻易放弃,坚持、执着和乐观向上。

(2) 敬业——勤恳努力,精益求精。脚踏实地地努力经营,要有不怕苦、不怕累的精神,一份耕耘才有一份收获;不断地学习,不断地完善,不断地进步,要有阶梯性的目标不断地实现。

(3) 诚信——以诚待客,诚信为本。做生意,诚信是基本,只有诚信才能赢得顾客;客户第一,诚信服务。

(4) 创新——迎接变化,勇于创新。用积极的态度面对市场的变化、环境的变化和客户的变化;不满足于现状,创造变化,抢得商机。

(5) 心态——良好的心态,成功在望。拥有正确良好的心态,客观平和、冷静诚恳,对于做生意和开店都是比较有利的心态。

任务四:网上开店的市场分析及定位

在做任何事情之前,首先要对所要进入的市场进行分析,那么网络市场也是一样,在开网店之前,首先要进行市场分析。

一、市场分析

1. 市场分析的概念

市场分析是对市场规模、位置、性质、特点、市场容量及吸引范围等调查资料所进行的经济分析。它是指通过市场调查和供求预测,根据项目产品的市场环境、竞争力和竞争者分析、判断项目投产后所生产的产品在限定时间内是否有市场,以及采取怎样的营销战略来实现销售目标。

2. 市场分析的主要任务

市场分析的主要任务是:分析预测全社会对项目产品的需求量;分析同类产品的市场供给量及竞争对手情况;初步确定生产规模;初步测算项目的经济效益。

3. 市场分析的内容

市场分析的主要内容有:

- 商品分类销售实际分析
- 地区类别市场动态分析
- 新产品市场销售分析
- 消费者购买类型销售分析
- 销售费用分析

4. 市场分析的目的

市场分析的主要目的是研究商品的潜在销售量,开拓潜在市场,安排好商品地区之间的合理分配,以及企业经营商品的地区市场占有率。

通过市场分析,可以更好地认识市场的商品供应和需求的比例关系,采取正确的经营战略,满足市场需要,提高企业经营活动的经济效益。

5. 市场分析的分类

按其内容市场分析分为3类:

(1) 市场需求预测分析。包括现在市场需求量估计和预测未来市场容量及产品竞争能力。通常采用调查分析法、统计分析法和相关分析预测法。

(2) 市场需求层次和各类地区市场需求量分析。即根据各市场特点、人口分布、经济收入、消费习惯、行政区划、畅销牌号、生产性消费等确定不同地区、不同消费者及用户的需要量以及运输和销售费用。一般可采用产销区划、市场区划、市场占有率及调查分析的方法进行。

(3) 估计产品生命周期及可销售时间。即预测市场需要的时间,使生产及分配等活动与市场需要量作最适当的配合。通过市场分析可确定产品的未来需求量、品种及持续时间;产品销路及竞争能力;产品规格品种变化及更新;产品需求量的地区分布等。在工业发展与布局研究中,市场分析有助于确定地区工业部门或企业的发展水平和发展规模,及时调整产业结构;有助于调整产品结构,提高竞争能力;有助于在运输和生产成本最小的原则下合理布置工业企业。

6. 市场分析的作用

市场分析的作用主要表现在两个方面:

(1) 是企业正确制定营销战略的基础。企业的营销战略决策只有建立在扎实的市场分析

的基础上,只有在对影响需求的外部因素和影响企业购、产、销的内部因素充分了解和掌握以后,才能减少失误,提高决策的科学性和正确性,从而将经营风险降到最低限度。

(2)是实施营销战略计划的保证。企业在实施营销战略计划的过程中,可以根据市场分析取得的最新信息资料检验和判断企业的营销战略计划是否需要修改,如何修改以适应新出现的或企业事先未掌握的情况,从而保证营销战略计划的顺利实施。

7. 市场分析的对象

市场分析的内容和分析的研究对象是紧密相连的,根据市场分析的研究对象,市场分析的基本内容包括以下5部分:基础理论分析、市场技术分析、市场宏观分析、市场类型分析和金融市场分析。

基础理论分析是进行市场分析的必备工具,包括市场调查、市场预测和数据资料的分析与处理等;市场技术分析又称市场微观分析,主要包括消费者购买行为分析、产品分析、营销管理分析等;市场宏观分析主要包括国内市场环境分析、国际市场环境分析等;市场类型分析主要包括消费品市场分析、生产资料市场分析、劳动力市场分析、技术市场分析、房地产市场分析、信息市场分析等;金融市场分析主要包括证券市场分析、期货市场分析和保险市场分析等。要进行市场分析,首先需要有基本的统计数据,因而要进行市场调查,调查得到的数据又要进一步加工处理才能用于实际的分析。

8. 市场分析的意义

市场分析是一门综合性科学,它涉及经济学、统计学、经济计量学、运筹学、心理学、社会学、语言学等学科。市场分析已经成为现代企业管理人员不可缺少的分析技术。

狭义的市场分析就是市场调查研究。它是以科学方法收集消费者的购买和使用商品的事实、意见、动机等有关材料,并予以研究分析的手段。而广义的市场分析就是对从生产者到消费者或用户这一过程中全部商业活动的资料、情报和数据进行系统的收集、记录、整理和分析,以了解商品的现实市场和潜在市场。因此,广义的市场分析不仅是单纯研究购买者或用户的心理和行为,而且还要对各种类型的市场营销活动的所有阶段加以研究。

二、网络调研

1. 网络调研概述

市场调研,是指为了提高产品的销售决策质量、解决存在于产品销售中的问题或寻找机会等而系统客观地识别、收集、分析和传播营销信息的工作。目前的发展趋势是网上市场调研,所谓网络调研是指利用 Internet 技术进行调研的一种方法。其大多应用于企业内部管理、商品行销、广告和业务推广等商业活动中。

这种高效的调查手段也被许多调查咨询公司广泛应用,其优点主要表现在提高调研效率、节约调查费用、调查数据处理比较方便、不受地理区域限制等方面。但是在线市场调研并不是轻易可以实现的。

2. 网络调研与传统调研

网络市场调研虽然也存在这样那样的问题,但其优势是非常突出的,主要表现在以下几个方面:

(1) 网络调研信息收集的广泛性。

因特网是没有时间、地域限制的。这与受区域制约的传统调研方式有很大不同。如果我

们利用传统方式在全国范围内进行市场调研,需要各个区域代理的配合。而澳大利亚一家市场调查公司 www.consult.com 在去年八九月份进行的包括中国在内的 7 个国家的 Internet 用户的在线调查活动却相当方便。这样的调查活动如果利用传统方式是无法想象的。

(2) 网络调研信息的及时性和共享性。

在数字化飞速发展的今天,网络调研较好地解决了传统调研方法所得的调研结果都存在时效性这一难题。只要轻轻一点,世界任何一个角落的用户都可以加入其中,从用户输入信息到公司接收,只不过几秒钟的时间。利用计算机软件整理资料,马上可以得出调研的结果。而被调查者只要点击“结果”键,就可以知道现在为止所有被调查者的观点所占的比例,使用户了解公司此次的调研活动,加强参与感,提高满意度,实现了信息的全面共享。

(3) 网络调研的便捷性和经济性。

在网上进行市场调研,无论是调查者还是被调查者,只需要拥有一台计算机、一个调制解调器、一部电话(或一台多媒体电视机和一部电话)就可以进行。若是采用问卷调研的方法,调研者只要在企业站点上发出电子调查问卷,提供相关的信息,然后利用计算机对访问者反馈回来的信息进行分析。这不仅十分便捷,而且会大大减少企业市场调研的人力和物力耗费,缩减调研成本。

(4) 调研结果有较强的准确性。

原因有 4 个:

- 调查者不与被调查者进行任何的接触,可以较好地避免来自调查者的主观因素的影响。
- 被调查者接受询问、观察,均是处于自然、真实的状态。
- 站点的访问者一般都具有一定的文化知识,易于配合调查工作的进行。
- 企业网络站点访问者一般都是对企业有一定的兴趣,不会像传统方式下单纯为了抽号中奖而被动回答,所以网络市场调研结果比较客观和真实,能够反映市场的历史和现状。

3. 网络调研的步骤

(1) 确定目标。调研问题的界定和调研目标的确定是最重要的一步。只有清楚地定义了网络市场调研的问题,确立了调研目标,方能正确地设计和实施调研。网络调研对象主要包括:企业产品的消费者、企业的竞争者、上网公众、企业所在行业的管理者和行业研究机构。

(2) 设计调研方案。具体内容包括确定资料来源、调查方法、调查手段和接触方式。

(3) 收集信息。在确定调查方案后,市场调研人员即可通过电子邮箱向互联网上的个人主页、新闻组或者邮箱清单发出相关查询,之后就进入收集信息阶段。与传统的调研方法相比,网络调研收集和录入信息更方便、快捷。

(4) 信息整理和分析。收集得来的信息本身并没有太大意义,只有进行整理和分析后信息才变得有用。整理和分析信息这一步非常关键,需要使用一些数据分析技术,如交叉列表分析技术、概况技术、综合指标分析和动态分析等。

(5) 撰写调研报告。这是整个调研活动的最后一个重要阶段。报告不能是数据和资料的简单堆积,调研人员不能把大量的数字和复杂的统计技术扔到管理人员面前。如陕西特色产品市场问卷调研。

4. 网络调研的方法

目前,网络调研采用的方法主要有:E-mail 法、Web 站点法、Net-meeting 法、视频会议

法、焦点团体座谈法、Internet phone 法、OICQ 网络寻呼机法或在聊天室选择网民进行调查、在 BBS 电子公告牌上发布调查信息、采取 IRC 网络实时交谈等方式。

如 QQ 问卷调查、空间互动问答模块调查、专业调查网站调查、论坛发帖调查等。

5. 网络调研应注意的问题

要达到商家网络调研的目的,发挥网络调研的商业价值,还必须注意网络调研的一些关键性事项:

(1) 了解市场需求。

把自己想成顾客,从顾客的角度来了解客户需求。因为您的调研对象往往可能是产品直接的购买者、提议者和使用者,应对他们进行具体的角色分析。例如某种时尚品牌男装,它的目标对象应是年轻男性,但实际的客户市场却不只是这部分人群,而是包括他们的母亲、妻子、女友等女性角色。这就要求调研时将调研市场对象进行角色细分,充分了解市场需求,使调研结果更有针对性、准确性。

(2) 制定网络调研提纲。

网络调研是企业网络营销全过程的第一步。一个调研项目经常包含高度精炼的理念,这种理念是无法触及的“虚”,而调研提纲则可以将调研具体化、条理化。调研提纲是调查者与被调查者两者结合的工具,调研项目也许会成为品牌和沟通工具。

(3) 寻找竞争对手。

利用各种方式搜集竞争对手信息,例如利用导航台锁定具体区域,设定与自己产品相同或相似的关键词来寻找竞争对手,仔细查看竞争对手的网址,注意竞争对手的网络中值得借鉴的地方,并注意竞争对手是否已做过类似的市场调研。

(4) 适当的激励措施。

因特网毕竟是虚拟世界,若能提供更多人性化的东西,在调研中加入适当的奖品激励,调查会获得更多的参与者。如摩托罗拉和惠普在进行网络调查时,都有奖品激励参与者。某医学杂志在做调查时,提供样刊赠阅,也获得了积极的反馈。

(5) 数量调研与质量调研相结合。

对于一般性的商业经济问题,如消费者的年龄、性别、所在地区及购买动机等问题,可采用数量统计调查方式,设立“是什么”、“如何”等问题。但针对有关具体产品时,则宜采用质量调研的方式,调研结果包含的多是“为什么”的问题。

通过网络调研可以确定各地特产的客户群及各地的哪些特色产品受客户的喜爱,根据调研的结果确定店铺中的产品种类。

淘宝网上销售特产的店铺很多,如何使我们的具有一定的特色,首先通过前期调研的结果进行分析,确定产品、目标群体、店铺的定位等相关内容,进而制定开店的策略。

三、产品策略

1. 产品定位

(1) 目标消费群体。

由此可以看出,网上购物的两大主流是学生和白领,那么网上商店的目标消费群体也可以确定为这两类人。查看中国互联网协会《第 N 次全国互联网发展统计报告》,登录 <http://www.cnnic.net.cn/> 查询目标消费群体的相关数据。

（2）市场环境。

产品的选择与整个市场的宏观环境和微观环境息息相关，密不可分。所以在选择产品前必须清楚地认识整个市场环境，做好市场调查分析报告，确定自己所要做的产品是不是市场所需要的、市场需求量有多大、市场所占比例有多少、市场潜力怎样、目标群体的热衷程度如何等，不要盲目地选择产品，受其所累。

（3）网店商品分析（商品类型补充知识）。

网店商品的特点如下：

- 体积较小，方便运输。
- 具备独特性或时尚性。
- 价格较合理。
- 通过网站了解就可以激起浏览者的购买欲。
- 网下没有，只有网上才能买到。

注意区别商品类型，商品类型不同于商品分类，指的是依据某一类商品的相同属性归纳成的属性集合，例如手机类型有屏幕尺寸、铃声、网络制式等共同的属性；书籍类型有出版社、作者、ISBN 号等共同的属性。商品类型可以在简单商品基础上增加更多的展示点，让顾客能全方位、多角度地选择商品。

商品类型包括扩展属性、参数、规格 3 个部分。

2. 店铺定位

在了解了网店适合销售的产品后，需要对自己的店铺进行定位。众多适合的商品当中，究竟我们自己适合销售哪些商品呢？

店铺的定位需要我们改变思维模式：挖掘自己——喜欢什么、擅长什么；创造定位——让店铺自己讲故事；改变产品——增添特色“附加值”。

店铺定位可以从以下几方面入手：

- （1）做特色：爱情主题、送礼主题和特定人群等，做此类店铺，可以选择别人做得较少的东西，做好、做精。
- （2）做稀缺：利用当地货源外地难以买到的优势，如西藏的首饰、新疆的葡萄干等。
- （3）做整合：家居大卖场、IT 大卖场和化妆品大卖场。
- （4）做平价：根据自己掌握的低价货源优势来选择商品，利用价格优势来打造自己的市场。
- （5）做服务：把顾客当作朋友对待，用心交流，利用服务开拓口碑市场。

任务五：进货渠道及货品的选择

1. 货源的分类

在确定店铺要销售的商品时，确定商品的进货渠道很重要，这直接关系到这个店铺能否成功开起来。具体来说，进货渠道主要有以下几种：

（1）自身的货源。

- 不需要通过外界而是凭自己的手艺、创作甚至创意提供产品。例如网店装修。
- 个人爱好及收藏。
- 创意货源。例如卖点子、卖婚庆服务、卖西点制作工具及技巧等。

（2）厂家货源。

优点：货源充足，价格最低。

缺点：进货量大，容易压货，换货麻烦，服务滞后。

厂商货源最大的优势就是进价最低，它没有经过后面一道又一道的经销商、批发商的环节，所以成本是最低的，但是针对刚起步的卖家来说，可以从厂家拿到货源的机会并不多，因为厂商一般面对的主要是需求量很大的一级经销商。所以，厂商货源这种途径可能更适合自己的家或者亲戚朋友家有开厂的，有现成条件的人。另外，如果有足够的资金储备，并且不会有压货的危险或不怕压货，也是可以去找厂家进货的，那样可以拥有商品较低成本价的优势，但是这样风险较大。

（3）批发市场。

优点：品种丰富、服务周到。

缺点：价格偏高、信用不明。

对于初开店的卖家来说，批发市场是比较好的实用的进货渠道，因为它包容性大，要求低。

在批发商那里进货，价格比厂家的稍微高些，但是进货量的要求没那么高，并且售后服务比较到位，如退换商品等。在批发市场进货时要注意：多逛、多看，心中有数；批发商的态度和服务比价格更重要；批发商的推荐可以借鉴，自己的主见更要坚持；新的货品可以小量进货，根据销售情况可再次进货；找到货源稳定的批发商，建立长期的合作关系。

（4）阿里巴巴进货。

优点：货品丰富，途径便捷，可用支付宝，信用有保证。

缺点：有量的要求，并且商品质量不可把握。

关键点：推广、洽谈。阿里巴巴进货的主要优势在于途径便捷，不需要奔波劳累，在家中便可以进货，利用贸易通跟供货商洽谈、付款，进货完成。在阿里巴巴上进货除了货品丰富、信用有保证外，大部分的供货商都可以提供商品图片，这也解决了部分创业者不会处理图片的问题。

淘宝也支持大家通过阿里巴巴进货，不定期地有针对在阿里巴巴进货的淘宝会员的推广活动，例如在某段时间进货满一定数额可以获得相应数量的推荐位。这些推广活动对于初开店的人来说是非常有利的条件。

（5）品牌代理。

优点：货品的品牌价值高，店铺的专业形象好。

缺点：途径稀少，一般较难获得。品牌的价值是比较大的，网上销售的商品中，有一定知名度的品牌商品销售情况占据一定的优势。如果能获取某个品牌的商品代理销售权，对于开网店是一个先天的好条件。

2. 货品的选择

在明确了店铺的经营方向和进货渠道后，接下来需要做的就是进货。在具体的商品选择上也有一些需要把握的细节问题，这关系到网点生意的好坏。

（1）价位。根据店铺商品的价格定位来选择货品。商品的价格定位可以分为低价平价的跑量式、中档大众式和高档精品式3个层次。同类商品都会有不同的价位，相应地在质量或者其他因素上存在一些区别。那么在进货选择货品的时候就应根据店铺商品价格的定位来相应地选择货品。

(2) 数量。初期适宜款式多、数量少。款式多有利于使店铺看起来货品比较丰富, 零零落落的几件商品挂在店铺里, 会让顾客觉得不专业, 也没有挑选余地。另外, 由于是刚开店, 对顾客的需求商品把握不大, 如果把同一种商品进货太多, 容易造成积压, 不利于新货的及时更新, 容易造成恶性循环。

(3) 市场需求。目前流行热门、网上消费群体。在进货的时候需要考虑市场的需要, 如这个货品是不是目前流行的, 是不是适合目前的季节, 是不是网上消费群体有需要。进货的目的是销售, 需要在对市场进行全面了解和分析后有根据地进行进货。

(4) 质量。商品质量的好坏在经营店铺生意里起着决定性的作用, 因此在进货的时候货品质量的把关是一个非常重要的环节。因为, 开店并不是把商品卖出去就可以了, 还存在很多后续工作, 包括售后服务等。顾客对他所购买的商品的质量是非常挑剔的, 他若不满意你提供的商品质量, 他有权要求退换, 那么也许你就会因为一款质量上不能完全保证的商品而陷入无休止的退换纠纷当中, 这对生意是极其不利的。所以, 在进货选择货品的时候把好质量关是顺利开店、有序发展的重要环节。

任务六: 商品定价策略

在淘宝上开店, 同类商品的价格基本上是透明的。定价忌过高, 也忌过低。定价过高在淘宝商品价格基本透明的条件下, 不具有市场竞争力。定价过低是很多新卖家的通病, 只是追求售出, 甚至忽略了利润。下面介绍几种定价的基本方法和技巧。

1. 定价的基本方法

(1) 成本导向定价法。

成本+利润=价格 (这里的成本包括商品的进货价和运营成本)。

如一件夹克的成本价是 199 元, 你想赚 40 元, 那么就定价 239 元。

(2) 竞争导向定价法。

参考同类商品的卖家定价来确定价格。如通过搜索发现相同型号的瑞士军刀, 别人卖 90~110 元, 而你卖 85 元就相对具有竞争力。所以说相对具有竞争力, 是由于商品的销售不光是价格因素, 还要考虑信用度、好评率和运费等因素。

(3) 需求导向定价法。

根据顾客的承受能力适当调整价格, 类似于拍卖, 最终的价格是顾客自己确定的。

2. 定价的技巧

(1) 同价销售法。如 2 元店、50 元专柜等, 这样以统一价位吸引顾客, 避免讨价还价。

(2) 分割法。如茶叶每千克 200 元报成每 50 克 10 元, 价格分割是一种心理策略, 能造成买方心理上的价格便宜感。

(3) 非整数法。如 98 元、199 元等, 这是一种极能激发消费者购买欲望的价格。

(4) 弧形数字法。据国外市场调查发现, 在生意兴隆的商场、超级市场中商品定价时所用的数字按其使用的频率排序, 先后次序是 5、8、0、3、6、9、2、4、7、1。这种现象的根源是顾客消费心理的作用。带弧形线条的数字, 如 5、8、3 等容易为顾客所接受。

(5) 拍卖。在淘宝上的商品定价有两种: 一种是一口价, 另一种是拍卖。店主可以用 1 元起拍的价格来吸引买家。但是很有可能会因为人气不足, 宝贝以 1 元的价格被拍走了。所以拍卖的主要目的是吸引人气, 使买家来光顾你的店铺。

子学习情境2 网上开店的基本流程

通过前一个学习情境的学习，我们已经将开店前的准备工作基本做好了，现在就来进行店铺的开设。

任务一：申请支付宝实名认证

“支付宝认证”服务是由浙江支付宝网络科技有限公司与公安部门联合推出的一项身份识别服务。支付宝认证除了核实身份信息以外，还核实了银行账户等信息。通过支付宝认证后，相当于拥有了一张互联网身份证，可以在淘宝网等众多电子商务网站开店、出售商品。认证内容主要包括“支付宝个人实名认证”和“支付宝商家实名认证”等。

1. 个人实名认证

个人的支付宝账户进行个人认证，需要提供身份证和个人银行账号。

第一步：选择认证入口。

(1) 登录www.alipay.com支付宝账户（账户类型：个人账户），在“我的支付宝”首页单击“实名认证”，如图4-1所示。



图4-1 个人实名认证

(2) 勾选服务协议，单击“立即申请”按钮，如图4-2所示。



图4-2 勾选服务协议

(3) 有两种进行实名认证的方式可选, 请选择其中一种并单击“立即申请”按钮, 如图 4-3 所示。



图 4-3 选择实名认证的方式

1) 通过“快捷认证”来进行实名认证, 单击“立即申请”按钮并按照提示步骤来申请开通。

开通快捷认证流程: http://help.alipay.com/lab/help_detail.htm?help_id=248097。

温馨提示: 若您是登录淘宝账户再申请认证, 则是没有快捷认证入口的, 只能申请银行汇款认证; 从支付宝网站 www.alipay.com 登录, 则有快捷认证的入口。

2) 选择“银行汇款认证”, 单击“立即申请”按钮。

第二步: 填写个人认证信息。

(1) 填写个人信息, 单击“下一步”按钮, 如图 4-4 所示。

如果您不想开店或大额收付款, 则单击“取消填写更全信息”, 出现如图 4-5 所示的简洁界面。

单击“点此打开生僻字库”, 界面如图 4-6 所示。

(2) 填写银行卡信息, 单击“下一步”按钮, 如图 4-7 所示。

(3) 确认信息后单击“确认信息并提交”按钮, 如图 4-8 所示。

大陆会员实名认证 [返回选择其他方式](#) | [使用遇到问题](#)

1.填写个人信息 2.填写银行卡信息 3.确认信息 4.填写打入卡内的金额 认证成功

账户名:

* 真实姓名:

若您的姓名里有生僻字, 请点击打开生僻字库进行选择。

* 身份证号码:

请填写真实的身份证号码, 身份证号码是15或18位数字。

* 联系方式: 固定电话与手机号码至少填写1项。

联系电话:

如: 0571-88156688-0571, 分机号码可不填写。

手机号码:

推荐填写, 我们会将重要信息以短信形式通知您。

[取消填写更全信息](#)

* 身份证类型: ☒二代身份证 ☐一代身份证 ☐临时身份证

* 身份证图片正面:

* 身份证图片反面:

证件必须是彩色原件电子版, 可以是扫描件或数码相机照片。
仅支持 jpg、jpeg、png、bmp、gif 的图片格式, 图片大小不超过2M。

* 身份证有效期: ☐ 长期

日期的格式为: YYYYMMDD, 如 20101209。若证件有效期为长期, 请填写长期。

* 联系地址:

* 校验码: 

请输入右侧图中的内容。

图 4-4 填写个人信息

大陆会员实名认证 [返回选择其他方式](#) | [使用遇到问题](#)

1.填写个人信息 2.填写银行卡信息 3.确认信息 4.填写打入卡内的金额 认证成功

账户名:

* 真实姓名:

若您的姓名里有生僻字, 请点击打开生僻字库进行选择。

* 身份证号码:

请填写真实的身份证号码, 身份证号码是15或18位数字。

* 联系方式: 固定电话与手机号码至少填写1项。

联系电话:

如: 0571-88156688-0571, 分机号码可不填写。

手机号码:

推荐填写, 我们会将重要信息以短信形式通知您。

[取消填写更全信息](#)

* 校验码: **8366**

请输入上图中的4位数字。

图 4-5 单击“取消填写更全信息”后的界面

账户名:

* 真实姓名:

若您的姓名里有生僻字, 请点击打开生僻字库进行选择。

* 身

a b c[ch] d e f g h i j k l m n o p q r s[sh] t u v w x y z[zh]

岫 昇 坤 坤 妙 蛙 涅 璐 壤 挺 魁 赫 桑 遂 隆 苜 涅 冀 倡 璽 隼 翊

请填写真实的身份证号码, 身份证号码是15或18位数字。

图 4-6 进行生僻字选择

图 4-7 填写银行卡信息

图 4-8 确认信息界面

(4)提示认证提交成功，支付宝会在1~2天给XX银行卡打入一笔1元以下的确认金额，如图4-9所示。

图 4-9 认证提交成功提示界面

第三步：确认汇款金额。

(1) 在申请认证时，填写完您的个人身份信息和银行卡信息等待 1~2 天，支付宝公司会往您的认证银行账户打入 1 元以下的金额，当您收到金额后登录支付宝账户，单击“输入打款金额”，如图 4-10 所示。



图 4-10 确认打款金额

(2) 输入您收到的准确金额，单击“确定”按钮继续完成确认，如图 4-11 所示。您有两次输入的机会，请正确填写您收到的准确金额，两次失败后需要重新换银行账户进行提交审核。



图 4-11 输入打款金额

(3) 输入的金额正确后即时审核您填写的身份信息，请耐心等待 2 秒钟，如图 4-12 所示。



图 4-12 信息审核界面

(4) 审核通过，即通过了支付宝实名认证，如图 4-13 所示。



图 4-13 支付宝个人实名认证成功界面

2. 商家实名认证

公司的支付宝账户进行商家认证, 需要提供营业执照和法人身份证, 若不是法人身份, 可以提供委托人身份证、委托书和营业执照。商家支付宝实名认证流程如图 4-14 所示。

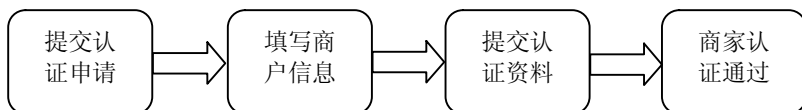


图 4-14 商家支付宝实名认证流程

任务二：发布商品

在淘宝上发布商品的一般步骤如下：

(1) 发布入口。登录淘宝网, 在页面上方单击“我要卖”。在打开的页面中, 可以选择“一口价”或“拍卖”两种发布方式。

(2) 商品属性。需要注意的是, 商品属性与发布商品所选择的类目要保持一致。宝贝分类可以通过类目搜索。

(3) 商品信息设置。注意, 先确认宝贝的出售方式和宝贝的类目是否正确, 然后添加宝贝标题、宝贝图片和宝贝描述 3 部分内容; 填写交易信息, 这需要填写宝贝的价格、所在地、运费、有发票和保修几个部分; 填写其他信息, 包括有效期、开始时间、自动重发、橱窗推荐和心情故事 5 个部分。

(4) 商品发布成功。在买家没有出价时, 如果要修改发布的宝贝信息, 可以到“我的淘宝→我是卖家→出售中的宝贝”中进行编辑和修改。

如果没有通过个人实名认证和支付宝认证, 则发布的宝贝只能在“仓库里的宝贝”中看到, 买家是看不到的。只有通过认证, 宝贝才可以上架。

任务三：开设店铺

在淘宝开店是免费的, 通过认证的会员发布 10 个以上不同的宝贝就可以拥有一间属于自己的店铺和独立网址。

1. 店名

店名对网店的生意有着重大的影响, 并直接表现在经营业绩上。店铺名称主要达到两个目标: 识别性和传达性。识别性是买家可以通过店铺名称进行区别。传达性是指店铺必须直接地表达自己的开店构想, 让买家能通过店铺的名称就理解店铺经营的商品以及相关信息。店铺

名称就是商号,是店铺识别的基本要素。

另外,店铺的名称是可以修改的,可以根据自己不同的经营状况来更换店铺名字。这里有5句话,大家取店名的时候可以作为参考:简洁通俗,琅琅上口;别具一格,独具特色;与自己的经营商品有关;用词吉祥,给人美感;避免雷同,不要跟风。

比如该店铺经营的产品为陕西特产,店铺取名时应与所经营的产品有相关性,相关性如陕西人的特色、陕西语言的特色、地域特色等,如<http://tbcy.taobao.com>,该店铺名称为“咱家人”,使用了陕西的语言特色。

2. 店铺设置

店铺设置有7项功能:基本设置、宝贝分类、推荐宝贝、友情链接、店铺留言、风格和店铺介绍。

(1) 基本设置。基本设置主要是对店铺名、店铺类目、主营项目、店标和公告栏做一个基本情况的填写,方便买家通过店铺首页就能清晰地了解本店的经营项目。

(2) 宝贝分类。给宝贝分类主要是为了方便买家查找。宝贝分类出现在店铺左侧的类目列表中。对店铺里的宝贝进行分类,将会大大方便买家进行针对性的浏览、精确性的查找,从而提高成交率。

(3) 推荐宝贝。这个功能是店家拿出6件最好的宝贝或者能代表本店的宝贝,在店铺的最明显位置进行展示。

(4) 友情链接。友情链接会显示在店铺的左下方,可以添加35位掌柜的店铺,单击友情链接就能自动链接到设置好的掌柜店铺中。这是一种交换宣传的好方式。

(5) 店铺留言。店铺留言显示在店铺页面下方,可显示1~3条信息。卖家可以在店铺留言中写上店铺的最新消息,供来店铺的买家了解。买家也可以通过店铺留言与卖家进行信息的沟通。

(6) 店铺风格。不同的店铺风格适合不同的宝贝,给买家的感觉也不一样,一般选择色彩淡雅、看起来舒服的适合自己产品的风格即可。

注意:在开店成功后,应该进行定期更新和添加,以免店铺被系统删除。如果店铺中出售的宝贝数量连续3周小于10件,会收到淘宝的一封宝贝数量不足的提醒信;再过两周,还不足10件,店铺将被释放;再过一周,宝贝数量仍小于10件,店铺将被删除。所以卖家要随时关注淘宝旺旺的消息和邮箱的信件。

(7) 店铺介绍。为了让更多客户了解您的店铺,店主可以在店铺介绍里写上更多的信息,如正在经营的产品介绍、联系方式和最新活动等。

任务四:应用工具

店铺建立好以后,不少工具是卖家们不可或缺的,能帮助卖家更好地经营自己的店铺。

1. 阿里旺旺

这是淘宝买家和卖家即时沟通的工具。旺旺的好处有以下几点:

- 买卖双方能及时沟通,省时省力。
- 交易状态提醒功能,让生意更顺畅。
- 看得到,也听得到。
- 动态酷炫表情,交流起来更容易。

- 购物、资讯等信息及时知晓。
- 旺旺群，朋友聚集的私人会所。
- 聊天记录，交易纠纷的证据保存。

2. 支付宝

支付宝是淘宝网安全网络交易的核心保障。买家确定购物后，先将货款汇到支付宝，支付宝确认收款后通知卖家发货，买家收货并确认满意后支付宝打款给卖家，完成交易。

3. 淘宝助理

淘宝助理可以大批量地修改、发布宝贝，宝贝上传后能保存已发送宝贝的详细资料；建立模板，用于发布类似宝贝；能够下载、保存和转移数据库，通过转移数据库可以实现多个网店同时使用一个数据库，实现网店加盟连锁。

淘宝助理的功能如下：

(1) 创建新宝贝。淘宝助理让您能够轻松地简单地编辑宝贝，只需三步就能创建很专业的宝贝：

- 提供资料：新建或导入宝贝名称、出售方式并选择分类。
- 设计宝贝：选择设计格式并新增宝贝描述和图片。
- 宝贝详情：新增价格、运费、付款信息，以及其他细节。

(2) 批量上传。准备好待上传的物品时，右击“上传所有宝贝”，系统会在传送完成时提醒您并移动到“已上传宝贝”文件夹中，而您的宝贝也将同时自动登录。

(3) 模板。在创建宝贝第三步，可以把当前的信息存储为模板。可以将可选信息保存在“模板”中，这样就能更快更容易地创建新的宝贝。

(4) 备份宝贝。备份文件可以保护您的档案和宝贝。利用备份功能，您可以为宝贝建立副本，包括图片、宝贝描述以及预填的宝贝资料。

(5) 下载宝贝。按照弹出的提示框选择你需要下载的宝贝状态和时间，并将数据保存在你的计算机中，这样就可以对下载的宝贝进行编辑了。

(6) 恢复宝贝。如果想恢复某个现有的备份文档，请选择“工具”→“备份数据”命令。

- 覆盖现有的宝贝：删除现有宝贝并以备份宝贝取代。用户可以利用这个选项删除现有的宝贝，替换为备份宝贝。
- 合并到现有的宝贝：这个选项将备份宝贝合并到现有宝贝中，包括宝贝的图片、宝贝详情以及文件夹结构等资料。如果出现相同的宝贝资料，系统默认保存现有宝贝。

子学习情境3 网上店铺的经营与管理

一个店铺要做好，除了好的产品和店面外，还需要好的经营与管理。

任务一：商品管理

(1) 仓库宝贝管理，主要是对所有等待上架的宝贝、没卖出的宝贝、部分卖出的宝贝进行管理；将部分卖出的和等待上架的商品进行上架。在这里，卖家可以了解到自己的库存情况。

(2) 在线商品的管理、编辑和推荐。

(3) 商品定时发布。可以根据网民什么时段活跃来选择商品发布的时间和上架的时间。

任务二：店铺管理

1. 店铺布局

(1) 店招：指店铺的招牌，实际上它就是一张图片，尺寸为 950×150 像素。

我们需要事先把这张图片按照自己的意图制作好，然后上传到这个区域。

注意：店招是从自己的计算机中直接上传到这个区域的。

(2) 促销区：也叫公告区和自定义区，在我看来也可以叫店铺宣传区，这个区域可以安装模板。

模板在淘宝店铺里也称为模板代码，它是由一些图片和 HTML 代码组织在一起的可以编辑的网页。

再简单点说，安装了模板代码，你就可以在这个模板上面添加你想添加的宣传内容了。

促销区的模板需要专业人士设计制作好后，再安装到促销区才能使用。

(3) 左侧模板：这个区域也可以安装模板，和促销区模板一样，只是形状、大小不同而已。

但模板的安装和使用方法和促销区模板是完全相同的。

(4) 分类模板：实际上这个区域不能叫做分类模板，而应该叫做分类图片。

2. 产品数量

根据卖家信用等级以及发布商品的类目不同，商品发布数量会有不同的限制，各类目数量限制细则可在此查看：<http://a.taobao.com/detail/2011/12/21/566558/1.php>。

友情提醒：①细则中显示的均为一级类目，如果想了解二级类目，如“酒类制品”的限制发布数量，只要看“酒类制品”所属的一级类目“零食/坚果/茶叶/特产”对应的数量限制即可；②商品发布数量，指卖家在淘宝网上出售中及在线仓库中商品数量的总和，故下架至仓库里的宝贝也是计算在商品发布数量限制中的。

3. 产品分类

店铺产品的分类是要根据店铺主营产品划分的，可以依据产品的特点、颜色、大小、地域、价格、功能等进行分类。

具体如何给产品进行分类，可以进入“卖家中心”→“店铺管理”→“宝贝分类管理”页面进行宝贝分类。

也可以在店铺可视化编辑页面找到“店铺分类”模块，单击编辑即可对宝贝进行分类管理。类目设置后需要 24 小时才能生效。

具体操作可在此查看：<http://service.taobao.com/support/knowledge-848023.htm>。

4. 上架时间

(1) 宝贝上架时间为什么重要？

宝贝的位置是按宝贝下架剩余的时间来排定的，越接近下架的宝贝排得就越靠前。您的宝贝在即将下架的一天到数小时，特别是最后几十分钟内，将获得最有利的宣传位置。

(2) 最佳宝贝上架时间（为您赢得更多更有利的推荐机会）。

宝贝上架都是按天数来计算的（以前分为 7 天和 14 天两个选择，现在只有 7 天），因此宝贝下架的最佳时间也就是宝贝上架的最佳时间，那什么时候宝贝下架是最佳的呢？理论上来说，宝贝下架之前的数小时内，如果宝贝能够获得很好的关键字搜索排名，同时在这段时间内

浏览宝贝的买家数量最多，则这段时间就是宝贝下架的最佳时间。

(3) 每天都坚持在黄金时段内发布新宝贝。这点估计也是最难做到的了。而且还取决于您要有足够多的宝贝来支持您这么做。这样做的原因还是很简单，每天都有新宝贝上架，那么一周之后，也就每天都有下架，周而复始。对于宝贝数量巨多的卖家，在其他时段也可以发布一些，只要您坚持做好细节，那么每天的黄金时段内您都有宝贝获得最佳的宣传位置。

(4) 所有的橱窗推荐位都用在即将下架的宝贝上。相信大家都会有这样的体会：“偶的宝贝太多了，但是橱窗位却只有那么一丁点，怎么办才好啊？”再教你一招，那就是把所有的橱窗推荐位都用在即将下架的宝贝上。安排合理的话，您的推荐位就会发挥巨大的威力。

5. 标题优化

(1) 避免使用大量类似的重复标题。

重复标题对用户体验不好，而且没有个性，在搜索结果中，消费者点击也不会高，标题逻辑不通，点击率就会偏低，尽量让自己的产品标题多样化，每样商品都有属于自己的关键词。两个商品标题的关键词有过多的雷同，虽然产品曝光率会提高，但这样有可能会被认为重复铺货，所以我们的宝贝标题一定要多样化。

(2) 标题中不要故意堆砌一些品牌名称。

一个皇冠的卖家，是卖鞋的，有很多热卖宝贝被屏蔽了，寻找原因，开始还看不出问题所在，一切都正常，后来费了好大的劲才查出原因，原来是因为标题中故意搞了多个品牌词，而这些品牌词不达意的商品都是热销品，结果被屏蔽了，得不偿失啊。以前有违规做的，淘宝并没有做出任何处罚，但在未来的日子里会越来越严厉，所以卖家们千万不要有侥幸心理。

(3) 不要使用特殊符号。

有一个细节需要注意，有不少卖家习惯把店铺名字写到标题上，用一些特殊符号，例如用书名号《》包括起来。例如卖家发现自己的宝贝排序很低，卖特产的，后来找了很久才找到自己的产品，是因为他把《特产》也用特殊符号括起来了，他当时觉得这样突出。只是搜索系统是会学习模仿的，当大部分人用某个符号表示不重要的东西的时候，你要是反其道而行之，反而会让系统搞混了。所以建议大家，不要特殊处理你那些认为特别重要的信息，容易搞混，其实标题中你的店铺名并不是特别重要的，重要的是你的宝贝名字。很多人是用方括号[]做店名的，你别用[陕北大枣]来表示了，否则搜索陕北大枣，那么你商品的排序自然就低了。

(4) 在标题中写出主要类目和属性。

在标题中不要出现类似的+和-号，其实大家用空格就好了。有个案例，跟大家分享一下。有个卖家搜索 GPS，怎么搜也搜索不到，后来才发现标题中是 GPS+导航。系统可能将它识别成 GPS+的，因此 C++、G+等都是关键词。所以如果不是英文中本身具有的特殊符号，你就别自作主张加一些特殊符号了。加不加空格，你们自己决定，如果你有多个不同的关键词，则可以加空格，而不是去加那些特殊符号，这样你商品的排序就不会降低。

(5) 注意敏感词过滤。

一般的描述，就没有必要特地弄了。淘宝搜索有自动过滤的功能，如果标题中有什么高仿、山寨等的词汇，系统是会自动过滤的。当然一些当下敏感的政治词汇也是会被搜索过滤的，写标题别去触碰敏感词汇，那么你的商品就不怕被降序。