开店

网络给你一个舞台，让你在上面尽情地舞蹈

网上开店

创业指南

Web-shop

肖龙／编著

中国宇航出版社

网上开店

创业指南

Web-shop

开网店要一步一个脚印，也要讲究技巧。

打开这本书，从现在开始，热爱网店！热爱生活！

ISBN 978-7-80218-232-5

9 787802 182325 >

定价：20.00 元

网上开店创业指南

Web-shop

肖龙／编著

中国宇航出版社

·北京·

版权所有　侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

网上开店创业指南／肖龙 编著.
—北京：中国宇航出版社，2007.4
(开店系列)

ISBN 978-7-80218-232-5

Ⅰ.网…　Ⅱ.肖…　Ⅲ.电子商务－基础知识－商业经营　Ⅳ.F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 034813 号

责任编辑 张　弛　**设计制作** 谭卫华　谢　刚

出　版
发　行　**中国宇航出版社**

社　址　北京市阜成路 8 号　邮　编　100830
(010)68768548

网　址　www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经　销　新华书店

发行部　(010)68371900　(010)88530478 (传真)
(010)68768541　(010)68767294 (传真)

零售店　读者服务部　北京宇航文苑
(010)68371105　(010)62529336

承　印　北京智力达印刷有限公司

版　次　2007 年 5 月第 1 版
2007 年 5 月第 1 次印刷

规　格　889 × 1194

开　本　1/24

印　张　6.5

字　数　100 千字

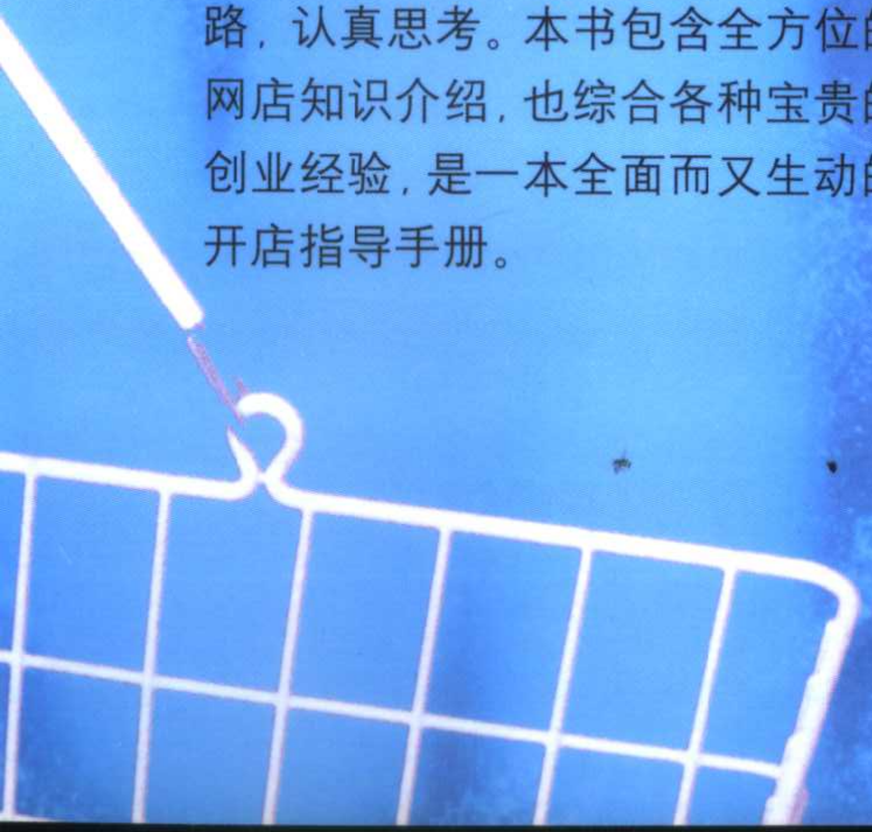
书　号　ISBN 978-7-80218-232-5

定　价　20.00元

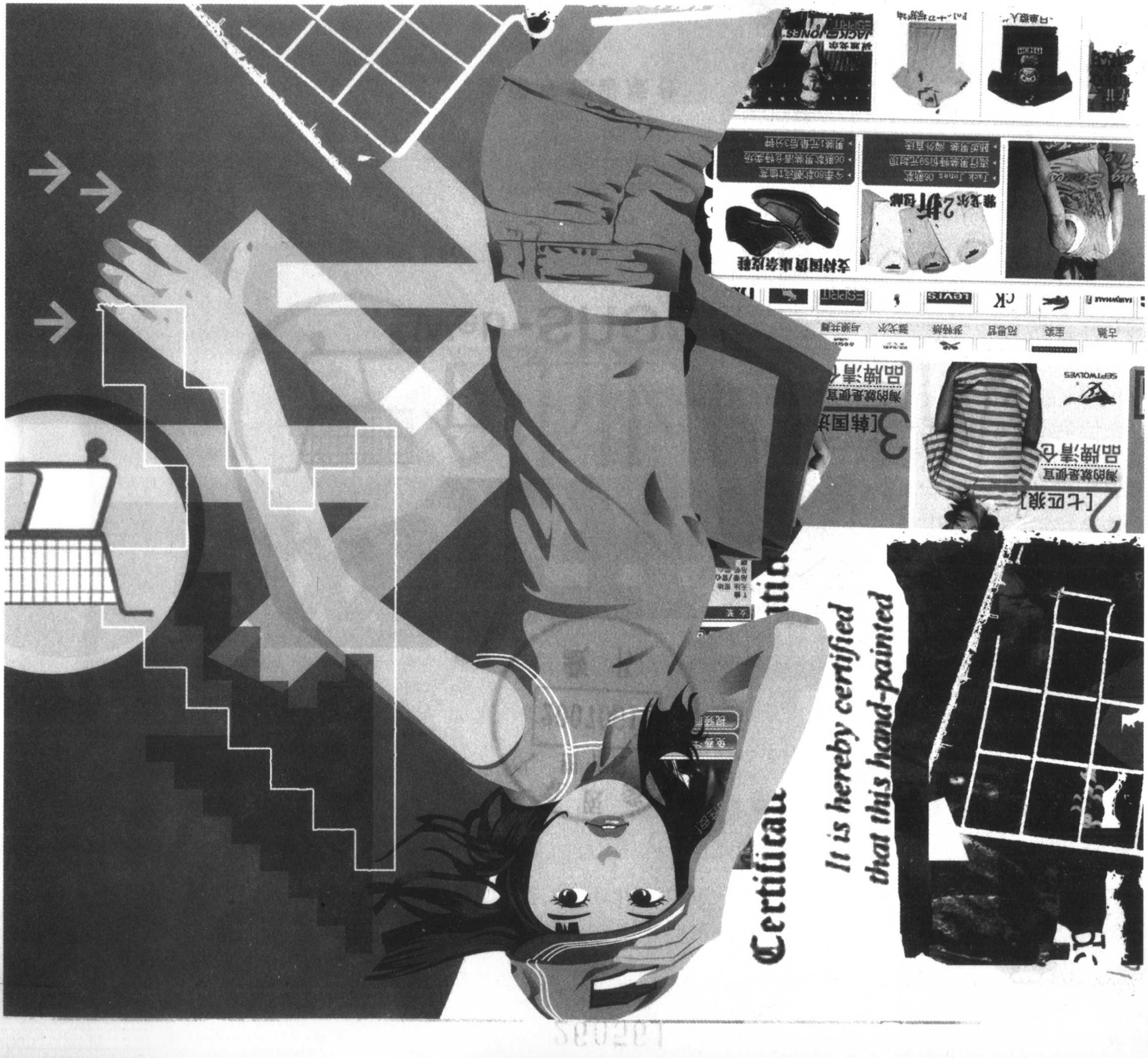
本书如有印装质量问题，可与发行部调换

目前在我国，网上购物已进入快速成长期，网店繁荣的基础已经十分坚实，对于希望开店创业又难以投入太多资金的你，开网店无疑是较好的选择。

网上开店有很多优势，但是，想要开好一家网店也需要摸清门路，认真思考。本书包含全方位的网店知识介绍，也综合各种宝贵的创业经验，是一本全面而又生动的开店指导手册。



在淘宝网
Taobao开店
在淘宝网
Taobao开店
拍出赚钱
好照片
让你的网店
尽人皆知
物流高手
包赢天下
淘宝的禅


古驰
宝姿
范思哲
罗特麻
雅戈尔
与狼共舞
LEVIS
CK
ESPRIT
支持国货 康奈皮鞋
雅戈尔2折包邮
Tade Jones 06新款
品牌清仓
海的就是便宜
七匹狼
Certificate
It is hereby certified
that this hand-painted

前　言

成功并不像你想象的那么难

1965年，一位韩国学生到剑桥大学主修心理学。那时，他常到学校的咖啡厅或茶座听一些成功人士聊天。这些成功人士包括诺贝尔奖获得者，一些领域的学术权威和创造了经济神话的人，他们每个人都把自己的成功看得非常自然。时间长了之后，他发现，在韩国时，自己被一些成功人士欺骗了。他们普遍夸大了自己的创业艰辛,在用夸张的成功经历吓唬那些还没有取得成功的人。

1970年，他把《成功并不像你想象的那么难》作为毕业论文，提交给现代经济心理学的创始人威尔·布雷登教授。布雷登读后，大为惊喜，认为这种现象虽然普遍存在，但此前还没有一个人大胆地提出来并加以研究。惊喜之余，他写信给他的剑桥校友——当时的韩国总统朴正熙。在信中，他说，“我不敢说这部著作对你有多大的帮助，但我敢肯定，它比你的任何一个政令都能使韩国经济产生震动。”

后来这本书果然伴随着韩国的经济起飞了，它鼓舞了许多人，从一个新的角度告诉人们，成功与“劳其筋骨，饿其体肤”、“三更灯火五更鸡”、“头悬梁，锥刺股”没有必然的联系。只要你对某一事业感兴趣，并且长久地坚持下去就会成功，因为上帝赋予你的时间和智慧足够你圆满地做完一件事情。后来，这位青年也获得了成功，他成了韩国泛业汽车公司的总裁。

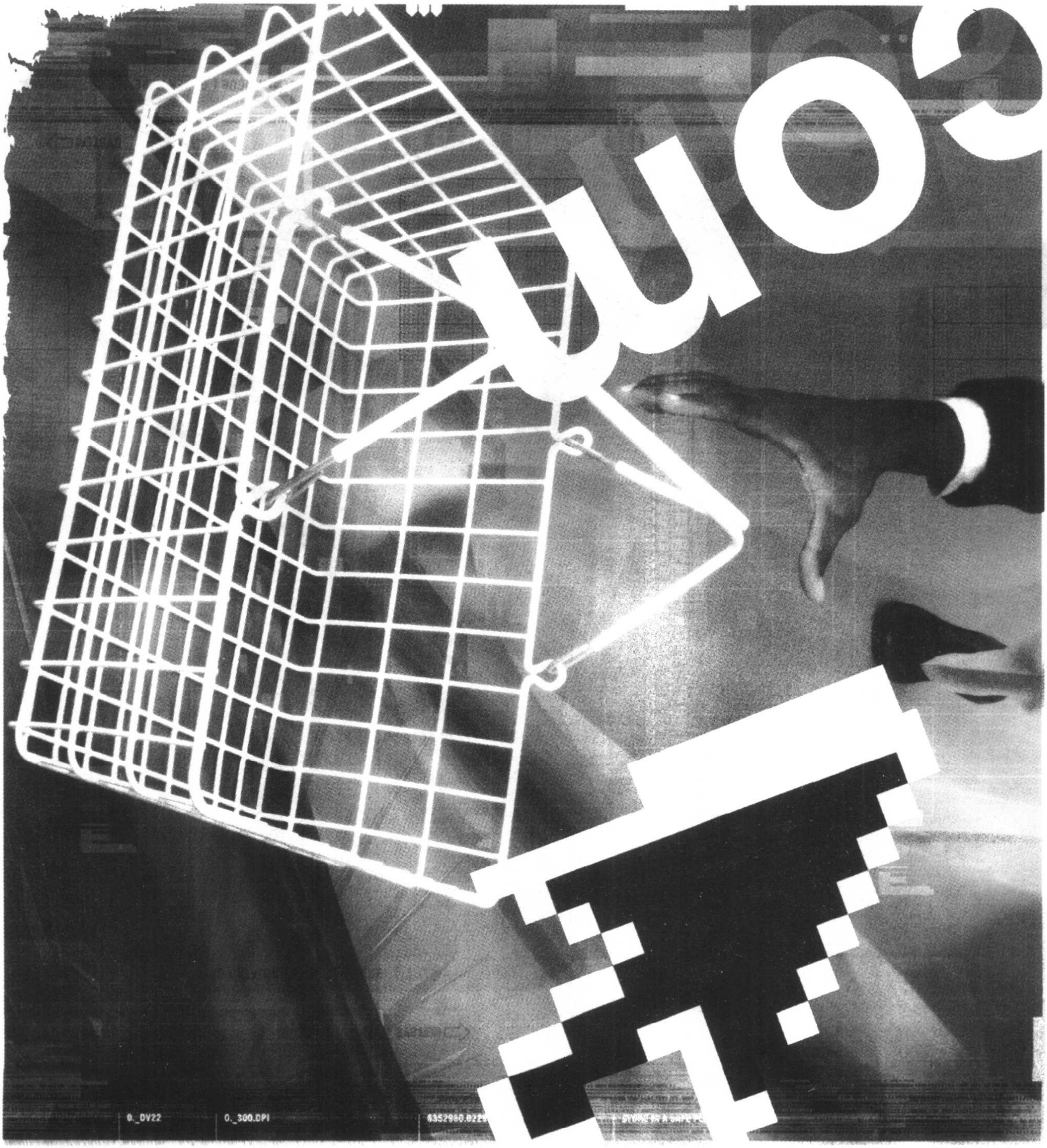
在这个世界上，事情并不是因为难而让我们不敢做；而是因为我们不敢做，事情才显得难。

我们身边有这么一群人，他们点一点鼠标、敲一敲键盘，就做成了成百上千笔生意。或许他们的启动资金并不是很充裕，或许他们的经验还是很欠缺，但他们却都是名副其实的创业者。他们正努力运用自己手中的技术获得崭新的生存空间；他们正在以自己的方式向成功冲刺！

网上开店对我们大家来说都已经不再陌生，与传统店铺式经营相比，它最大的优点就是节约了租金成本，只要你拥有可以上网的电脑，就可以开店。

每天晚上下班回到家，打开自己的QQ、MSN和电子信箱，处理当天客户发来的信息。这样每天相同的步骤，却有着不同的收获。随着又一件商品的成交，虽然很疲惫，但是却抑制不住一脸的兴奋……这就是那些靠点一点鼠标、敲一敲键盘就做成生意的时尚都市人的生活，在这样的生活里，他们辛苦并快乐着。

来吧，加入进来 ，也许几个月之后，你会发现：原来成功并不像你想象的那么难！



目　录

第一章　你适合网上开店吗 1

第一节　网店的发展前景 1

一、网上购物将进入快速成长期

二、网上开店优势大

第二节　开网店并不是那么容易 5

第三节　什么人适合开网店 7

一、小型企业业主

二、大学生

三、为创业作准备的人

四、具有产品货源的小商户

五、整天泡在网上的人

六、当过店员的人

七、收藏爱好者

八、拥有实体店的人

第四节　开网店需要具备的硬件和软件 9

一、硬件方面

二、软件方面

成功故事 1：网店让妈妈老有所乐

成功故事 2：网店让我找回自信

第二章　开网店，我该卖什么 19

第一节　看看别人卖什么 19

一、适合在网上销售的商品

二、网上商品关键词

三、基础市场调查方法

第二节　利用地区差异赚钱 22

第三节　卖别人不卖的 24

一、摄影器材类

二、店铺装修类

三、邮政用品类

四、店铺规划建议类

第四节　进货渠道在哪里 26

一、主要进货渠道

二、确定进货源头

成功故事 1：网上居然开餐厅

成功故事 2：绣出美丽明天

第三章　把网店开起来 33

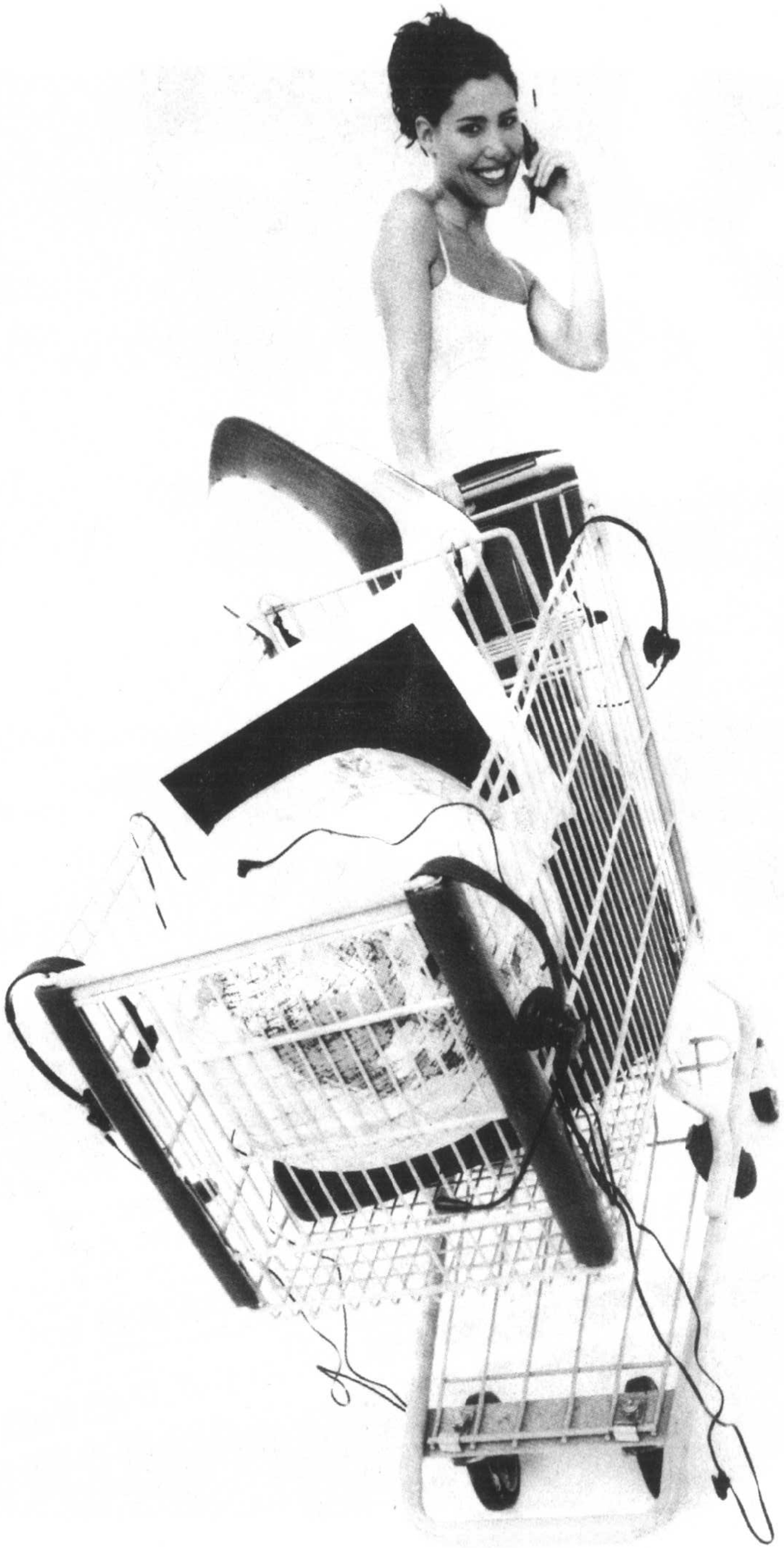
第一节　到哪里开店最合适 33

一、淘宝网（www.taobao.com）
二、eBay 易趣网（www.eBay.com.cn）
三、拍拍网（www.paipai.com）
第二节　拥有一个完全属于自己的商城 42
一、网站的域名和空间
二、网站的外观和功能
三、办理 ICP 经营许可证
第三节　给店铺起个好名字　47
一、与经营商品相吻合
二、店名要上口
三、店名不能起得太复杂
四、起名不能太俗气
五、店名要有亲和力
第四节　漂亮的店铺更有竞争力　49
一、网店的模板
二、网店的店标
三、给网店加点音乐
第五节　认真拍摄商品图片　55
一、场所角度前期准备
二、不同物品不同拍摄
三、注意事项
第六节　商品描述必须到位　57
一、为商品起好名字
二、耐心写好商品描述
成功故事 1：大学生创业天王的生意经
成功故事 2：一个在校大学生与新疆商品交易网
第四章　红红火火的小店 65
第一节　让大家知道你的店　65
一、橱窗推荐
二、交换友情链接
三、在校友录上作宣传
四、网店也需要名片
五、登录搜索引擎
六、更换网站页面内容
七、利用论坛签名档
八、利用聊天工具
九、以文会友引客源
十、购买广告好位置
十一、为商店申请一个独立域名
第二节　定价竟然如此重要　69
一、分割法
二、安全法
三、非整数法
四、比较法
五、顾客定价法
六、习惯法
七、弧形数字法
八、其他注意事项
第三节　促销，网店也需要　71
一、网上折价促销
二、网上变相折价促销

三、网上赠品促销
四、网上抽奖促销
五、积分促销
六、网上联合促销
第四节　拍卖，大家看过来　75
一、拍卖的重要作用
二、拍卖的主要概念
三、通过拍卖提高浏览量
成功故事 1：善用营销技巧做网上箱包老大
成功故事 2：下岗没什么大不了
第五章　包装配送与支付　83
第一节　包装拴住顾客的心　83
一、商品包装的原则
二、按商品类型包装
附录 A：国内各类邮件封装规格表
附录 B：邮政出售品价格
第二节　配送又快又安全　91
一、邮局
二、快递公司
附录：常用快递公司
三、托运
第三节　怎样支付最合适　95
一、网上银行
二、货到付款
三、第三方网上支付
附录：各大银行网上银行申请及使用方法
第四节　网上支付，小心陷阱　104
一、为什么顾客不愿使用网上支付
二、常见自我保护方式
成功故事 1：网店，让大家都过把 SOHO 瘾
成功故事 2：最年轻的“网商”和他的木制玩具
第六章　与顾客零距离　113
第一节　把订单抓在手里　113
一、假定成交
二、请求成交
三、小点成交
四、从众成交
五、阶段成交
六、机会成交
七、拜师成交
第二节　顾客为什么不理你　116
一、诚实
二、信用
三、快乐
四、快速的订单处理
五、买家款到详细记录
六、交易结束如实评价
七、不同买家不同备注

八、发展潜在忠实买家
第二节　售后服务不能少　122
一、交易结束及时联系
二、保修
三、包换
四、包退
第三节　被投诉了怎么办　123
一、明确投诉原因
二、处理客户投诉
三、如何对待难缠的顾客
第四节　给自己请个“管家”　126
成功故事 1：中国女孩 eBay 上卖珠宝
成功故事 2：售后服务改变顾客的购买习惯

第七章　提高自身素质　135
第一节　诚信，无处不在的话题　135
第二节　善于使用换位思考　137
第三节　良好的工作习惯　139
第四节　不要奢望一步登天　140
附录：网上开店的 88 条军规



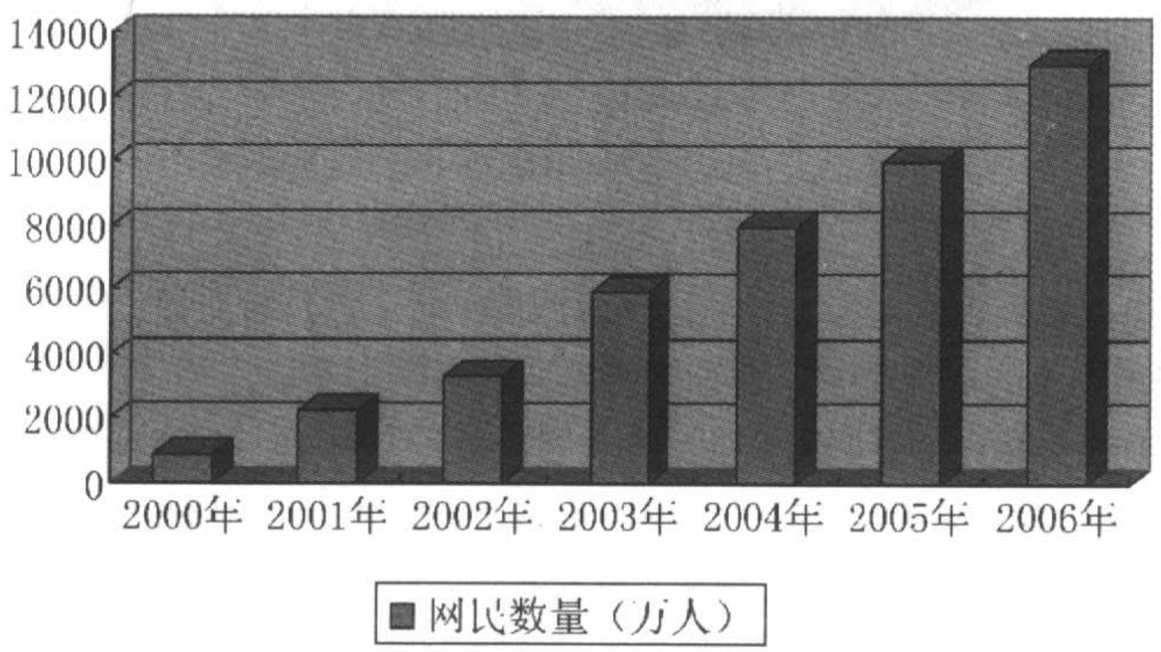
第一章　你适合网上开店吗

第一节　网店的发展前景

既然是在网上开店，那就先来说说网上购物的发展情况吧。目前，网上购物正逐渐受到广大网民的青睐，网上开店方兴未艾，正在悄然冲击传统购销模式。根据调查显示，2006 年我国网络购物总额超过了 300 亿元，其 64.85% 的增长速度在整个互联网产业中属于快速发展的领域。

一、网上购物将进入快速成长期

网上交易繁荣的基础是网民的人数。如果 2006 年的数据还不足以反映我国互联网惊人的普及速度的话，那么请看下面的图表：

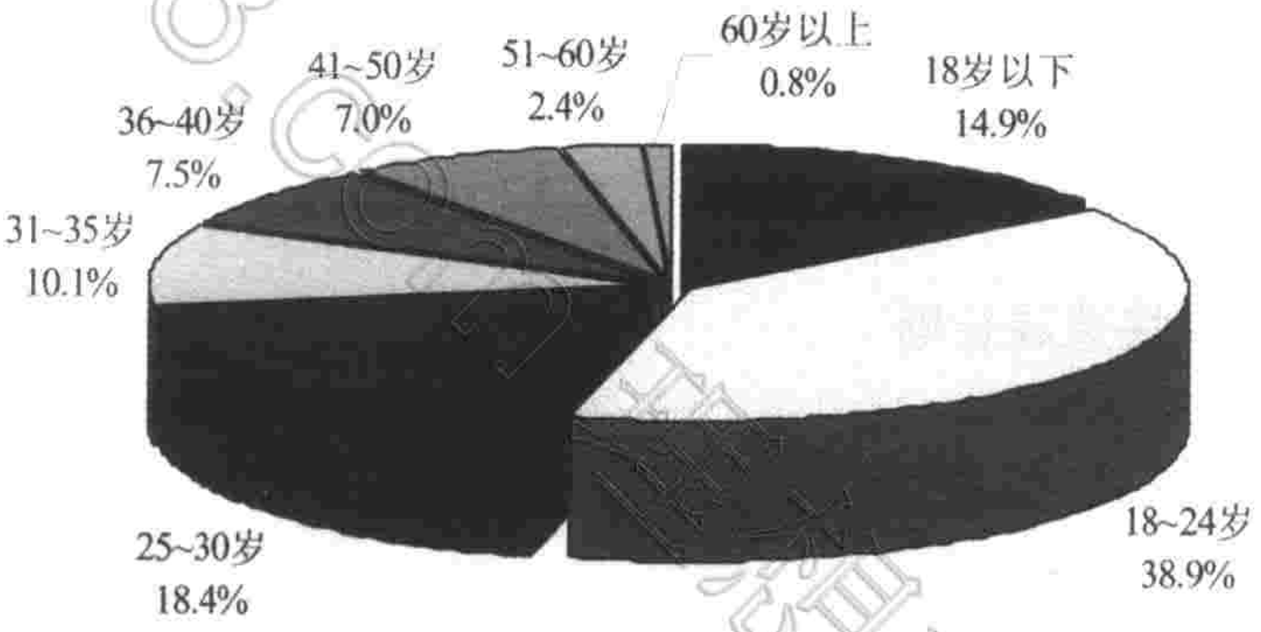


随着宽带进入更多家庭，电脑等设备性能提高、价格降低，个人上网的条件越来越好，我国已成为仅次于美国的、在全球互联网使用人口上排名第二的国家。这一庞大的上网人群必将产生一个规模可观的上网购物用户群，这也是众

多国际和国内互联网从业者看好我国这一市场的原因。

除此之外，还有一个关键的因素，即我国网民大多比较年轻，比较容易接受网上购物这样的新鲜事物。

根据2006年7月的《我国互联网络发展统计报告》，在我国网民中，18～24岁的年轻人所占比例最高，达到38.9%；其次是25～30岁的网民（18.4%）和18岁以下的网民（14.9%）；31～35岁的网民占到10.1%；36～40岁的网民占到7.5%；41～50岁的网民为7.0%；还有3.2%的网民在50岁以上。总的来说，35岁及35岁以下的网民占82.3%，35岁以上的网民占17.7%，网民在年龄结构上呈现低龄化的态势。



数据来源：中国互联网络信息中心（CNNIC）

目前在我国，每天大约有上百万人在淘宝网、易趣网等网店平台上进行着交易。这些不见面的卖家和买家，在网上看货、侃价、成交，他们所创造的销售额并不亚于国内那些有名的大商场。

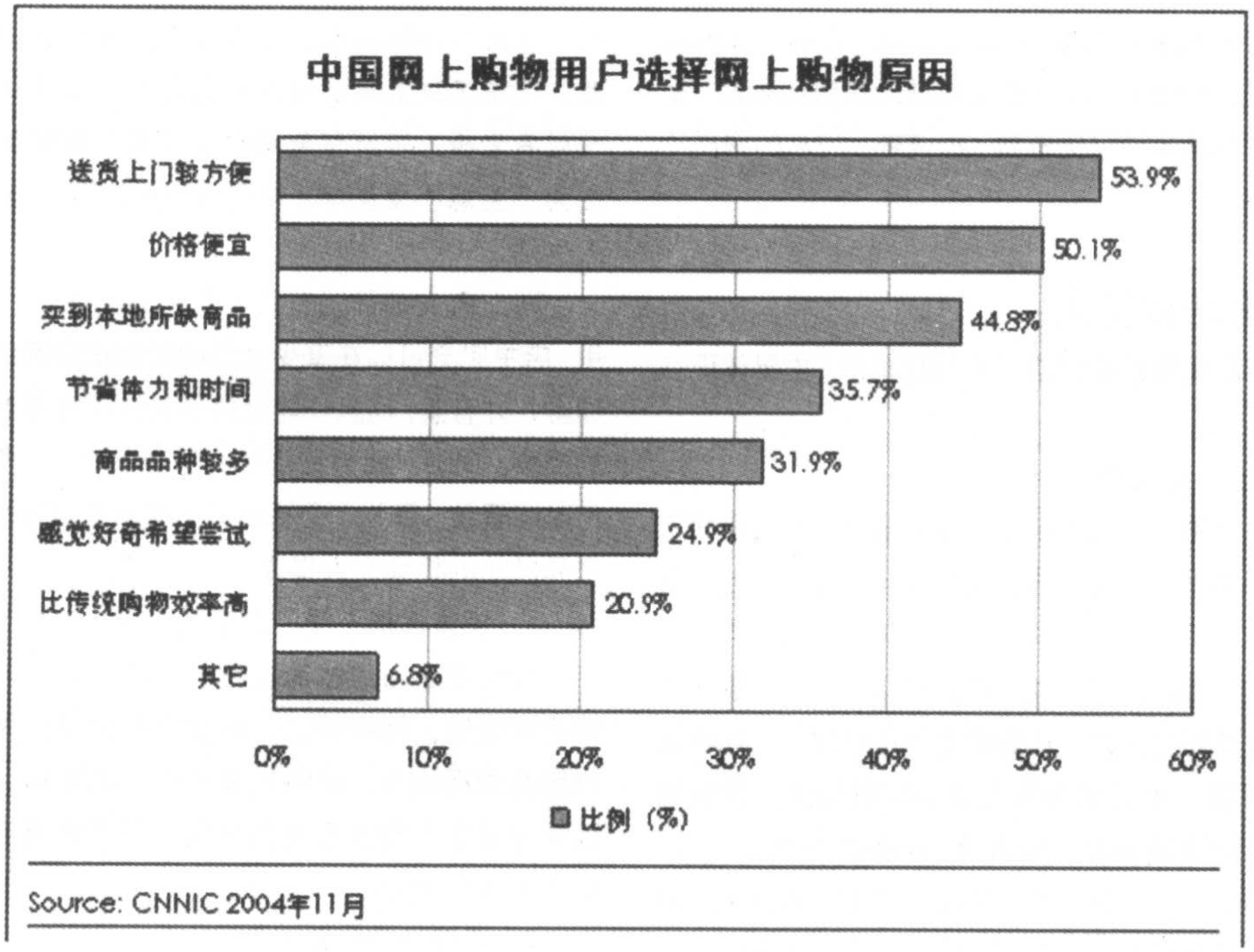
在美国，eBay是全球目前最受瞩目的互联网企业之一，它成立于1995年，其目标是“帮助地球上任何人完成任意商品的买卖交易”。每天，eBay上有900多万件各种类别的商品等待出售，包括照相机、电脑、珠宝、汽车、个人收藏品等。仅2001年，eBay的商品销售额便超过90亿美金，盈利9000万美元。如今，eBay已进入了18个国家，成为了一个真正全球性的网上交易市场，它在我国所投资的网站——易趣网的交易也很活跃，每30秒就有一件新登商品；每10秒就有一个人出价；每60秒就有一件商品成交。

网上商品价格相对便宜也是网上交易火爆的一个关键因素，在建店成本几乎为零的同时，卖家成本的降低使得网

上商品的价格比网下要便宜很多。举个例子，在网上，一副高档网球拍的平均价格比网下销售的要低200元，每部手机也至少便宜50元。

而从规模上来讲，目前国内最大的专业拍卖网站同时在线的商品要超过10万件——也许已超过了我国最大的超市。

下面这个由iresearch.com.cn提供的图表应该能让我们大致了解到，为什么消费者们越来越青睐网上购物这种新方式了。



从这个图表可以看出，能够在网上买到本地没有的商品已经成为中国网上购物用户选择网上购物的首选原因之一。另外，好奇心也会促使大量网民尝试网上购物，约有四分之一的中国网上购物用户因为满足好奇心的需要而选择网上购物。

我国早期的个人网上交易平台大多拷贝国外成熟的服务模式，但是，其发展却尚未达到国外的水平。我国网民中有93%的人访问过购物及个人交易网站，却只有33.8%的人在网上购买过商品或服务，说明现有的购物及个人交易网站并没有完全找到一条适合我国网民上网购物习惯和需求的服务之路。不过，经过4年引入期的启蒙引导和培育，我国个人网上购物将进入快速成长期，发展个人网上交易的条件已经成熟，据调查，70%的网民不排斥网上购物。

二、网上开店优势大

网上开店的优势是实体店所不能比拟的，主要体现在如下几点。

1．投资少，回收快

一项针对我国中小企业的情况调查显示，个人在网下启动一家商店的平均费用至少需要5万元，而在网上开店的成本就非常小了。一般来说，筹办一家网上的商店投入很小，不用去办营业执照，也不用去租门面。而且最关键的是，有不压货的可能性，只要顾客下单付款了，你再去上家拿货就可以。也正因为网上商店存货很少，没有包袱，随时都可以更换品种，或者改行做别的生意。

在一个网友的银饰品店中，采取的就是这种最常见的销售模式。她有固定的供货商，而且商品不属于很容易断货的产品，因此在实际交易中不需存货，只需在供货商处拿到少量的样品，拍好图片放到网上，等到有顾客下单时再去供货商处补货。

网上商家可以在租金、货款等方面节省很多费用，因此，网上商品的价格也就比实体店便宜不少，顾客也就更乐意购买。

2．24小时营业时间

网上商店能够延长营业时间，可以一天24小时、一年365天不停地运作，无须专人值班看店，也可照常营业。传统店铺的营业时间一般为8～12小时，遇上坏天气或者老板、店员有急事时也不得不暂时休息；有些店主为了生意不受影响，往往吃住在店里，牺牲了不少个人生活。

网上商店则可以节省人力方面的投资，不用雇用帮手，店主完全可以在享受生活的同时把自家的网上小店打理得井井有条，而且还能避免因为来不及照看店铺而带来的损失。同时，因为营业时间不受限制，消费者可以在任何时间登录、购物。交易时间上的全天性和全年性，使得交易成功的机会大大提高。

3．销售规模不受店面空间限制

传统商店摆放的商品是有限的，生意大小常常被店铺面积限制。而在网上，即使没有店铺门面，生意也可以照样做得很大。哪怕只是一个人的小店，在网上也可以拥有百货大楼那么大的店面，只要你愿意，可以摆上成千上万种商品。

4．不受地理位置影响

无论买家在哪里，只要能上网，都可以浏览你的小店，成为你的顾客。

最后，来看看网店和实体小店的比较图表吧。

实体店与网店的比较

比较项目	实体店	网店
营业时间	12 小时	24 小时
工作时间	8 小时	自由安排
销售区域	周围区域	全国乃至全世界
人工	不定	1 人
店铺租金	有	无
可展示商品数量	受限	不受限

互联网的发展正在引发新一轮的创业热潮，电子商务就在我们身边，每个人都可以淘到金子。来吧，加入电子商务的创业行列吧！

第二节　开网店并不是那么容易

电子商务只是一个平台，并不是金矿。

目前，北京有数十万人在网上开店，但是真正成功赢利的只有约 20%，月收入超过 2000 元的店铺也不多。

我们身边的大部分人开网店纯粹是赶时髦，觉得好玩。其实，经营一家网店和经营实体店铺一样，都是真正意义上的创业，都会面临各种困难，遇到各种挫折。网店是事业而不是玩具，如果把网店当作是小孩过家家的游戏，那么必然不会用心经营，三天打鱼，两天晒网，在遇到问题时候缺乏克服困难的勇气，很容易就放弃了。在市场竞争如此激烈的今天，抱着这种心态的网店经营者肯定会失败。虽然网络店铺门槛低、投资小、风险小，但其中所涉及的经营能力和对技巧的要求丝毫不比实体店铺低，反而更需要店主有更丰富的商业经验和经营能力。开店之前，你需要作好心理准备。

先来看看网友们的心声吧。

网友1：

今天，我第一次在网上开了家小铺，虽然很早就已经在易趣注册会员了，但说到开店，也确实让我头晕。原本文采就不好，写那些宝贝描述都花了好几天，更不要说拍照。开始时我还信心十足，可是到了后来，我越来越觉得网上开店很难。需要好的照相本领，会使用图像处理软件，还需要好的文采，缺少了这些，想在网上站住脚还真是不容易。而且，我在易趣网没有什么经验，更没有有经验的朋友来帮助我，能顺利开出这家小铺，我还真很佩服自己。

网友2：

一个月的淘宝网开店经历，首先的感慨是累，当然，其中也夹杂着太多的激动和兴奋。

星星、状元、蛋糕、鲜花、精华，不断充实着我的淘宝生活，给我带来乐趣。

在一个月的时间里，遭遇的挫折很多，常常让我不知所措。我想到过放弃，经常在希望和失望中度过。

一个月的时间里，很多朋友给了我很多意见，包括产品、质量、邮费、时间、图片、描述、宣传、服务等各方面。那么，我就简单地总结一下我在第一个月里的经营过程吧。

这个月里，我一共卖出了129个宝贝，因为有些产品的成本本来就不超过10元钱，所以我尽量给客户让价，让他们尽量多买点。站在他们角度上面想想，有些东西邮费都那么多，还不如多买点，送给自己的亲人、朋友。在这里我也要跟那些定价钱比较高的朋友说，尽可能地把价钱压到最低，多卖点宝贝，钻石也有了，客户也有了，大家都高兴。

我认识的朋友中，有很多人都已经放弃了淘宝网，他们曾经的热情和饱满的情绪，已经一去不复返了。

相信很多没有生意的朋友都会很困惑，但是，做任何事情都不是靠一时的激情和冲动，要做就要做到有始有终。要以一颗平常心来对待，不要急躁，不要给自己太大的目标和压力，终究有柳暗花明的那天。只要东西一直在卖，客户在循环，网店生意做活了，你的信心和激情也来了，客户的笑容和令人自豪的信誉度，相信大家也都是渴望的吧。

网友3：

我记得刚开网店时，前期准备工作都是别人帮忙完成的。然后，我就稀里糊涂地成为了店主。

不过，开店两个月以来倒是学到了很多的东西，在这里和大家分享一下。

第一，不要怕担风险。记得刚开始的时候，我特别怕压货，于是就和上家说好，我有了订单再拿货，每次拿一到两件。但实际运作起来，根本就不是那么一回事。有时候她没有货，可这边订单都接了，怎么办？而且上家根本就不会帮你发一件货品的。所以，不压货是不可能的，但压得不好可就糟糕了。看账单，你好像挣钱了，但你常常会发现，挣的钱还都是一堆堆的产品呢！

第二，不要轻信供货和物流商。因为我生性有点懒，而且也不喜欢讨价还价，所以都是看准了一个人就信任到底。这种性格，日常生活交朋友是可以的，但如果用到生

意场上，呵呵！你不下地狱谁下地狱？举个简单的例子。以前，我都只和一家物流公司打交道，满以为那个收货员做了我那么多生意，不会骗我的，所以我从来也没有讨价还价过。2006年国庆，我在湖南、江苏的一个老客户买了好多衣服，因为我有事，不好意思让她久等，就让朋友帮我发。结果朋友告诉我，5件衣服（总重2.5公斤）收了35元钱运费。我当时就想，1公斤货物运费12元，续重应该更便宜吧，怎么会这么贵？后来我就在网上和一个开网店的朋友聊了这事，对方肯定地告诉我，肯定没有这么贵。于是，我又多找了几家快递公司打听费用，结果一番探听下来，即使是生客，这一包衣服的快递费也不过25元罢了。唉！货比三家不吃亏，绝对的真理！

做好一个网店不是一朝一夕的事情，心急吃不了热豆腐，我们会遭遇很多困难，但也会收获很多成就感和快乐。

如果遇到一点挫折就怀疑自己的选择，是无法做好网店的。没做好网店，只能说明自己功夫不到家，不妨多花时间学习别人的长处，逐步提高自己的经营能力，耐心地把每件工作都做到最好，离生意兴隆就不远了。

道理虽然都很清楚，但在实际中很多人却只有三分钟的热度，由于不能坚持，把一个原本很有希望的创业机会白白丧失了。如果像这样基本无风险的创业都不能坚持，那么面对实体店铺的租金、水电、人员工资等的沉重压力，你就更不可能坚持下去了，那么创业对你来说只可能是个梦而已！

所以，大家的心态一定要好，要有经得起暂时性的失败和挫折的心理准备，要知道如何平衡自己，给自己坚持下去的勇气。

第三节　什么人适合开网店

看过前面两节，读者们也许都在跃跃欲试了。但是行动之前，也应该问问自己，是否适合开网店呢？既然要做一件事，就要把它做好，而既然要开网店，肯定就是为了要赚钱的。

我究竟适不适合在网上开店？这是个问题。并不是每个人都适合在网上开店，而网上开店可以作为第一职业也可以作为第二职业，这又应该如何抉择呢？

总的来说，适合开网店的人有如下几种。

一、小型企业业主

过去，对于那些名不见经传的中小企业来说，要想把产品送进百货商店的大门简直比登天还难。而如今，网络店铺给他们提供了一个广阔的天地，解开了中小企业产品“销售难”的死结。

大家肯定都听说过阿里巴巴网，在阿里巴巴上面，有许多企业在进行贸易，其中小型企业占绝大多数。在网上，小企业可以不受地理位置、经营规模、项目等因素制约，所获得的资讯和机会跟大企业是一样的，大大增加了竞争力，甚至可以把货卖到国外去。

二、大学生

现在，大学生除了上课之外，还有大量的空余时间。与其把时间浪费在谈恋爱、玩游戏上，不如尝试一下网上开店。有位大学生出于对网络传播和Flash动画的兴趣，自己在网络上开设了一间Flash工作室。只用了几个月的时间，这个工作

室就做出了一套8集的Flash侦破片，通过网店向网民发布，受到广泛好评，由此吸引了一些知名的大企业来合作。

三、为创业作准备的人

当今社会，想自己当老板的人越来越多了，其中一小部分人实现了自己的梦想，更多的人迫于形形色色的压力和风险，只能停留在想象之中。对这些人来说，通过网上开店来走出创业第一步，是一个非常不错的选择。毕竟，网上开店投资小、风险小，虽然暴富的机会不大，但是，如果能把网店经营得红红火火，那你就成功了，同时也学到了宝贵的创业经验，为下一步发展奠定了基础。而且，网上开店跟实体店一样，都是与人交流，这除了能锻炼我们沟通交流的能力，还能大大增加我们的人脉。

四、具有产品货源的小商户

无论网上开店还是实体店，货源都是最主要的。如果你能拿到又便宜又好的货，又何愁没有生意呢？所以，如果手头有资源，就可以上网开店，马上就可以得到立竿见影的效果。

五、整天泡在网上的人

虽然网上开店并不需要整天泡在网上，但假如你是一个绝对的网虫，那也是一种不错的资源，完全可以充分利用起来。

经常泡在网上，可以找到更多的网上客户资源，可以在客户服务上尽可能地做到更好；经常泡在网上，可以学习到更先进的技术，可以把自己的网上商店打扮得更漂亮；经常泡在网上，可以多花点时间通过QQ或者MSN来宣传自己。勤奋加上努力，你不赚钱谁赚钱？

六、当过店员的人

店员这个职业并不一定要从事过若干年，比如学生时代的兼职，帮亲戚朋友看过店……都可以使你迅速进入角色。

逻辑性思维非常强、强调以理服人的人是不太适合从事店员职业的。如果你有机会去观察优秀营业员的工作情况，你会发现，他们从来不说什么大道理，但就是能让顾客爽快地买下东西。

七、收藏爱好者

网上有一家知名旧书店，店主卖的大多是市场上找不到的旧版书，他的近万本藏书里真有不少宝贝。据他说："从前书都堆在家里落灰，现在上网一开店，还真有人要。过去两三元买的书，现在四五十元也有人买。"这家店开张几个月就已经卖出了几百本书，净赚了几千元。

八、拥有实体店的人

许多拥有实体店的人都在网上开了店面，算作是自己的分店。把潜在客户拓展到网上，往往有意想不到的效果，销售额超过实体店都是有可能的。

但是，并不是所有的实体店都适合在网上开设分店，这还要取决于各自的经营范围。比如说，销售日常用品的实体店就不太适合网上开店；而销售化妆品、电脑设备等实体店就非常适合开家网上分店了。

第四节
开网店需要具备的硬件和软件

一、硬件方面

要把网店开起来，需要准备什么东西呢？先来看看硬件方面吧。

1．工作地址

如果是规模比较大的网上商店，单独有办公场地，当然应该把地址附上去；如果是在家经营网店，最好能把自己的家庭住址写上，这样可以让客户更加信任你！

2．电话

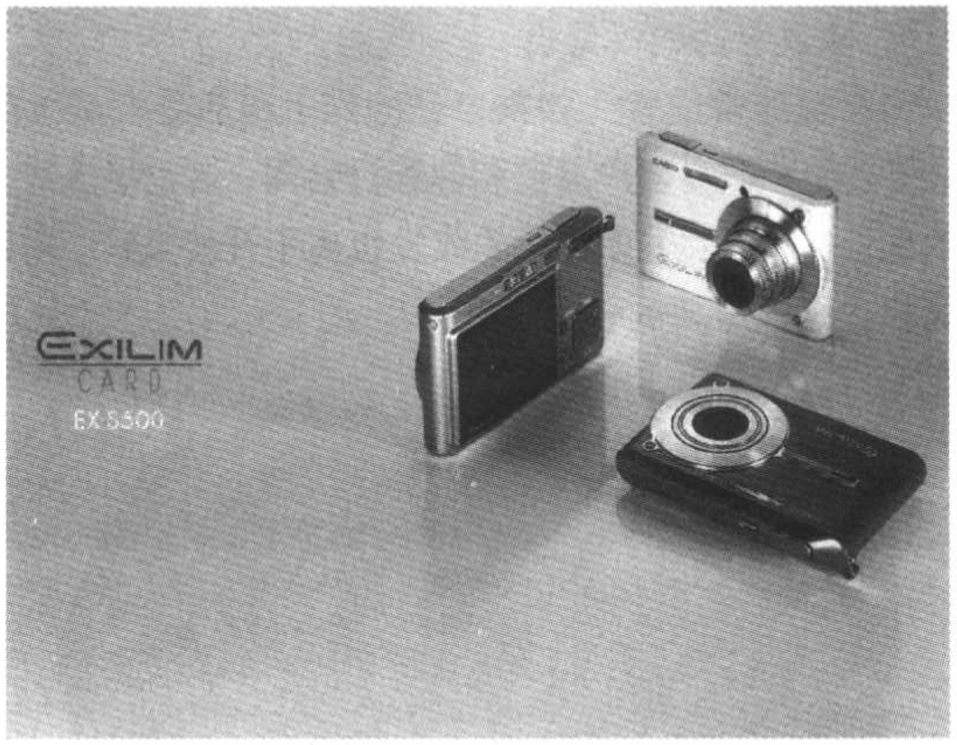
需要附上方便联系的电话座机，以及确定能找到你的手机。开网店一定要与客户保持联系，你要知道，有的机会错过了就不会再来了，网上那么多商家，顾客凭什么一定要从你那里买东西呢？

3．便捷的电脑网络

网上开店，网上销售，没有网络肯定是不行的！如果你是上班族，你可以在公司上网，回到家也可以上网来照顾你自己的小店。同时，你还需要查询很多资料以及与客户沟通，这还是需要网络。网上开店，网络是必需的！

4．数码相机

网上开店主要的一部分工作就是通过图片向自己的客户展示产品，拥有了自己的数码相机，就可以最快速地把自己的产品多角度地、细致地反映在客户面前，这样，成交的机会才会大。



5．一台好用的电脑

这台电脑的配置不一定要多高，但是起码要能在运行一些基本的绘图软件的时候还能使用QQ等聊天工具，最好还能附有刻录机或者移动硬盘，以便保存商品和客户的资料。

6．收发合同的传真机

传真机非常便宜，如果自己的网上小店要变成大店了，那么会有很多客户需要和你签订合同，这也是法律方面的保证。同时，很多资料的收发也离不开传真机，所以传真机也是很重要的一项设备。

二、软件方面

1．电子邮件

电子邮件（E-mail）是Internet应用最广的服务，您可以用非常低廉的价格（不管发送到哪里，都只需负担网费即可），以非常快速的方式（几秒钟之内可以发送到世界上任何指定的目的地），与世界上任何一个角落的用户取得联络。这些电子邮件可以是文字、图像、声音等各种方式。同时，您可以得到大量的免费新闻、专题邮件，并实现轻松的信息搜索。正是由于电子邮件的使用简易、投递迅速、收费低廉、易于保存、全球畅通无阻，使得电子邮件被广泛地应用，使人们的交流方式得到了极大的改变。

电子邮件与普通信件相比具有以下优点：

快速。发送电子邮件后，只需几秒钟就可通过网络传送到邮件接收人的电子邮箱中。

方便。书写、收发电子邮件都通过电脑自动完成，双方接收邮件都无时间和地点的限制。

廉价。平均发送一封电子邮件成本几乎为零，比普通信件便宜。

可靠。每个电子邮箱地址都是全球惟一的，确保邮件按发件人输入的地址准确无误地发送到收件人的邮箱中。

内容丰富。电子邮件不仅可以传送文本，还可以传送声音、视频等多种类型的文件。

对于打算开网店的读者，本书推荐使用网易163邮箱（或者126邮箱），当然别的一些大的门户网站的邮箱也都是可以的。如果偶尔要跟外国人做生意的话，本书也建议使用国际通用的hotmail邮箱。当然，为了轻松地收发邮件，你可以使用foxmail等工具。

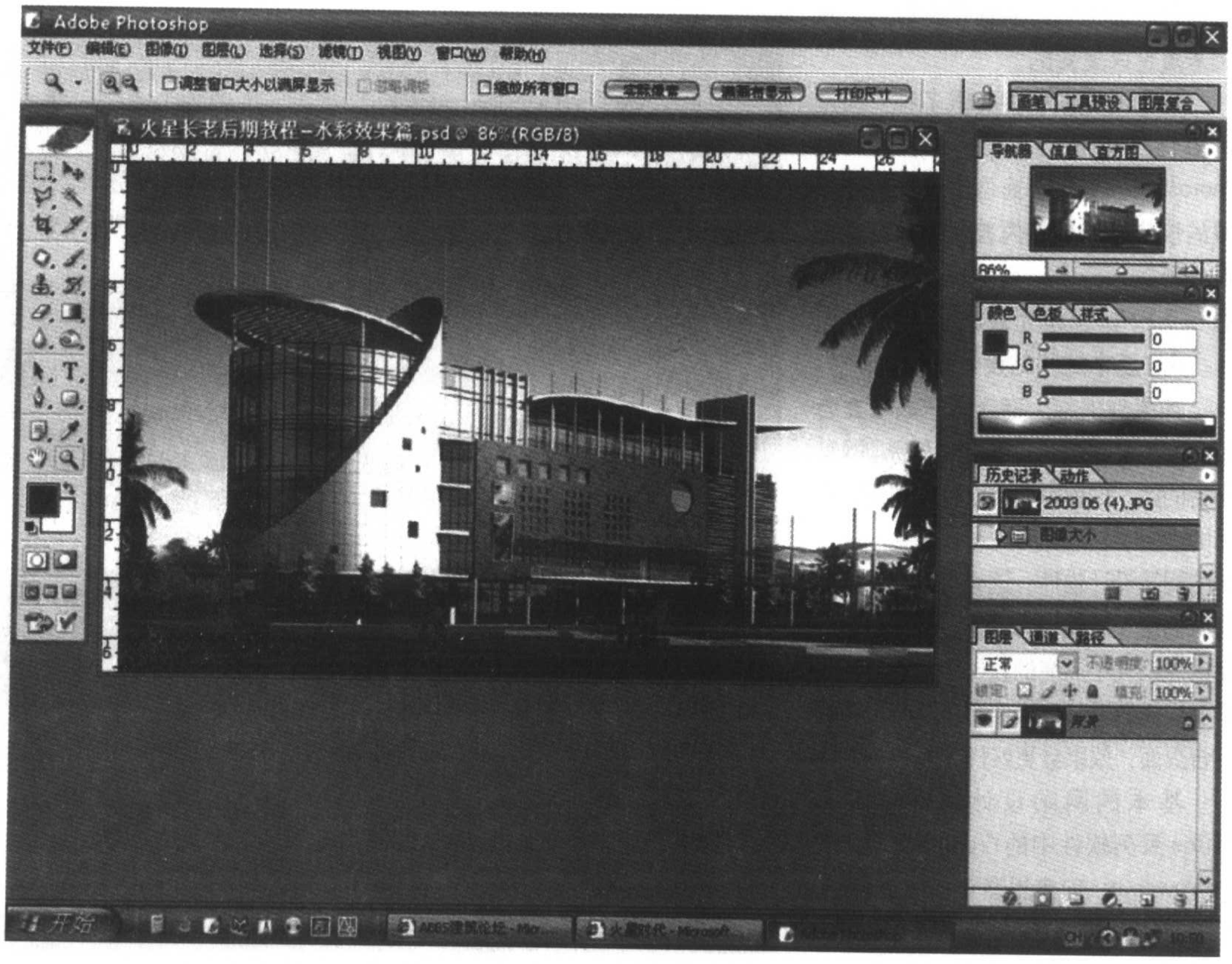
2．聊天软件

聊天工具必不可少，聊天就是跟顾客沟通的手段。现在比较通用的聊天工具主要就是微软MSN、腾讯QQ等工具，或者使用交易平台使用的沟通软件，比如淘宝旺旺。

3．微软word

这是入门级的文字编辑软件，学会基本的操作以后，就可以很方便地编写合同，以及编写自己的网站文案。文案编写的好坏程度在网上销售中有很大的影响，所以，一定要尽可能地把文案写好，这当然也就不能离开文字编辑软件了。

4．作图软件



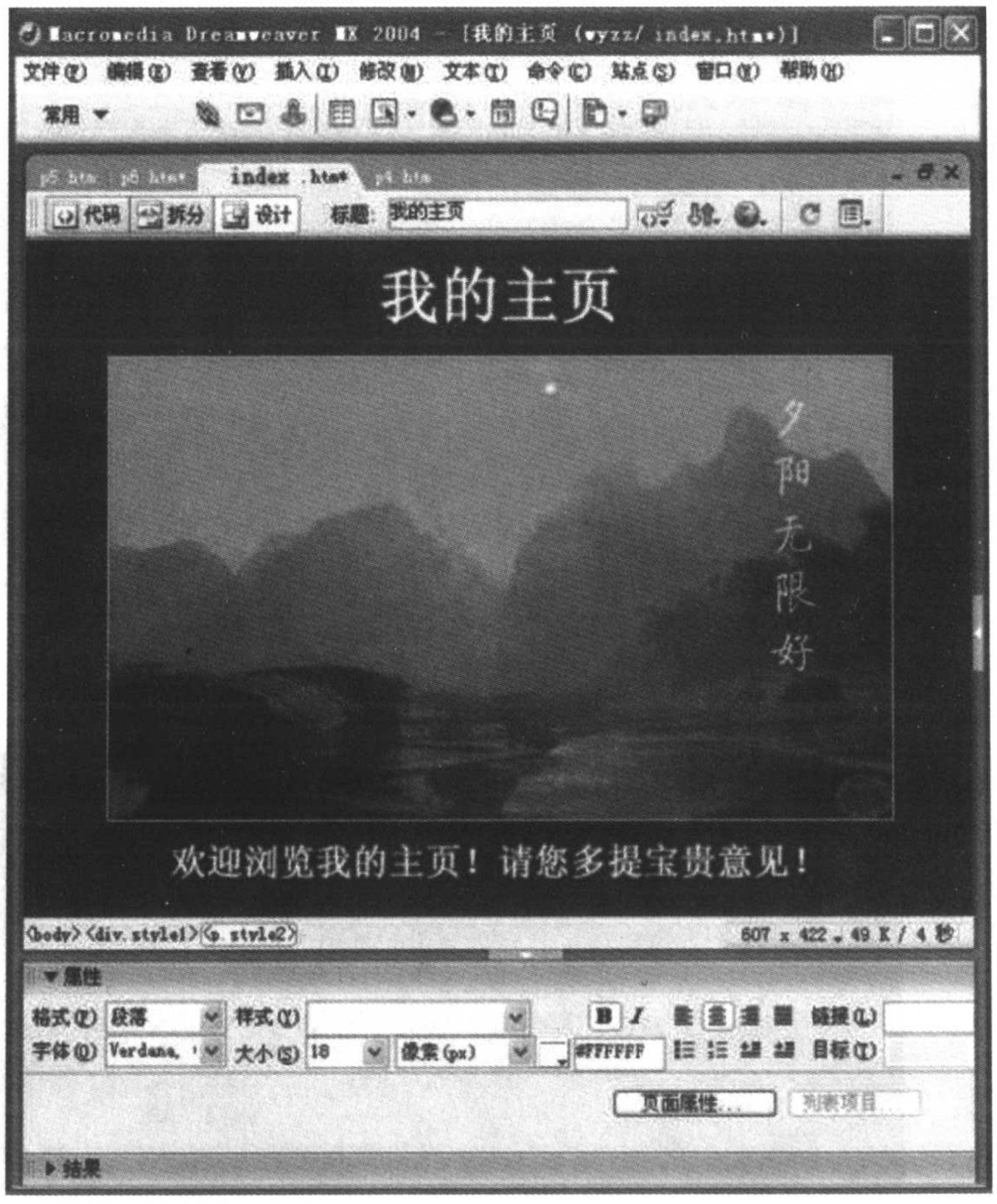
网上开店除了要编写好的文案，另外一个非常重要的部分就是要有精美的产品图片和宣传图片，因为客户主要是通过图片来看你的产品的，差劲的图片会使你流失很多的客户。是否能做出合适的产品图片，对网上开店来是至关重要的。

现在的作图软件有很多种，但是本书仍然首推Photoshop，因为Photoshop一直是平面位图设计编辑领域的佼佼者，是业内普及率最高的工具。所以，为了以后的长远发展，熟悉一下Photoshop是应该的。

5. 基本的网站设计软件

如果你的网上商店是一家独立店铺，而不是寄附在淘宝网或者易趣网等平台的话，你就需要自己管理和设计自己的小店了。那么，你起码要会一些基本的网站设计软件，这样可以知道网上商城的建设原理，并且还可以为自己的商店建设几个漂亮的宣传广告页面。一个有规模的网上商店再配合几个漂亮的广告页面，效果会更好!

基本的网站设计软件主要有Office系列软件中的Frontpage，以及Dreamweaver，前者很适合初学者学习，后者则更为专业。



看来，要想在网上开一个自己的商店，确实不是一件容易的事情！不过，功夫不负有心人！如果懂得使用电脑，学习这些软件知识对你来说应该是一件非常简单的事情！只要努力，就会有收获！

成功故事1：网店让妈妈老有所乐

“妈妈的笸篮”是淘宝网上一家专卖和服浴衣的小店，店主荐先生说，这个小店是特别为他退休在家的妈妈开的，专卖他妈妈一针一线缝制的和服浴衣。

和服浴衣，是日本和服中的一种轻便装，它与正式的和服比起来要简洁得多，佩饰也相对较少，因此手工裁剪、加工制作的工序并不繁复。在日本，和服浴衣一般是在夏天节日和焰火表演时穿戴的，在日式酒店和旅馆里也常作为棉质睡袍租借给顾客。

作为日本的传统服装，和服浴衣在日本的销量一直很好。据有关数据显示，尤其是在夏季，日本百货商场里的和服浴衣销售额增长率都能达到2位数。其中销量最大的是3万日元（约合2100元人民币）左右的主流浴衣商品，而价格在4万至5万日元左右，质量上乘的麻质地浴衣销量也较高，许多顾客都是整套购买浴衣和饰品。而随着文化交流的进一步扩大，日本传统的和服浴衣也逐渐进入中国消费者的视线，颇受20岁至35岁的时尚年轻人喜爱，呈现出较为广阔的市场前景。

有一次荐先生的妹妹到东京出差，穿着宾馆的和服睡衣拍了照片，还花了相当于400多元人民币的日元，买了一件和服浴衣。荐妈妈看了以后，就照着样子给兄妹俩一人做了一件。后来亲戚、朋友、同事们看后也觉得好，就纷纷请荐妈妈帮他们做。其中的一位朋友突发奇想：为什么不可以将产品放到淘宝网上去卖呢?

因为是照着样子学做，开始时荐妈妈对自己的手艺很没有信心，担心没有人喜欢，但是在大家的一致鼓励和支持下，“妈妈的笸篮”最终开张了。没想到，开张几天后真的有淘友来买。第一件卖出去时，荐妈妈真是非常高兴。后来荐先生又给妈妈添置了专业的锁边机，还在网上查阅了很多关于和服浴衣的资料，甚至还让朋友从日本带资料回来供妈妈参考学习，荐先生的爸爸也帮忙打理网上小店，可以说是全家总动员。

淘宝网上顾客们的高度评价以及家人的全力支持，使荐妈妈更有动力提高自己的技艺水平了。现在，她把全部心思都花在琢磨和服制作上了。有一次，为了买到顾客喜欢的偏淡蓝色的纯色布，她几乎跑遍了全上海的布料商店和市场。

努力换来了顾客的肯定和信任，小店开张只有半个月的时候，就已经卖出20余件和服浴衣了。

下面是荐先生对自己家人开店历程的一个总结，包括前期需要的投资、具体步骤以及经验的分享。

1．前期投资

有一个相对独立的小作坊作为加工制作服装的空间，这个小作坊并不一定是租来的店铺，如果住宅条件许可，完全可以利用家里空余的房间作为创业基地，空间大小只要能放下一台缝纫机、一台锁边机以及布料等即可。

前期投资约3000元，主要用来支付包年的上网费、购置设备、布料以及相关资料等。当然，经营这样一家和服浴衣定制店的前提条件是店家具备一定的裁剪、缝纫技

艺，并热爱服装制作。此外，家里有人懂电脑，熟悉基本的电脑操作，能顺利上网交流也是不可或缺的条件。

2. 创业步骤

网上开店和一般的投资项目不同，店主不必租赁实体店铺来出售和服浴衣。这种无成本投入的网络小店，一方面减少了投资压力，几乎属于无风险投资；另一方面，网络小店经营时间灵活，省去了每天打理店铺的麻烦，不会给创业者增添过多的精神压力，这也是该创业项目的一个特点。

开这样一家店需要把精力集中在以下两个方面：

（1）装饰网页。店主要勤于拍摄，并经常更新上传一些不同款式、颜色的和服浴衣图片，以供顾客选择。

（2）购置设备、布料。制作一件和服浴衣必备的专业设备就是缝纫机、锁边机，店家可以在市场上或者在网上购买；布料则可以在布料市场购买，但浴衣颜色搭配比较讲究，比如女士和服浴衣多选用花纹与底色反差明显的布料，而且多选用大花，这样看起来非常艳丽；而男士的和服浴衣相对就比较单调，多选用纯色或带单色花的布料，其中以黑色和灰色居多。因此，建议店家在创业初期可以小批量、多样式地购入布料，先制作几件成品，看哪些颜色比较受顾客喜爱。

值得指出的是，和服浴衣是日本民族服装，关于它的制作资料也多在日本。店家可以通过邮购或者托朋友买一些相关资料进行参考，如果能拥有一件正宗的和服浴衣，就可以直接仿制了。

3. 成功秘诀

（1）提高专业技术水平。手工技艺和布料选择等因素直接影响到和服浴衣的审美价值和售出价格。一般中老年人都喜爱缝缝补补，也具备一定的缝纫技艺，但是如果要将和服浴衣的制作工艺提高到更为专业的水平，店主需要不断提高裁剪、缝纫等制作技巧，以及在布料质地选择、颜色搭配等方面多费心思。只有不断钻研实践，才能制作出具有专业水准的和服浴衣。

（2）力求使产品多样化。顾客的需求很多时候都不是单一的。有的顾客购买了和服浴衣后，可能会考虑穿浴衣时，该如何打理发式，该穿什么样的鞋子用来搭配等等，因此产生对服装配件的兴趣和需求。如果店主条件允许，可以考虑适当出售一些配件，如常佩戴的头饰、木屐或布袜等等。这些小配件因为易于搭配、价格便宜，销路常常较好。

（3）赢得亲戚朋友支持。创业者最大的担忧来自于信心不足。一方面想有所作为，另一方面又担心自己的努力不被社会认可，所以特别需要得到亲戚朋友的认可和支持。为此，可以请他们帮助拍摄图片，教会自己如何经营网络小店以及上网和顾客交流等技巧，还要多听取他们的一些建设性意见，这样，自己也会在大家的帮助中感受到创业的快乐。

（4）不要盲目生产高档产品。据了解，和服浴衣在日本的售价悬殊很大，低至3000日元（约合人民币210元），高达5万日元（约合人民币3500元）不等。店主要找准国内的市场定位，充分考虑国内消费者的购买力和实际需求，不要盲目生产制

作过高档次的和服浴衣，以免造成产品积压，从而动摇创业信心。建议店主主要以定制为主，增加和顾客的交流沟通，根据选料、手工成本等因素灵活定价。

（案例来源：中国服装采购网）

成功故事 2：网店让我找回自信

我是一个懒懒的人，一直怀有感激之心，小心翼翼又坦坦荡荡地经营着自己的小店。

我在读书的时候学的是热门的专业，毕业后，在深圳从事体面清闲又高薪的工作，身边有很多朋友，生活逍遥自在，从没想过有一天自己会开网店……

直到2004年年初来到海口。这个陌生的城市让我很不习惯，认同感、归属感、朋友、事业全部都失去了。我知道自己必须要从零开始，却陷入了极度的迷惘中，不知道从如何做起。

2004 年 4 月，我体验了首次网上购物，这次经历使我对网络有了更新的认识，同时心里隐约冒出一个念头，我一直喜欢追求时尚，并曾经做过某著名化妆品深圳城市主管的培训，有丰富的行业知识和稳定的用户群体，并且有能力找到有特色的货源，自己为什么不可以开店呢？只要把商品质量、服务质量提高，就不愁没有生意。

主意一定，我马上开始张罗自己的网站，思来想去还是决定找一家交易平台开始做起（因为做一个个人商城也需要一笔不小的费用），一直想找一家很有特色的平台，在网上查资料时被购得乐网站上一家网店的版面吸引过去，越看越喜欢，经过免费的试用后，我已经深深喜欢上了它的个性化的版面、简单的管理操作和热情的客户服务，最终选择了购得乐。

起步艰难，开始时还要熬夜整理网店，不过几天后，我的网店“美女之家”已经完全整理好了。

我曾因衣服质量问题心烦，不过也有顾客喜欢款式而不计较面料，最后选择购买，现在想起来真的很感动。当然，我也曾遇到很刁蛮的顾客，会感觉很委屈，也曾经萌生退意，心想何苦为十几块钱这样被人刁难，不过最终还是忍下来了。网店使我的性格越来越有弹性了。

每次进化妆品相关货物前，我先在各大 BBS 上浏览，看看大家都称赞什么样的产品，然后我进回来，自己试用，用的效果好了，才大批量地进，再全力推荐给其他姐妹。那段时间，我的脸蛋和手腕的皮肤完全处于试验田状态。自己都不能肯定效果的东西，拿出来销售，底气都不足啊。

从台湾空运回来的生活美容馆红酒面膜在一个月内销售超过 200 罐，我开心；有外地顾客通过视频让我看她试穿在店里买的衣服，很合体很衬她，我更开心。这种快乐是恒久的，与赚钱的快乐不同。顾客的认同是我最大的满足，当然，这是在保证利润的基础上。

坦白地讲，顾客也应该有这样的消费观念——商家有了利润的保证，在一定程度上，才会更有服务质量和商品质量的保证，低价竞争不合理。

2004 年 8 月 28 日，经过几天废寝忘食的准备，“美女之家”零风险批发加盟业务开通了。短短两天，我的店在全国已有 10 家网络店、1 家实体店加盟。

最后，我要跟大家分享的是开店经验，简单总结为 6

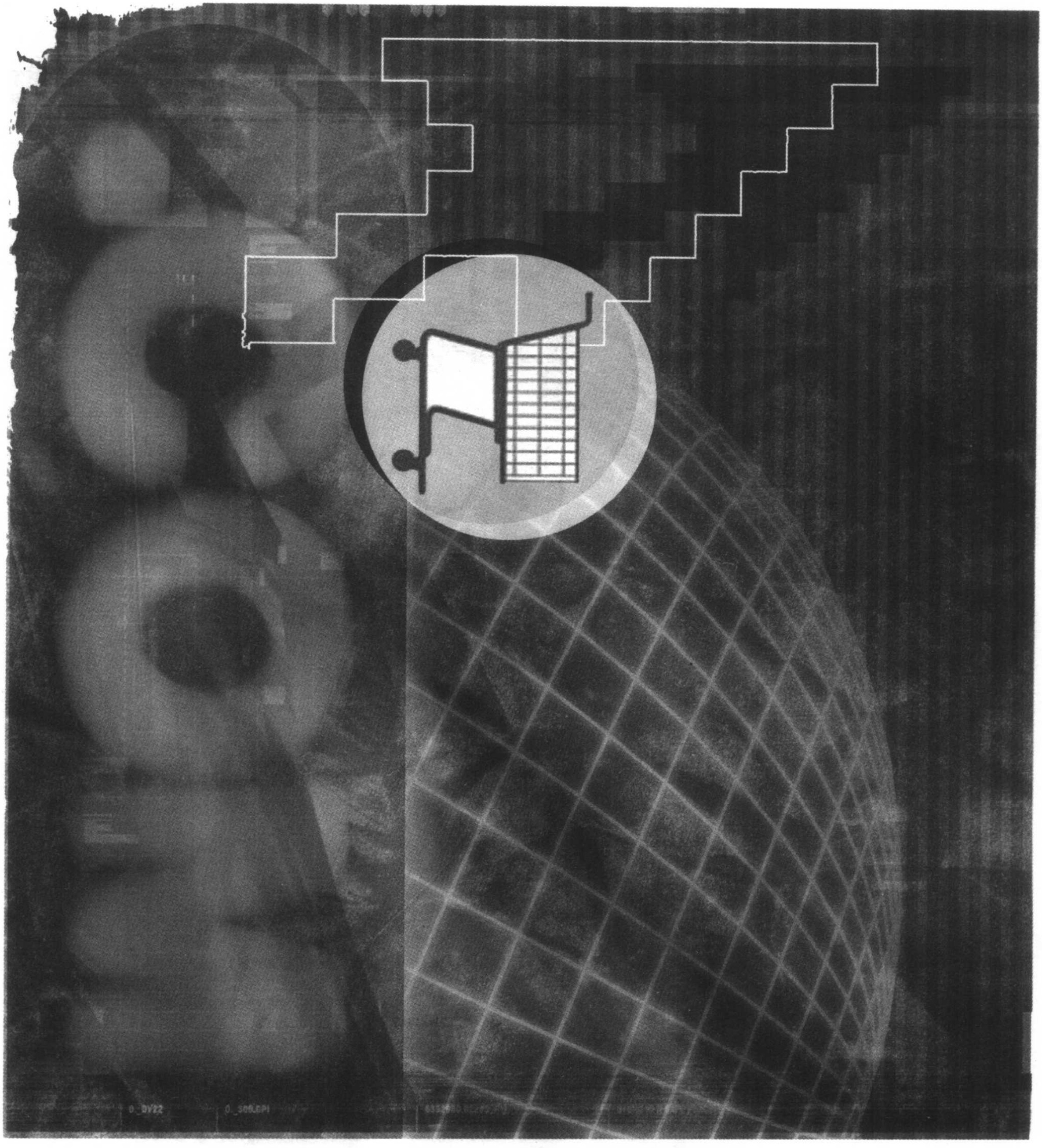
个字：专业、真诚、特色。首先，顾客花钱除了买商品，也是买我们的服务，专业和真诚是服务的基础核心；其次，没有人会在网上花10元钱去买街上花5元钱就能买到的东西，所以，特色是立店之本。

越来越多的人开始畅游网络，搜寻网店，享受足不出户的购物乐趣。作为商家，我们该花更多的时间去思考了。店主们在购得乐网上辛苦经营自己的小店，难免有很多同行。同行也可以是朋友，只要大家各有特色，完全可以合理又良性地竞争，我们都可以从自己的店铺里获得满足。

"美女之家"很快又要升级了，购得乐也在不断更新，不断改版。我们是一个整体，彼此依托，希望大家都能找到属于自己的那个点，并让自己璀璨亮丽起来！

（案例来源：阿里巴巴网）

IXXI上开店创业指南



第二章　开网店，我该卖什么

第一节　看看别人卖什么

一、适合在网上销售的商品

确定要开一家网上店铺后，“卖什么”就成为最主要的问题了。在确定卖什么的时候，要综合自身财力、商品属性以及物流运输的便捷性，对售卖商品加以定位。

在考虑卖什么的时候，一定要确定目标顾客，从他们的需求出发选择商品。目前主流网民有两大特征，一是年轻化，以游戏等为主要上网目的，学生群体占有相当的比重；二是白领化，很多白领由于工作太忙，也就会选择网上购物。

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是撒大网、打主流，还是剑走偏锋、独辟蹊径。不过，有特色的店铺到哪里都是受欢迎的，如果能寻找到切合时尚又独特的商品，如自制饰品、玩具DIY、服饰定做等，将是网上店铺的最佳选择。

另外，商品自身的属性对销售也有制约作用。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，又缺原始资金的创业族来讲，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望。

根据业内人士的建议，适合网上开店销售的商品一般具备下面的条件:

（1）体积较小。主要是方便运输，可以降低运输的成本。

（2）附加值较高。价值低过运费的单件商品是不适合网上销售的。

（3）具备独特性或时尚性。销售业绩不错的商品往往都是独具特色或者十分时尚的。

（4）价格较合理。如果网下可以用相同的价格买到，就不会有人在网上购买了。

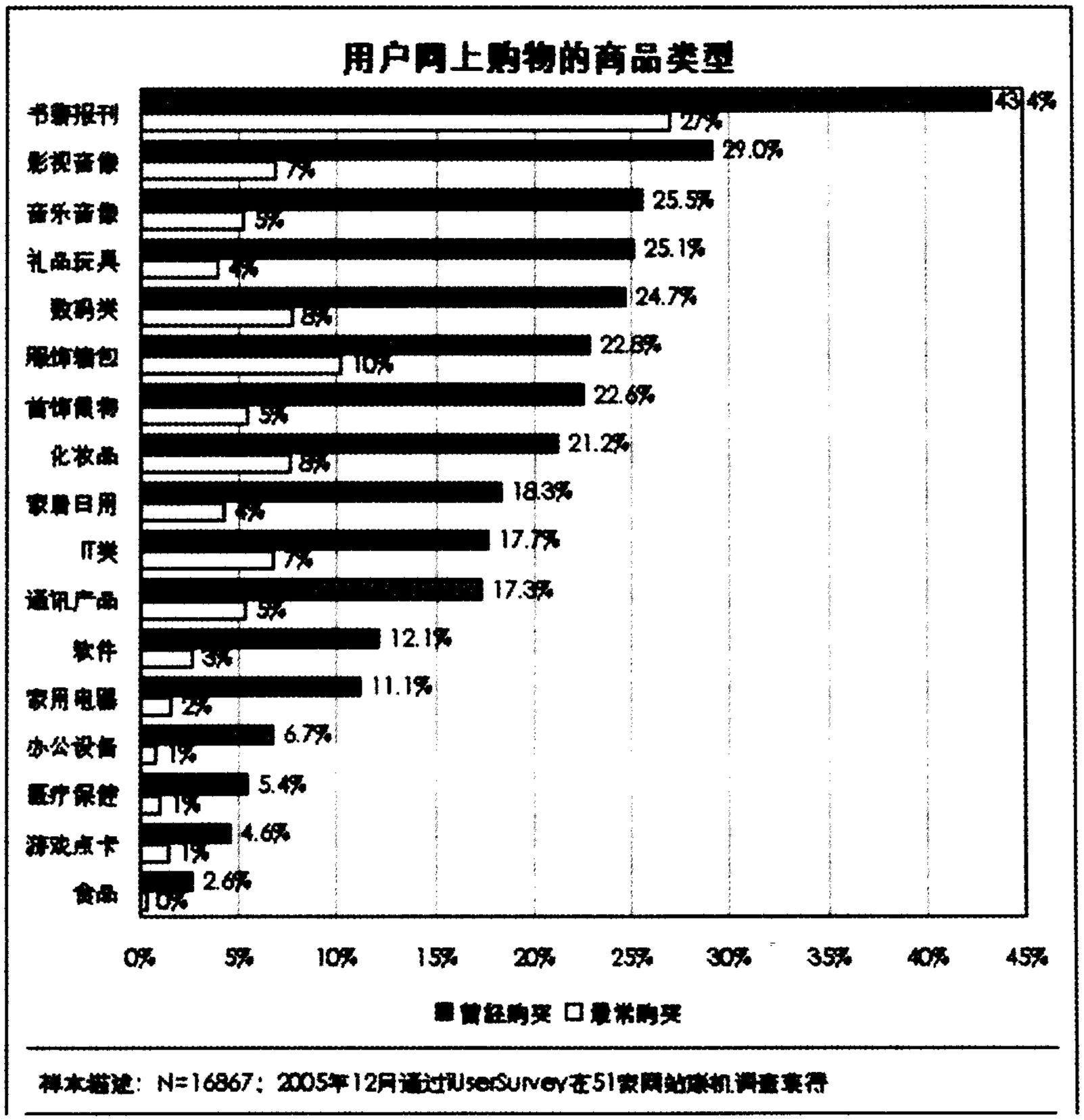
（5）通过网站了解就可以激起浏览者的购买欲。如果这件商品必须要顾客亲自见到才可以产生购买所需要的信任，那么就不适合在网上开店销售。

（6）网下没有，只有网上才能买到。比如外贸订单产品或者直接从国外带回来的产品。

根据以上的条件，目前适宜在网上开店销售的商品主要包括首饰、数码产品、电脑硬件、手机及配件、保健品、成人用品、服饰、化妆品、工艺品、体育与旅游用品等等。

当然，网上开店要放弃一些不适合个人网上销售的商品，同时网上开店要也要注意遵守国家法律法规，不要销售法律法规禁止或限制销售的商品，如武器弹药、管制刀具、文物、淫秽品、毒品以及假冒伪劣商品，这些都是我们作为公民应该遵守的。

下面是由 iresearch.com.cn 提供的一个关于网上购物的商品类型分布的调查，通过这个图表，我们可以比较直观地了解消费者的消费偏好。



调查显示，书籍报刊、影视音像制品和礼品玩具是消费数量最大的商品类型。此外，数码类（数码相机、摄像机、MP3等）、服装鞋帽箱包皮具类与首饰类、化妆品和家居日用品以及IT类（电脑、笔记本、学习词典、硬件等）等商品也拥有较大规模的消费需求。

二、网上商品关键词

据最新统计显示，水晶、纯银项链、彩屏手机、床上用品、牛仔裤等成为了人们搜索最多的关键词，这些关键词从一个方面显示出人们的购物时尚，也为欲做网上生意的人们提供了开店导向。

1．珠宝类

“水晶”、“翡翠吊坠”热卖。珠宝分类一直是网上交易最为活跃的分类。2004年起，流行饰品中的新宠——水晶和个性化的吊坠受到买家的青睐。在2004年上半年，易趣网水晶手链平均每月能卖出800余根，A货翡翠吊坠的月成交量更是达到了3000个以上。水晶、银器和玉器的热销，带动了2004年网络珠宝分类的销售热浪。

2．礼品居家分类

“Zippo”、“床上用品”受宠。选购礼品一向是花费心思的差事，从2004年的礼品销售情况来看，人们的送礼越来越偏向于品位与个性，具有一定身份象征的Zippo打火机成为新宠，仅“Zippo经典铬”一种款式，2006年全年的销售量就超过50000个。而床上用品的热销说明了网络购物的另一大特点——实用。居家装饰能看出主人的品位和心态，2006年，仅易趣网床上用品四件套的销售量就达到了70000套。

3．手机分类

“可拍照”、“手写”与“智能”等关键词被青睐。手机一族们不会放过任何一种可以展现个性的新功能，2007年，拥有手写和智能功能的手机无疑将更加成为时尚的焦点。

4．服饰分类

“牛仔裤”、“圆点”、“条纹”继续流行。牛仔装是一年四季不变的流行服饰，无论出席何种场合，只要搭配得当，牛仔装就能显示出独特的魅力。比如近年流行的低腰修身牛仔长裤，更是受到了白领一族的青睐，易趣网每月就能卖掉2500条左右。除此之外，圆点、条纹图案继续成为网络销售的一抹亮色。

5．收藏分类

“奥运”相关收藏品热潮不退。奥运健儿在雅典的出色表现以及北京2008奥运会的即将到来，也带动了各类奥运相关纪念品的收藏热潮，相关产品在该段时期的交易异常火爆，2006年，淘宝网上有关奥运的商品销售了数十万件，其中大部分是福娃。

三、基础市场调查方法

当你选择了一类或是数类产品以后，就要开始进行了解客户和对手的市场调查，再来确定你的选择是否正确，因为大多数时候你的选择是基于自己的经验或是不对称的信息进行判断的，这样的判断有可能是错误的，最终也许会导致你的创业失败。针对网上开店这样的小本创业行为，我们在此提供一些基础的市场调查方法。

首先，你可以把你的想法或是样品拿出来听听亲戚或

是周围朋友的意见，因为他们之中的很多人可能就是你的潜在客户；也可以请教一些行业人士与专家，听听他们的意见。

在调查过程中不要有这样的想法，认为有些人不会上网，就不是我的客户，就不用调查他。这个想法是错误的，因为网上开店只是一种营销的渠道，只有在网下有人要的产品，放在网上性价比好才会卖得出去。

其次，你可以上网看看别人的网店里有没有这样的产品出售，如果有，那就说明了这样的产品有市场，但这样的市场是不是你的市场呢？这个时候就要看你的产品有没有竞争优势了。

如果你的产品和别人的产品属于同一品牌就主要看价格有没有优势；如果是不同的品牌，这个时候就要看你的品牌的影响度和产品的性价比了。你就要针对自己的品牌做线下的调查，如果能形成一定的购买市场，那就要恭喜你，你已经具备了人无你有的条件，这就形成了差异化的竞争，成为了你的核心竞争力。就算价格高一点，也会有人趋之若鹜。

第二节　利用地区差异赚钱

不同的商品在不同的地区，价格相差很多。例如电器类，在沿海城市购买要比在内陆城市购买便宜许多；而收藏品在古都城市（北京、西安、洛阳）又比沿海城市便宜得多，所以你完全可以从自己的身边着眼，找找自己身边盛产而其他地方没有的商品。

关于这点，来看看一些网友的成功故事吧。

1．倪小姐与印巴文化饰品

文化产品有一个最大的好处，就是不怕商品过时。由于很多印巴文化饰品都是用天然宝石和纯银打造的，所以不会因为一时卖不出去而存在压货的风险，这与其他的商品在销售上存在很大的差别，多半商品都受到时尚潮流的影响，存在过时滞销的风险。而印巴产品的天然性帮助商家规避了这个风险。

2002年，曾经去过一次四川藏区的倪小姐，与藏饰结下了不解之缘。回到上海后，便在网下开始寻找这类工艺饰品。一次偶然的机会，她在易趣上买到一件藏饰的首饰盒，便萌生出在网上开店的想法。随着生意越做越大，倪小姐放弃了原本的工作，全部精力投入到网店上。

很多国内游客喜欢到西部特别是靠近藏区一带的景点旅游，不少人受到当地文化感染，很喜欢购买一些印巴文化饰品留念或者佩戴。而且这些饰品多半是手工的，同一款式的并不多见，不会因为规模化生产产生压价的问题，所以一般不太怕压货。此外，倪小姐也在自己的网页上设置了一些关键字，可以使店铺在Google和百度等搜索引擎上被直接搜索到，这样可以直接增加一些新的客源。

尽管不怕压货，但是这些商品的价格属于中高档，要做好，还必须把印巴文化同时介绍给买家，让买家感觉物超所值。

倪小姐称，市面上有不少印巴饰品的仿制品，价格非常低廉，但是与真货比起来，无论质感还是观感都有很大的区别。真正喜欢印巴饰品的人，一般都不会选择购买赝品。

但是对于如何鉴别这些真货与赝品，必须要给买家

一定的指引。为此，倪小姐在自己的店铺上设立了专门的印巴文化专页，同时还专门制作了一本介绍手册，赠送给一些老客户，借助这些老客户来作自己的品牌宣传。倪小姐认为，是有文化内涵的东西，就应该用文化品牌的方式推广。

既然是一些产量不高的手工货品，找到不错的商品货源就成了关键问题。倪小姐现在进货时，一部分是靠自己去四川藏区寻找一手货源，还有相当大部分的产品是从尼泊尔、泰国等地进口的。

她的进货渠道最开始是通过网上搜索找来的。后来店铺越做越大，很多货就主动找上门。她表示，在四川靠近西藏的藏民区，有一个全国最大的印巴文化饰品批发市场，此外在北京、上海和广州三地也各自有批发地，但这些批发市场的价格都相对较高。其中尤以广州最高，比全国的平均价格高出 40%～50%。

但是，正是广州、北京等大城市，恰恰是主要的客源地，现在有 80% 的客源来自广州和北京，目前 1000 多位买家中有 500 多位来自广州，倪小姐的生意正越做越大。

2．月销售额 41 万元

有一个网名叫“ipod__hong”的香港卖家，是淘宝网上的“红人”。40 岁的 ipod__hong，创造了一个月内 41 万元的支付宝销售额成绩。

在香港的“ipod__hong”本来是卖健康食品的，但考虑到如果把这些东西从淘宝网上向内地销售，恐怕不会有太好的生意，于是就改卖电子产品了，主要销售苹果品牌的周边产品。

“ipod__hong”也并不是一炮而红，一帆风顺，刚开始，他的店也没有什么生意，每次打开电脑都渴望有客人在线上找自己，但一直都没有。但到了后来，不知不觉客人就多起来，根据他自己的分析，是因为他的信用度逐渐提高了。

“ipod__hong”觉得自己最大的优势就是，在香港能拿到比较低价的电子产品，比如年轻人趋之若鹜的苹果产品和 PSP 等，有了价格优势，生意怎么会不好呢？

3．邮票进入国际市场

23 岁的网友嘉宁，在易趣上经营着一家邮票店。几年来，这家店已经成为了易趣收藏分类的“冠军店”。自从 2004 年 9 月，易趣与 eBay 平台对接后，目前他的“e 绿缘邮坊”中外贸收入的部分已经占据了网店销售额的四成，毛利率高达 20%。

在最初两年的交易中，小店偶尔有外国人光临，但大多是旅居海外的华人或是在中国内地工作的外国人，这些人对中国文化的渴望和对中国特色图案的喜爱让嘉宁看到了这部分顾客的潜力。一位法国集邮迷通过法国 eBay 站点找到了他的小店，虽然看不懂一个中国字，但是邮票图案的精美促成了第一次跨国购买的订单。十几枚新中国 20 世纪 60 年代的建筑纪念邮票让初尝“投国际商机”甜头的嘉宁对走入国际市场信心百倍。

如何让国际顾客更快速、更便利地找到所要商品，一直是嘉宁从事国际生意所关注的经营重点。国际买家与中国买家的最大区别是显而易见的——老外看不懂中文。原来的店铺，国际买家一打开就全是乱码，购买的第一感觉就被破坏，更不可能耐心地浏览网页，寻找自己钟爱的邮票了。嘉宁在 eBay 和易趣对接之后，迅速在商品说明中加

上了英文注解。

"为每个商品提供丰富的信息，不仅让国际买家了解了邮票，还能帮助他们了解中国文化，这样可以让自己的店铺显得与众不同，顾客们也会从偶然购买慢慢地变成店铺的常客。"除了增加英文商品说明，嘉宁还在商品的名称中加入了英文，因为根据eBay易趣的调查，大多数国际买家首先会采用"搜索"功能来找寻商品，通过这个工具，英文商品名称的重要作用一下子就显现出来了。

嘉宁就是充分利用了地区差异才使自己的邮票顺利地进入了国际市场，当然，同时他也付出了努力。

4．从国外贸易做起

在国内市场竞争越来越激烈，产品日趋同质化的今天，越来越多的卖家都像上面案例中的嘉宁一样把目光投向了国际贸易，利用地区价格差异来赚钱变得很重要。一位叫"Beautybob__Pan"（小潘）的网友，在eBay中国站点上已经有4年化妆品经营的经验。如今，她的小店每月的交易额已经近万元。

小潘通过各种途径了解到，日韩化妆品在欧美市场销量很大，而且价格比欧美本土其他品牌要高很多。后来，她又通过eBay易趣网发现这些品牌的化妆品在原产地的价格很低，于是便有了尝试国际贸易、增加利润空间的想法。在短短的半年时间，她就从一个普通卖家晋级为从事国际贸易的超级卖家。为了能够第一时间得到与国外同步的优惠产品，几乎每天半夜她都会在美国eBay 网站上蹲点，等待第一时间拍下目标货品，再放到自己的小店中，面向全球用户售卖。她的产品基本从中国台湾、中国香港、美国、法国eBay上拍下，大多为韩日品牌，或法国、美国的稀有品牌，价格比市场价要低很多，因而受到用户欢迎。

由于国外的信用体系更为健全，因此很多成熟的国际网络买家更愿意选择信用记录良好的卖家来进行交易。他们到你的店里买东西，既要看你的东西是否价廉物美，还会比较关注你过往的交易记录，因此专业度和信誉非常关键。小潘对此深有感触，她在"远征海外"之前，在eBay易趣上已经积累了3000的信用度，使得她与那些国际大卖家站在了同一起跑线上，而不再是从零开始。

第三节　卖别人不卖的

19世纪中叶，在美国的加州发现了金矿，很多人都觉得这是一个千载难逢的发财机会，这其中就有一个美国17岁的小农民亚莫尔。

随着越来越多的人蜂拥而至，加州一时间遍地都是淘金的人。不但金子难淘，就连大家的生活都越来越艰难。因为当地气候很干燥，水源十分缺少，而淘金还是一个体力活儿，所以不少的淘金者不但没有圆淘金的美梦，相反却葬身此处。

亚莫尔和其他的淘金者一样都没有发现黄金，而且被饥渴折磨得半死了。有一天，亚莫尔听到一些人议论后突发奇想，淘金的希望十分渺茫，而找水的希望还是很大的；挖金子倒不如卖水。于是亚莫尔停止了淘金，开始找水，他把河水引过来，再进行过滤，变成饮用水，装到桶里，再拉到山谷中，一壶壶地卖给那些淘金的人。

当时有人嘲笑亚莫尔胸无大志，但是亚莫尔对他们的

话并不放在心上，因为在他看来，没有哪个地方的水可以像在这里，能卖到和金子般的价格。结果几个月后，大多数的淘金者空手而归；小农民亚莫尔却在很短的时间里靠卖水挣了6000美元，这在当时是相当可观的。

我们现在就是在网上开店淘金狂潮中的淘金者，你是否曾经想过，与其跟千军万马一起挤独木桥，跟大家死拼低价，还不如另辟蹊径，去当一位卖水者呢？

下面提供几种“卖水”的店铺，给大家参考一下。

一、摄影器材类

吴小姐2004年在淘宝网上开设了一家摄影器材专卖店，经营的商品曾经被朋友们断定为偏门而不被看好。然而，如今她经营的“东东小铺”，每年网络销售额超过70万元，而她个人在2005年也被评选为中国十大网商。

网络商店与传统实体店铺的最大区别在于，后者可以看见、摸到商品实物，而前者刚好相反，故网络商店的一个重要环节就是把最美的商品图片呈现给消费者。开店者必须拥有数码相机、摄影棚等各种摄影器材，才可以拍出好照片。因此，摄影器材在网上会有很大的市场。不过开这种店铺首先有充足的资金，有较好的货源，另外还要有一定的摄影专业知识。

二、店铺装修类

随着电子商务的发展，会有越来越多的人加入到网上开店这个行业里来，因此对店铺装修、图片设计等方面的需求将会越来越大。店铺装修类网店所需要的资金和成本都不多，也不需要去邮局发货，一切通过电脑就可以完成，但却需要具备非常高的专业知识，要懂得很多软件，要付出大量的脑力劳动。

三、邮政用品类

网上开店，绝大部分都是通过邮局、快递形式进行发货的，见面交易的很少。由于国家邮政的邮费低廉，而且辐射到全国每个角落，所以大部分商品都是通过邮局邮寄的。但是，邮局的纸箱、包装袋、邮票等价格都比较贵，而网上的邮政用品却比较便宜。因此，很多卖家都选择在网上购买，可以省下不少的邮寄成本。开这种店铺的关键是要有好的进货渠道（价格便宜），出货量大才有钱赚。

四、店铺规划建议类

就是专门针对你的店铺以及所销售的东西，对你店铺作出整体规划，提高销售业绩的建议。笔者自己也买过一份，受益不浅。目前类似的店铺很少，几乎看不到。如果你是一个资深的卖家，对网上开店的操作非常熟悉，对电子商务有较深的了解，对网络销售有自己独到见解的话，建议你开一个专为卖家服务的店铺。目的只有一个，帮卖家更好的提高销售业绩、帮助卖家推广店铺、赚更多的钱。

事物发展本无绝对，关键是在适当的时候做适当的事。淘金和卖水自然也不是绝对的。当卖水的人成了淘金者的时候，就会出现新的卖水者。谁是下一个卖水的呢？

第四节　进货渠道在哪里

在确定了自己的经营范围之后，就要去寻找物美价廉的货源。网上开店，进货是一个很重要的环节，不管是通过何种渠道寻找货源，低廉的价格是关键因素，找到了货源，你的网上商店就有了成功的基础。

一、主要进货渠道

网上开店因为手续简单，也可以随时根据自己发现的货源情况，确定自己的经营方向。对于我们来说，大致可以从以下几个渠道找到货源。

1．批发市场进货

这是最常见的进货渠道。如果你的小店是在经营服装，那么你可以去周围一些大型的服装批发市场进货，在批发市场进货需要有很强的议价能力，力争将批发价压到最低，同时要与批发商建立好关系，在关于调换货的问题上要与批发商说清楚，以免日后起纠纷。

我们可以从下面这些全国知名的批发市场内找到比较稳定的供货商。

（1）义乌市场。义乌小商品市场久负盛名，但是随着义乌的发展，一般的小单逐渐不被接受了，加上外贸的销售额不错，因此在义乌进货一般起订量较大。另外，义乌市场的饰品以外贸为主，一般档次较低，难以卖出好价钱。

（2）广东和上海一些市场。广东和上海市场的氛围不如义乌，很多是代理商，价格差异不明显，并且起订量也较大。

2．厂家进货

厂家进货也是一个常见的渠道。去厂家进货，可以拿到更低的进货价，但是一次进货金额通常要求会比较高，增加了经营风险。经营网店，最好认识在厂家工作的朋友，或者自己直接就是在厂家工作的，这样进货就没有任何问题了。另外，可以通过阿里巴巴联系一些厂家，这也是很方便的。

3．关注外贸产品或 OEM 产品

OEM 是 Original Equipment Manufacture（原始设备制造商）的缩写，它是指一种“代工生产“方式，其含义是生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的“关键的核心技术”，负责设计和开发、控制销售“渠道”，把具体加工任务交给别的企业去做的方式。这种方式是在电子产业大量发展起来以后才在世界范围内逐步形成的一种普遍现象，微软、IBM 等国际上的主要大企业均采用这种方式。

目前许多工厂在外贸订单之外，或者为一些知名品牌贴牌生产之外，会有一些剩余产品处理，价格通常十分低廉，通常为正常价格的 2～4 折，这是一个不错的进货选择。

4．买入库存积压或清仓处理产品

因为急于处理，这类商品的价格通常是极低的，如果你有足够的砍价能力，可以用一个极低的价格吃下，然而转到网上销售，并利用地域或时空差价获得足够的利润。所以，你要经常去市场上转转，密切关注市场变化。

5．寻找特别的进货渠道

如果自己工作的公司是生产商，完全可以考虑直接把产品拿来卖。如果你在香港或国外有亲戚或朋友，也可以

请他们帮忙，进到一些国内市场上看不到的，或者一些价格较低的商品。如果你住在深圳、珠海这样的地方，甚至可以办一张通行证，自己去香港、澳门进货。

6．许多厂家联盟的专营平台

现在，这样的服务正在进入成熟期，许多网站提供了相关服务。如我要打扮网，专门针对淘宝卖家作出了相关计划，提出0元钱开始创业方案，这些网站甚至提供送货等服务，基本上解决了卖家的后顾之忧，也没有资金积压的问题。

二、确定进货源头

不管我们通过什么渠道进货，最重要的一点就是低廉的价格，这也是卖家最关键的竞争力。要保证货物价格低廉，最重要的就是尽量从上游渠道进货，如果货物是经过了三手、四手，那么价格肯定不会低。

很多刚刚到网上开店的创业者，一开始并不能准确找到商品的上游批发商。因为即使在各大批发市场，批发商之间也有合作。有些批发商甚至从A批发市场批进商品，然后在B批发市场以批发的形式向外发货，这无疑会增加创业者的进货成本。要避免这种现象，就不要怕麻烦，一定多跑几个批发市场，不漏掉任何可能的机会，才能确定进货源头，避免上当。

淘宝网上的店主“阳光心情”，经营的是外贸服饰和内衣产品。她在2005年刚刚开店时，就走了一段弯路。开始她一直在商品销售商那里进货，这样商品倒了几道手之后，她的定价自然升高，留给自己的利润被摊薄，买主也根本不买账。好在一个月后，她敏感地察觉到了这个问题，并及时进行了调整。现在，“阳光心情”已经跟5个以上的一级批发商建立了良好的合作，商品以低价格批发到手，有了很强的竞争优势，而且自己也开始做起了批发。

可以说，寻找进货渠道是一项长期的工作，在这个过程中，我们一定要擦亮双眼，不要轻信批发商的花言巧语。下面这几条措施可以帮助喜欢从网上进货的朋友绕开陷阱，安全进货。

1．注意批发商提供的地址

如果是个人供应商的话，那进价可能就要贵些了．所以网上还是以公司的批发商居多的．而他们都会有一个固定的地址．你可以在Google或其他搜索引擎上搜一下，这样可以找到很多的信息。对这些信息应该认真核实，仔细看一下有没有漏洞．比如说，是否和供应商提供的公司名称相符。

2．注意批发商的实体公司名称

各地一般都有很多的网络黄页，可以在上面找到供应商的公司名称，去查一下，看看这家公司是否确实存在，是如何介绍商品的，是否和你进货的商品类型相符。另外，实体公司的名称还可以查相关营业执照，看看这个公司是不是确实注过册，而不是一个空壳公司。对于这样的信息，也可以去各地工商部门的官方网页查询，或者打电话去当地的工商部门查询。

3．注意批发商的电话号码

其实，通过电话号码可以查出来很多的问题。首先可以直接打对方公司所在城市的114查号台，去查一下这个号码的归属；其次，也可以去网上搜索这个电话号码，查看这个电话所对应的公司名称、公司地址等。

4．注意批发商提供的网址

如果供应商有自己的销售网站，那就要仔细地看看了，你可以多研究里面的商品，然后提出一些专业一点的问题。如果连提出来的问题都没有办法好好的回答的话，那么，这个公司的真实性就很值得怀疑了。所以问问题的时候，一定要问得尽量详细，是骗子总是会有漏洞的！

5．多与批发商联系

与批发商联系可以了解更多信息，在其中观察有没有疑点。其实这一点是很重要的，因为从和批发商的交谈中，你可以了解到很多的问题，例如进货渠道有无保证；是否有实体商店；是否可以在当地当面看货以及他对货品的了解程度等。

6．注意批发商提供的汇款途径

如果是从网上进货的话，就一定会存在汇款问题，那么用什么方式汇款，也是可以查到很多疑点的。一般来说，正规实体公司进行网络批发的时候，应当提供公司账号而不是个人账号。另外，也应该就汇款方式多和供应商谈，有的供应商也是同意通过支付宝汇款的，这样可以省下手续费。

成功故事1：网上居然开餐厅

阿欣高考落榜后，自费上了一所民办大学，毕业后难以找到与专业对口的工作。无奈之下，只好到广州一家专门为外国人开的酒吧做侍者，薪水加小费，每月也有近2000元的收入。

一天，阿欣给在电脑公司就职的男友送午餐，当时饭盒一打开，色香味俱佳的菜肴和广州人爱喝的靓汤马上引起了男友同事们的纷纷夸赞。阿欣在欣喜之余突然悟到：现代人的生活节奏快，工作压力也很大，写字楼里的白领们根本无暇准备午餐，往往只随便吃点小吃，或去麦当劳、肯德基等快餐店，这样既不经济也不实惠，如果能将精心制作的配餐和营养丰富、热气腾腾的家煲靓汤及时地送到这些工作繁忙的白领们面前，一定会有市场！

阿欣为这个想法兴奋不已，她准备利用自己出色的厨艺，在一个公司林立的商业区开家餐饮店，可是广州繁华地段的房租贵得惊人，一个不大的店铺每月都要2万元，如此做起来她的小店很可能入不敷出。这时，阿欣的男友为她出谋划策，据他说，有一个不需要投资的经商方法，对想当老板但又苦于缺少资金的年轻人很适用，那就是“零成本网上创业”。网上开店的最大好处是无需租店面和仓库，省去了实体店应缴的一切费用，只要你是一个合法网民，有需要出售的物品，都可以在互联网上过一把老板瘾！对互联网并不陌生的阿欣听了男友的点拨后茅塞顿开。

于是她辞去酒吧的工作，决意做个“网上老板”。萌发了开间网上餐厅的大胆念头后，阿欣查阅了大量的食谱，为顾客精心设计出20多种不同风味、搭配合理的套餐。她准备了一台二手笔记本电脑，配上调制解调器，联上了互联网。男友为阿欣制作了一个精美的网页，经过半个多月的准备，一个“网上快餐店”终于开始营业。那一天，阿欣的心激动得“怦怦”跳个不停。

阿欣印了3000张折叠式加香名片，外层有“网上餐厅”的网址和电话，展开后又会有各式各样的套餐和靓汤名字映入眼帘。阿欣将这些名片散发到市区内一幢幢摩天写字楼里之后，就开始坐在家里的电话机旁，盯着电脑屏幕期盼着订餐邮件或电话的到来。忐忑不安地苦苦守了一天，却没有盼来一份网上订单！她只得把当天下了很大功夫制作的套餐和靓汤全部倒掉。

漫长的三天熬过去了，心急如焚的阿欣终于等来了第一单生意。渐渐地，网上订餐的人增多了。三个月后，一到中午，阿欣房间里的电话铃声就此起彼伏，应接不暇，订餐的邮件有时简直能挤满她的电子邮箱！随着时间的推移，已经有近30家公司成了她的“网上快餐”店的长期订户。后来，阿欣又雇了10多名上门送餐的员工，并请了两位厨师按她的设计做出不同档次的套餐和靓汤。为了保证质量，她严格控制每天只制作600盒快餐，另外，搭配着每盒快餐，还赠送给顾客一款任选的家汤。

每周一，阿欣就把一周的配餐计划发布在网页上，每天按时上网接收订单。她每天早上五点就去菜市场精挑细选原料，回来后严格按食谱配料，烹制过程一点都不敢马虎。因为这个聪颖的女孩深知，广州人“嘴刁着呢”，家汤煲得缺一点火候，白领食客们马上就能吃出来。在网上做生意，诚信千万不可忽略！一定要讲究信誉度，这样才能够招揽稳定的客户。有一次，一位订户接到快餐，嫌送餐员工用的时间长，饭都不太热了，于是就不满地发了一封邮件给阿欣。阿欣看到后，当即骑上摩托车，亲自将一份冒着热气的“精品套餐”和靓汤免费送到对方手上，并诚恳地代表手下员工向那位小姐赔礼道歉。这件事传开后，她的“网上餐厅”在白领食客中更是声名鹊起。

现在除去成本和员工开支，阿欣的“网上餐厅”每月已至少有1万元的毛利。如今的阿欣正全力筹备建立一个餐饮娱乐网站，开启一扇更壮美的创业之门。

成功故事2：绣出美丽明天

每天1000人次以上的点击率，每月平均3000元以上的盈余，这就是一个25岁的普通女孩所创造的令人羡慕的数字。她叫小文，在网上经营着一家名叫“小文子十字绣”的店铺。如今，她店里的在线商品已接近3000件，月销售量最高时曾跻身全国网店前10位。

与很多同龄的上海女孩一样，小文从小喜欢DIY（自己动手），一方面可以满足自己追求时尚的欲望；另一方面也能给自己以成就感。因此，十字绣风靡之始，她自然也爱不释手。2002年初，上海滩上经营十字绣的小店还屈指可数。为了绣出一个个可爱的手机套、杯垫等作品，她只能时常光顾网上的十字绣社区，并在那里买进一些合适的绣线。慢慢的，看到十字绣社区的人气越来越旺，网上卖绣品的商家又络绎不绝，她也萌生了同样的念头。

于是，她试着在网上挂出一些帖子，称自己有不少颜色的绣线。很快，陆陆续续有网友主动找上

门来求货。接着，她在网上找到一家地处苏州昆山的批发商，可是批发商只接受1万元以上的大额订单。于是，小文亲自跑了一趟昆山，拎着价值1万元左右的绣线回家了。

回家后，家里人责怪她，认为她此举风险太大。小文此时的每月工资不过2000元左右，1万元是她省吃俭用近一年的积蓄。为此，小文着实郁闷了一阵子。

积少成多的销量却慢慢地提升着小文的信心。1万元的绣线，最终在3个月内被卖完。小文算了算账，扣除成本，一共盈利1000多元。首战告捷后，小文便添置了扫描仪和打印机。"看到绣品有销路，我的胆子开始大了，进货的量也多了。另外，用了扫描仪，我上传样品的速度也更快了。"

过了几个月，小文发现，自己进货的频率开始加快。原来1万元的绣线，一个半月内就所剩无几了。这意味着，她每月的盈利也在不断攀升。

"看到十字绣的买卖渐入正轨，我萌发了自己开店的念头。在考察我们家附近的行情后发现，开店的租金加装修成本，先期投入至少要10万元以上，我手头一下子拿不出这么多的钱。这时，朋友提醒了我，不如先在网上开家店试试，如果运转情况好的话，到时再正式租个门面，开店也不迟。"

2002年的秋天，一家名为"小文子十字绣"的店铺在易趣网上开张了。"当时，易趣的普通店铺几乎不收月租，上传1件商品的收费为0.1元，且商品成交后也不收手续费。算下来，每个月付给网站的费用不到100元。比起现在的网站标准，真是便宜啊。"

告别了无证经营的时代，小文每天的生活也更加忙碌了。白天，她要赶到公司上班，利用空闲之时上网，关心一下订单情况。晚上，她又要忙着上传商品的图片，整理货物填写邮寄单，生活紧张而快乐。

网络时代，开店经营的游戏规则也是新鲜的。对于买卖双方而言，越早开始网上交易的，其信用度的累积自然也就越高。

网上开店最基本的就是讲信用，好评可以顺水推舟，而差评则有"众口铄金，积毁销骨"的力量。每次网上交易后，买卖双方都可以通过作出信用评价来相互评分。而且，每个网店卖家都有一个关于诚信的记录，买家都可以看到卖家以前的销售状况以及别的买家对卖家的评价。不诚信的人很难在网络上经营下去，而诚信卖家的商品价格高些都有人要。

为了迅速累积信用度，小文动了一些小脑筋。她找了一些同样是新手的卖家，彼此买对方的商品，并互相给予对方好评。然而，此举很快被网站察觉，小文险些被扣掉信用值。

一计不成，她再生一计。在卖十字绣针线的同时，依靠卖一些价格较低的小件商品来迅速累积信用度。比如几元钱的钥匙环、手机小挂件等等。细心的小文平日里就喜欢淘点小东西，一淘到好东西，她便多买一些挂到网上。不久，小文店铺的点击率上去了，交易量也上了一个新的台阶。

"十字绣这东西，做的大部分是老顾客的生意。她们中的多数人，对十字绣的绣法技巧不甚了解，只要有耐心，她们自然会来买你的绣线。朋友介绍朋友，生意自然

会越来越好的。”又过了半年，小文每月的净收益已稳定在1000元以上。

随着绣线、绣图品种的不断翻新，小文也不得不考虑成本问题。当时，易趣网有普通店铺与付费店铺两种。前者每月不收月租，上传1件商品的收费为0.1元；后者每月需交给网站50元的月租，不过上传商品的收费更为低廉。由于小文的交易量越来越多，显然后者更利于降低成本。因此，她很快又申请了一家付费店铺，加上原有的一家普通店铺，小文便有了两家网店。

“可惜的是，付费店铺是不能做推荐位广告的，所以我在普通店铺登出几件商品，目的就是做推荐位，然后在商品介绍里打了付费店铺的链接，这样就把客户拉到付费店铺买东西了。”

依靠两家网店的互补，“小文子十字绣”的知名度越来越大。到2004年10月，小文的两家店铺每月最高的净收益已超过5000元。为此，她经常熬夜整理订单、填补货品，天天累得腰酸背痛。“虽然人辛苦了点，但看到源源不断的订单，精神上的满足感是无法形容的。”

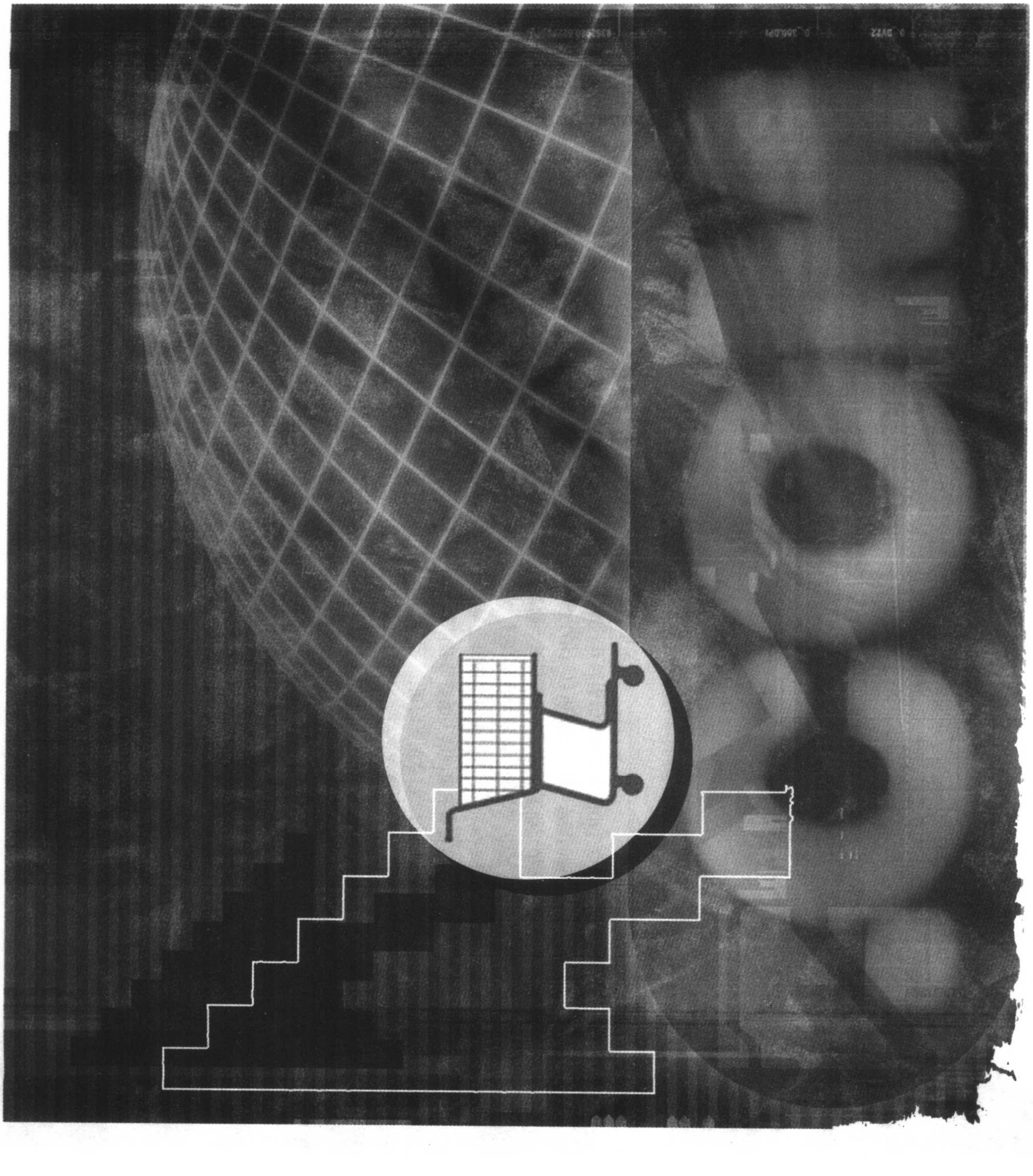
然而好景不长，易趣网突然大幅调高了租金的收费标准，小文两家店的月支出由原先的200元左右，猛地上涨至近千元。一些店主因承受不了租金的压力，纷纷转投刚刚兴起的淘宝网。此时，小文同样面临艰难的抉择：如果放弃易趣网上的两家店铺，无疑将损失辛苦积攒的人气和信用度（此时小文的信用度已经达到钻石级，好评率高达98%）；如果坚守下去，每月收支盈亏的天平将可能发生逆转。

思前想后，小文决定走出尝试性一步：先在淘宝网上开出自己的第三家店，将原来易趣网店上的商品及客源慢慢转移过去。一旦原有的两家网店出现亏损，便立即关门大吉。如此一来，小文便成了三家网店的老板娘。

两个月后，易趣网的两家老店均出现亏损；而她淘宝网的新店，已被许多老客户所熟知。于是，小文当机立断关了两家老店，一心一意经营起淘宝网上的新店。“虽然关掉老店，起初有点舍不得，但后来想想开店最实际的问题还是盈利。这几年的磨练让我不再感情用事。”

经过近半年的潜心经营，“小文子十字绣”在淘宝网中又打出了一片新的天地。店里的商品已扩充至3000件，月销售额排名十字绣同类店铺的前10位。看来，在网络店铺这幅绣图中，小文将绣出更新更美的明天。

（案例来源：EC中国）



第三章　把网店开起来

第一节　到哪里开店最合适

目前，在网上创业中，应用最普遍的依然是通过大型网站注册会员开店的方式。创业者通过注册成为某大型网站注册会员，然后依靠其网站设立店铺。期间，创业者需要支付某些费用。这种形式就好比在某个大型商场里租个店面或者柜台进行销售，需要依赖该商场的影响力。因此，选择符合销售物品特点的大型网站对于创业者的创业之路至关重要。

最近几年，国内这类提供网上开店服务的网站发展蓬勃，尤其是美国电子商务公司 eBay 注资易趣网，使国内此类市场异常活跃。以下就列举几个大型的该类网站，它们各有各的优势，各有各的特点。创业者需要根据自己的实际情况综合分析选择网站，这将使你的创业之路事半功倍。

一、淘宝网（www.taobao.com）

淘宝网是国内领先的个人交易网上平台，由全球最佳 B2B（商家－商家）公司阿里巴巴公司投资 4.5 亿元创办，致力于成为全球最大的个人交易网站。

淘宝网，顾名思义——没有淘不到的宝贝。自 2003 年 5 月 10 日成立以来，淘宝网本着诚信为本的准则，从零做起，在短短的半年时间，迅速占领了国内个人交易市场的领先位置，创造了互联网企业的一个发展奇迹，真正成为有志于网上交易的个人的最佳网络创业平台。

淘宝网倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化。在为淘宝网会员打造更安全高效的商品交易平台的同时，也全心营造了互帮互助、轻松活泼的家庭式文化氛围，让每一笔在淘宝网进的交易更迅速高效，并在交易的同时，使大家交到更多朋友。因此，淘宝网已经成为越来越多网民网上创业和以商会友的优先选择。

淘宝网的创立，为国内互联网用户提供了更好的个人交易场所。它凭借迅速发展以及在个人交易领域的独特文化，荣获了财经时报与搜狐公司 2003 年度评选的国内 10 大最佳投资的荣誉。

在 C2C（个人—个人）类网站中，淘宝网目前占据约 70%的份额。

淘宝网的优势在于：自成立以来一直坚持免费的策略。因为中国个人电子商务市场的发展还远未成熟，淘宝网通过大量的投入和免费的策略，不断普及网络购物的概念，加大并完善以“支付宝”为代表的电子商务诚信体系和安全体系的建设，回馈目前上千万网络交易的先行会员，并不断地扩大网络交易的人群总体数量。

二、eBay 易趣网（www.eBay.com.cn）

eBay 易趣网1999年于上海创立，是目前全球领先的中文网上交易平台，提供C2C与B2C（商家－个人）的网络平台的搭建与服务。2002年3月，易趣网获得美国最大的电子商务公司eBay 的3000万美元注资，并同其结成战略合作伙伴关系。2003年6月，eBay 更向易趣网追加1.5亿美元的投资。在eBay 易趣网出售物品，需要支付商品的底价设置费、物品登录费、交易服务费及广告增值服务费。

在eBay 的平台上，跨国贸易已占到15%。这也是未来电子商务的发展趋势之一。从中国的网民结构来看，这也是一个强烈的信号。由于中国网民结构的主体是学生，他们掌握了基本的英语技能。在未来，他们可以通过eBay的平台与全球一亿多用户和32个国家和地区来进行跨国贸易。对寻求更大发展的用户来说，eBay 的这种优势是十分诱人的。

eBay 易趣网与eBay 的技术平台的对接也将国内用户推向了“诚信”的国际轨道，这一措施确实保障了网上拍卖的基础。

eBay 的优势还在于它的网上拍卖方式非常灵活多变。不仅满足了用户不断增长的个性化的需求，同时也吸引了广泛的公众关注。在美国，用户拍卖限制的领域较小，有用户拍卖过假牙，也有用户高价拍卖中国古董。在eBay上，你可以找到“到英国女王的城堡住上一周”这样的商品，甚至还有人拍卖一座小镇。

而国内的eBay 易趣网受政策限制较多，有26种物品被禁止拍卖，淘宝网同样也有35种物品被禁止拍卖。尽管如此，eBay 易趣网仍给了用户更多的拍卖空间。eBay易趣网的劣势主要在于对中国市场还不十分熟悉，看不清中国未来市场的主体，不过，因为eBay 易趣网提供了丰富详尽的外贸交易教程，如果你打算跟老外做生意的话，eBay 易趣网是个不错的选择。

易趣网的客户服务队伍每天24小时监控网站上的新登物品，还要解答用户问题，记录用户建议，并跟踪成交情况以保证交易顺利进行。

来看看资深网友对易趣网和淘宝网的评价吧。

1．店铺页面设计比较

淘宝网的店铺页面更具条理性和人性化，除此之外，各种数据或资料的修改也比较方便。在用户的管理页面上，淘宝网都是一目了然的，即使是新手，也基本能看懂，各种操作相对来说也简单很多；而易趣网相对来说就显得有些杂乱和步骤繁杂了。比如登录一个物品，淘宝网只要4步，打开4次网页即可，而易趣网则多达7步。

2．辅助工具的比较：

在淘宝网上只要有旺旺和淘宝助理基本上就够用了，都比较简便易懂；而易趣网上的SKPE和小精灵、易趣网销售助理，我至今还没有把它们的功效发挥出来。

3．人性化方面比较

这里我特别要说的是，易趣网上很多地方我都还弄不清楚，因为我总登录不了社区。淘宝网上的社区办得相当火热，是大家必去之处，在那里你很容易找到你想要的知识，例如如何开店、如何装修、如何销售、各种素材……应有尽有。在淘宝大学里，你可以找到你想要的与网络销售有关的一切。大部分人都通过社区来宣传自己，结交朋友。易趣网也有大学，我也如法炮制地想在易趣网的社区中寻找自己想学的东西，但经常遇到打不开网页或社区登录不成功的情况。

4．易趣网与淘宝网买卖双方的性格比较

有易趣网的朋友说淘宝网上的买家火气比较大，拍了不买的人多。以我在淘宝网上的两个月（中间停了一个月）的经营历程来说，我并没有觉得淘宝网的买家脾气不好哦，不过，拍了不买的人我也遇到过几个。同样，我在易趣网上第一桩生意就遭遇了拍了不买的情况。可见，网上拍了不买的买家到处都会有呢。

三、拍拍网（www.paipai.com）

拍拍网是腾讯旗下电子商务交易平台，网站于2005年9月12日上线发布，2006年3月13日宣布正式运营。

拍拍网依托于腾讯QQ超过4亿的庞大用户群以及1.7亿活跃用户的优势资源，具备良好的发展基础。拍拍网运营满百天即已进入“全球网站流量排名”前500强（据Alexa数据），并且创下电子商务网站进入全球网站500强的最短时间纪录。

2006 年 9 月 12 日，拍拍网上线满一周年。通过短短一年时间的运营，拍拍网成长迅猛，已经与淘宝网、易趣网共同成为中国最有影响力的三大C2C平台。截至拍拍网满一周年，注册用户数已超过 2500 万，在线商品数突破 500 万件。拍拍网凭借丰富多样的商品类别和高人气的互动社区，成为深受国内网民欢迎的 C2C 平台。

拍拍网目前主要有网游天地、女人街、数码城、运动馆、书籍音像、QQ 特区、特价哄抢等七大频道，其中的QQ特区还包括QQ宠物、QQ秀、QQ公仔等腾讯特色产品及服务。拍拍网还拥有功能强大的在线支付平台——财付通，能为用户提供安全、便捷的在线支付服务。

基于腾讯公司构建一站式“在线生活”的整体战略，拍拍网定位于“中国电子商务的普及者和创新者”，通过不断努力降低电子商务门槛、把电子商务在中国的全民普及和发展作为自身的使命。结合腾讯 QQ 以及腾讯其他业务的整体优势，拍拍网在经营理念、产品技术等方面提出了很多创新，并得到了业界的广泛认可：

● 创新的服务理念：沟通达成交易（Communication to commerce）；

● 创新的产业模式：构建多元化多层次的“在线商圈”；

● 创新的产品技术：“边聊边买”专利技术、抵押金安全拍卖系统、买卖信用分离制度；

● 创新的市场营销：新兴的 QQ 关系链游戏营销。

对三个最主要的开店平台有了一定的了解之后，那么到底哪一家网站的条件最优厚？哪一家才是最佳的选择呢？

这三家网站都属于国内数一数二的大型网络公司，各有支持者也各有优缺点，在下面的表格中，本书为你列举了这三家网站主要的相同点和不同点，你可以根据自己的实际情况，选择合适的网站开店。

三家拍卖网站情况比较

	淘 宝 网	eBay 易趣网	拍 拍 网
基本情况			
提供服务商家	阿里巴巴	美国 eBay	腾讯
服务网站地址	http://www.taobao.com/	http://www.eBay .com.cn/	http://www.paipai.com/
注册账户类型	电子邮箱	电子邮箱	QQ 号码
商品销售方式	拍卖、一口价	拍卖、一口价	拍卖、一口价
店铺开设条件	通过个人实名认证并发布 10 件商品即可免费开店	可直接登记使用	绑定手机可销售 3 件商品，实名认证后可以直接开店
店铺创建费用	免费	免费	免费
店铺租用资费	免费	免费，另有每月租金 150、500 元的高级店铺可供选择	免费
商品登录费用	免费	根据销售方式与设定的价格不同，收取 0.05 元到 50 元不等。登录为只显示在店铺里和物品列表与搜索结果最后的仓储商品可免费	免费
交易服务资费	免费	收取商品成交价的 0.25%到 2%不等。自 2005 年 9 月 1 日宣布使用贝宝安付通交易可免交易服务费，但原公告称至 12 月 31 日止，而目前仍然执行中	免费
其他服务费用	暂无	使用特色服务功能，有复杂的计费方式	暂无

	淘 宝 网	eBay 易趣网	拍 拍 网
支付服务			
支付服务名称	支付宝	贝宝	财付通
提供服务商家	阿里巴巴旗下支付宝公司	美国 eBay 公司全资子公司 PayPal	腾讯公司财付通网站
支付服务地址	https://www.alipay.com/	https://www.paypal.com/cn/	https://www.tenpay.com/
安全支付方式	√	配合原易趣安付通服务	√
即时到账汇款	收款每天限 500 元，付款每天限 500 元	个人实名认证前限总额 5000 元。	收款每天最多 2 笔，每笔不能超过 2500 元，付款每天限 2000 元
可充值的银行	工商银行、招商银行、建设银行、农业银行、上海浦东发展银行、民生银行、兴业银行、深圳发展银行、广东发展银行	工商银行、招商银行、建设银行以及银联电子支付	工商银行、招商银行、建设银行、农业银行、上海浦东发展银行、民生银行、兴业银行、深圳发展银行
充值到账需时	马上到账	马上到账	马上到账
可提现银行卡	招商银行、工商银行、建设银行、农业银行、交通银行、民生银行、中信实业银行、光大银行、农村合作信用社、上海银行、华夏银行、中国银行、兴业银行、广东发展银行、深圳发展银行、深圳商业银行、杭州商业银行、上海浦东发展银行	工商银行、招商银行、建设银行、农业银行、中国银行、交通银行、上海浦东发展银行、中信实业银行、民生银行、兴业银行、光大银行、深圳发展银行、华夏银行、广东发展银行、上海农业信用合作社	招商银行、工商银行、建设银行、上海浦东发展银行、农业银行、民生银行、深圳发展银行、兴业银行、深圳商业银行、中国交通银行、中信实业银行、光大银行、农村合作信用社、上海银行、华夏银行、中国银行、广东发展银行
提现到账需时	工商银行、招商银行、建设银行、农业银行、兴业银行、民生银行、深圳发展银行、上海浦东发展银行 1-2 个工作日到账，其他银行账户 2～5 个工作日到账	2～5 个工作日	工商银行、招商银行 1～2 个工作日到账，其他银行账户 2～10 个工作日内到账

	淘 宝 网	eBay 易趣网	拍 拍 网
即时联系工具			
即时工具名称	旺旺	Skype	QQ
工具下载地址	www.taobao.com	pages.eBay .com.cn	www.qq.com
易用性			
顾客操作界面	优秀	一般（离友好仍有距离）	尚可（部分功能与服务有待提高）
顾客帮助文档	一般（不够全面）	差（链接错误严重）	一般（不够全面）
店铺管理界面	尚可（部分功能与服务有待提高）	一般（功能、服务配合不够紧密）	尚可（部分功能与服务有待提高）
店铺帮助文档	一般（过份依赖社区）	差（链接错误严重）	一般（文字说明有待改善）
评　点			
	淘宝网拥有目前同类网站中最多的商品、最高的人气，而且开设店铺与相关的功能服务一切免费，网站上服务顾客和商家的各项功能也都比较友好，使用操作过程中会感到很顺手，可以说是个人用户网上开店的最佳之选	eBay 在国外拥有同类网站中不可取代的位置，但 eBay 易趣目前正在下滑。这与其仍部分收费有关之外，网站上各项功能和服务也不够友好，易用性较差	拍拍网在功能、服务各方面与淘宝网都非常相似，唯一的不同是限制更少、条件更优厚。而除此以外，由于推出的时间不长，还有待进一步发展

第二节　拥有一个完全属于自己的商城

如果你不愿意使用电子商务平台给你提供的服务，也可以自行构建一个真正全面的，完全属于自己的网上店铺。这样，就会显得非常专业。特别是当你的小店开始做大了的时候，建立自己的网站也是必然的发展需要。

构建网站是一件比较复杂的事情，先来了解一下域名和空间吧。

一、网站的域名和空间

1．域名

（1）什么是域名

从技术上讲，域名只是Internet中用于解决IP地址对应问题的一种方法。Internet域名是Internet网络上的一个服务器或一个网络系统的名字，在全世界，每个网站的域名都是唯一的。

域名的形式是以若干个英文字母和数字组成的，由"."分隔成几部分。如ibm.com就是一个国际域名。而无论是国际或国内域名，全世界接入Internet网的用户都能够通过它准确无误地访问到。

从商界看，域名已经被誉为"企业的网上商标"。域名的重要性和价值，也已经被全世界的企业所重视。即便是在互联网刚刚为人所知的1998年，一个月内，世界上便有179331个通用顶级域名被注册（据InterNIC资料），平均每天注册5977个域名，每分钟25个!

（2）为什么要注册域名

Internet域名如同商标，是你的标志之一。每天，人们都在飞快地注册域名。在美国，连街头上的小百货店和小加油站都在注册他们的域名，以便在网上宣传自己的产品和服务。作为有头脑、有远见的商人，越早行动，越有可能获得你所需要的域名。

（3）什么是域名抢注

由于域名和商标都在各自的范畴内具有唯一性，并且，随着Internet的发展，从企业树立形象的角度看，域名又和商标着潜移默化的联系。许多企业在选择域名时，往往希望使用和自己企业商标一致的域名。但是，域名和商标相比，唯一性又更加强烈。下面举例说明。

同样持有Panda（熊猫）注册商标的熊猫电子集团公司和北京日化二厂之间出现过域名注册中的冲突，按照《中国互联网络域名注册暂行管理办法》规定，两家公司都有权以panda为域名注册，但是panda.com.cn只有一个。那么，在域名申请都符合《中国互联网络域名注册暂行管理办法》规定的情况下，按照"先来先注册"的原则处理申请。北京日化二厂先申请了panda.com.cn，而熊猫电子集团公司在北京日化二厂已注册成功，并且网站已经开通后，才提交panda.com.cn域名的申请，其结果是熊猫电子集团公司已经无法以panda.com.cn作为自己的域名了。

从上面这个例子不难看出，熊猫电子集团虽然仍旧可以卖熊猫牌电器，但是，该集团恐怕永远也无法让他的用户看到属于他的 www.panda.com.cn 网站，这无疑是一个永久性损失。

（4）如何注册域名

国内有很多提供域名注册的服务商，我们可以挑选资格比较老、收费也不高的一些。域名使用费平均大概每年50元左右，这一点千万要记住，不要被服务商欺骗。

2．空间

通过前面的讲述，我们可以知道域名其实就是房子的门牌号，人家通过这样一个门牌号就能顺利找到我们。同时，我们也可以说，空间就是我们建造房子时候所使用的地皮。

空间是用于存放网站程序或网络文件的，目前多为虚拟主机。虚拟主机是使用特殊的软硬件技术，把一台计算机主机分成一台台"虚拟"的主机，每一台虚拟主机都具有独立的域名和IP地址（或共享的IP地址），具有完整的Internet服务器功能。在同一台硬件、同一个操作系统上，运行着为多个用户打开的不同的服务器程序，互不干扰；而各个用户拥有自己的一部分系统资源（IP地址、文件存储空间、内存、CPU时间等），虚拟主机之间完全独立。在外界看来，每一台虚拟主机和一台独立主机的表现都是完全一样的。从使用意义上说，就是指空间提供商在自己的服务器硬盘上为您开辟一块空间，存放您的网站，并保证服务器的稳定性。

一般来说，国内现在对空间的收费都是以兆计费，大概每兆每年收费1元，200兆的空间使用费就是200元/年。

我们挑选空间提供商的时候，除了价格之外，还有两个考虑因素。即访问速度以及稳定性。访问速度太慢自然是会影响生意的，有多少顾客愿意等好几分钟才能打开你的店铺呢？如果稳定性太差，除了影响生意之外，还很容易让顾客对你失去信心。

二、网站的外观和功能

1．利用商业模板

拥有域名和空间以后，就要开始制作网站了。制作网站是一个艰辛的过程，你需要有技术，还需要有优秀的美工基础。

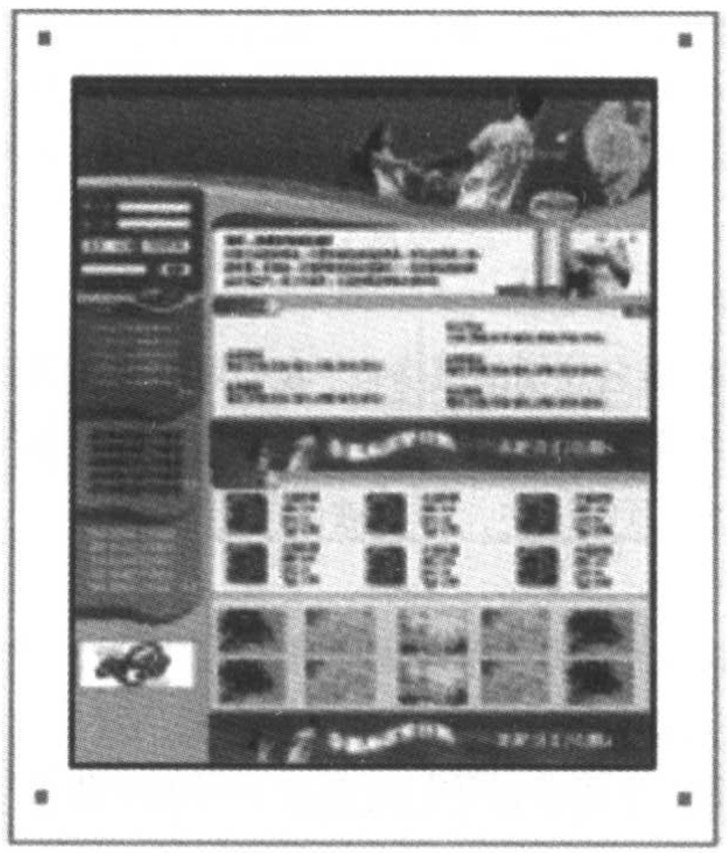
有没有又快捷又廉价的办法，就能做出漂亮的网站呢？

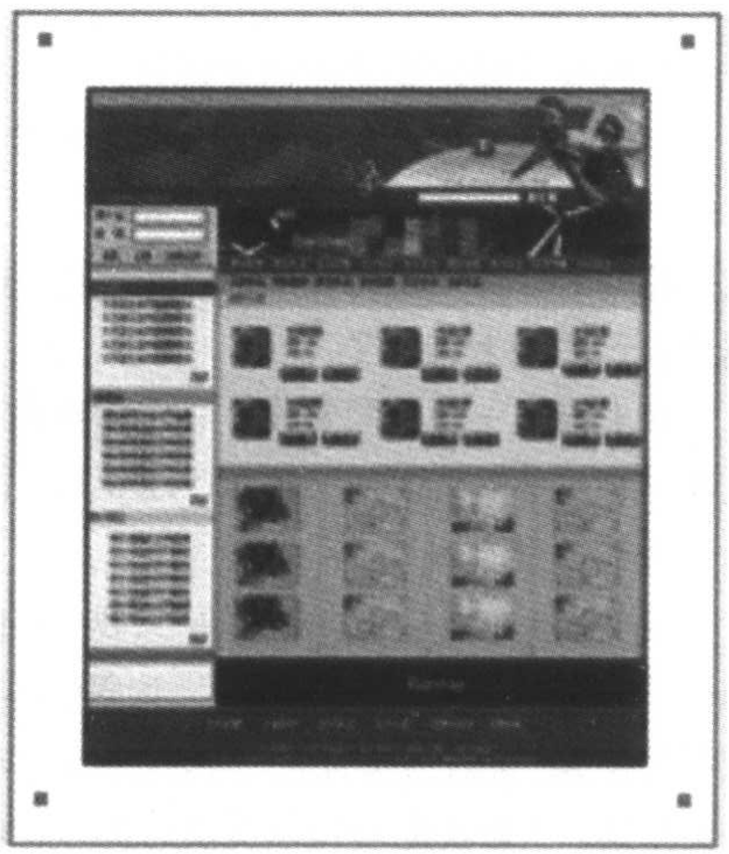
当然有，那就是使用商业模板。

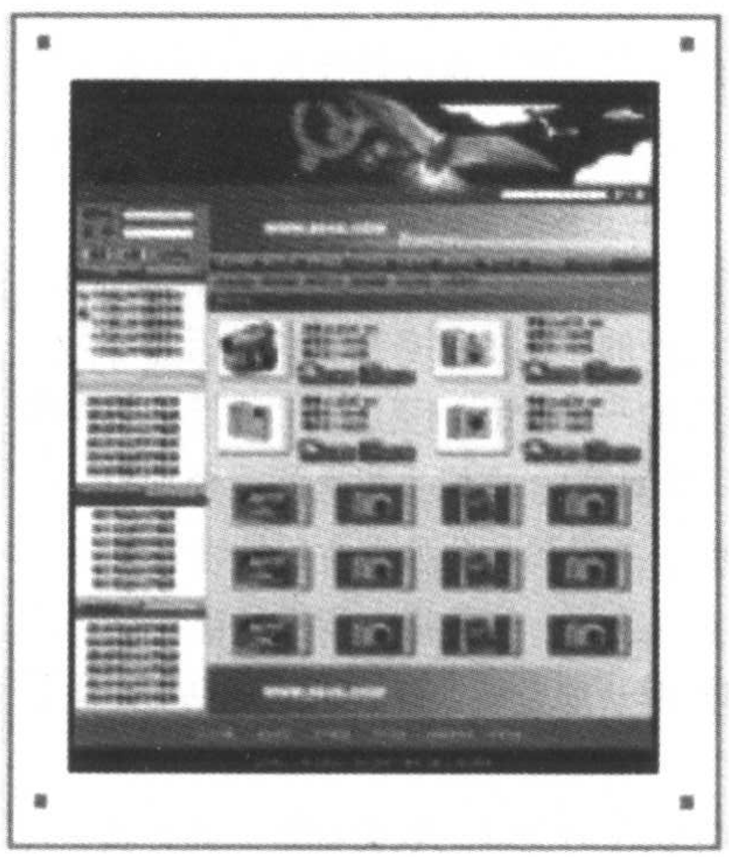
商业模板是指商家把网站框架做好了，并附带各种各样的功能，你要做的就是往里面填写内容。这样，你也许只要花几十分钟就能拥有一个界面漂亮、功能健全、完全属于自己的网上店铺了。

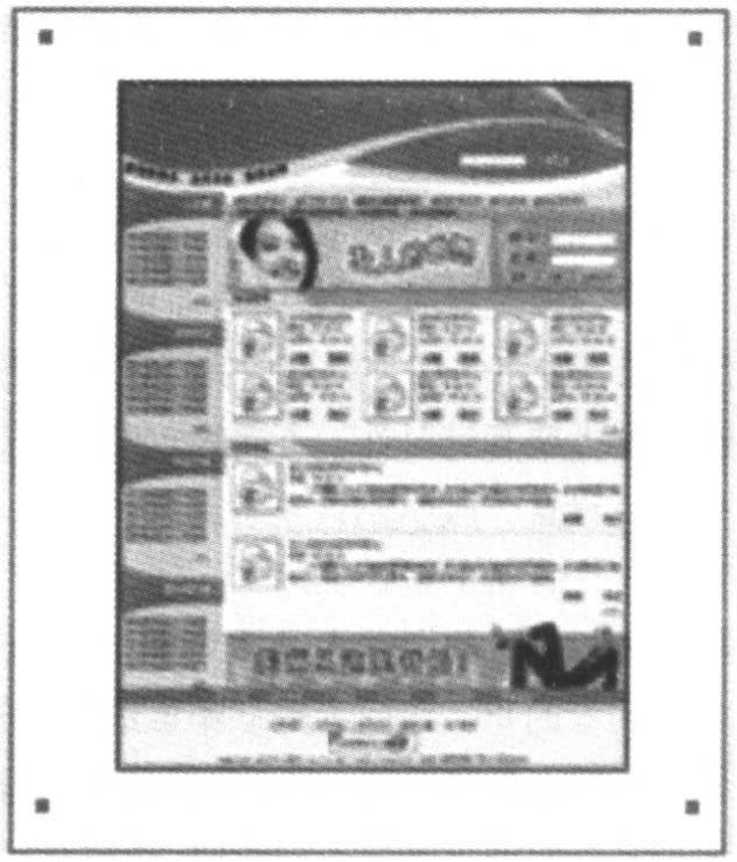
商业模板一般都需要收取一定的费用，当然收费标准也不一样，一般来说是一年200~500元，这样算下来，比请专人制作便宜多了。

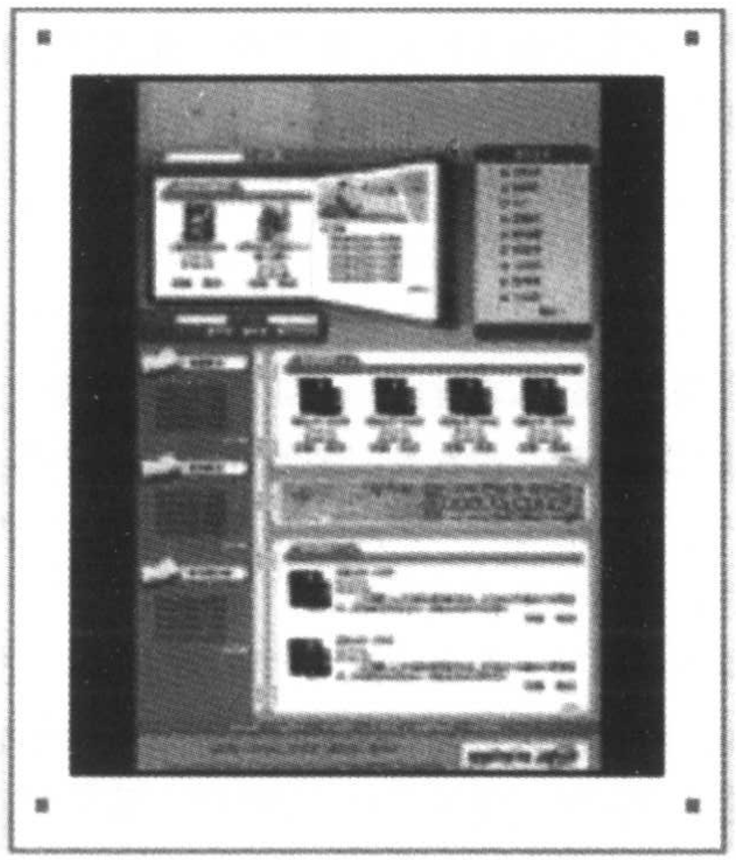
这类模板使用起来非常方便，只要去提供模板的网站注册一下，就可以开始免费试用了，如果试用期内不满意，可以不用付费。最吸引人的是，网站会提供多套模板，适用于各类商铺。下面就是8848网提供的8848eStore模板范例。











2．完善网站功能

一个网上商店建设好后，我们除了要日常维护站点之外，还要做什么呢？

很多站长往往认为自己有了精美的网上商店设计、先进的技术应用、丰富的内容，访问量就一定会上升，但当中他们可能忽略了最重要的因素——与访问者多沟通。我们可以看到，当市场要推出一个新产品的时候，生产商往往要先做市场调查，看看人们需要什么样的产品，然后才开始生产；产品推出后，又要收取反馈信息，对产品进行改造，进一步迎合客户的需要。

看看我们的网上商店，有没有和我们的客户交流意见的功能呢？还是闭门造车，自己想做什么就做什么呢？很多站长花了很多时间建立了一个好站点，可是访问量始终上升不了，访问者回头率不高，这当中的原因就在于，他们不了解顾客需要什么。

如果不了解访问者的想法，只按照自己的思路去发展，脱离了顾客，网上商城只能是空中楼阁。那么，我们怎样才能知道访问者的想法呢？利用一下网络的互动功能吧。

（1）制作一个留言簿

如果别人对你的站点有什么意见，可以在留言簿上发表。经过了解，很多访问者看了某个站点后，如果觉得这个站点缺少什么，自己想看什么，通常都会在第一时间看看站点哪里有留言簿，然后就在那里留下意见，期望站长能提供自己想要的东西。

（2）在明显的位置摆上联系方法

这个联系方法通常是你的电子邮件地址，有些人为了方便业务来往，也会放上自己的公司地址、联系电话。对访问者的邮件要答复及时，最好是在邮件服务器上设置一个自动回复的功能，这样能够使访问者对商店网站的服务有一种安全感和责任感。

（3）申请投票调查的程序

投票调查程序可以帮助你了解访问者的喜好。现在很多站点都可以申请投票程序，它是十分简单的网上商店交互程序，用户只需要点击一下就可以完成，十分方便。但调查内容在设置上要有针对性，不要搞一些空泛的问题，也可以针对热点设置，吸引别人来看结果。

（4）申请一个详细的统计程序

统计程序可以充分利用程序记录文件，分析访问者的行踪，比如访问者的IP，访问者是从哪里进入你的站点，哪个时间段访问的人最多等等。一个良好的用户统计程序对经营者分析站点的情况有很大的帮助，可以从一个侧面了解到访问者的喜好，对自己的站点有一个清楚的了解，有利于及时改变网上商店的内容。

三、办理ICP经营许可证

最后，还要特别提醒大家的是，别忘了去办ICP经营许可证。

根据中华人民共和国国务院令第291号《中华人民共和国电信条例》、第292号《互联网信息服务管理办法》（简称ICP管理办法），国家对提供互联网信息服务的ICP实行许可证制度。ICP证是网站经营的许可证，根据国家《互联网信息服务管理办法》规定，经营性网站必须办理经中华人民共和国增值电信业务经营许可证（经营性ICP证），否则就属于非法经营。违反本办法的规定，未取得经营许

可证，擅自从事经营性互联网信息服务，或者超出许可的项目提供服务的，由所在地电信管理机构责令限期改正。有违法所得的，没收违法所得，处违法所得3倍以上5倍以下的罚款；没有违法所得或者违法所得不足5万元的，处10万元以上100万元以下的罚款；情节严重的，责令关闭网站。

那么，如何办理ICP经营许可证呢？

你需要到当地通信管理部门申请ICP经营许可证或备案。通信管理部门是指各省通信管理局、市通信管理局、市通信行业管理办公室。可以先通过拨打相关部门的电话，进行咨询，或者通过网络查询相关部门的网站信息，获取办理流程及所需资料。

中国通信网络：http://www.tmn.cn/

广东省通信管理局：http://www.gdca.gov.cn/

四川省通信管理局：http://www.scca.gov.cn/

福建省通信管理局：http://www.fjca.gov.cn/

上海市通信管理局：http://www.shca.gov.cn/hyfg.htm

浙江省通信管理局：http://www.zca.gov.cn/

江苏省通信管理局：http://www.jsca.gov.cn/

安徽省通信管理局：http://www.ahta.gov.cn/

河北省通信管理局：http://www.heca.gov.cn/

山东省通信管理局：http://www.sdca.gov.cn/

天津市通信管理局：http://www.tjca.gov.cn/

北京市通信管理局：http://www.bca.gov.cn/

湖北省通信管理局：http://www.ecc.gov.cn/

湖南省通信管理局：http://www.xca.gov.cn/

黑龙江省通信管理局：http://hca.hl.cninfo.net/

吉林省通信管理局：http://www.jlca.gov.cn/

山西省通信管理局：http://www.sxca.gov.cn/

第三节　给店铺起个好名字

店名也称招牌，给自己的小店取名在古时候叫做题定招牌，有很大的讲究。从传统店铺的起名规则中，大致可以归纳出以下几个原则。

一、与经营商品相吻合

商店命名方法，通常能反映经营者的经营特色，或反映出商店的优良品质，使消费者易于识别店铺经营范围，并产生购买欲望。比如“同仁堂”、“德仁堂”，作为老字号中药店已是家喻户晓，“堂”作为中药铺已成了约定俗成的识别标志，因此人们只要一看“同仁堂”招牌或“XX堂”招牌，就知道是卖中药的。又如“功德林”的店名，能反映出经营者擅长烹调素菜。

二、店名要上口

也就是要求店名要简洁明了、通俗易懂，且读起来要响亮畅达、琅琅上口。挂出招牌的目的就是要让别人记住，因此这一点也就显得十分重要。一些老字号店铺，多采用典雅、古朴、考究的名字，如“鹿鸣春”、“同仁堂”、“天和堂”、“荣宝斋”、“全聚德”等等。这些店名，最后都成为了招揽生意的金字招牌。

三、店名不能起得太复杂

店名太过复杂会引起负作用。比如有的商店采用繁难字为店名，顾客不仅不能读出音来，甚至还不认识。而像“万客来”、“半分利”、“合口味”等店名，则明白简洁，易于传播。如果招牌用字生僻，读起来拗口，那招牌的作用也就失去了。

四、起名不能太俗气

在不违反前面原则的情况下，尽量使用与众不同的字眼，使自己的小店在招牌上就显得特别。而且一个与众不同的招牌实际上意味着一种独立的品位和风格，因此这一点也非常重要。

五、店名要有亲和力

好的店名，不能给人太严肃的感觉，更不能给人一种拒人于千里之外的感觉，而要有一种亲和力，即让人产生可亲近、可信赖的感觉，至少要平易近人。

比如山西杏花村汾酒酒厂，其名称取自唐代诗人杜牧的《清明》一诗中“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”的句子，此名充满乡村情趣，给人以一种亲切感。又如四川天歌集团公司，名称取自唐诗“鹅、鹅、鹅、曲颈向天歌”一句，充满意趣且又自然。

又如上海信谊药厂，“信谊”一名，似乎是在向顾客作出承诺，易为顾客所接受；又如杉杉股份公司，易使人产生亲切感；北京的大宝化妆品公司，给人以随和的感觉，易为顾客所认同。

网店取名的时候，除了要考虑以上原则之外，还要切忌大而空，最糟糕的就是动不动便给自己的网店冠上“中国”、“商城”这类大名，例如“中国购物网”、“西部电子商城”等，这样的名字其实很空洞，访问者进来后可能大多笑一笑就会走了。

最后，对于网店命名，这里有几个不同行业的网店名字供读者参考：

丽人购物（女性服装、饰品经营网店）　　爱衣时尚小店（一个经营女孩子时尚衣饰的小网店）

容颜坊　（主营化妆品）　　百丽居（主营衣物）

快车电子器材（主营汽车电子器材）　　光速购物隧道（主营灯具）

从上面的名字可以看出，网店名称，可以由“字号＋行业”组成，而字号通常又能从侧面体现网店的行业构成，二者有着一定的内在联系。

第四节　漂亮的店铺更有竞争力

实体店装修很重要，这一点我们大家都知道。那么网店装修重要吗？

在网上卖东西，顾客很大程度上是通过视觉判断的。如果你能把小店装修得很漂亮，图片拍得很精美，这样就会让顾客对网店有一个非常感性的认识，觉得店铺里经营的是好东西；如果顾客进到网店里面来觉得很简陋，甚至压抑，那么没有人会买店里的东西的。

具体来说，网店装修至少能够带来以下四个方面的收益：

- 增加顾客在你的网店停留的时间；
- 增加店铺和商品的诱惑力；
- 增强网店的形象；
- 打造网店强势品牌。

漂亮恰当的网店装修，能给顾客带来美感，顾客浏览网页时不易疲劳，自然会细心察看你的网页，好的商品在诱人的装饰的衬托下，会使人更加难以拒绝。装修好的精品网店，传递的不仅是商品信息，而是店主的经营理念、文化等，这些都会给你的网店形象加分，同时也有利于网店品牌的形成。

所以，网店装修比实体店装修更为重要。

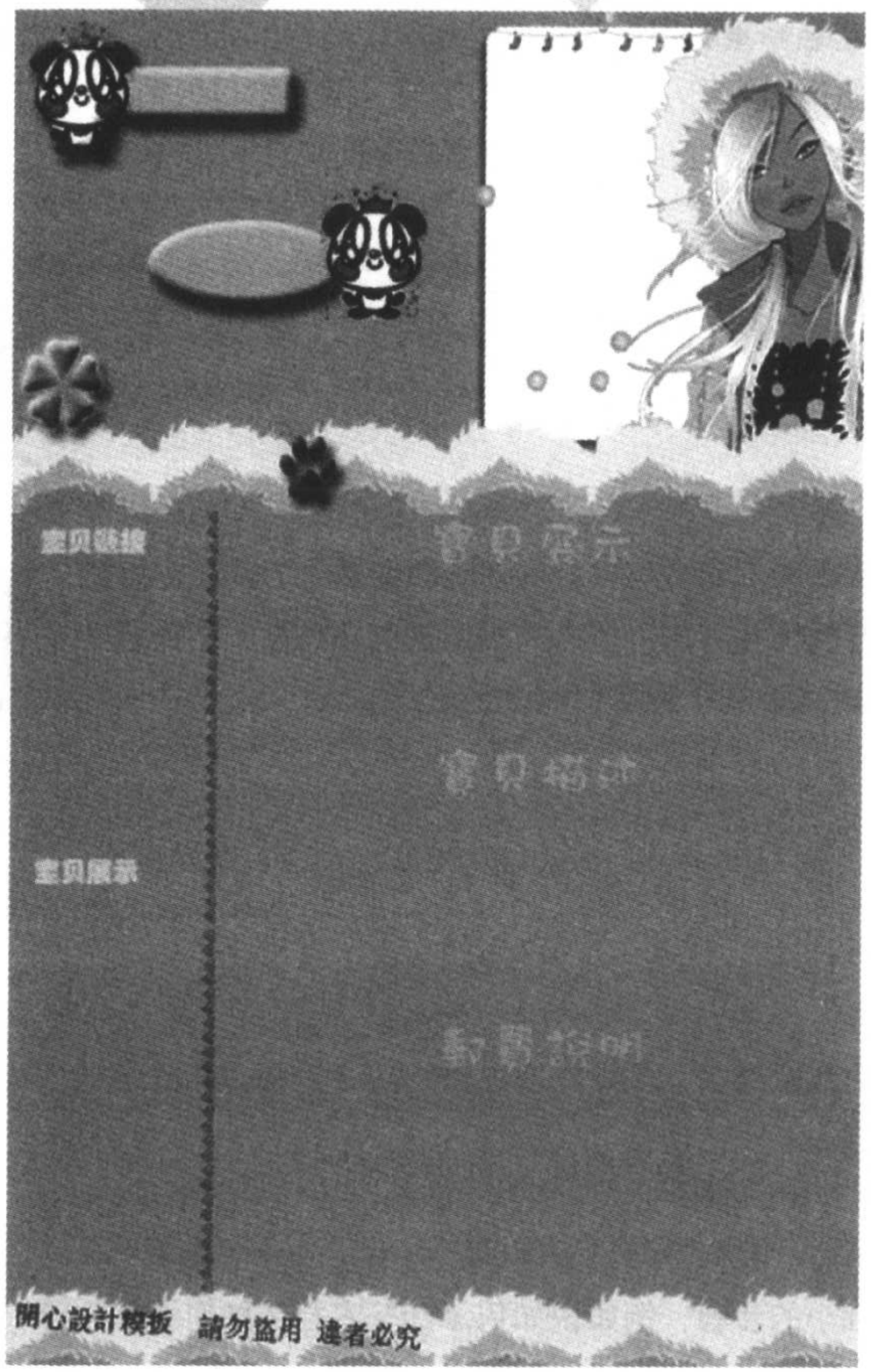
一、网店的模板

网店装修是艺术和技术的完美结合，一个好的网店装修作品本来就是一件优秀的艺术品，能够带给你一种美的享受。

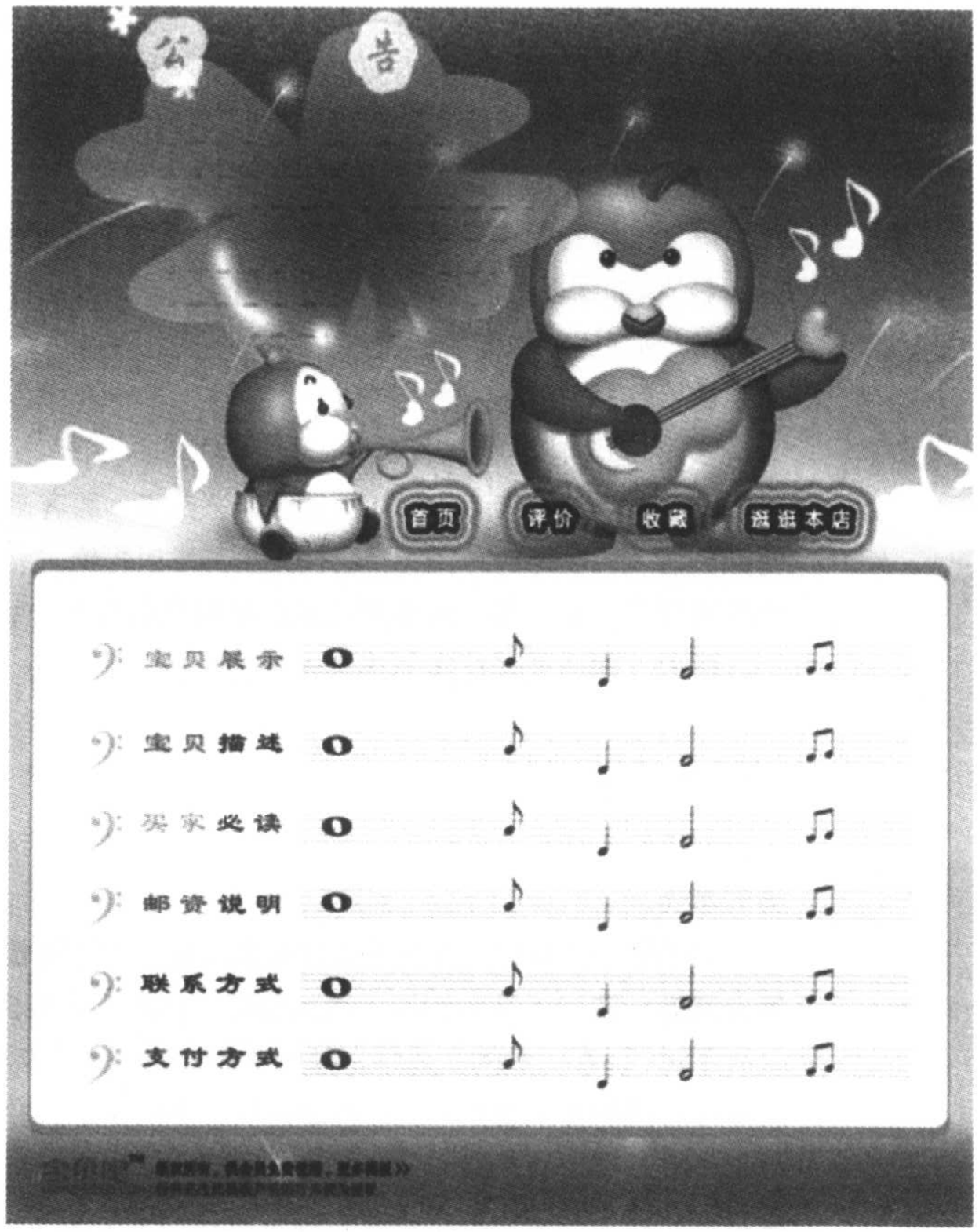
动手做网店设计，虽然不是什么大工程，但是麻雀虽小五脏俱全。要设计出优秀的网店外观，你就必须要去熟悉一些美术基础知识，例如色彩、构成、风格流派等。

不过，现在一般的交易平台都会提供一些既漂亮又使用方便的模板给大家使用，这就让我们省了很多心，就算没有任何美术功底，也照样能拥有漂亮的店面。在本节中，我们不会过于烦琐地去讲解每一个步骤，只提供一些最有用的思路以及需要注意的地方。因为，那些细小的步骤，例如说如何添加签名档、如何添加公告等等，我们完全可以根据平台提供的说明来完成。

让我们先来看看淘宝网上适用的一些模板。



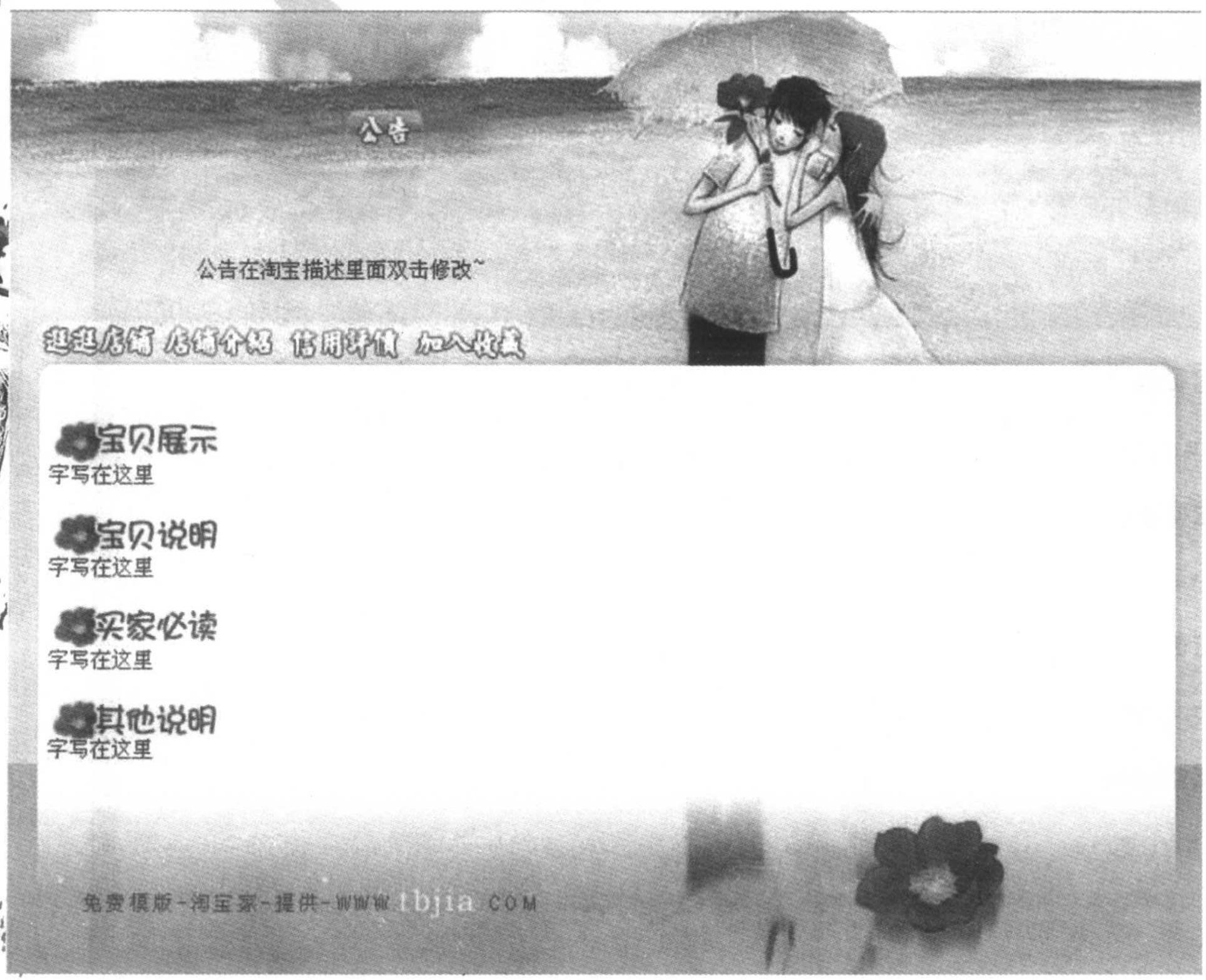
网友开心设计的模板



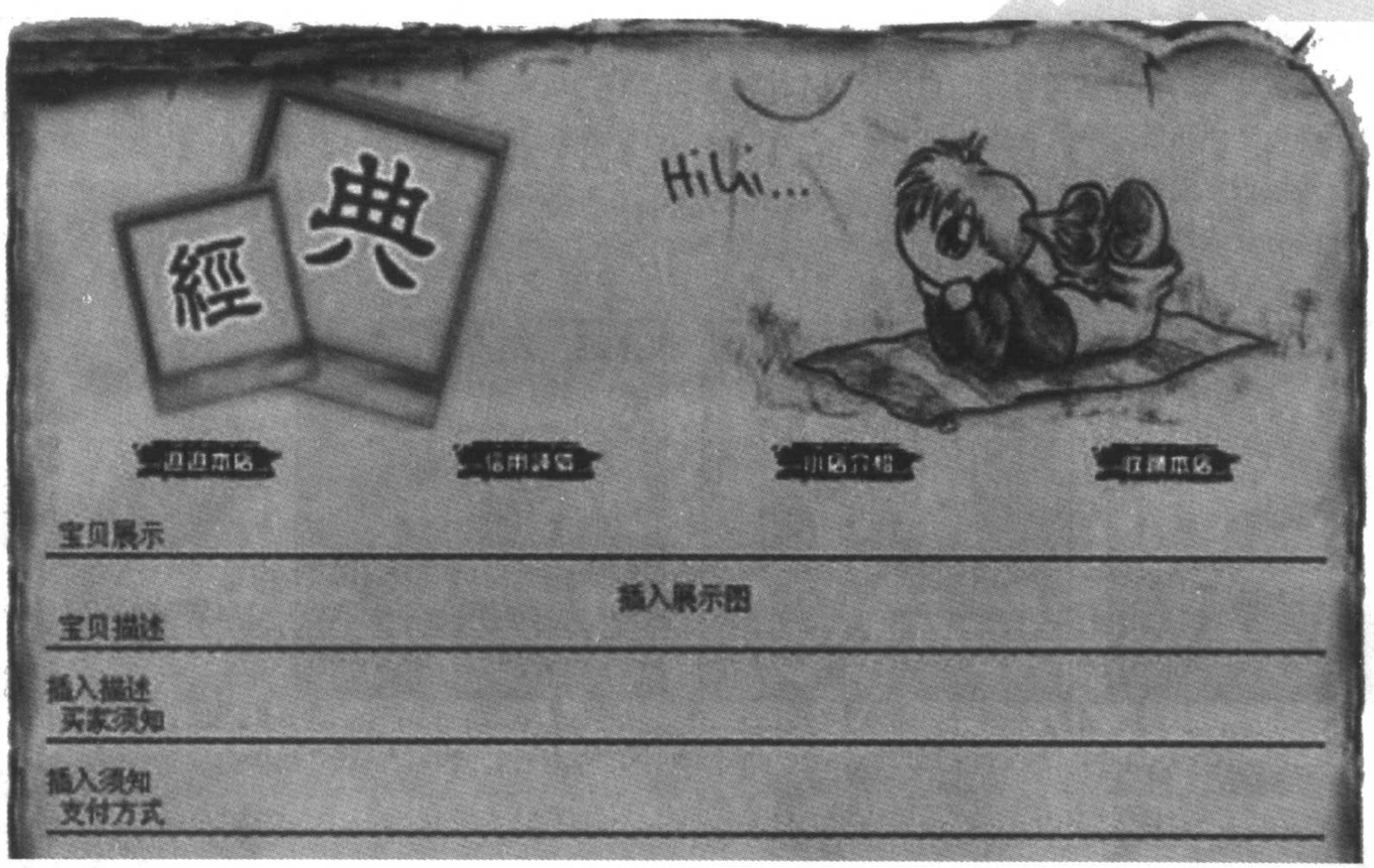
宝贝吧设计的模板

我在等你回来
等你回来给我
逛逛小店
店铺介绍
信用评价
收藏宝贝
淘宝家-免费模版-shxrc.com
宝贝展示
文字写在这里。
宝贝描述
文字写在这里。
买家必读
文字写在这里。
其他说明
文字写在这里。

青涩娟秀设计的模板


公告
公告在淘宝描述里面双击修改~
进进店铺 店铺介绍 信用评价 加入收藏
宝贝展示
字写在这里
宝贝说明
字写在这里
买家必读
字写在这里
其他说明
字写在这里
免费模版-淘宝家-提供-www.tbjia.com

淘宝家设计的模板



经典朴实风格的模板

其他交易平台也有自己的模板，只不过可能没有淘宝网模板那么丰富，我们就不再一一列举了。

二、网店的店标

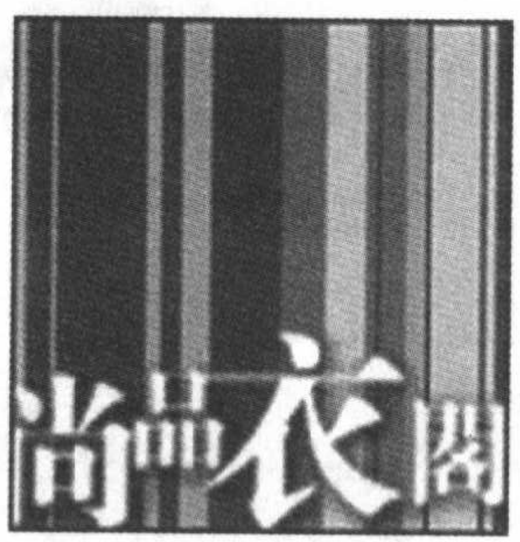
基本的装修以及商品描述都可以依靠模板完成，店标就不一样了。店标往往比网店的名字更重要，很多网友都习惯把自己的店标做成论坛签名档，这样，别的网友可以直接在我们的帖子中点击签名档进入店铺。既然如此，店标就一定要制作得鲜明生动，试问，一个平庸的店标如何能让人去点击呢?

店标可以是中文、英文字母，可以是符号、图案，也可以是动物或者人物等等。例如 soim 公司是用 soim 的英文作为标志，新浪公司用字母 sina 加上眼睛的图案作为标志。标志的设计创意要基于小店的名字、风格以及所售商品。

我们可以用代表性的人物、动物、花草作为设计的蓝本，再加以卡通化和艺术化，例如迪斯尼的米老鼠，搜狐的卡通狐狸，鲨威体坛的篮球鲨鱼等等。也可以以本店所售商品作为蓝本。

还有一种最常用和最简单的方式，即用自己小店的英文名称或者拼音来做店标。采用不同的字体，加上字母的变形和组合，可以很容易制作好自己的标志。

来看一些有代表性的网店的店标。



以上的店标都是静态的，只要有一点 photoshop 基础的人都能轻松完成。当然，我们也可以把这些店标改成动态的，比如说图片的渐隐效果或者文字的放大缩小等等，这样就更能够吸引大家的眼球了。这一步工作也可以利用 photoshop 来完成。

三、给网店加点音乐

视觉效果做好了，我们就可以考虑来一些听觉效果了，也就是给小店来点音乐。

给网店加入背景音乐，其实只要在网页上增加一小段代码就可以了，每次有人浏览小店的时候，代码就会自动生效，调用指定地址的音乐。

加入音乐的具体代码如下：<bgsound src="音乐背景地址" loop="-1"> </bgsound>

loop="-1" 表示无限次循环播放，可设置播放次数，用具体数字代替即可，如果希望音乐播放两次，则loop ="2"。

或者：<embed autostart="true" loop="-1" controls="ControlPanel" width="0" height="0" src="你的背景音乐地址">

基于这种代码的背景音乐，当页面最小化后音乐还是照旧播放，直到窗口被关闭才停止，如果你想停止音乐，只要按键盘上的ESC键就可以了。

接下来，我们就可以把代码贴到自己的店面里去感受一下了，以淘宝网为例，具体步骤如下：

步骤一，进"我的淘宝"点击"管理我的店铺"；

步骤二，进入"基本设置"；

步骤三，先贴代码，再写你的公告文字；

步骤四，确认之后，再查看你的店铺主页，就能听到背景音乐了。

有的顾客会因为喜欢你的背景音乐频繁光顾你的小店，而有的顾客则是刚进门就被你的音乐吓跑啦。总的来说，选择音乐的原则有以下两个：

(1) 选择比较优雅、缓慢的音乐，这样能让顾客心旷神怡地购物。在这里向大家推荐神秘园的音乐。

(2) 选择体积较小的音乐，这也是出于对浏览速度的考虑。毕竟，如果一个网页半分钟都打不开，估计顾客的耐心也就没了。

最后，店铺装修除了色彩要协调外，整体风格也要统一，在选择分类栏、店铺公告、音乐、计数器等东西的时候要有整体考虑，风格不搭配是大忌。我们还要清楚一点，店铺的装饰别抢了商品的风头，毕竟我们是为了卖产品而不是秀店铺，店铺外观弄得太过华丽反而影响商品效果。

第五节　认真拍摄商品图片

除了装修以外，漂亮的店铺还必须有漂亮的商品图片，这样才可以吸引顾客，并给顾客最直观的感受。让我们来看看网店卖家常用的一些拍摄技巧吧。

一、场所角度前期准备

准备好拍摄的场所。用白色或者纯色的东西作为背景，比如白纸、桌面等。"易趣大学"讲师吴斌介绍，用一块宽1米、长1.5米的白色泡沫作为背景，基本上可以应付一般物品的尺寸。照片内不宜有其他与图片不相关的内容，以免喧宾夺主。

研究好拍摄的角度。不同的物品通过不同的角度拍摄，效果也是完全不相同的。资深网上创业者MIAO建议，

对一件物品要采用多个角度进行拍摄，最后挑选最能表现物品特质的照片作为上传的物品照片。如果有可能，把各个角度拍摄的照片全部上传，让买家从不同角度查看物品。

二、不同物品不同拍摄

1．拍摄水晶等透明物品

这类物品本身最大的特点就是透明，因此在拍摄过程中要力求体现它透明的特质。背景要干净，否则会反射在物品上。吴斌建议，在拍摄过程中最好戴上白色的手套，以免拍出来的物品上留有指纹。透明物品表面就很光亮，容易造成反光，所以光线不要直接照射物品。可以在肉眼看起来明显比较暗的部位打上反光板或者用白纸映衬，使画面的光达到均匀的效果，增加透明物品的立体感觉。

2．拍摄首饰等反射物品

不言而喻，这类物品具有反射光线的特点，非常容易映出四周的情形，尤其是在四周颜色与其本身颜色截然相反的情况下。因此在拍摄过程中，最好把物品放置到四周颜色都比较单调又与其本身颜色较接近的环境里。另外一种解决的方法是事先找地方固定好相机的位置，利用相机自拍功能，避免自己的衣服颜色反射到物品上。

3．拍摄食品

“色、香、味”是食品的特点，那么如何用图片来表现食品这个特点呢？熟透了的食品往往偏向于黑色，颜色太深，导致图片缺乏美感，引起不了买家的食欲。拍摄食品最好的时机是在半熟的时候，颜色偏向于黄色，让人一看就有吃的冲动。MIAO建议，在食品表面涂上一层油，“色”会更加好看。

4．拍摄衣服

据了解，这是所有物品中最容易拍摄的一类物品，也是最容易通过图片表现特点的物品。在拍摄过程中，手绝对不能颤抖。在用光方面，细腻质料的服装比较适合用柔和的光；粗糙质料的服装比较适合直接打光，以挽回质料差的缺陷。刚进货的衣服由于折叠会比较皱，可以先用熨斗把它烫平整再拍摄，图片的效果会更好。

三、注意事项

1．尽量使用摄影棚

虽然摄影棚的价格不菲，但是拍摄的图片效果也远远比没用摄影棚的效果要好。摄影棚能增强图片阴影圆滑性、祛除反光、充足光线照射等，与一般拍摄的图片相比，优势非常明显。

2．尽量避免使用闪光灯

使用闪光灯的技巧非常讲究，一不小心就容易造成曝光过度或者曝光不足的毛病。另外，使用闪光灯就要考虑光线的来源问题，需要考虑的因素会增加很多，是普通的拍摄者所掌握不了的。

3．千万不能晃动相机

在普通拍摄过程中，数码相机稍微一晃动就会造成图片模糊情况的出现，更何况网上创业更需要拍摄近距离的特写。最好使用三角架对物品进行近距离拍摄，MIAO建议，拍摄时注意体现那些需要着重表现的物品部位，对其他地方进行虚化，突出重点。

第六节　商品描述必须到位

文字也是商品展示必不可少的环节，甚至是更重要的一环。正是通过文字的展示，你的买家才可以全方位地了解你出售的商品，从而确定购买行为的发生。如果说，你精心准备的图片是为了诱惑你的买家的话，你为何不让这种诱惑继续下去？一直到他心动呢？

不过，许多卖家并没有很好地利用这块空白的写字板对自己的商品进行一个生动的描述，许多网店的商品描述只是一些银行账号、邮寄方式、交易细节，其实这是一种浪费。因为我们可以设立专门交易服务的页面，或者可以在卖家留言中放这些内容。而在商品页面上，买家只是需要了解商品。

对很多无意间造访你的小店的人来说，他希望了解的当然是越多越好，所以你的商品描述也显示了你对小店的关心程度，甚至于对买家的真诚和关爱，决定了买家对你最初的印象。所以，要给买家一个购买商品的理由，你必须花时间去研究你的商品，找到它的亮点，并告诉你的买家：买它吧。

一、为商品起好名字

既然是要描述一个事物，那么首先要考虑的就是名字了。一个好名字，能让顾客一目了然，获得足够多的信息。

让我们来以数码类产品为例，说一下命名原则。

以富士S7000型号的数码相机为例，当然，你可以简单地把标题定为“富士S7000”。但是仅仅这样是不够的，是不能吸引更多的浏览量的。

那么除此之外应该添加哪些内容呢？

1．添加有可能用于关键字搜索的内容

（1）该产品的卖点

“准专业相机富士S7000”。

（2）像素

“600万像素准专业相机富士S7000”。

（3）功能

“1200万CCD准专业相机富士S7000”。

（4）促销的活动、时令等

“暑期特价1200万CCD准专业相机富士S7000”。

（5）你的服务

“全国联保1200万CCD准专业相机富士S7000”。

（6）突出你的销售对象

“送给男友的好礼——准专业相机富士S7000”。

（7）可以适当地添加统一的字符标记，以增强顾客的印象，但是不可乱加，否则会给人不专业的感觉。

2．添加一些表达实力、专业和信用的内容

例如：

“数码商盟成员卖家精心推出全国联保1200万CCD准专业相机富士S7000”；

“5心级卖家信用保证——全国联保1200万CCD准专业相机富士S7000”；

“7天包退一月包换——全国联保1200万CCD准专业相机富士S7000”。

3．名字要规范

（1）名称最好既有英文又有中文

有些人图省事，商品名称只写了中文或者只写了英文，这样都不利于被更广泛地搜索到。

对于数码产品的搜索，一般情况下买家用的都是中文，所以发布商品时一定要写上中文名称，如SONY（索尼）P10，只有极个别的商品买家会用英文搜索，如IBM、NEC、K&C 、LG、TCL等等。

（2）尽量写全称，简称要到位

如摩托罗拉，尽量写全称，而不要简称摩托或者MOTO。

只有索尼爱立信的搜索，为了与索尼品牌相区别，统一按“索爱”搜索，所以大家发布索尼爱立信产品的时候，应该直接写“索爱”。

（3）尽量不要用全角的英文字符，全角的不能被搜索到

（4）如果是英文品牌，品牌与型号之间要留有空格

如：IBM T40不要写成IBMT40，SONY P8不要写成SONYP8，这些都将导致不能被正确搜索到。

（5）不要写错别字

因为外国品牌是音译，以前使用上也不统一，最容易造成混乱。如“飞利浦”，其错误的写法有“菲利浦”、“飞力浦”、“飞利莆”、“飞利普”等。有的商家会把摄像头的“像”写成“象”，这些写法都很有可能导致商品不能被正确搜索到。

二、耐心写好商品描述

我们描述一件商品，就是要把最大的信息量传递给顾客，一些作为卖点的信息可以体现在名字中，就像上面所介绍的一样。不过，大量的具体信息还是要在接下来的商品描述中体现出来。

关于应该描述哪方面，还必须根据物品的分类来定，如果是电子产品，比如说笔记本电脑，就应该详细说明品牌、型号、产地、使用语言等，当然更重要的是产品的性能，具体的参数及配置。

像下面这样的产品描述就很详细，而且由于采用了表格，就显得更加一目了然。

索尼 VGN-TX16C/W笔记本电脑

基本参数	
型号	VGN-TX16C/W
上市时间	2005年
处理器	Intel Pentium M(Dothan) 733(1.1G)
处理器最高主频	1100MHz
二级缓存	2048KB L2

基本参数	
系统总线	400MHz
主板芯片组	Intel 915GMS
内存容量	512M
内存类型	DDR2
最大支持内存	512MB 板载，1 个 SO-DI 毫米 插槽，可升级到 1.5GB
存储设备	
硬盘类型	ATA-100
硬盘容量	40G
光驱类型	内置 COMBO
软驱	无软驱
显示屏	
屏幕尺寸	11.1 寸
显示屏类型	WXGA
显示屏性能	1366 x 768 分辨率宽屏，贵丽屏
音频视频	
显示芯片	集成 Intel GMA900 芯片
显存容量	动态共享 128M 内存
音频系统	Intel High Definition Audio
音箱	2 声道

通信	
MODEM	56K
网卡	内置 10-100M 网卡
无线通信	802.11b/g 无线网卡,Bluetooch 蓝牙模组
输入输出	
鼠标替代设备	触摸板
USB	2 个,USB2.0
P 厘米 CIA 卡/Express 卡	1 个,Type II
读卡器	内置,SD,MS,MS Pro,毫米 C,MS Duo
其他接口	1 个 IEEE1394a,VGA 接口,RJ11,RJ45,麦克风,声音输出孔,AC 电源插孔
结构特征	
结构类型	全内置
重量	约 1.26Kg
规格	272.4×195.1×21-28.5 毫米
外壳	纯碳纤维上盖,碳纤维复合材料外壳,黑色外观
电能规格	
电池类型	锂电池(VGP-BPS5)
工作时间	10 小时
电源适配器	电源适配器 (VGP-AC16V8)
其他	
操作系统	Windows XP Home
保修时间、方式	主要部件二年

手机及其他的电子物品描述都和上面例子中的笔记本电脑描述差不多，至于服饰、鞋帽等商品，除了要注明品牌、型号之外，更应该重视的是颜色、尺码、款式等。对于化妆品的描述就应该特别注明适合于哪种人群，千万不要有疏忽。对于玩具来说，除了大信息量之外，还要求尽量适用轻松活泼的语言，比如下面对陶瓷娃娃的描述。

名称：（露娜）陶瓷娃娃。

规格：9英寸（约23厘米）及16英寸（约41厘米），具体见图片。

材质：拥有亚光陶瓷的面庞及手脚，棕色眼瞳深邃迷人，长而微翘的睫毛清晰可数，逼真的五官、清纯的气质，让所有女孩一见钟情。

产品描述：

每款娃娃相貌、脸部表情、身高、体型均不一样，款式新颖别致，逼真可爱。

陶瓷娃娃的衣服、帽子、以及配件等均可脱下清洗，陶瓷部分可用湿毛巾擦拭。还可以根据自己的喜好给娃娃添置“新衣”，使娃娃更具有个性！

进口口红经高温处理后不会脱落，永不褪色。

眼珠及睫毛均采用进口材料做成，非常逼真，神采飞扬。

所有9寸系列娃娃的头、手、脚均可以360度转动，可根据您的喜好，随意让娃娃为您表演各种姿势。

成功故事1：大学生创业天王的生意经

2000年，刚刚考取了上海大学广告艺术设计专业的洪祺良，从卖一堆光盘开始创立了天王店，随后他获得了“首届中国大学生电子商务竞赛网上创业之星”的冠军，成了真正的创业天王。

2000年那个时候，正是国内互联网大起大落的转折点，电子商务在那一年被炒得最热，8848网站也在那一年几乎成功上市。接触电脑较多的洪祺良，在入学的第一年，赶上这股热潮，在易趣上注册了一个账号，开始了解网上营销。

但是，开店的第一年，洪祺良并没有获得大的回报。后来，偶然卖出了一些放在家中无用的空白刻录盘，仅获得10元的小利，随后便对这种商务模式产生了更大的信心。

随后，他用积蓄下来的1万元压岁钱，开始了买卖电脑配件的网上生意，到了2005年，网店的每月利润有3000元左右。

新手在网上开店卖电脑产品，上手并不需要很长时间，对于略懂电脑知识的人来讲，大概四五个月到半年左右的时间，就能够了解运作的规则。而且像洪祺良这样的学生，多半是利用课余时间来进行网上交易，他一般晚上与客户交流，早上起来后到邮局发货，其他大部分时间照常上学。

电脑产品品种繁多，从小的MP3、数码相机到大的笔记本电脑，都是网上交易的热门货。但什么东西才最合适新手做呢？洪祺良建议，可以选择一些目前市场需求热门的产品，例如无线网卡，还有视频产品、MP3之类的个人数码产品等等。

但是，因为电脑产品的毛利率已经很低了，如果商家之间发起价格战，网店很容易亏损。另外，相对很多传统商品而言，电脑产品的进入门槛相对较高，需要具备一定

的知识，比如辨别产品的优劣以及帮助买家排除一些小故障等。洪的成功在于与同业店铺结盟，相互合作、调货、技术支持，通过维持中间价，保证盈利。

目前在网上的电脑产品买家多是高端客户，依靠易趣平台进行推广的同时，让高端客户通过口耳相传的方式推介，也是重要的秘诀之一。

物流服务也是关键问题，洪祺良在开店一年后，就特地与上海当地的申通快递公司达成协议，以3000元定金的方式，保证物流畅通，发出去的货物能准时到达，争取到了很多回头客。

一般而言，数码产品的单件价位都在几百元左右，在网上交易中属于高价产品，但其毛利率相对而言却不见得高，所以从厂商拿货后的网上定价，一定要与网下大厂商的价格变动保持一致，从绝对售价上讲，价格还要低出2%~3%左右。否则很容易导致产品滞销，令有限的流动资金更加吃紧。而且还一定要把握进入市场的时间，资金要实现快速流动，价格要让人能够接受。

销售电脑产品，还要注意返修率，所以在进货的时候要与厂商协商返修成本的问题，这会决定进货的价格。但是这对电脑知识要求很高，卖家要懂得测试产品的好坏，辨别其质量，否则高的返修率吃掉利润的同时，也会对信誉造成不良影响。

此外，诚信也相当重要，如果信誉度里有一个差评，就可能会导致以后的东西都卖不出去了。一个有诚信的人不会很难做生意，但在开始的时候也不会一下子就把商品卖得相当好，但一定不要急，要慢慢积累自己的诚信度。

（案例来源：新快报）

成功故事2：
一个在校大学生与新疆商品交易网

一个22岁的在校大学生，用两年的时间悉心经营着自己的“网店”，在他的网店中，我们看到的是极具新疆特色的商品：玉制品、民族小刀、民族乐器、维吾尔族铜器、奥斯曼化妆品……

就是这样一家网店，两年时间有近3万元的赢利。这家网店的主人就是新疆大学计算机与财务管理专业的学生尹志伟。

2003年9月，尹志伟的一个朋友从北京回来，跟他聊起了网上购物的事情，尹志伟对此特别感兴趣，当时就萌发了一个想法——在网上开家店。

有了这种想法后，他便开始留意网上购物。一天，他在易趣网上看中了一个30万像素的摄像头，标价只有100多元钱，抱着试试看的态度，他把钱汇了过去。当时，网上购物在同学们中间还是新鲜事物，大家都不太相信网上店铺，觉得肯定是个骗局。“我当时想，如果是骗局也就是损失100多元钱，尝试一下无所谓。”可没想到，不久后他竟真的收到了摄像头，当时觉得好开心。“网上购物成功后，我忽然觉得网上开店是可以尝试的。”

说干就干，他马上在易趣网上申请认证，可是卖什么好呢？尹志伟想到了自己的一些私人收藏品——硅化木，接着他就用在网上买来的摄像头给自己的“宝贝”拍照。由于自己没电脑，上传照片、“装修店铺”所有的事情都要在网吧进行。2003年12月份，一家名为“热新社”的网店在易趣网上开业了。

"网店开了没多久，我就卖掉了一块硅化木。"对于自己的第一笔交易，尹志伟至今记忆犹新，"当时那块硅化木以175元成交，由于是自己的收藏品，所以就没有什么成本，几乎都是利润，购买者是上海的一位客户。"第一笔交易的成功，给了尹志伟很大鼓舞。

收藏品毕竟是有限的，接着尹志伟不得不考虑货源的问题，他只要有时间就到新疆国际大巴扎或是华凌市场转悠，看有没有什么好东西。当时在易趣网上开店的新疆人特别少，没有什么经验可以借鉴，大家卖的东西也都非常杂，都是在摸索中成长。

很长一段时间，尹志伟的网店都只是在维持的状态中，因为在易趣网开店，每上一件货，需要给网站支付1%的登录费，每成交一件商品，还要交2%的交易费，如果你想在首页上买个小橱窗宣传自己的话，还要花15元钱，期限只有10天左右，这样下来每个月的费用也在50元左右。同时，很多客户买东西最看中的是店主的信用指数，一般成交的次数多，客户的满意度高，信用指数自然就高，所以新"店铺"在初期都会经历一个积累过程。

很多时候，好运往往就在下一站等着你。

2004年5月，尹志伟的网店有了转机，他从新疆国际大巴扎和华凌市场低价上了一批巴基斯坦白玉手镯以及和田青玉手镯，在网上受到了大家的欢迎，一个月就卖出了30多个，赚了两三千元，这一次让他尝到了甜头。

考虑到长远的发展，尹志伟决定自己建一个网站——新疆商品交易网。

2004年8月，利用放暑假的时间和网店赚来的钱，尹志伟开始大量收集新疆特色产品的图片，每天不停地在网上上货。

经过3个月的辛苦努力，2004年12月，新疆商品交易网建成了，上面陈列着的600多件新疆特色商品吸引了众多顾客的眼球。

随着时间的推移，尹志伟的网店在网上慢慢地有了知名度。天南海北的顾客一个接一个地打电话、发信息来，要购买新疆特色商品。很多内地的网友主动找到他，要成为他的代理商。两三个月的时间里，他的代理商就发展到了20多家。有这么多的代理商在帮尹志伟卖货，他的生意能不好吗?

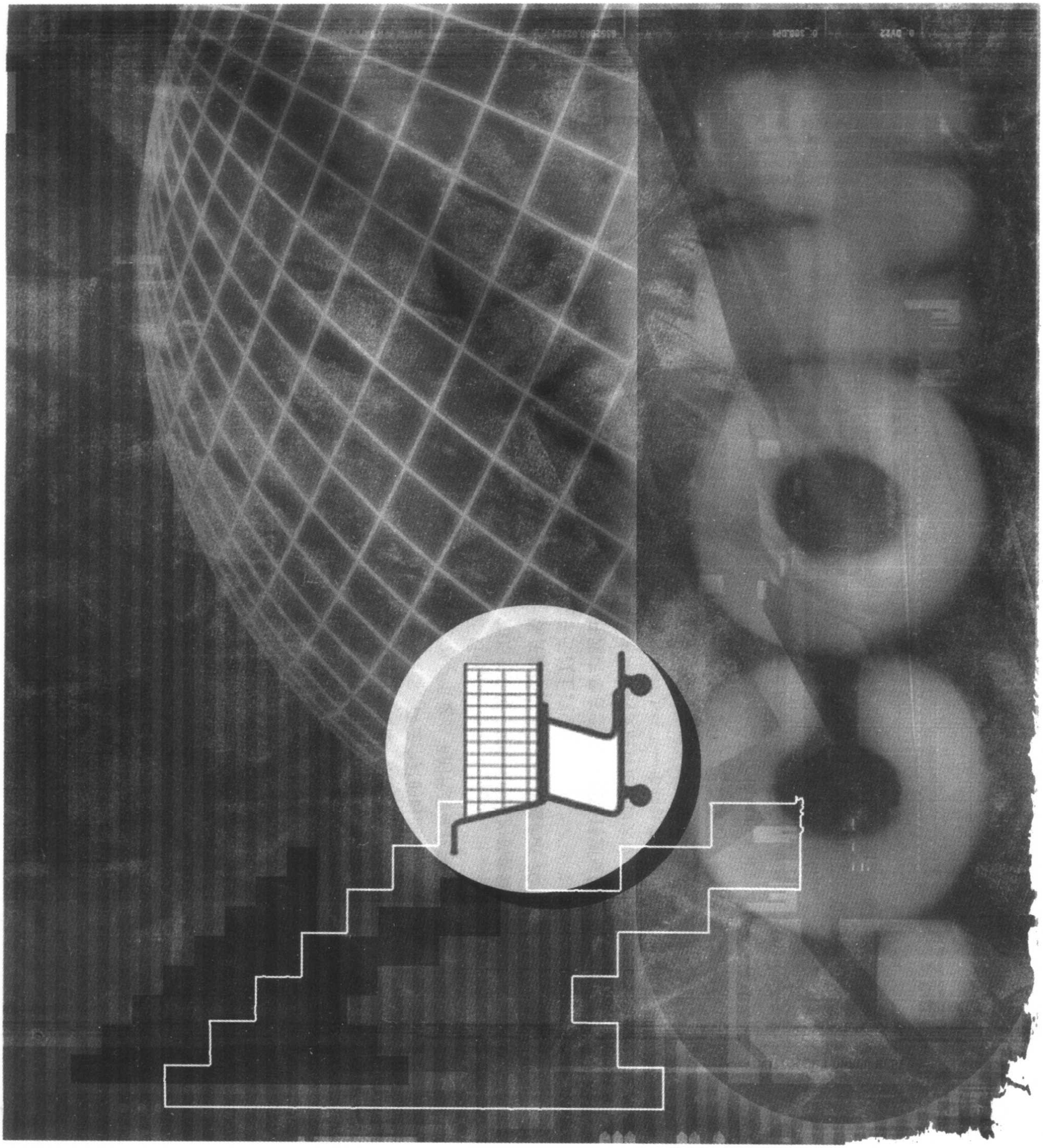
2005年8月，尹志伟网店的销售额突破了15000元大关。现在每个月商品的成交量都在20件以上，收入基本都在千元以上。

开网店贵在坚持，"能坚持到底的一定能发展起来，而且将来网店的发展肯定是以大吃小。"寻求机会发展和扩大规模是尹志伟下一步的计划。

网络是一个无限大的空间，在网络中我们可以实现空间上的零距离。对于网上开店的未来，尹志伟充满信心："网络开店最大的优势是便利和便宜，未来一定会成为一种趋势。现实的店再大也是针对一个小地区的，网络的店再小，也可以面向全国甚至全球。"

如今，尹志伟的生意已经做到了全国各地，乃至于全世界，他的客户也已经发展到了我国香港和台湾地区及日本等国家。

（案例来源：天山网讯）



第四章　红红火火的小店

第一节　让大家知道你的店

酒香也怕巷子深，网店更是如此，您的网店做得再完美，商品再物美价廉，如果不将它推广开来，提高它的知名度，那么，这个网上商店只能说是做给自己看的，它存在的意义就大为降低了。可是，该如何推广，如何提升自己网站的访问量，并且吸引客户的眼球，让他从今天的新客户变成明天的老客户呢？

讲到推广宣传，大部分人都认为就是打广告，这样说没错，但是不全面。印象中的广告都是打在电视、报纸或灯箱上的，以此来吸引顾客的眼球，而如果应用到网上开店里面，这种方法就显得有些逊色了。

要想让别人从千千万万个网店中访问到你的店铺，就需要特别的推广方式了。来分享一下网友们总结出的最有效最好用的经验吧。

一、橱窗推荐

网店也如实体店一样，行人看到的只是你摆在橱窗里的一部分商品，只有靠这些商品把顾客给吸引过来，他们才能看到其他的商品，所以我们要拿出最好的商品来进行橱窗推荐。关于橱窗推荐主要应注意以下几点。

1．拍出最漂亮的图片

让顾客一眼看到图片就被深深地吸引住。如果自己拍摄水平不够或者设备有限，可以去找一些厂家提供的图片，先把顾客拉进店里，再给他看实物图。

2．橱窗推荐的时间要合理

以淘宝网为例，人流量比较大的时间段一般是10:00～12:00、15:00～17:00、20:00～22:00，所以，大家要尽量选择这些时间进行橱窗推荐，这样推荐的商品才会出现在淘宝网商品查询页的最前面。

3．橱窗推荐的商品价格要合理

橱窗推荐的商品价格不能太高，否则很容易把顾客吓跑，或者对你产生不好的印象，相反，你应该把一些价格相对有优势的产品推荐出来。

二、交换友情链接

为了提升自己网店的人气，增加流量，在准备开店之时就应该多留意一些与自己网店内容相关或相近的网站，特别是那些流量高、人气旺的。当然，建店初期，别人可能因为你的网站没有流量而不予理会，这就需要你放下姿态，诚心诚意地与他们交谈，只要心诚，再加上自己已在小店里做好了他们的站点链接，相信你的网站也会很快出现在他们的站点上，这也是互惠互利的好事。

三、在校友录上作宣传

即便离开了校园，但相信大家都有自己的校友录吧，有没有想过要把它合理利用起来呢？到校友录去，告诉你的同学、朋友，自己开了家网店，不但能让大家同你一起分享开店的喜悦，同时也等于是在聚集人气。

四、网店也需要名片

也许你会说，既然网店是在网上宣传的，大家谁也见不到谁，做名片岂不是浪费成本吗？其实不然，店虽是开在网上，但人还是实际生活着的，给买家邮寄商品也是在现实中进行的。设计一张独具个性的名片，印上自己的联系方式和小店的地址，在邮寄时放一张进去。因为外观设计精美，买家会舍不得丢弃，如有机会，一定会将它展示给别人，这样，等于是在帮你作宣传了。

五、登录搜索引擎

大家都知道，网店购物一般都是靠搜索。所以，登录搜索引擎，让网友能够搜到我们的店铺，是十分必要的。

1．如何登录知名搜索引擎网站

（1）Google

在浏览器的地址栏中输入http://www.google.com/intl/zh-CN/add_url.html，在转向的页面中会给出登录网站的一些介绍。在“网址“处输入自己网店的首页地址，在“说明”处输入相关的介绍，然后再单击“登录”按钮即可。

（2）百度

百度搜索在中文搜索中占据着半壁江山，因此我们当然不能错过。在浏览器的地址栏中输入http://www.baidu.com/search/url_submit.html，在转向的页面中间的输入框中输入网站的地址和验证

码，单击“提交网站”按钮执行操作。

（3）其他搜索引擎

从登录Google和百度可以看出，操作还是很简单的。在此，我们给出其他一些著名的搜索引擎登录地址，请大家自己完成操作。

Yahoo: http://cn.yahoo.com/docs/info/ suggest.html

一搜: http://www.yisou.com/search_submit .html?source=yisou_www_hp

搜狗: http://db.sohu.com/regurl/regform.asp ?Step=REGFORM

中搜: http://register.zhongsou.com/ NetSearch/ frontEnd/ web_login.html

爱问: http://iask.com/guest/add_url.php

2．编辑网页关键字

在登录搜索引擎时，还需要设定一些能体现你的网站特性的关键字，这是为了使大家更迅速地找到你。

我们在搜索信息时，一般都是输入关键字进行查找。而且搜索引擎服务器也会定期探测网络中的内容，并按关键字进行记录，因此关键字起着不可忽视的作用。下面我们就向大家介绍如何编辑网页的关键字。

（1）手工编辑

如果身边没有合适的编辑工具，那么我们可以直接用记事本打开要编辑的网页（我们建议你自己建立一个独立的个人主页，当作小店的“门脸”，这部分内容将在后面介绍），在<head></head>标签之间增加一行“< meta name= “Keywords” content= “你的关键字”>”，这就是手工指定页面关键字的代码，在实际的修改中只要把content后面的“你的关键字”换成自己网店里出售的最主要的商品名称或介绍即可，如果有多个关键字，用逗号隔开即可。

（2）工具编辑

如果你安装了Dreamweaver，那么操作更加简单。打开网页，选择Dreamweaver MX插入菜单，单击“html”中“文件头标签”下的“关键字”，在弹出的窗口中输入关键字即可。

网站登录后，有的搜索引擎会以邮件的方式发一个确认信息，有的搜索引擎只提示一个大概收录的时间。以下列举了部分搜索引擎的收录时间。

立即生效的：搜鼠、协通、shalala、名捕、搜豹；

一周以内的：网易、中国搜索联盟、北京在线；

一个月内的：Google、百度、北极星；

时间不定的：中文yahoo。

六、更换网站页面内容

更换页面，会给人耳目一新的感觉，不要老是板着一副死气沉沉的面孔，这会让一些顾客感到厌烦的。如果您的店里近期实在没有其他项目，也没有新产品，也不要忘了调换几种商品的位置，或加入些新的文字。总之，要常来常新才会吸引顾客。

七、利用论坛签名档

每个论坛基本都有个人签名这一项，你不妨将它利用起来，将你网店的地址及联系方式附上去，或以文字的形式，或者做成精美的图片，在你发帖或回复别人的帖子

时，它就会自动显示在下面，既免除了做广告之嫌，又能以个性的图片展示自己，宣传网店。当然，回帖时千万不要为了省事，就发个“顶”字，因为别人对你的回帖内容关注多少，就会对你帖子下面的签名关注多少。拉多了客户，还愁金元宝不往你口袋里飞吗？同样的方法也适用于邮件的后缀签名。

八、利用聊天工具

聊天工具最常用的有QQ、淘宝旺旺、MSN，大家要多在线。在QQ上也可以改改自己的名字或者个人说明，让你的好友们都知道你的小店，这也算是一种方便快捷的办法。

九、以文会友引客源

从萌生开店念头，到建站、采购货源，再到开始销售，相信如果让你坐下来讲的话，酸甜苦辣咸一定都会立刻涌上心头。提起旁边的笔吧，把它们以文字的形式写下来，可以放在自家小店，也可以转发到各大流量高、人气旺的相关网站、论坛。可不要小看这一支笔，它会让你结识更多志同道合的朋友，同时，日益渐增的流量与订单也会让你乐得合不拢嘴。

十、购买广告好位置

这可是需要掏腰包的，购买网站流量大的页面上的“热门商品推荐”的位置，将商品分类列表上的商品名称加粗，变颜色，或增加漂亮的图片以吸引浏览者，这也会为你带来一笔不小的流量。不要认为这种方法不划算，假如一个推荐位需要100元，但它会给你带来200元的收入，想一下，即使掏钱，也是值得的。

十一、为商店申请一个独立域名

因为获得网站特别推荐的机会不多，何况还要求人，最好还是靠自己来推广，求人不如求己。一个重要的方法，就是为商店申请一个独立域名。

在申请完成建立网上商店手续之后，通常可以获得一个属于该网站的二级域名作为商店的网址，例如：yourshop.taobao.om。但是，二级域名都附带着网上商店提供商的色彩，即使没有多少互联网专业知识的人，看到你的网上商店与某某著名网站联系在一起，也会觉得不够专业。

如果将这类二级域名作为公司网站来推广时，有几个方面的负面作用：第一，会损害到自己的公司形象；第二，在同一电子商务平台上建立的网店可能会很多，这种类似的网址没有自己的特色和风格，也很难给别人留下特别深刻的印象；第三，有些搜索引擎可能拒绝这类网址登录；第四，由于网络平台多采用数据库格式的网站设计，你的网上商店如果不做特殊设计，可能很多搜索引擎都无法检索到。总之，不便于推广自己的网上商店。

所以，单独申请一个域名，然后使域名指向原来的小店，不失为一个简单易行的办法，而且成本也不高，一个国际域名的使用费一年才不过50元左右。

第二节　定价竟然如此重要

英国有一家小店，起初生意萧条。一天，店主灵机一动，想出一招，只要顾客出1个英镑，便可在店内任选一件商品(店内商品都是同一价格的)。这可谓抓住了人们的好奇心理，尽管一些商品的价格略高于市价，但仍招徕了大批顾客，销售额比附近几家百货公司都高。

看来，定价手法真的很奇妙，巧妙的定价手法能让一个店起死回生。网店的定价方法与传统实体店的定价方法基本上相同。总的说来，主要有以下一些定价方法。

一、分割法

顾客对价格总是非常敏感，因为商品的价格即代表他口袋里的金钱。定价时，要让顾客感觉你只从他口袋里掏了很少很少一部分，而非一大把。价格分割是一种心理策略，卖方定价时，采用这种技巧，能造成买方心理上的"价格便宜感"。

价格分割包括下面两种形式。

1．用较小的单位报价

例如，茶叶每公斤10元报成每50克0.5元；大米每吨1000元报成每公斤1元等等。巴黎地铁的广告是："只需付30法郎，就有200万旅客能看到您的广告。"

2．用较小单位商品的价格进行比较

例如，"每天少抽一支烟，每日就可订一份报纸。""使用这种电冰箱，平均每天节省0.2元电费!"

二、安全法

价值10元的东西，以20元卖出，表面上是赚了，却可能赔掉了一个顾客。

对于一般商品来说，价格定得过高，不利于打开市场；价格定得太低，则可能出现亏损。因此，最稳妥可靠的是将商品的价格定得比较适中，消费者有能力购买，推销商也便于推销。

安全定价通常是由成本加正常利润构成的。例如，一条牛仔裤的成本是80元，根据服装行业的一般利润水平，期待每条牛仔裤能获20元的利润，那么，这条牛仔裤的安全价格为100 元。安全定价，价格合理。

要注意的是，在实际操作中，如果企业商品名气不大，即使安全定价也不安全。追求名牌、高消费的消费者觉得你的产品档次太低，讲究实惠价廉的消费者又嫌你的价格偏高，两头不讨好。

三、非整数法

这种把商品零售价格定成带有零头结尾的非整数的作法，销售专家们称之为"非整数价格"，是一种极能激发消费者购买欲望的价格。这种策略的出发点在于，消费者在心理上总是存在零头价格比整数价格低的感觉。

有一年夏天，一家日用杂品店进了一批货，以每件1元的价格销售，可购买者并不踊跃。无奈商店只好决定降价，但考虑到进货成本，只降了2分钱，价格变成9角8分。想不到就是这2分钱之差，竟使局面陡变，买者络绎不绝，货物很快销售一空。售货员欣喜之余，慨叹道：只差2分钱呀!

实践证明，“非整数价格法”确实能够激发出消费者良好的心理呼应，获得明显的经营效果。因为非整数价格虽与整数价格相近，但它给予消费者的心理信息是不一样的。

四、比较法

先有价格，后有商品，要记住看顾客的钱袋定价。你也可以到快价网搜索同类商品的价格（快价网可搜索淘宝、易趣、拍拍等一百多个大、中型优秀商务网站）。

商品价格是否合理，关键要看顾客能否接受。只要顾客能接受，价格再高也可以。

五、顾客定价法

自古以来，总是卖主开价，买主还价。能否倒过来，先由买主开价呢?

例如，现在大家都不是在举行一元拍吗，这不就是由顾客定价吗，这种方法不错，虽然是少挣了点，但增加了销量。但是使用这种方法也不是每种产品都可以，还须注意销售条件和销售对象。

六、习惯法

许多商品在市场上流通，已经形成了一个人所共知的基本价格，这一类商品一般不应轻易涨价。

在我国建国初期，火柴每盒2分钱，这个习惯一直稳定了几十年。1984年，湖南省的火柴涨至每盒3分钱，一段时间，当地消费者宁愿买2分钱一盒的小盒旅行火柴，也不愿买本省的大盒火柴。

当然习惯价格也不是完全不可变的，我们今天的火柴的价格不是早就突破2分钱一盒的习惯价了吗？问题在于，聪明的商家善于在不变中求变。

七、弧形数字法

“8”与“发”虽然实际上毫不相干，但宁可信其有，不可信其无。满足消费者的心理需求总是对的。

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，先后依次是5、8、0、3、6、9、2、4、7、1。这种现象不是偶然出现的，究其根源是顾客消费心理的作用。带有弧形线条的数字，如5、8、0、3、6等，不带有刺激感，易为顾客接受；而不带有弧形线条的数字，如1、7、4等相对而言就不大受欢迎。所以，在商场、超级市场商品销售价格中，8、5等数字最常出现，而1、4、7出现次数则少得多。

在价格的数字应用上，应结合我国国情。很多人喜欢8这个数字，并认为它会给自己带来发财的好运；4因为与“死”同音，被人忌讳；7给人们的感觉也不是很舒心；而因为中国老百姓有六六大顺的说法，6字比较受欢迎。

八、其他注意事项

另外，对于网店定价来说，还应该注意以下几点：

(1) 销售价格要保证自己的基本利润，不要轻易降价，也不要定价太高，定好的价格不要轻易去改。

(2) 包括运费后的价格应该低于实际店铺的价格。

(3) 网下买不到的时尚类商品的价格可以适当高一些，低了反而影响顾客对商品的印象。

(4) 店内经营的商品可以拉开档次，有高价位的，也有低价位的，有时为了促销需要，甚至可以将一两款商品按成本价出售，主要是吸引眼球，增加人气。

(5) 如果不确定某件商品的网上定价情况，可以利用比较购物网站（推荐 www.8848.net），在上面输入自己要经营的商品名称。在查询结果中，你就可以知道同类商品在网上的报价，然后确定出自己的报价了。

(6) 如果自己愿意接受的价格远远低于市场售价，直接用一口价就可以了；如果实在不确定市场定价或者想要吸引更多买家，可以采用竞价的方式。

(7) 定价一定要清楚明白，定价是不是包括运费，一定要交待清楚，不然有可能引起麻烦，影响到自己的声誉，模糊的定价甚至会使有意向的客户放弃购买。

第三节　促销，网店也需要

在网上开店的人越来越多，竞争加剧也是显而易见的，激烈程度丝毫不逊于实体店。为了让自己的网店能够在竞争中站稳脚跟，网店的促销也是此起彼伏。

首先来看看现在网上流行的促销方法实例。

登录胡小姐的网店，就会在页面内看见一张海报——在店内购物满50元就可得到“大礼包”，VIP客户购物也可以享受打折……这些活动和大型超市推出的促销活动非常相似。店主胡小姐说，要经营好网店，最关键的就是营销到位，而她是在仔细核算了成本后才推出这些活动的，就避免了“亏本跳楼”的问题，仅仅是让出一部分利润给买家，就获得了更高的销售额。

同时，胡小姐还将网店的促销活动和所在网站的活动结合起来。例如，该网站推出了注册某账户，购物满50元即赠送30元。胡小姐灵机一动，推出了50元的大礼包，礼包里的川味食品零售价的总和本来就不止50元，而注册了优惠账户的买家花50元购入大礼包，实际只需要支付20元，剩下的30元是由网站支付给胡小姐。

在邮费上，胡小姐也有自己的促销办法。她会制订一些标准，如果买家购买量达到一定金额就会赠送运费，同时她还能从长期打交道的一些快递公司手里拿到优惠价，这也可以留住一定数量的买家。

D1 便利网促销海报

当当网促销海报

卓越网促销海报

具体说来，针对消费者的网上促销策略主要有以下几种。

一、网上折价促销

折价亦称打折、折扣，是目前网上最常用的一种促销方式。因为目前网民在网上购物的热情远低于商场超市等传统购物场所，因此网上商品的价格一般都要比传统方式销售时要低，以吸引人们购买。由于网上销售商品不能给人全面、直观的印象，也不可试用、触摸等原因，再加上配送成本和付款方式的复杂性，造成网上购物和订货的积极性下降。而幅度比较大的折扣可以促使消费者进行网上购物的尝试并作出购买决定。

目前大部分网上销售商品都有不同程度的价格折扣，如 8848 网、当当网等。

折价券是直接价格打折的一种变化形式，有些商品因在网上直接销售有一定的困难性，便结合传统营销方式，可从网上下载、打印折价券或直接填写优惠表单，到指定地点购买商品时可享受一定优惠。

二、网上变相折价促销

变相折价促销是指在不提高或稍微增加价格的前提下，提高产品或服务的品质及数量，较大幅度地增加产品或服务的附加值，让消费者感到物有所值。由于网上直接价格折扣容易造成品质降低的感觉，利用增加商品附加值的促销方法会更容易获得消费者的信任。

三、网上赠品促销

赠品促销目前在网上的应用不算太多，一般情况下，在新产品推出试用、产品更新、对抗竞争品牌、开辟新市场等情况下，利用赠品促销可以达到比较好的促销效果。

赠品促销的优点有如下几点：

（1）可以提升品牌和网店的知名度。

（2）鼓励人们经常访问网店，以获得更多的优惠信息。

（3）能根据消费者索取赠品的热情程度而总结分析出营销效果和产品本身的情况等。

赠品促销应注意赠品的选择，主要包括以下几点：

（1）不要选择次品、劣质品作为赠品，这样做只会起到相反的作用。

（2）明确促销目的，选择能够吸引消费者的产品或服务。

（3）注意赠品的时间性，如冬季不能赠送只在夏季才能用的物品。

（4）注意预算和市场需求，赠品的成本要在能接受的预算内，不可因过度赠送赠品而造成营销危机。

四、网上抽奖促销

抽奖促销是网上应用较广泛的促销形式之一，是大部分网站乐意采用的促销方式。抽奖促销是以一个人或数人获得超出参加活动成本的奖品为手段，所进行了对商品或服务的促销。网上抽奖活动主要附加于调查、产品销售、扩大用户群、庆典、推广等活动中。消费者或访问者通过

填写问卷、注册、购买产品或参加网上活动等方式获得抽奖机会。

网上抽奖促销活动应注意的几点问题是:

(1) 奖品要有诱惑力。可考虑大额超值的产品，吸引人们参加。

(2) 活动参加方式要简单化。因为目前上网费偏高，网络速度不够快，以及浏览者兴趣不同等原因，网上抽奖活动要策划得有趣味性和容易参加。太过复杂和难度太大的活动较难吸引匆匆到来的访客。

(3) 抽奖结果的公正公平性。由于网络的虚拟性和参加者的广泛地域性，对抽奖结果的真实性要有一定的保证，应该及时请公证人员进行全程公证，并及时能过E-mail、公告等形式向参加者通告活动进度和结果。

五、积分促销

积分促销在网络上的应用比起传统营销方式要简单和易操作。网上积分活动很容易通过编程和数据库等来实现，并且结果可信度很高，操作起来相对较为简便。积分促销一般设置价值较高的奖品，消费者通过多次购买或多次参加某项活动来增加积分以获得奖品。

积分促销可以增加上网者访问网站和参加某项活动的次数，可以增加上网者对网站的忠诚度，也可以提高网站的知名度。

现在不少电子商务网站“发行”的“虚拟货币”应该是积分促销的另一种体现，如8848网的“e元”、酷必得网的“酷币”等。网站通过举办活动来使会员“挣钱”，同时可以用仅能在网站使用的“虚拟货币”来促使顾客购买本站的商品，实际上也是给会员购买者相应的优惠。

六、网上联合促销

由不同商家联合进行的促销活动称为联合促销，联合促销的产品或服务可以起到一定的优势互补、互相提升自身价值等效应。如果应用得当，联合促销可起到相当好的促销效果。如网络公司可以和传统商家联合，提供在网络上无法实现的服务等。

以上6种是网上促销活动中比较常见又比较重要的方式，其他方式如节假日的促销、事件促销等，都可与以上几种促销方式进行综合应用。但要想使促销活动达到良好的效果，必须事先进行市场分析、竞争对手分析以及网络上活动实施的可行性分析，与整体营销计划相结合，有创意地组织实施促销活动，使促销活动显得新奇、富有销售力和影响力。

不过，无论采用什么促销方式，最重要的一点是要有信誉，不要用小聪明蒙蔽顾客。比如说，有的网店大肆宣传说抽奖送出多少台数码相机或者别的贵重礼品，其实到最后一台都没送，这种小聪明只能瞒得了一时，一旦东窗事发，后果可能就是毁灭性的。

第四节　拍卖，大家看过来

一、拍卖的重要作用

拍卖是非常重要的网上交易形式，这样做很容易吸引人们的眼球，从而带来较大的潜在顾客群。这主要有以下几个原因：

（1）因为一般拍卖价格都是很低的，非常容易排在搜索结果的最前面，从而比较容易“引鱼上钩”，迅速提高店铺浏览量。而且有拍卖的话，也比较容易在社区里吸引人气和提高老顾客的回头率。

淘宝网拍卖设置界面

（2）以淘宝网为例，首页里有两个拍卖区，一元区和荷兰区都是淘宝网为了宣传拍卖商品而量身定做的（前提：都是荷兰拍的商品）。因此，如果你的拍卖商品满足了这两个区的准入条件的话，系统就会自动收录你的拍卖商品进去，那么你的拍卖商品和店铺的浏览量就会因此而大幅上升了。你想想，淘宝网首页的人流量有多大啊！

（3）一些其他因素影响着拍卖的效果，比如首页的热门搜索关键词经常会有“拍卖”两个字，首页经常会有拍卖商品的推荐位等等。

二、拍卖的主要概念

网上拍卖操作比较简单，各个网店平台基本上都能很方便地进行拍卖。操作流程大致是，卖家为商品设定一个起拍价，有兴趣的买家在规定时间内出价，拍卖结束后，出价最高的人就可以得到商品；相反，到拍卖结束前，如果没有人出价，该商品就会流拍。

在进行拍卖之前，我们应该了解以下几个概念。

1．起拍价

即卖家可以接受的最低成交价格。

举例说明：如果卖家打算拍卖一个玩具，起拍价设为1元，到拍卖结束时，只有一位买家出价，这个玩具就会以1元成交。

2．加价幅度

就是出价的买家为了超越前一个人的出价，在当前出价上增加的金额。卖家在发布商品的时候可以自定义加价幅度，也可以使用系统自动代理加价，系统自动代理加价的加价幅度随着当前出价金额的增加而增加。

3．代理出价

作为买家，网店将根据您出价时输入的最高价格，在有其他买家出价时，自动帮您以最小加价金额向上出价，以维持您最高出价者的位置，直到您的最高出价被其他买家超过为止，同时，您所输入的最高价格对其他会员是保

密的。代理出价功能只适用单件拍卖，只要在出价时输入您能接受的最高价格即可：拍卖结束时，如果没有人出价超过您，您就是获胜者，将以目前出价金额买到您想要的商品。

4．单件拍卖

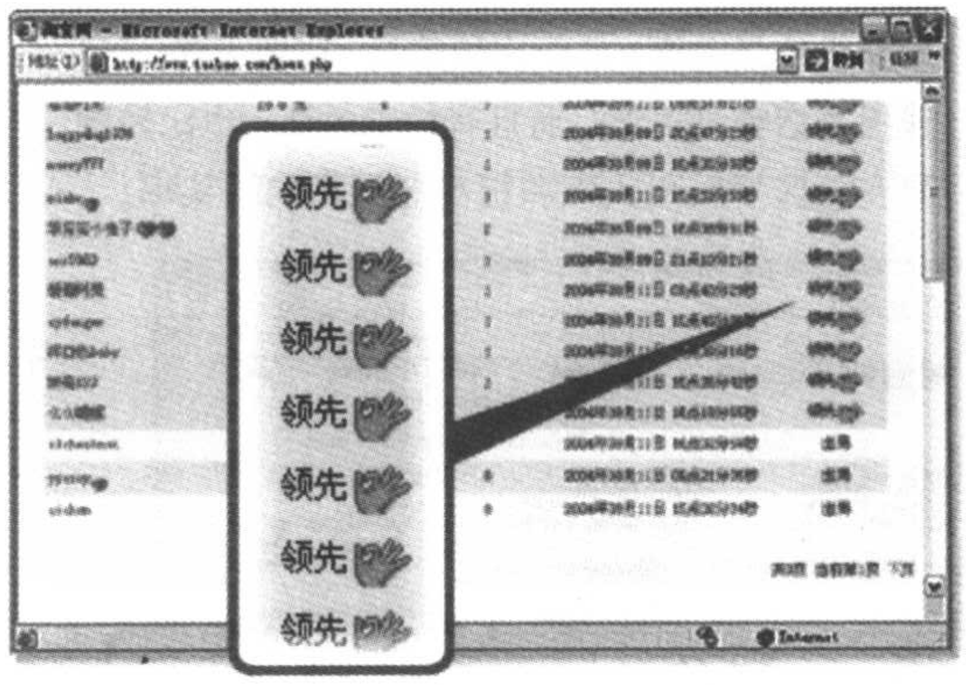
首先卖家设置参加拍卖的商品起拍价和加价幅度。买家可根据自己实际情况，输入系统需要的最低价格，也可以输入自己可以接受的最高价格，让系统代理出价。拍卖结束时，出价最高者获得商品。

单件拍卖设置界面

5．荷兰拍（多件拍卖）

荷兰拍是荷兰式拍卖的简称，荷兰式拍卖是一种最初出现在荷兰鲜花市场的拍卖方式。在传统的荷兰式拍卖中，拍卖师将指出此次拍卖将有多少物品可供出售，并设置最小竞价额度。

荷兰式拍卖的基本原则是出价最高者得标、全部得标者都用最低的得标价买进。举例来说，如果有 10 个人要竞标 4 箱苹果，10 个人的出价分别是 20 元、18 元、18 元、17 元、16 元、15 元、14 元、13 元、10 元、9 元，则出价最高的 4 个人得到购买苹果的机会，而他们的买入价是 4 人当中出价最低的 17 元。



荷兰拍界面

三、通过拍卖提高浏览量

最后还是以淘宝网为例，说明一下通过拍卖达到提高小店浏览量的关键因素。

1．务必使商品进入首页一元拍区和荷兰拍区

要想利用拍卖大幅度提高店铺浏览量，就要使拍卖的商品让尽可能多的人看到，而要尽可能地增加拍卖商品的曝光率，进入首页的这两个区无疑是最好的选择之一。想想淘宝网首页巨大的人流量，只

要进入了任何一个区，你的拍卖商品还怕没人看到吗？

2．如果是单件拍卖，务必设好拍卖价格

荷兰拍是靠首页两个区来吸引人气的，而单件拍是靠普通搜索来吸引人气的。因此，我们就要尽量让自己的商品在搜索时排在前面，此时，价格就是最好的武器之一了。毕竟很多人搜索后都会用价格升序的方法来筛选结果的，所以，我们务必设置尽可能低的起始拍卖价格（比如说0.01元）。

3．务必设好拍卖商品的名字

不管是首页两个区还是普通搜索，名字都是非常关键的，关系到你的商品被找到的几率。那么，名字应该怎么设置呢？这就要看买家喜欢用什么样的关键词了，一要看首页上热门关键词和你所拍卖的商品之间的联系；二要看买家购买此类商品时喜欢用什么关键词搜索，是按功能、按品牌还是按属性，或者其他等等。

4．务必作好拍卖商品的宣传

要想利用拍卖起到大幅提高店铺浏览量的作用，又不想亏本或不致亏得太多，就要作好拍卖商品的宣传。第一，可利用旺旺的自动回复和状态设置；第二，可利用论坛的签名档；第三，可利用店铺公告、店铺留言、商品描述和商品类目；第四，可利用QQ、MSN、校友录等其他各种各样你所能想到的方式。

5．务必作好拍卖商品的描述

拍卖一般是亏本的，或者没什么赚头的，虽然如此，但很多钻石卖家还是乐此不疲，那是因为拍卖能带来一些长远的和潜在的效益。因此，我们要利用好拍卖商品，最大限度地发挥以点带面的效益，为提高整个店铺的浏览量和成交量服务。因此，我们要作好拍卖商品的描述，比如在描述里推荐一些其他的商品，或想办法吸引买家去逛店铺等等，不一而足。

6．务必设好拍卖商品的上架时间

如果你不想亏钱或亏太多钱的话，建议你将拍卖商品的上架时间设为14天，才能有更多的机会让更多的人看到并出价。但是，如果你更多地是想利用拍卖商品提高店铺浏览量的话，那么建议你将拍卖商品的上架时间设为7天，这样你排在搜索页前面的机会才更多，才能尽可能地使拍卖为提高店铺浏览量服务。

7．拍卖的商品务必是橱窗推荐的商品

因为在首页的一元区，默认是橱窗推荐的商品，而买家也不会特意去点击“所有商品”这一栏目。所以，如果我们采用荷兰拍的商品不是橱窗推荐的商品，那么即使我们被收录进一元区，买家打开这个区的时候，默认的页面也找不到我们的商品，这样我们就失去了很多被浏览的机会，随之失去的，还有我们的信心。

成功故事1：善用营销技巧做网上箱包老大

1997年就开始接触网络的刘亚明坦言自己丧失了很多互联网的好机会，唯独抓住了网上卖箱包的生意。

尽管名列易趣网休闲箱包类第一名，刘亚明也在寻思着在网下同时开一家实体店面，利用网上网下互动营销的方式谋求发展。而不断研究网络，包括搜索等新的功能和规则，也是帮助网店做大的奥秘。

2001年3月，刘亚明正式在网上开店，当时卖的还是IT产品，主要是二手笔记本，可是过低的利润率让其无以

为继。于是，从当年6月开始，他听从朋友建议，开始转行做箱包生意。他当时考虑的是，服饰类别中大部分的产品都在珠三角和长三角一带生产，货源充足，而北京这种优势则并不突出。因此，他选择了贝纳通箱包这个品牌。这个进口品牌的总代理在北京，而且库存也设在北京，进出货非常方便。

刘亚明现在能够做大，主要一个原因就是当时抓到了这家的总代理权，等于形成了货源上的垄断优势。而这个垄断优势的获得，他认为是当时缺乏网上营销的贝纳通被其打动了。当时，刘亚明建议贝纳通将网络营销的部分交给他做，尽管网上销售额仅占贝纳通很小的一部分，但对于不甚懂得网上营销的贝纳通，却可以不多花一分钱，就得到网上营销的机会。

这种模式其实非常适合目前国内很多中小品牌，网上营销对于销售以及品牌传播的帮助已经越来越明显。

卖箱包的市场本来并不比卖服装好，俗话说“三套衣服，两双鞋，一个包”。箱包的出货量不比其他服饰大。因此，在易趣网平台上作好宣传很重要，而利用搜索这个免费的资源是目前性价比最高的宣传手段。目前，易趣网上的搜索功能基本上是用户用得最多的功能，如何让自己的店面呈现在搜索结果页面的首页，这一点非常重要。由于使用搜索功能的用户的目的性非常强，而搜索结果首页往往最能释放其购物的冲动。

商品主要排序的方式有按最高价、按最低价、按最新登录商品和按快要结束商品四种方式。要保证你的网站无论用哪一种方式来搜索，都能在搜索结果的首页上曝光。要做到这一点，对于箱包而言，可以用最低价的方式抢占搜索结果首页位置，同时在下午3～4点这个最多用户上网购物的时间段，将大量新商品登录到店铺上，并且将一些商品拍卖的结束时间设定在这个时候。

除此以外，易趣网几乎每个星期都会推出几个搜索的关键词，例如一元起拍、外贸等等，店铺可以根据自己店铺的货品情况，有意识地调整，这样也能够提高自己店铺的曝光率。

当然，搜索仅仅是网上营销手段的一部分，如何利用用户流量巨大的网络平台增加生意，还必须要了解清楚更多的新功能。

刘亚明说，每个商品分类首页的推荐位也是店铺的必争之地，但由于此处价位太高，除非对商品销售拉动明显，否则一般店铺都不必花费大价钱购买推荐位。

而另一个能够加以利用的新功能便是店铺排名。以前店铺排名都按照信用度大小排列，而现在排名的规则已经改为按照登录商品的多少而划分。但是如果直接多登录商品，必然会支付更多的商品登录费用，这个就必须要借助仓储式商品登录形式。以这种形式登录，商品每件仅几毛钱，总体费用非常低廉，而获得的推荐效果可以持续30天，比购买一个15天推荐位还要划算。

易趣网经常会推出一些新的功能，仔细研究这

些功能，都会发现一些可以加以利用的好方法，借以提高自己门店的交易量。

当然卖家店铺也不能光靠这些营销手段，店面的商品还是要经常更新。刘亚明自己的店面几乎每周都会上新产品，而且还经常以一元起拍的促销方式，将一些畅销的货品推出，以吸引更多用户。

刘亚明认为，目前网上箱包市场的竞争比较激烈，各类大品牌的箱包在网上都已经有售。要做到独家占据货源的垄断格局很难，因此新手进入一定要以好的价格和好的服务制胜。

同时他认为，要做好箱包店一定要吃透游戏规则，什么时候登录商品等等，都要做到精打细算。一般来说，网上交易费用占销售额的10%，但他自己经过3年多时间，已经将每月交易费用压缩在了这个水平之下，这些都是吃透规则的好处。此外，做网上箱包生意其实就是做图片生意，因此图片一定要清楚，他自己就专门有一个房间给商品拍图片，这些图片不求花哨，主要是要清楚，能反映出箱包的质感。

（案例来源：EC中国）

成功故事2：下岗没什么大不了

龙小姐是来自湖南的湘妹子，大学毕业后来到深圳发展，先后在几家企业做平面设计工作。这一年春节，她过得很郁闷，因为公司年终考核把她评定为E级，按照公司人事规定，她该离职了。她知道，这是她前不久和部门经理吵架的恶果。

离开公司，自己在外面租了间小屋，每月租金500元。这些年还略有积蓄，生活暂时还不用发愁，她想给自己放个假，整理一下思路，确定一下自己以后该做些什么。

可是做什么呢？自己积蓄不多，只能根据目前的资金去找事情做了。自己的一个好姐妹在一家美国公司做网络维护工作，她提出了一个建议：不如去开个网上店铺吧，不用租昂贵的店铺，不用掏大笔的装修费，不用办理工商税务手续，不用雇店员守店。总之几乎不用花费，你只需每天穿着睡衣坐在电脑前上班，就能搞个每天24小时向全球60多亿人卖东西的超级店铺，销售你想销售的产品。这种网络店铺在美国、日本和欧洲已经非常流行了，在中国也开始逐步推广，非常有前途！

听她这么一说，龙小姐很感兴趣，自己资金少，很怕担风险，没有商业经验，又想尝试创业，这种创业模式最适合自己这类人啦！自己平时常上网，在网上还买过化妆品、首饰呢，怎么以前就没想到呢？自己做平面设计工作，宿舍就有电脑、宽带，美工是本门专业呀，布置装修网上店铺更是拿手好戏呢。决定了，就干这个！

决定了就要立即开始，首先要选择一个开店的平台。她选择了淘宝网，人气足、影响大、界面友好且一切免费。下来的工作对她来说就非常简单了，设计店铺logo，整理上传产品图片，写产品说明等等，一周之内，一个漂亮美观的网络店铺诞生了，她开心得晚上睡不着觉，还是网络店铺省钱呀。

根据供应商提供的建议，她加强了店铺的宣传工作，开通了客户服务QQ。每天一大早起来，处理顾客的留言，在各个论坛张贴帖子介绍店铺的产品，还给顾客承诺假一赔十，让顾客放心。做网络生意，讲究的就是诚信！顾客

可能远在千里之外，很担心受骗上当，作为商家应该站在顾客角度考虑，消除顾客的疑虑，并多和顾客接触沟通。现在QQ、MSN都挺方便的，只有这样才能培养顾客的信任感，才能做成生意啊。

龙小姐确实做得很用心，因为这是她自己的事业，也是初次创业，她充满着希望，渴望着成功。老天没有辜负她的勤奋，虽然头几周只做成2单，但这已经是不错的开始，她已经慢慢懂得了如何为顾客服务，如何让交易顺利成功，以及如何和顾客建立起朋友般的信任关系。随着网店知名度的慢慢提高，生意也逐渐好了起来，从最初的一周一单到一天一单，几个月下来，就能够做到一天两三单，收入也已经达2000多元，这已经是她原来的工资了，这下她完全放心了，因为靠网店已经能养活自己了。

龙小姐没有因此而懈怠，她反而更加投入了，想了很多好点子吸引顾客的眼球，提高店铺的影响力。在网络的海洋里，自己的店铺只是无数店铺中的一个，如何让更多的人了解、认识、熟悉自己的店铺就是成败的关键。她建立了自己的QQ群，和顾客们常在一起探讨美容化妆知识、常在社区论坛发言培养自己的人气，没多久，网上的好友竟然超过了上千个。虽然每天挺辛苦，除了吃饭，她从早上7点半就在电脑桌前与顾客联系，一直到晚上10点多，有时候还要和20个人同时聊天，她仍然很开心，因为自己认识了那么多好朋友，和她们一起聊天非常愉快，甚至还有好几个人来看望过她。

时间一天天过去了，她的生意越来越好，于是，她又在易趣网等多个平台上上开设了分店，并打算在楼下再开间实体店，俨然一个连锁店女老板，收入也早已远远超过了以前的工资。她很欣慰，自己的努力没有白费！回忆开网店的历程，感觉好像梦境一样。她常给朋友说，无论做什么，勤奋都是通向成功的钥匙！一些开网店的朋友不成功，不是电子商务没有前途，而是缺乏勤奋和恒心。

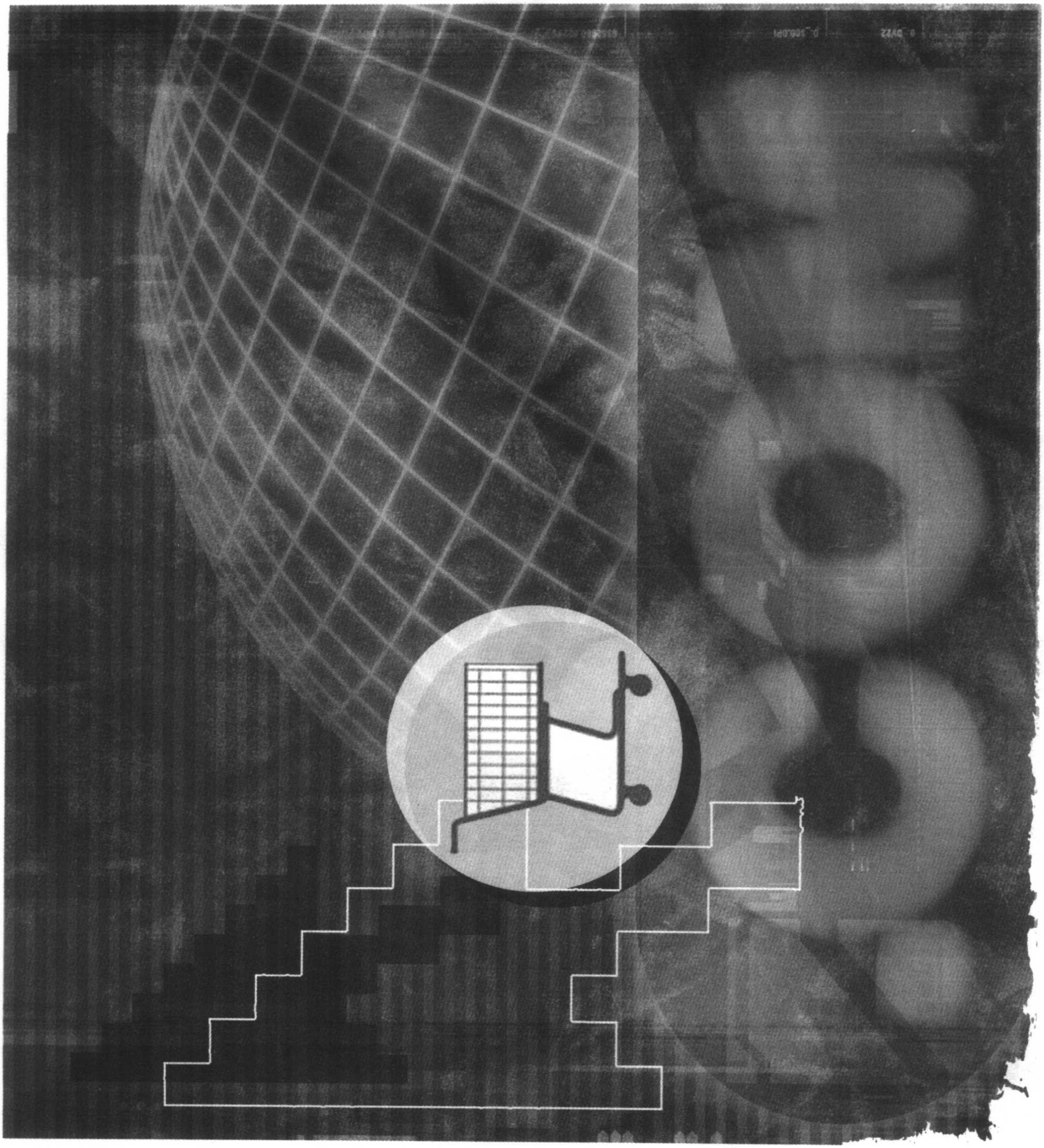
开网络店铺其实和开实体店铺一样，在电脑上与顾客交流和在实体店铺里应对顾客咨询是没有什么区别的，如果服务不能让顾客满意，顾客又怎么会购买产品呢？另外，店铺要经常更新产品，使顾客保持新鲜感；还要多推出一些打折政策，迎合女孩子贪便宜的特点；另外要花大量的时间去做宣传推广工作，这也是网店人气旺的关键因素。随着自己的店铺被越来越多的人知道，人气足了，就好像把深山里的店铺搬到了市中心的商业区，生意想不好都难！

不久，龙小姐的实体店也开张了，与网店相得益彰，生意更加红火了。

（案例来源：中国学习联盟）

KC-KD145002308
SPECIAL EDITION
SHELL
100% COTTON
BODY LINING
95% COTTON
5% POLYESTER

网上开店创业指南



第五章　包装配送与支付

第一节　包装拴住顾客的心

谈好生意了，要发货了，这时候就会面临如何对商品进行包装的问题。有些卖家往往在这一点上掉以轻心，最后商品虽然送到顾客手里了，但却是残缺不全的。这样，麻烦就来了，更别提再与这个顾客做生意了。

一、商品包装的原则

商品包装主要要注意以下两个原则。

1．完整性

完整性是包装的最基本原则。完整性的意思就是要保证商品毫发无损地安全地抵达顾客手中，无论是产品的型号、规格、颜色、质量，都应该与最开始和顾客确认的要求一致。如果没有做到这一点，那结果只能是浪费邮费，给顾客带来麻烦，给自己带来损失，而且最终可能会导致交易终止。

2．超值性

在保证完整性的基础上，才可以考虑超值性。超值性就是除了保证商品完整安全地到达顾客手里之外，还能给顾客一些惊喜，比如说送给购买银手镯的顾客一个小唇膏或者一些自制的小礼品。这样，顾客才能在收到商品的同时，感受到店家的诚心和体贴。这样的顾客，你是撵都撵不走的，必然会第二次、第三次地光临。

二、按商品类型包装

商品类型不同，包装方法肯定也是大有不同的。接下来，让我们看看各类商品都应该如何包装才合适，这也是广大网友长期实践总结出来的一些最实用的经验。

1. 首饰类

首饰产品里一般都需要附送首饰袋或是首饰盒，那么如何让你的服务显得更贴心呢？我们你可以从以下几个方面考虑：

(1) 一定要用纸箱包装，随着网络交易的飞速发展，很多人都做起了纸箱生意。一个12号的5层纸箱，在邮局可能要卖到3元钱(参考本节最后的"邮政出售品价格")，而我们可以在网上上买到0.50元甚至更便宜的。对于首饰来说，3层的12号纸箱就够用了。

(2) 一定要填充报纸(或其他可填充物)让首饰盒或是首饰袋不在纸盒里晃动。如果通过邮局邮递的话，工作人员也会帮你塞进很多报纸，以保证安全。

(3) 纸箱的四个角一定要用胶带包好，因为邮寄的时候有很多不可知因素，比如，如果有一件中有液体的货品和你的货品在一个包装袋里，万一别人的货品包装不严，出现泄露，你的货品不是也会被浸泡吗？所以，纸箱的四角请用宽胶带包好，这样也可以更好地防止撞击。

(4) 如果发货的邮局要另收你的包装费，可以自行带好发货所需要的包装品。

(5) 附送一张产品说明卡，这样显得比较专业。

另外，很多人都想尝试通过挂号信寄首饰，其实这是很不安全的。因为你不能更好地进行包装，货品只能放在小的密封袋里发货，必然会有挤压，就不能保证你的货品安全。而且，邮局会有一道邮件分拣工序，就拿北京来说，如果超过10毫米的厚度就有可能被机器卡住，很有可能导致损伤。

2. 衣服、皮包、鞋子类产品

这类产品在包装上可以用不同种类的纸张单独包住，以防止脏污，例如牛皮纸、白纸等，如果要用报纸的话，记得里面要加一层塑料袋。如果遇到不规则商品，如皮包等，可以用胶带预先封口，并用纸包住手提带并贴胶带固定，减少磨损的可能。

寄衣服时，要先用塑料袋装好，再装入防水防染色的包裹袋中；用布袋寄服装时，白色棉布或其他干净整洁的布感觉最好。从缝合针脚上也会看出卖家是不是细心的人，针脚密实匀称的包裹袋别人一看就喜欢。

3. 液体类产品

邮局对液体有专门的邮寄办法，按照规矩应该是用棉花裹好，再用胶带缠好了寄的。你一定要封好封口处(用透明胶带使劲绕几圈)，然后再用棉花整个包住(要厚一点)，最后再包一层塑料袋，让邮局人员认为即使漏出来也会被棉花都吸收住，并有塑料袋做最后的保护，不会流到纸盒外面污染到别人的包裹。

至于香水包装，可以到五金行或是专门材料用品商店，买一些透明的气泡纸，在香水盒上多裹几圈，然后用透明胶带纸紧紧封住。但是为了更确保安全，你应该最后再把裹好的香水放在小纸箱里，并塞些泡沫塑料或者报纸，这样的话买家收到会非常

感动的。如果当地邮局实在不允许寄玻璃瓶装的液体，有的快递公司是可以的，你可以多跑几家试试。

4. 贵重的精密电子产品

这类怕震动的产品在包装时可以用泡绵、气泡布、防静电袋等包装材料把物品包装好，并利用瓦楞纸在商品边角或者容易磨损处加强包装保护。同样需在纸箱空隙放入填充物，如报纸、海绵或者防震气泡布这类有弹力的材料，它们可以阻隔及支撑商品，吸收撞击力，避免物品在纸箱中摇晃受损。

5. 容易变形摔碎的产品

对于这类产品，包装时要多用些报纸、泡沫塑料或者泡绵、泡沫网，这些东西不占重量，而且可以缓和撞击。寄光盘最好用那种带泡泡的邮寄专用信封；字画类等不能折叠的产品，可以利用保鲜膜中间的那个长圆筒，当然两头也要处理一下。另外，平时要注意收集包裹的填充物，这些填充物也比较容易收集。比如桔子外面的小塑料袋，苹果、梨子外面的泡沫软包装，还有一些电器箱中附带的泡沫等，包装时尽量用聚乙烯的材料，而少用纸壳，纸团。

6. 书刊类

书刊类商品的具体包装过程可以这样进行：

(1) 书拿回来用塑料袋套好，以免理货或者包装的时候弄脏，也有防潮的作用。

(2) 用报纸中夹带的铜版纸做第二层包装，能够避免书籍在运输过程中被损坏。

(3) 包装外层由牛皮纸、胶带合作完成。

(4) 如打算用印刷品方式邮寄，用胶带封好边与角后，要在包装上留出足够贴邮票、盖章的空地；包裹邮寄方式则要用胶带全部封好，不留一丝缝隙。

按邮局的规定，1千克以上要打井字绳，否则不给邮寄，不论要不要打井字绳，四周都要用胶带贴好，因为邮寄途中经常会有人试图打开看看，有了胶带就不容易打开了。

附录A：国内各类邮件封装规格表

一、信函

应装入符合“国家信封标准”的信封内，并将封口粘固；无法装入国标信封的，可使用整张坚韧的纸张包封和粘固。

二、明信片

不加封装。双面或折叠式的及不符合规定的，应装入封套按信函寄递。

三、邮简

折叠后的规格尺寸应符合规定，折叠后外形应方正，无明显倾斜。

四、印刷品和盲人读物

(1) 印刷品均须经收寄人员验视内件后封装。

(2) 印刷品必须平直包装。

(3) 包装材料，应视出版物品的数量、大小轻重分别选用坚韧、牢固的包装材料包装，一般采用双层牛皮纸包装。不得使用质脆易裂的普通包装纸、报纸、旧布、老化的塑料袋包装。

(4) 内件不是一个整件的，要先用绳将内件捆牢然后再加包装。

(5) 薄片印刷品应套封交寄，不得用钉书钉封口交寄。

(6) 重量在500克以上的印刷品要用坚韧的包装材料包装，用绳作“井”字形捆扎，绳交叉处要打结固定。绳带要选用结实、不易断的材料。重量在5000克以上的，应根据实际情况选用合适的纸箱封装，箱内要垫衬牢固以防止内件晃动，箱外还应用绳带加固捆扎。

五、包裹

(1) 应按照邮寄物品的性质、大小、轻重、邮寄路程远近等情况，选用适当的包装材料妥为包装。

(2) 柔软、干燥、耐压不怕碰撞的物品（如衣物等），可用结实的布匹、包装箱等材料包装，体积较大的再用结实的绳子作“井”字型捆扎。书籍、簿册等物品可用结实的包装箱、布等材料包装，捆扎前，上下加厚纸板或木板，以保护内件。

(3) 不耐压、怕碰撞或容易污染其他邮件的物品，必须要用坚固耐压的瓦楞纸箱、钙塑箱、木箱或金属箱包装。木板箱的厚度不少于1厘米，装箱时要注意下列事项：

- 脆弱易碎的物品（如玻璃、陶瓷类物品），物品与箱板之间要留出2厘米的空间，用柔软的物料充分填塞。箱内物品如不止一件，还须分别用瓦楞纸、海绵、稻草等物裹扎，以防损坏。
- 流质易溶物品(如药水、饮料、蜂蜜等)要先装入密封的容器内再装箱，箱内四周空隙地方，充分填塞柔软吸水的物料。所用容器是脆弱易碎物品，又不止一件，还必须对容器分别一一包扎。
- 油腻、腥味和容易反潮的物品（如火腿、咸鱼等），要先用不透油的塑料袋、腊纸妥为裹扎后再装入箱内包装。
- 有色的干粉末（如颜料、炭粉等），应先装入密封的容器内，再装入箱内，箱内的周围，用纸屑，木屑充分填塞并衬油纸、腊纸等物，以防污染其他邮件。

(4) 一般食品（如糖果、糕点等），怕压的要用坚固耐压的瓦楞纸箱、钙塑箱、木箱、金属箱包装。

(5) 农作物种子、粮食等，须用坚固耐压的木箱或坚韧的布匹、塑料袋套包装。

(6) 铁制类物品（刀、剪、钩），要用坚固耐压的木箱包装，箱内空间的地方还需用柔软的物料充分填塞。

(7) 金属器材和其他笨重物品（如机械零件、器械等），如果耐压可用厚布包装再用绳捆住；如不耐压要用坚固耐压的木箱包装，箱内宽隙地方应妥为用物料填塞，体积较大的木箱，要用铁皮箍或塑料封带捆扎。

(8) 不怕碰压的整捆物品，凡边角粗糙、带有棱锋、钩刺或有凸齿咬口，会损坏邮袋或其他邮件的（如轴承、钢索等），要用坚固耐压的木箱包装，或用厚布包住再用绳捆紧或用铁皮捆紧；凡边角光滑、无棱角的（如草席、轮胎等），可用绳索布料捆扎包装。

六、特快专递邮件

1. 函件型

(1) 一般应装入特快专递邮件专用封套内寄递。

(2) 扁平型，厚度不超过10毫米的，可装入特快专递邮件专用封套内寄递；厚度超过10毫米的，书籍等应用大小合适的包装箱封装，封装时，箱内空隙处做好衬垫、充填，包装箱外用专用胶带封固。

(3) 圈卷型的，封皮不得短于内件，圆卷尺寸应符合相关规定，长度较大时，应内衬坚实的圆棍或采用硬质塑料的圆筒作外包装物。

2. 包件型

(1) 应按所寄物品性质、大小、轻重、寄递路程远近和运输情况等，选用适当的包装材料妥为包装，以防止：

- 封皮破裂，内件散落；
- 封皮材料变形；
- 伤害处理人员；
- 污染或损毁其他邮件；
- 因寄递途中挤压碰撞、摩擦震荡或气候、湿度影响而发生损坏。

(2) 柔软、干燥、耐压的轻型物品（如衣服、布料、袜子等），可用塑料袋套包装，再装入专用封套或邮政包装箱内。

(3) 硬质物品不得使用专用封套封装。

(4) 较轻的金属物品或贵重物品，应使用坚实的金属或硬塑料制成的内箱匣或特制的包装箱匣封装。包装箱、匣的尺寸应符合相关规定。

(5) 一般在20千克以内的金属物品，可使用双层邮政包装箱封装，箱内用硬泡沫塑料将内件衬垫、填塞妥当。

(6) 油腻、腥味和容易反潮的物品，要先用塑料袋妥为封装，用热压封口（或用其他方法密封），再用邮政包装箱包装。

(7) 脆弱易碎的物品，封装时应在内件之间及内件与箱板之间用柔软、轻质的填充物（泡沫塑料填充品、棉絮、瓦楞纸等）填塞妥当，使其不能在包装箱内晃动，以防在运输途中损坏。

(8) 流质和易融化物品以及着色干粉应装入完全密封的容器内，再装入纸质箱、盒内，箱盒内要用吸附性强的填充物填塞妥当，以备容器破损时能把流质吸尽。

七、附注

(1) 不准使用旧封套和自制的封套。

(2) 需要使用箱、盒封装时，一律采用纸质包装箱、盒；瓦楞纸板表面不得出现露楞现象。

(3) 包装箱、盒应用透明邮政局专用胶带封固。

(4) 邮件重量超过5千克时，箱、盒外必须用非金属捆扎带箍紧。

(5) 捆扎时先将邮件详情单牢固粘贴在邮件封面上再行捆扎，但捆扎带不应覆盖详情单条形码。

附录B：邮政出售品价格

	型　号	规格（厘米）（内尺寸） （长 × 宽 × 高）	收费标准（元）
包装箱	YTQD1	53 × 29 × 37	10.00
	YTQD2	53 × 23 × 29	8.70
	YTQD3	43 × 21 × 27	7.30
	YTQD4	35 × 19 × 23	5.70
	YTQD5	29 × 17 × 19	4.60
	YTQD6	26 × 15 × 18	3.90
	YTQD7	23 × 13 × 16	3.40
	YTQD8	21 × 11 × 14	3.00
	YTQD9	19.5 × 10.5 × 13.5	2.80
	YTQD10	17.5 × 9.5 × 11.5	2.40
	YTQD11	15 × 9 × 11	2.20
	YTQD12	13 × 8 × 9	2.00
泡沫箱	4#		4.70
	7#		2.00
	10#		1.20
泡沫填充物	大包		3.80
	小包		1.9
特快专用箱	1#	45 × 30 × 20.5	5.40
	2#	36 × 29.5 × 20.5	4.60
	3#	30 × 25 × 20.5	3.80
	4#	25 × 20 × 15.2	2.80
	5#	15 × 15 × 12.5	2.20
	6#	66.5 × 30 × 30.5	7.70
	7#	55 × 45 × 30.5	8.90
	8#	42 × 38.5 × 19	6.20
	9#	52 × 29 × 33	6.60
	10#	52 × 29 × 17	5.10

书挂箱	1#	55 × 10 × 10	2.60
	2#	80 × 8 × 8	2.70
	3#	65 × 8 × 8	2.30
	4#	55 × 6 × 6	1.80
	5#	28 × 20 × 12	2.80
	6#	24 × 20 × 12	2.60
	7#	20 × 16 × 6	2.50
用户专用袋	1	130 × 85	17.00
	2	110 × 70	15.00
	3	80 × 50	13.00
	特大 1	190 × 120	23.00
	特大 2	160 × 110	21.00
信报箱	小型箱	高 35，宽 26，箱子上半部深度 12，下半部深度 6	130.00
	大型箱	高 43，宽 30，深度 18（上下深度一样）	250.00
国际小包专用箱	国邮 01 号箱	AB 双瓦楞 0201 箱型	13.50
		445 × 345 × 335	
	国邮 02 号箱	A 瓦楞对口型天地盖型	10.00
		盖： 390 × 280 × 190	
		底： 375 × 270 × 190	
	国邮 03 号箱	B 瓦楞大包盖型	7.00
		315 × 225 × 140	
	国邮 04 号箱	B 瓦楞大包盖箱	4.50
		225 × 165 × 100	

信封、详情单	国内 EMS 详情单		0.80
	国际 EMS 详情单		1.20
	EMS 信封（国内、国际）		0.60
	中速详情单		1.20
	中速信封		1.00
	香港次晨达详情单		1.20
	香港次晨达信封		1.00
	全球优先函件信封（大）		1.10
	全球优先函件信封（小）		0.70
	国际包裹七联单		2.00
	台湾快件详情单		1.20
	台湾快件信封		0.60
	国内包裹详情单		0.50
	B6 国内普通信封		0.10
	DL 国内普通信封		0.10
	DL 国际普通信封		0.15
	DL 国际航空信封		0.15
	C5 国内 \ 国际信封		0.30
	C5 大型礼仪信封		0.30
	C4 国内信封		0.50
	C4 国际信封		0.50

第二节　配送又快又安全

商品包装完毕，该给顾客寄过去了，别让人家等着急了。

配送过程是一个最为关键的过程，大多数的网上购物纠纷都是因此而起。目前网上交易大部分都是依赖快递公司和邮局，其中的风险并不是卖家能够控制的。如果一旦出现什么问题，邮局最多把邮费退给你，而不会有额外赔偿。对于低价商品来说，丢了就丢了，最多再发一次就是了。但是，如果是价格比较高的商品，比如说手机、笔记本电脑、游戏机等等，一旦出现问题，谁愿意负这个责任？相信这个时候，卖家也不会这么爽快地说："没事，再发一台。"所以，如何选择最稳妥最合适的配送渠道，也是很多卖家深思的问题。下面我们将介绍一些主要的配送渠道以及其中要注意的问题。

一、邮局

1．平信

能够发平信的东西也有很多，打折邮票之类的商品当然可以用。严格来讲不能平邮价格很低的货物（充电口、电门锁），如果平邮包裹，买卖双方都不合算。这种情况下也可以与邮局商量用平信邮寄，但是信封要用结实一点的，我们建议用两层信封夹一层塑料袋，比较安全。

2．普通包裹

自己发的货，对于重量要心中有数，把邮费估计准。能够不超过500克，尽量不要超过。事实上，普通包裹的邮费并不算贵，主要还是贵在包装箱。在前面的章节里，我们也建议大家自备纸箱，不要用邮局买的纸箱，也是为了降低成本。

普通包裹的基本邮费是按公里数及重量计算的，每500克为一个计费单位。附加费用有挂号费、保价金额和回执费。其中挂号费也等同于手续费，是必收的，无法节省；而回执费 是用于收件人确认收到邮件，由收件人填写，邮局投递回寄件人的，可以节省；保价费按填写的物品价值而定，若非贵重物品不提倡使用。

普通包裹用的是绿色邮单，寄达时间约需7～15天。

3．普快

能够不发普快最好不发，因为普快的速度并一定不比平邮快，价格也很可能比快递还要贵，具体价格表如下。

计费区间综合里程数	资费（元）		
	首重 1000 克	5000 克以内续重每 500 克	5001 克以上续重每 500 克
500 公里及 500 公里以内	5	2	1
500 公里以上至 1000 公里	6	2.5	1.3
1000 公里以上至 1500 公里	7	3	1.6
1500 公里以上至 2000 公里	8	3.5	1.9
2000 公里以上至 2500 公里	9	4	2.2
2500 公里以上至 3000 公里	10	4.5	2.5
3000 公里以上至 4000 公里	12	5.5	3.1
4000 公里以上至 5000 公里	14	6.5	3.7
5000 公里以上至 6000 公里	16	7.5	4.3
6000 公里以上	20	9	6

4．EMS

EMS——全球邮政特快专递业务是各国邮政部门开办的一项特殊的邮政服务业务。该业务在各国邮政、海关、航空部门均享有优先处理权，它以高速度、高质量为用户传递国际、国内的紧急信函、文件资料、金融票据、商品货样等各类文件资料和物品。

目前我国国际特快专递业务已与世界上200多个国家和地区建立了业务关系；国内已有近2000个大、中、小城市办理EMS业务，一般2～4工作日内可以送达。

使用EMS业务既可以到各邮电局交寄，也可以拨打EMS“185”服务电话，即有专人专车上门收寄。EMS选用最快捷的交通运输工具赶班发运并由专人专车投递到用户手中。

此外，EMS还提供邮政礼仪服务、代客包装、代客报关、代收货款、代上保险等一系列综合延伸服务。

国内统一资费：500克以内25元，500克以上邮件续重资费。实行分区计费。即将寄达地所在省（区、市）参照省会城市间运距归为3个计费区，分别执行不同的资费标准。一区（1500公里及以下）续重每500克资费为6元；二区（1500公里以上至2500公里）为9元；三区（2500公里以上）为15元。

以北京EMS为例：

寄达区			
起重500克及以内	每续重500克或其零数		
	一区（6元/500克）	二区（9元/500克）	三区（15元/500克）
25元	北京、天津、河北、山东、内蒙、山西、辽宁、河南、吉林、安徽、湖北、浙江、甘肃、江西、湖南、江苏、陕西、宁夏、上海、黑龙江	福建、四川、重庆、青海 广东、贵州、广西、云南、海南	新疆、西藏

二、快递公司

1．选择

平时有机会打听一下哪个快递公司比较好，价格不高、服务又好的当然再好不过。淘宝网上有很多这类介绍。

2．包装

包装应该和平邮一样严格要求。申通快递这方面是做

得比较好的，如果箱里的东西包装得不稳固的话，他们是会要求重新包装的。因为包装得更好，损坏的可能性一定更少，对承运方来讲，也是一样的。

3．分类

很多货品不能空运，比如液体、粉末等。如果货发的地方比较远的话，建议打电话问一下快递公司。

4．价格

如果发货并不多，快递公司要的价格适当高点也是没办法的，只要不是高得太离谱就行了，一般同城快递是5元起步，外地快递是8元起步。

5．签收

贵重物品或易碎品一定要要求收货方当着送件员的面打开验货，确定完好再签字。

快递公司的优点在于效率较高，同城货物一般当天送到，外地则需1～3天。价格较低，对包装的要求不太严格，随叫随到，价格比较灵活，服务方式也灵活；缺点在于从业人员素质不高，服务不太规范，信誉不是特别好。

附录：常用快递公司

1．国内外均可快递的公司

- 中外运敦豪
  http://www.cn.dhl.com
- UPS
  http://www.ups.com/content/cn/zh/index.jsx
- 联邦快递 FEDEX
  http://www.fedex.com/cn
- 全一快递 APEX
  http://www.apex100.com/index.jsp

2．仅提供国内快递的公司

- 顺丰快递
  http://www.sf-express.com
- 申通快递
  http://www.sto.cn
- 圆通快递
  http://www.yto.net.cn
- 宅急送
  http://www.zjs.com.cn/
- 亚风快递
  http://www.broad-asia.net/
- 佳吉快运
  http://61.152.207.195/query/chinamap.jsp
- 中铁快运
  http://www.cre.cn/index.html
- 民航快递
  http://www.cae.com.cn
- 展翼快递：
  http://www.zyex.com.cn

3．支付宝合作快递公司

为了方便淘宝网卖主发货，支付宝与三家快递公司成为了合作伙伴，分别是亚风快递、圆通速递、宅急送。

根据《支付宝推荐物流服务的使用规则》，使用

支付宝推荐的物流有以下好处：

（1）买家收货后3天内无异议自动打款。这对货款的回收非常有帮助，非推荐物流自动打款的时间可是需要10天呀。要知道，很多买家买下东西收货后，就像是从淘宝网消失了，网上联系不回，短消息不回，打电话没人接……只有经历了这些情况后，你才会发觉这个功能是多么有用。

（2）使用支付宝推荐物流公司，物流公司可以代替卖家行使确认发货权，支付宝接受推荐物流公司的发货指示。实际的情况是，如果你通过支付宝下单给推荐物流公司要求收货并且发货，但你却忘了填写发货单号，也就是“确认发货”这一步骤，物流公司可以为你填写。

（3）使用支付宝推荐物流公司，如产生交易纠纷，物流公司的证明将对支付宝最后的裁决有重要影响。

（4）发货价格便宜许多。

（5）有网络客服，有问题可以及时沟通。

（6）网络下单，节省电话费用。

三、托运

托运一般都是针对比较大件的商品，比如说台式电脑、电视机或者家具等等，主要有以下3种方式。

1．汽车托运

一般是5元一件，20公斤以下的货物基本上没问题，发的货多的话，价格还可降到3元左右一件。运费可以到付，也可以现付。货物到了之后可能会再向收货方收1～2元的卸货费。一般的汽车托运不需要保价，当然，有条件的话最好是保一下，一般保价费是0.4%，比较便宜。

2．火车托运

火车站都有价格表。包装得好，一般不会被打开检查。价格比较高，一般需要用传真件和身份证提货，运费需现付，不太方便。

3．物流公司托运

有些物流公司也是可以托运的，比如佳吉公司、华宇公司。他们的发货方式是和托运站不太一样的，托运站一般是点对点的，很多地方都去不了，只能把货物发到就近的收货点；但物流公司不同，他们可以把货物直接送上门。

第三节　怎样支付最合适

网上开店，需要尽可能多地提供支付方式给消费者选择，这也是成功开店不可或缺的条件。毕竟对于许多消费者来说，网上购物体验次数并不多，在选择支付方式时总是小心翼翼的，只有当他们能够随心所欲地选择自己认为安全、方便的支付方式时，才能够放心地购买你的商品。因此，虽然许多银行卡开始收取月费，你仍然要不惜工本，尽可能多地提供收款账号供用户选择。

现在，网上购物比较通用的付款方式一般有以下几种。

一、网上银行

所谓网络银行，又称网上银行、在线银行，是指银行利用互联网技术，为客户提供的服务。它具有无时不在、无所不在、成本核算低廉、安全快捷、方便周全等明显的优势。

随着互联网的普及，网络银行正在慢慢地渗入大众的生活之中。网络银行大致有以下三种形式：

（1）没有传统的营业网点，直接建立在 Internet 上的网络银行，这是一种虚拟银行，在我国还比较少见。

（2）业已存在的传统银行将既有的封闭型专用网络系统与 Internet 联网，提供真正的互联网服务，这是一种实体与虚拟结合的网上银行，也是我们用得最多的一种网上银行。

（3）业已存在的传统银行在Internet上设立网址，通过主页介绍银行自身情况、发布有关金融的各种新闻和消息等，并未在网上开展传统的银行业务，这尚不能被称为真正的网络银行。

网络银行提供的金融服务是多种多样的，下面介绍几种时下流行的网络银行产品和服务。

1．查账

查账功能使客户能在一个网站上登录，查看余额，或查看最近的交易。举例来说，客户可以在网络上直接查询ATM机的取款记录或存款记录，以及哪些支票已经付清。这是网络银行的基本而又极有帮助的功能。顾客只要登录银行网站点后，可以马上利用这些服务。当然，在网上开设账户时，必须办理有关手续，需要顾客去当地银行机构填写申请表单，有些银行则允许顾客直接在网上填写申请表。

2．转账

转账的功能是很简单的。网站允许顾客在各种账户之间转账，但重要的是，应该知道这种转移是否是立即到账。一般来说，本行内转账是立即到账的，而如果是跨行转账的话则需要最多 24 小时的时间。

3．支付账单

银行提供网络上直接支付账单的服务，顾客还可以设置每月自动付账等的功能，你选择网络银行时仅需检查账单方面的规定就可以了。

4．个性化设置

很多银行利用对个别顾客个性化或称顾客化页面的方式作为保留顾客的策略。举例来说，当你第一次在网络银行上登录时，你需要回答一系列的问题。而当你成为顾客后再次登录时，这家银行就已利用你提供给它的信息，为你特别推荐另外的产品。

总的说来，网上银行有如下优势：

- 能给客户提供简便、快捷的银行服务；
- 能给客户提供不受时空限制的全天候服务；
- 能给客户提供一个与银行进行全方位沟通交流的绿色通道；
- 能节约客户等待时间，降低客户交易成本。

本节最后的附件中，列举了一些常用网上银行的申请及使用方法。

二、货到付款

货到付款就是卖家与配送公司（邮局、快递货运公司）签订代收款协议，当物流公司把货物按时

安全地送达顾客手中时，代替卖家向消费者收取货款，再把货款转交给卖主。在这个过程中，物流公司不对所发货物的质量和售后服务负责，只负责送货和收款业务。

货到付款的方式，并不是一种很完美的方式，主要有如下几个问题：

(1) 如果卖家与物流公司采用月结方式的话，也就是说物流公司每个月与卖家结一次款，把这个月所收货款在月底一次性地转给卖家，这样可能就会导致卖家的现金流紧张，进货困难。

(2) 如果卖家与物流公司现结，也就是物流公司一收到款，马上就转交给卖家，这样，物流公司就会收取一定的费用。一般来说，如果是快递的话，会收取双倍的快递费，成本就高多了。

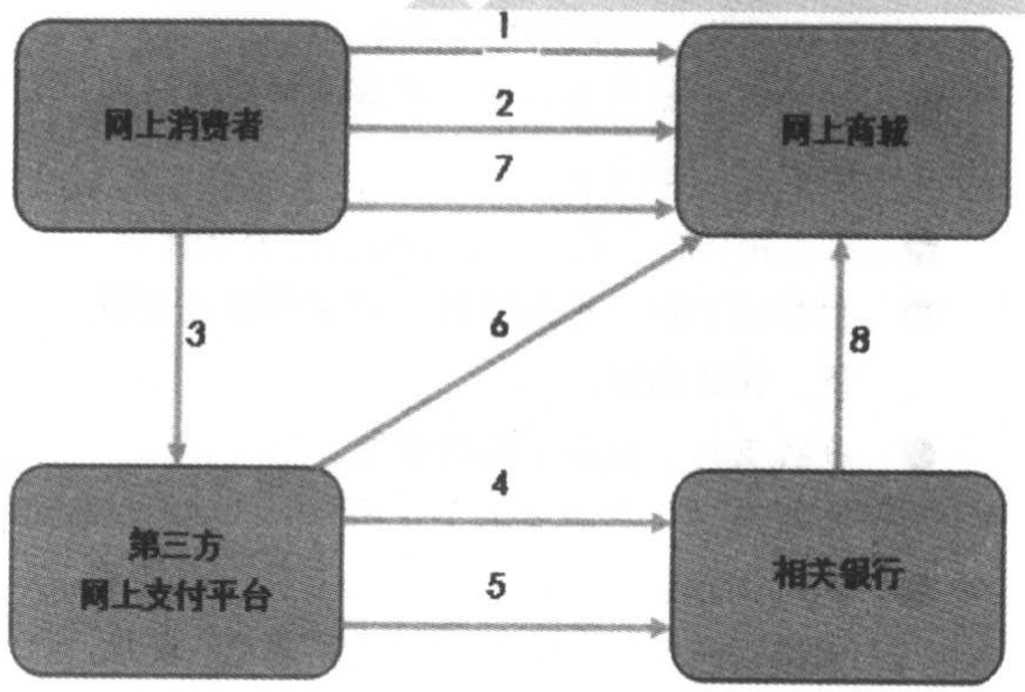
(3) 如果选择中国邮政代收款，收费就会特别高，会按货款的3%收代收款手续费。

所以，货到付款的方式还是尽量少用，毕竟成本是非常高的。

三、第三方网上支付

所谓“第三方网上支付”，就是为一些和各大银行签约、具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供交易平台。买方选购商品后，使用该平台提供的账户进行货款支付，并由第三方通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，就可以通知付款给卖家，第三方再将款项转至卖家账户。目前，支付宝、安付通和PayPal均属此范围。

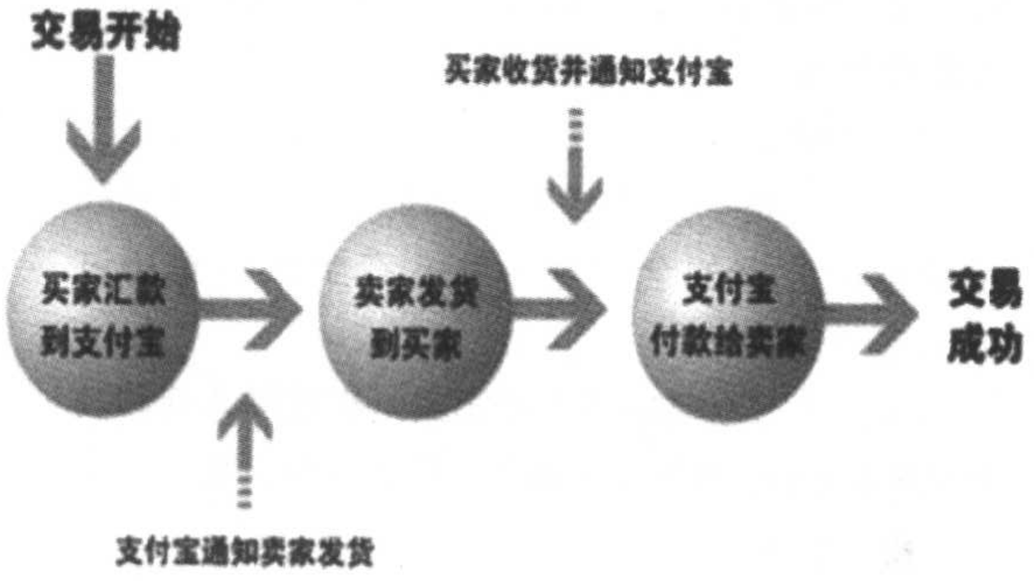
下面是第三方网上支付的基本流程：



接下来再来看看现在主要的几个第三方网上支付平台的具体情况。

1．支付宝

支付宝是非常先进的网上交易平台，由阿里巴巴网建立，在淘宝网的应用非常广泛，其大致使用流程如下：



对于买家来说，它具有如下优势：

- 货款先支付在支付宝，收货满意后才付钱给卖家，安全放心；
- 不必跑银行汇款，网上在线支付，方便简单；
- 付款成功后，即时到账，卖家可以立刻发货，快速高效；
- 在线支付，交易手续费全免。

对于卖家来说，它具有如下优势：

- 再不用跑银行查账了，支付宝会告诉您买家是否已付款，可以立刻发货，省心、省力、省时；
- 账目分明。交易管理帮您清晰地记录每一笔交易的交易状态，即使有多个买家汇入同样的金额也能区分清楚；
- 支付宝认证是卖家信誉的保证。

当然，无论是对卖家还是买家来说，还有最重要的一点，那就是支付宝是完全免费的。另外，支付宝还有很多其他方便的功能，读者可以去它的网址进行查询。

2. PayPal

PayPal 是一家 eBay 网投资的公司，它是在线付款解决方案的全球领导者，在全世界有超过 7160 万个用户。

PayPal 可由易趣买家和卖家、在线零售商和其他商家在 56 个市场以 6 种货币形式使用，即：

- 加元
- 欧元
- 英镑
- 美元
- 日元
- 澳元

PayPal 快速、安全而又方便，是跨国交易的理想解决方案。

对买家来说，它具有如下优势：

- 安全。PayPal 保证信息的安全。您可以在线付款，而不用将银行卡或银行账户的详细信息透露给他人；
- 快速。使用PayPal，您就可以立即向有电子邮件地址的任何人进行付款；
- 方便轻松。注册 PayPal 非常快捷，而且您一旦成为用户，就可以与全球范围内 56 个市场（包括美国、英国和其他亚洲及欧洲市场）的卖家交易。

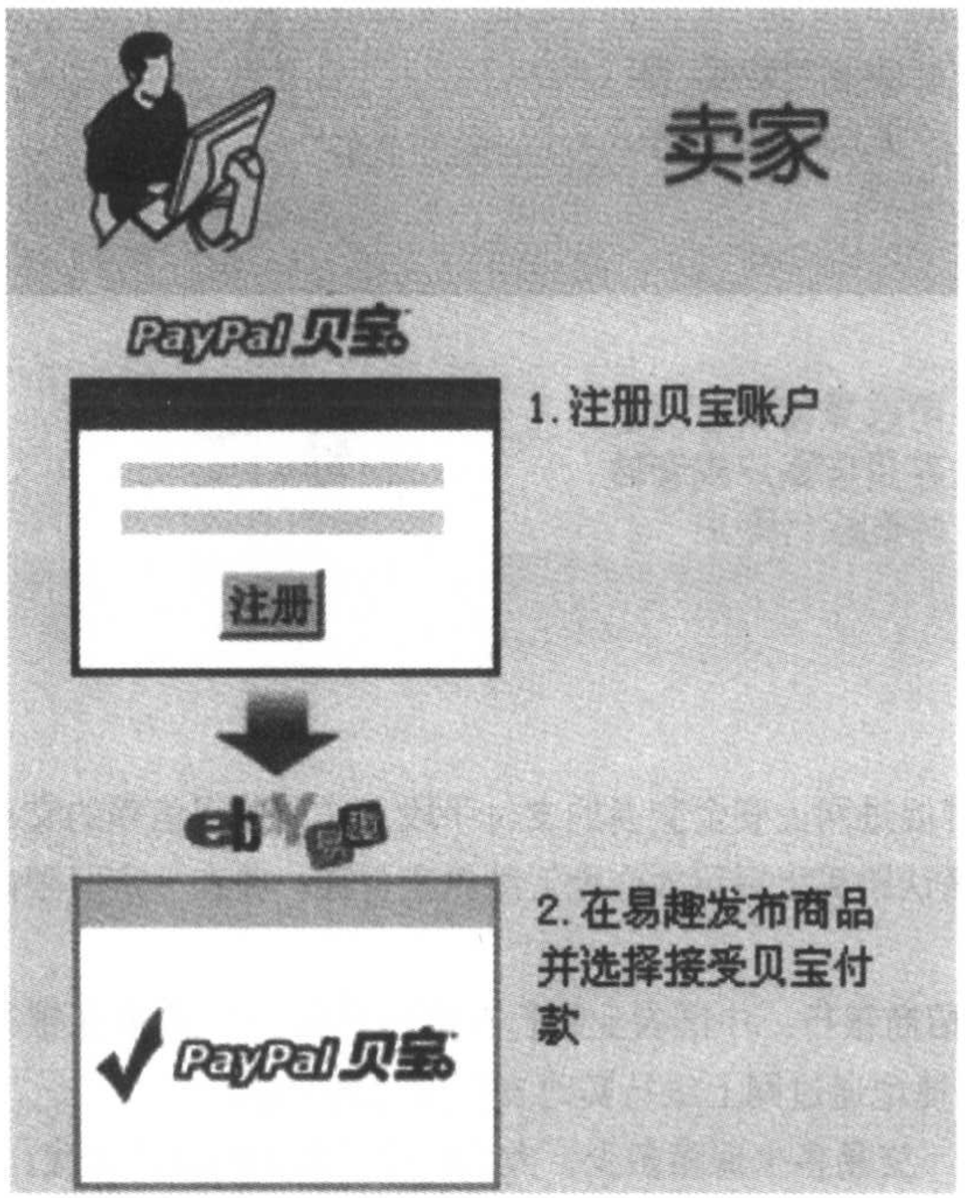
对卖家来说，它具有如下优势：

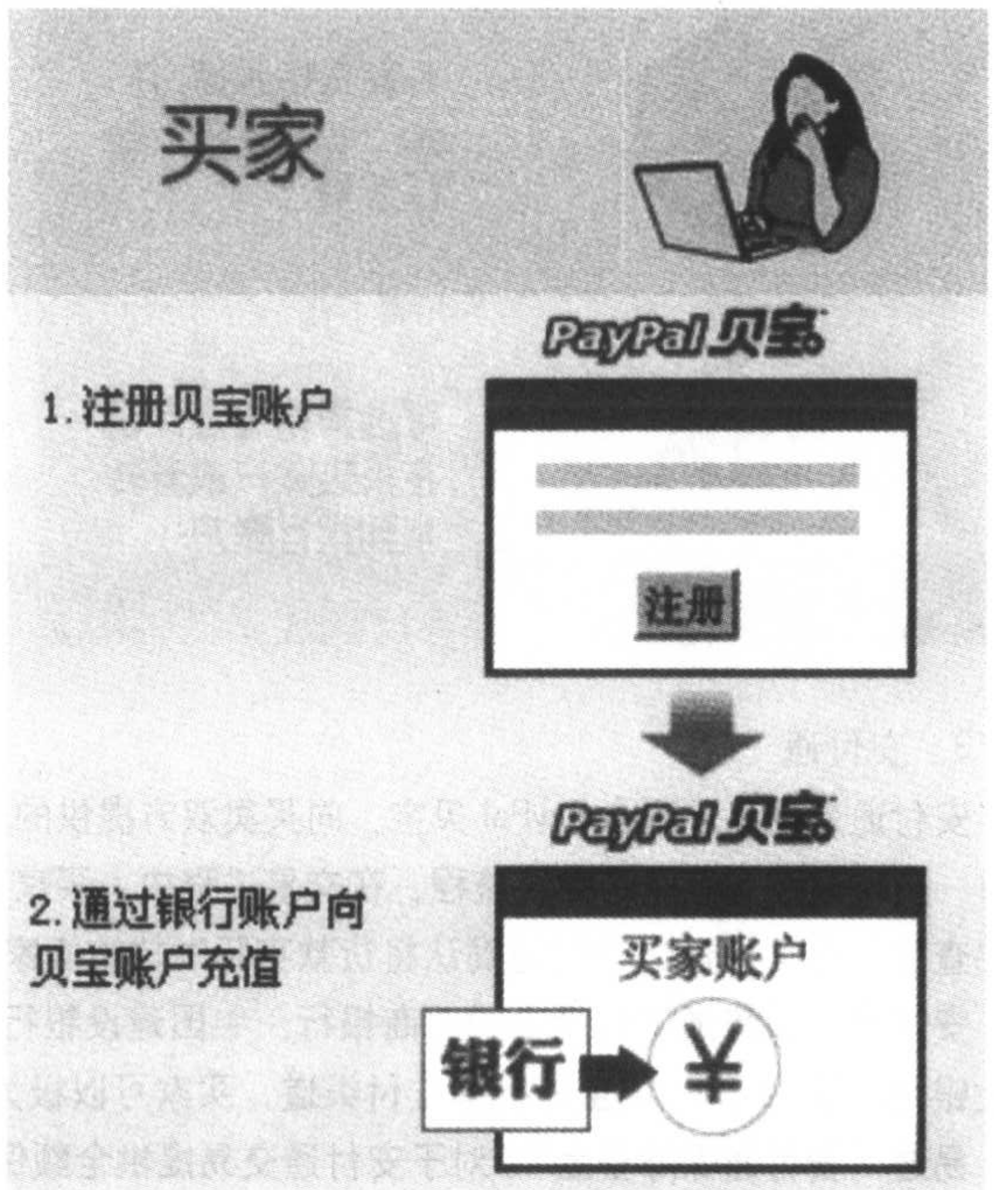
- 安全。您的财务信息不会透露给其他任何人。PayPal 使用最先进的商用加密技术保护您的数据，这些技术正是一流的全球性银行（比如 CSFB、Citibank、HSBC）所使用的；
- 快速。无论您的买家身在何处，付款都会立刻汇入您的 PayPal 账户；
- 方便。您可以使用我们的各种工具管理交易并提高效率。

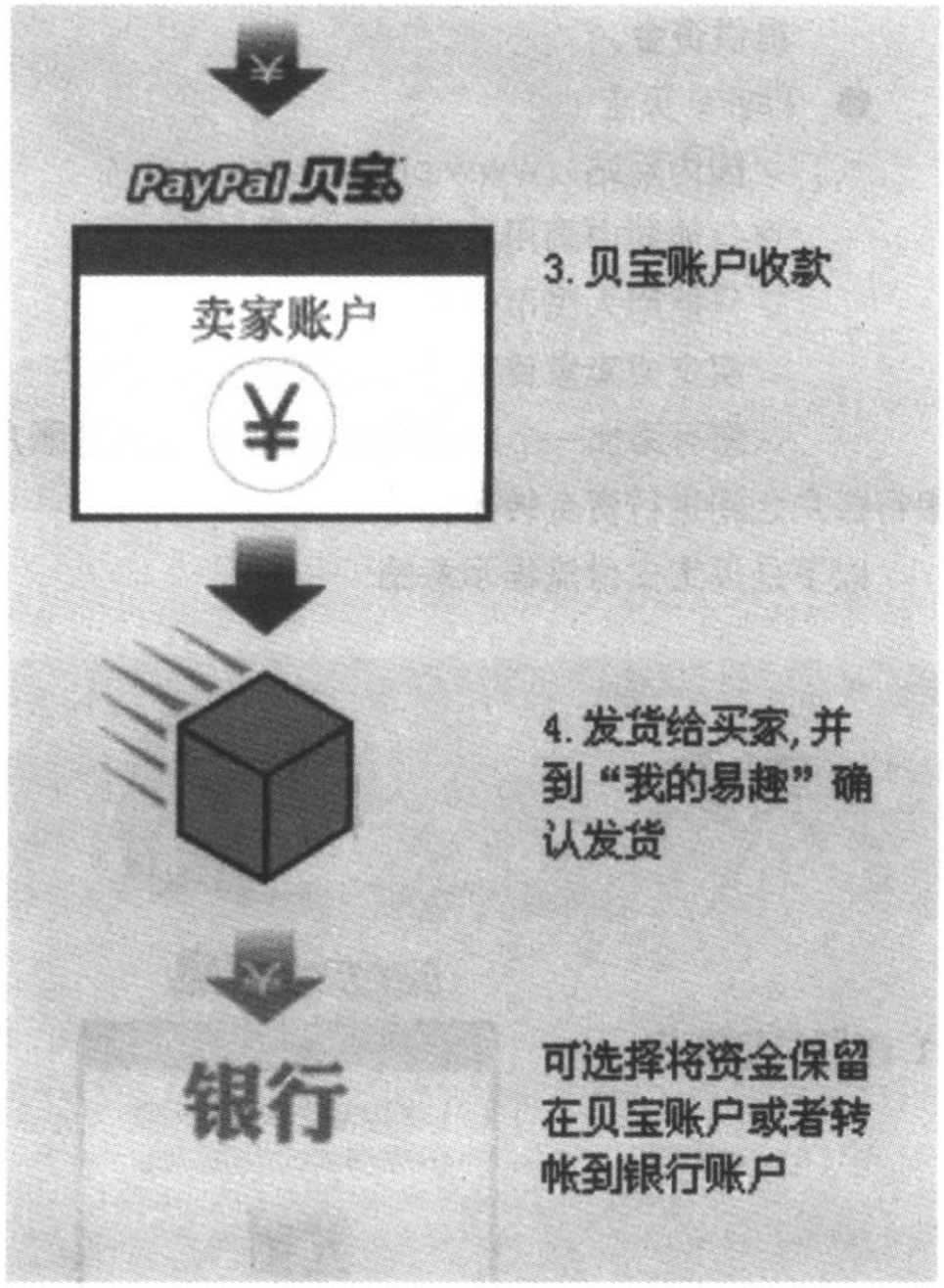
作为国内卖家，我们还需要注意“PayPal”和“PayPal 贝宝”之间的区别。

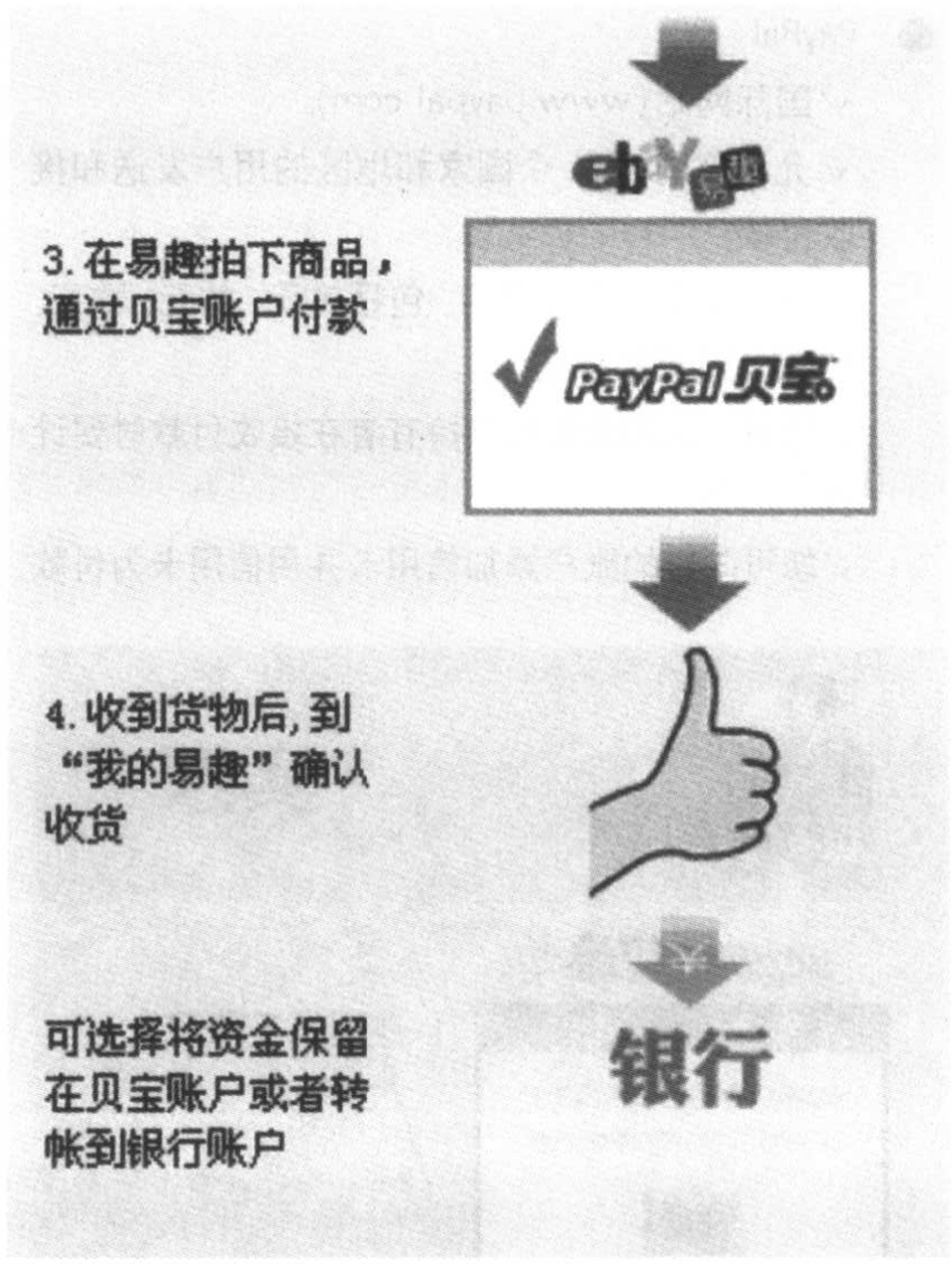
- PayPal
  - ✓国际网站(www.paypal.com);
  - ✓允许您向 55 个国家和地区的用户发送和接收付款;
  - ✓您可以用多币种交易，包括美元、加元、欧元、英镑、澳元和日元;
  - ✓只有个人和企业账户持有者在接收付款时要计费;
  - ✓您可向您的账户添加信用卡并用信用卡为付款提供资金。
- PayPal 贝宝
  - ✓国内网站 (www.paypal.com.cn);
  - ✓只能向中国用户发送和接收付款;
  - ✓只能用人民币交易;
  - ✓买家或卖家目前可以免费使用贝宝账户;
  - ✓您可添加一个中国的银行账户，在贝宝账户和银行账户之间进行资金转账。

以下是贝宝支付流程示意图:









3．安付通

安付通是由易趣联合 PayPal 贝宝，向买卖双方提供的一种促进网上安全交易的支付手段。作为值得信赖的交易第三方，安付通会监控整个交易流程。在交易过程中，买家在确认购买之后可放心地汇款给安付通，并在一定时限内收货并查验，此后可通过安付通确认将货款实际发放给卖家。

安付通目前集成了包括中国工商银行、中国建设银行、招商银行、中国农业银行在内的全国 14 家商业银行的网上银行以及 Paypal 贝宝等在线支付渠道，买家可以极为便捷地通过网上银行实时支付安付通货款。

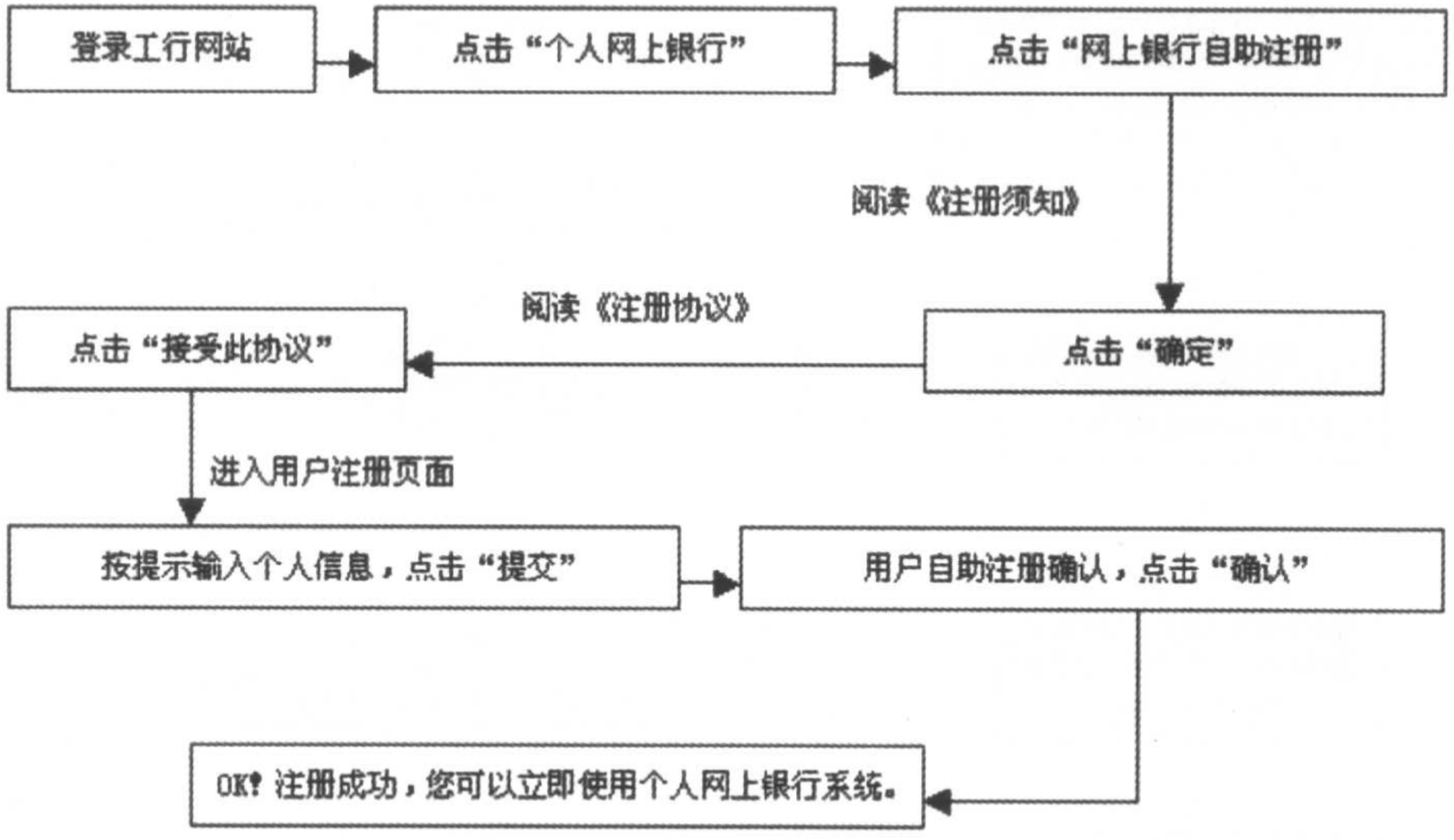
易趣“安付通保障基金” 对于安付通交易提供全额保障，交易多少保障多少，大大减少了我们的后顾之忧。

以下是安付通交易流程：

附录：各大银行网上银行申请及使用方法

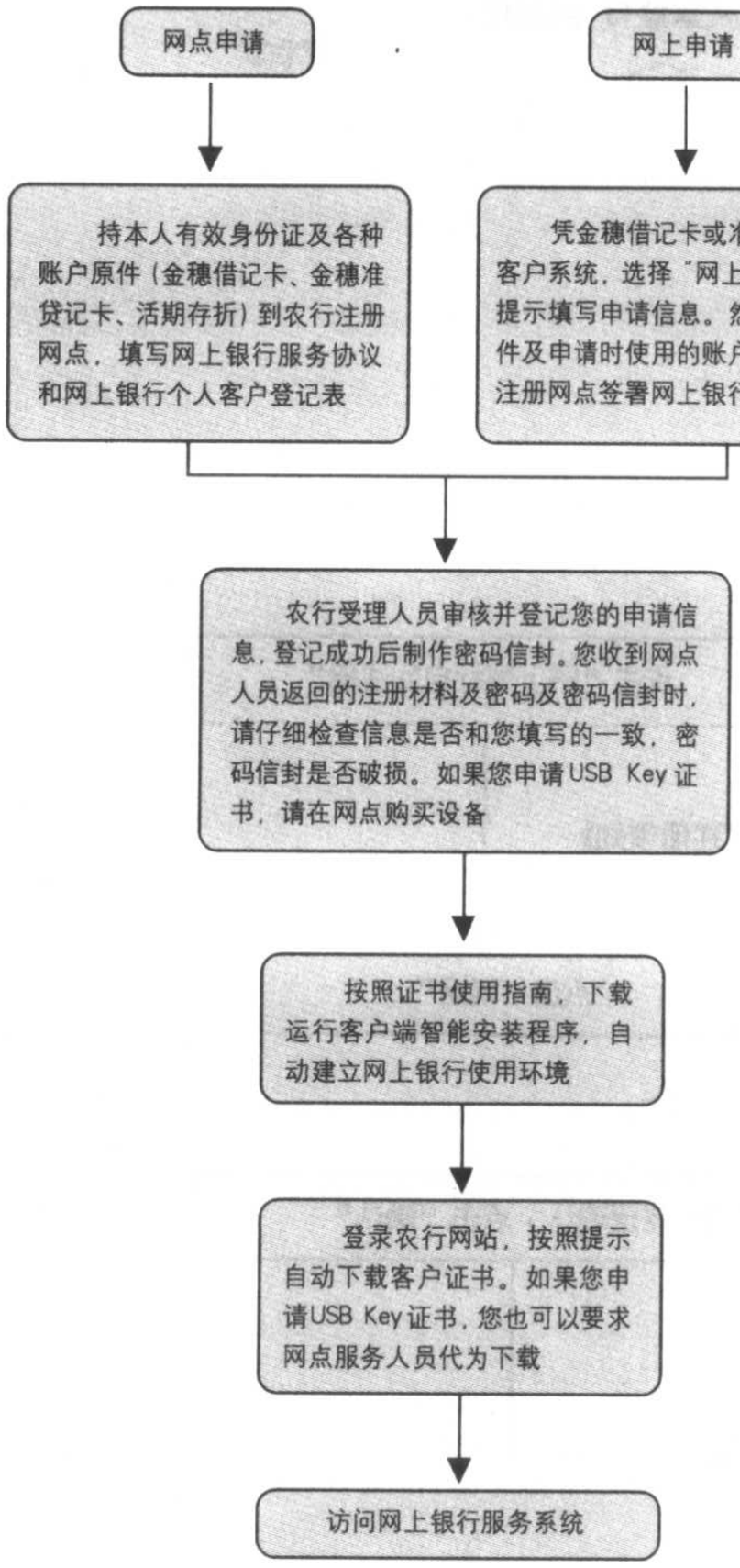
1．中国工商银行

网上银行使用方法：

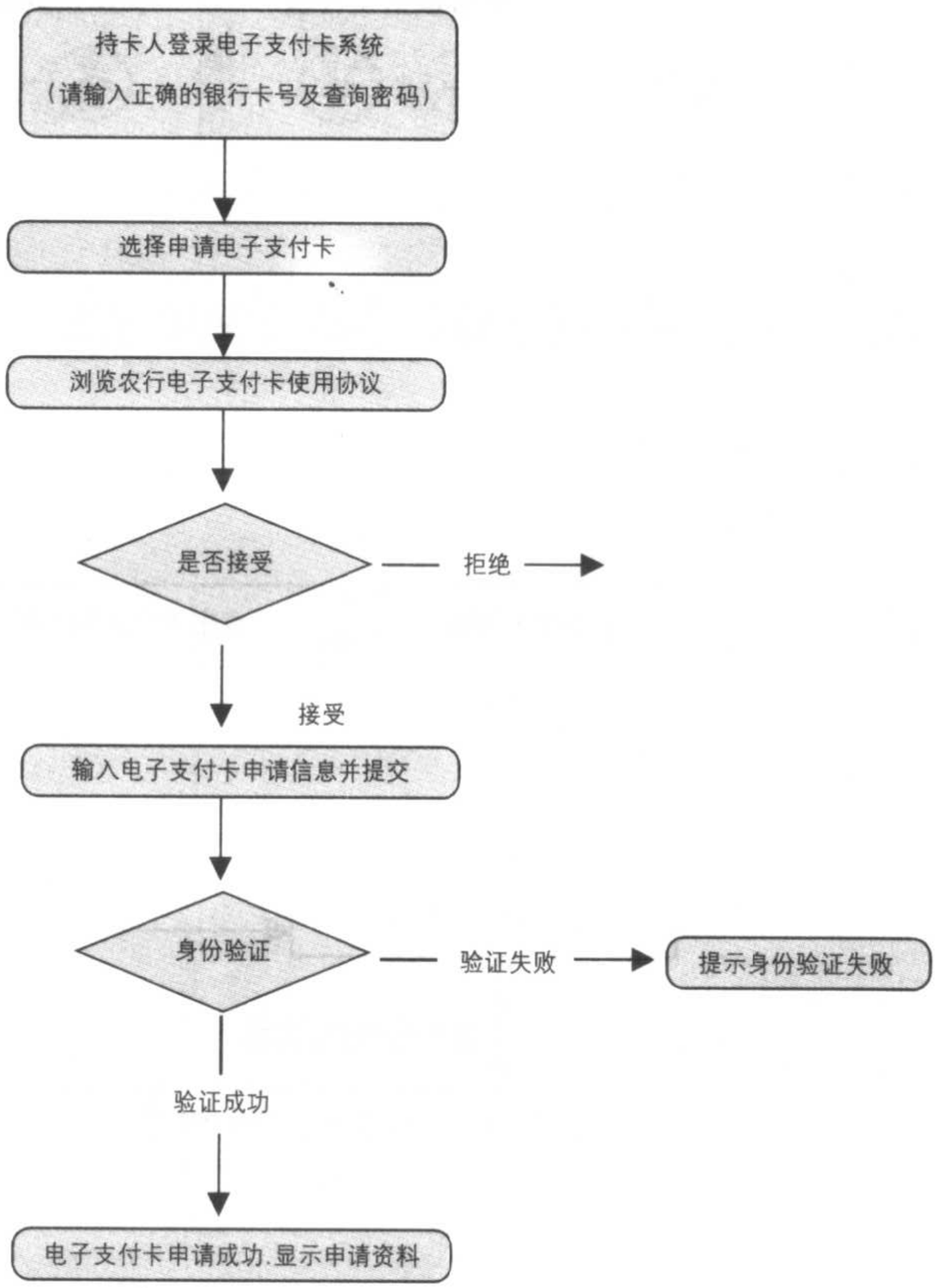


2. 中国农业银行

(1) 网上银行注册方法：

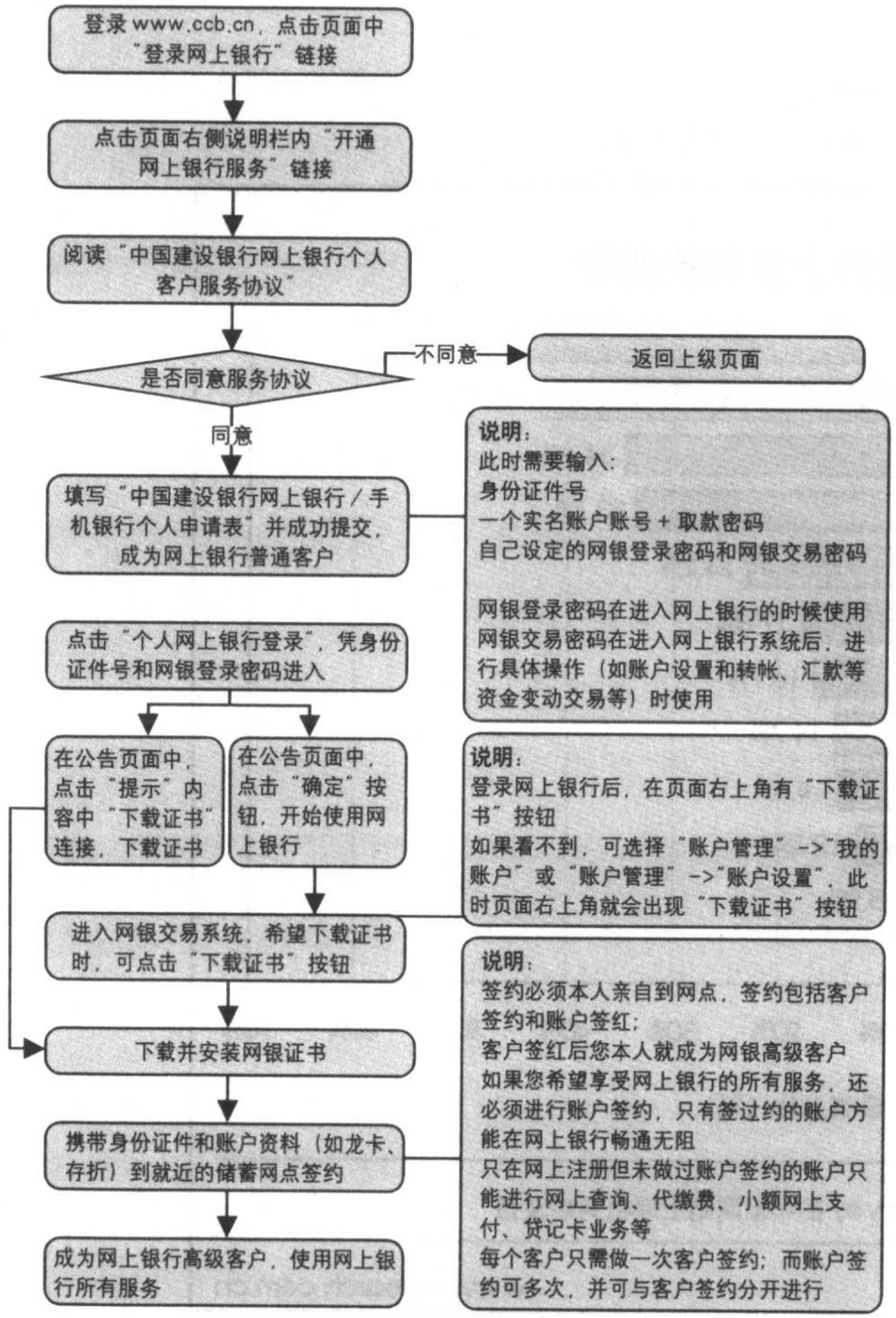


(2) 网上银行使用方法：



3. 中国建设银行

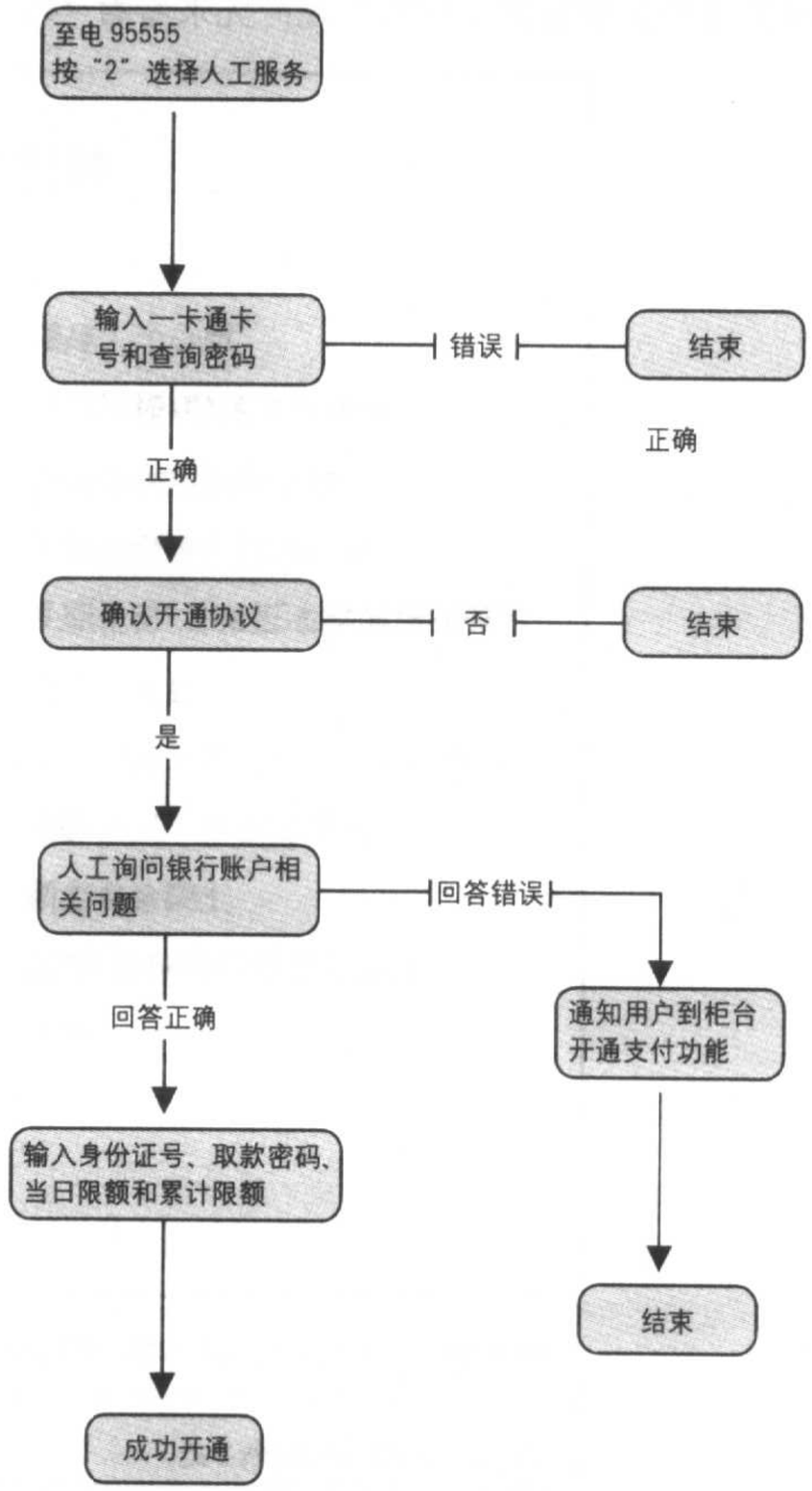
网上银行使用方法：



4. 招商银行

网上银行使用方法：

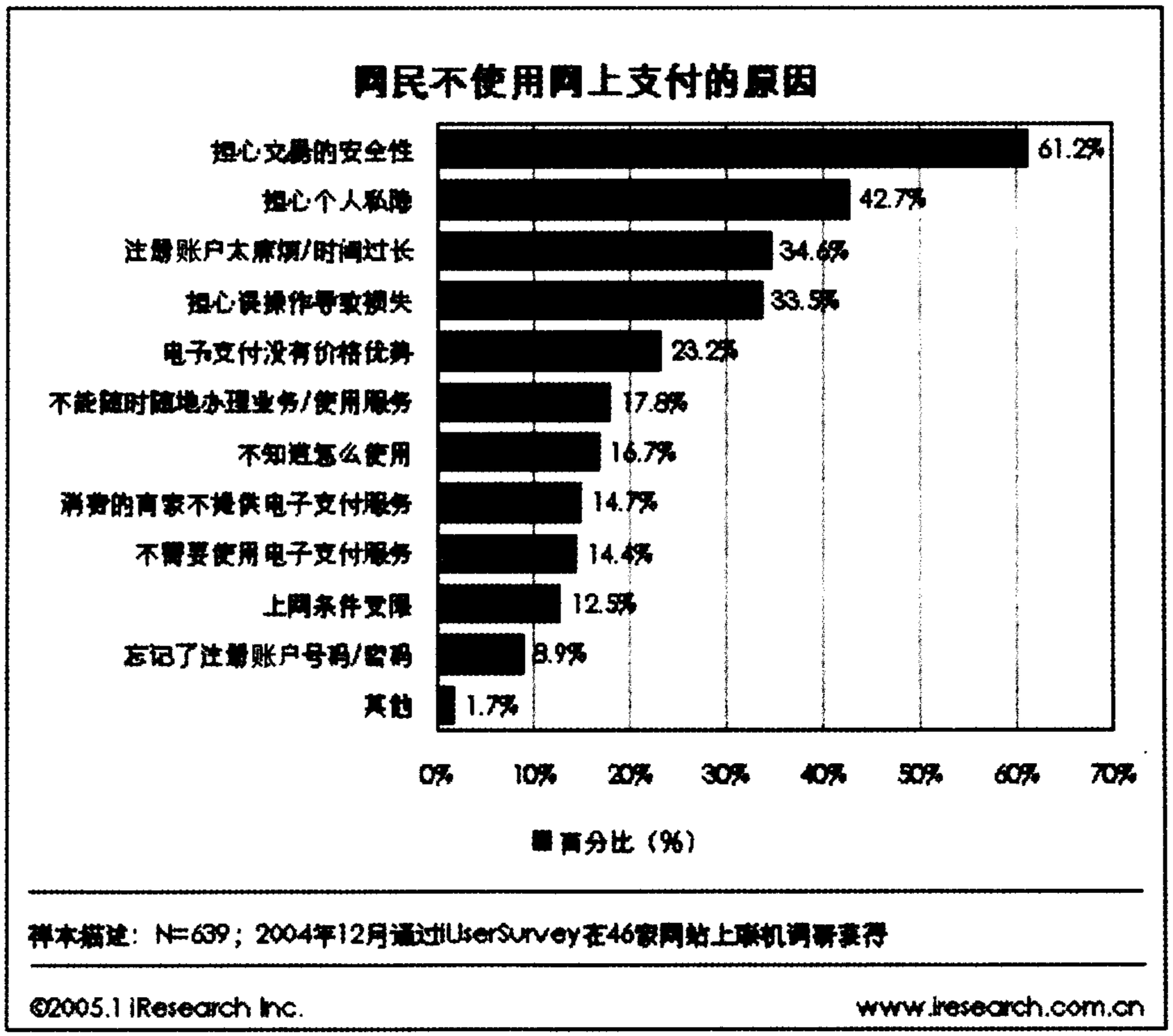
95555 电话申请开通见解上支付苗能流程图：



第四节　网上支付，小心陷阱

一、为什么顾客不愿使用网上支付

网上支付的便捷性的确有目共睹，但是是否大家都能接受网上支付方式呢？到底是什么原因让部分人不能接受这种又省时又省钱的支付方式呢？先来看看 iresearch.com.cn 的一个调查图表。



很明显，绝大部分网民不使用网上支付的原因就是对其表示怀疑，主要体现在担心交易的安全性、担心泄漏个人私隐和错误操作导致不必要的损失上，其中最为明显的是担心交易的安全性。

为什么会有这样的担心？因为，现实中确实存在着以下一些不法手段。

手段一：建立假冒网站骗取用户账号密码实施盗窃

犯罪分子建立起域名和网页内容都与真正的网上银行系统、网上证券交易平台极为相似的网站，引诱用户输入账号密码等信息，进而伪造银行储蓄卡、证券交易卡盗窃资金；还有的利用跨站脚本，即利用合法网站服务器程序上的漏洞，在站点的某些网页中插入恶意 html 代码，屏蔽一些可以用来辨别网站真假的重要信息，来窃取用户的真实信息；还有些犯罪分子可能会假冒银行名义发送邮件给客户，要求修改网银密码，从而窃取客户信息。

手段二：诈骗短信骗密码

手机的普及使犯罪分子觉得，利用手机短信进行诈骗十分方便而又快捷。于是，近年来利用手机短信进行诈骗的活动猖獗起来。由一部储存着手机号码的电脑控制的"群发器"，平均3秒就发出一条短信息，内容是"某银行通知，你在某超市刷卡消费4800元，如果有疑问请致电某号码"。据了解，不少人都曾经收到过这样的短信。但是如果根据短信上提供的电话号码打过去咨询，对方会冒充公安局、银联工作人员，套出市民银行卡上的卡号和密码。如果银行卡开通网上银行，案犯就利用网上银行将银行卡上的钱财洗劫一空。

手段三：网上黑手盗密码

一些不法分子在网吧等公共电脑上安装一些黑客软件，如果使用这些电脑登录网上银行，个人银行卡所有信息将可能泄露，银行卡中的存款自然也存在不安全的因素。不法分子利用一些人喜欢下载、打开一些来路不明的程序、游戏、邮件等习惯，有可能将一些病毒植入计算机内，一旦客户登录网上银行，客户输入账号、密码等信息，就有可能被窃取。目前常见的网银病毒包括"快乐耳朵"、"网银大盗"、"特洛伊木马"等。这些病毒通过邮件或程序下载进入他人电脑，在受害者进行网银交易时偷取其信息。前不久有人举报，他在登录工商银行网上个人银行时，系统突然弹出"电子银行系统正在升级"并要求"修改密码"的提示，于是他按要求再次输入登录和支付密码，然而，当他点击"确定"后，电脑中的"江民密保"软件突然发出"不明程序向外发送密码"的警示，于是他紧急与工商银行联系，才发现工商银行根本就没有升级电子银行系统。还有一些不法分子利用部分用户贪图方便的特点，在一些网站设置弱口令的漏洞，对银行卡密码进行破解。

二、常见自我保护方式

其实，银行方面对于网上银行交易的安全性已经采取了多种安全防范措施，人们只需掌握相关的安全知识，就

可以充分享受到网络银行的方便和快捷。

其实最好的自我保护方式并不需要多少技术，我们可以从连接来源、证书和使用场合等几个方面来预防。

1．连接来源

(1) 对于银行发来的手机短信，请认真校对短信的来源，如涉及到账号问题要和银行进行电话确认。

(2) 对要求重新输入账号信息，否则将停掉信用卡账号之类的邮件不予理睬。

(3) 不要回复或者点击邮件的链接，如果你想核实电子邮件的信息，可以使用电话联系。

(4) 若想访问某个公司的网站，应使用浏览器直接访问。输入网址前，有必要确认地址的来源。点击邮件中的链接、短信，以及即时通信工具中的链接都是不可取的。

(5) 如果一个网址中含有“@”符号，应该意识到，一般网址是完全没有必要使用“@”符号的，因此不要使用这个网址。

2．证书

(1) 请注意，所有国内商业银行在第一次进入网银项目的时候，都需要下载安全证书，用户可以通过检查安全证书，来确定网站的身份。可点击浏览器右下角状态栏上的挂锁图标后，就可查看证书内容，请检查安全证书是否仍在有效期内。

(2) 查看登录时间。经常查看欢迎页面上的上次登录时间和实际登录情况是否相符，便于您及时发现异常情况。

(3) 留意地址栏的域名变化，多数合法网站的网址相对较短，通常以.com 或者.gov 结尾，仿冒网站的地址通常较长，只是在其中包括合法的企业名字（甚至根本不包含）。

3.使用场合

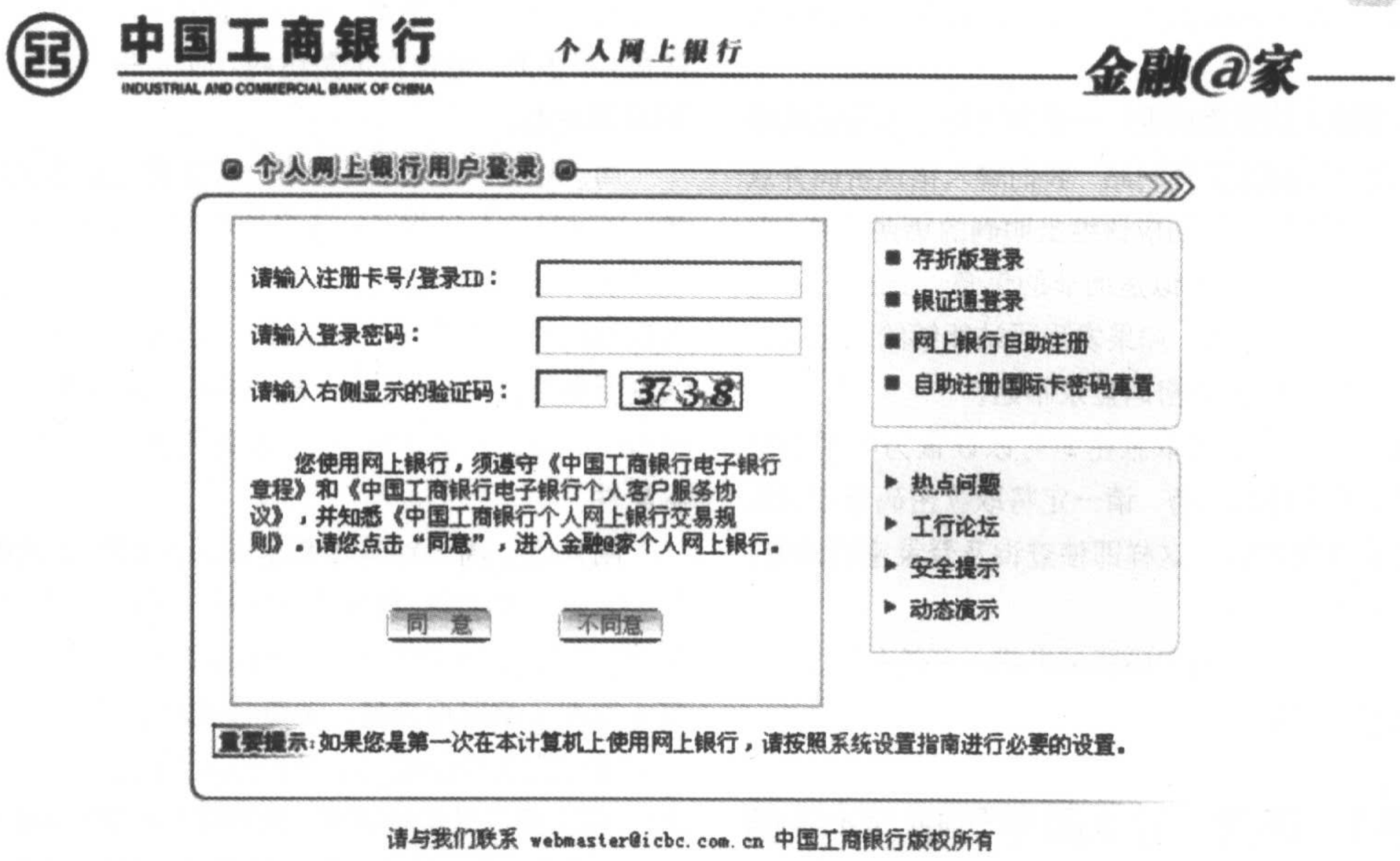
(1) 避免下载来路不明的文件，安装杀毒软件并及时升级病毒知识库和操作系统补丁，建议安装个人防火墙。

(2) 使用网络银行时，选择使用网络凭证及约定账户方式进行转账交易，不要在网吧、公用计算机上和不明的地下网站做在线交易或转账。

(3) 大部分的“网络钓鱼”信件使用的是英文，你可将可疑软件转发给网络安全机构。

4.网上银行安全使用技巧

《电脑迷》杂志提供了一个简便的方法，帮你安全地使用网上银行。下面，我们以中国工商银行的网站为例进行介绍。



中国工商银行网上银行登录界面

进入网上银行后，在看到输入框时，不要急于输入信息，此时要检查IE是否启用加密连接（看看是不是有小锁的图标），并检查证书是否有效（双击小锁图标，打开“证书”界面，查看其有效期），最好还要检查证书是否与地址栏的地址相匹配（在“证书”界面中选择“证书路径”，并查看“证书路径”最后一项是不是与地址栏中的地址一致）。如果有其中一项不符合，那么就要小心了。

接下来，为了防止计算机中可能有木马窃取重要的信息，建议输入卡号与密码时采取特别方式。如卡号为

"123456789"，密码为"654321"，输入卡号时先输入"567891234"，再利用剪切、复制和粘贴功能改为正确的卡号，这样一来，记录键盘操作的木马也无法取得正确的卡号了。同样，为了保证安全，也可以先输入一个错误的密码。

为什么要输入错误密码呢？一是为了防止木马记录键盘操作，二是为了防止克隆网站。我们输入错误密码并点击登录后，正式的银行网站应该给出明确的错误信息；而一些克隆网站会给出一些似是而非的信息，比如"系统忙"、"服务器出错"等等。如果发现网站能够给出正确的错误信息，我们再用正确密码登录不迟。

有的银行登录密码和取款密码可以设置为不同的密码，如果银行有这样的服务，请一定将取款密码与查询及登录密码设为不同密码，这样即使查询及登录密码泄漏，也不会影响资金安全。

提示：如果使用正确密码登录出错，无论什么原因，都应该立刻修改密码。

成功故事 1：网店，让大家都过把 SOHO 瘾

2004年7月大学毕业的周一铭找工作一直不顺利。不过，周一铭的父母并没有对他的"不务正业"表示不满，因为毕业不到半年的周一铭如今月收入已经达到了 3000 元。"我现在的职业就是在网上开店，卖电脑配件等数码产品。如果做得顺，准备再添人手和几台电脑，把这个一直当成职业也说不定。"

一台电脑约4000元，加上 3000～5000 元流动资金、300元网络空间申请费、一台400万像素的数码相机(3000元左右)，就是开店的全部投入。

周一铭的店每天有上百人次的浏览量，一天能做上五六单生意，每月赢利在3500元左右，除每个月缴纳50元左右的网络空间维护费、寄货品费用200多元、小灵通电话费100多元、电信宽带费用约70元，每个月的净收入在3000元左右。

周一铭告诉记者，自己第一笔生意还是念大学时的事情。当时想把自己用了一年多的电脑卖掉，凑点钱买台新的，就在川大BBS上发了一个转让帖子，还顺便用室友的数码相机拍了个图片放在上面。"当天下午就接到3个电话说要看货。"两天之后，周一铭的旧电脑卖给了一个大一新生，成交价是2400元。"从此我就开始在网上出售电脑配件。"

刚开始，周一铭基本都是在川大BBS上发帖子卖配件，大多是通过QQ谈好成交价格，再约个时间地点交货拿钱。后来，川大学生到附近电脑城逛的人越来越多，"行情大家都了解得很清楚，要赚钱就难多了。"

经过朋友的介绍，周一铭把自己的买卖搬到了易趣网上。"网上开店其实很简单，按网站的规矩，300元的开店费，月租50元，除此之外，没有其他任何费用，投入非常少。"不过，网上开店必须有一台好的数码相机。周一铭告诉记者，网上开店没有图片的东西根本卖不出去，"电脑配件自然是拍清楚就可以了，不过数码产品就不一样了，有现代感、很酷很抢眼的图片对提升产品的卖相很有帮助。"

另外，给产品定价也是一门功课：在给商品定价格之前，要考虑好各种因素所需要的费用，最好把电话费、邮

寄费都考虑进去。

开一家商店，还要解决好货源问题。周一铭表示，自己的货源分两部分，一是代理销售，一是在电脑城批发。做代销基本是有人要买了才去提货，这种生意没有什么资金压力，但利润不太高，而自己搞的批发则是收入的主要来源。"我一周之内至少会去逛三次电脑城，随时了解本地价格变化，遇到好东西就买下来，价格就很有竞争力。"另外，"卖东西一定要懂行，因为产品的质量直接关系信誉。卖方放在网上的货物描述必须真实可靠。如果出了问题被买家投诉，商店的公开信誉度就要下调。在易趣如果被投诉三次，就要被勒令关店。"

至于发货，成都本地的顾客一般会选择当面交货或者快递送货，而外地顾客基本用邮寄。邮寄包裹最好是自己准备包裹材料——纸箱、布袋之类，这样可以节省不少开支。"网上买卖一般是买家先付款，当钱到账后，卖方才负责把货物通过邮寄的形式送到买家手中。卖方必须承担保证货物顺利到达的责任，如果货物没有顺利到达买方手中，卖方必须赔偿买方全部损失。"

周一铭现在还发展了自己的二级代理，"一个在绵阳念研究生的朋友就在他的学校里做代理，他负责收集信息和交货，我负责进货发货。"

"易趣面对的买家是全国的，因此需要不断关注各个城市的配件价格变化。"据周一铭说，自己也遭遇过挫折。有一次，他对比了国内几大城市内存条的报价，发现成都的价格最低。"我高兴坏了，一咬牙从电脑城一个老板手里进了3000多元的内存条。可没想到挂上网的当天，北京和上海内存条的价格就一路走低，成都本地的价格也跟着跌。"最后，周一铭的内存条在网上挂了近一周也没卖出去一半，赔了1000多元钱。

（案例来源：网易）

成功故事2：
最年轻的"网商"和他的木制玩具

小何的家乡——云和县位于浙江省西南部，拥有山林面积119万亩，森林覆盖率达52%，是浙江省杉木、油茶基地县之一。丰富的林业资源还成就了云和县的传统产业——木制玩具业，这也是云和县出口创汇的拳头产品。

云和县当地云集了400多家木制玩具厂商，产品远销欧美、日本、香港等三十多个国家和地区，年出口额位居全国各县市同行业之首，占据全国木制玩具出口额的90%，云和县也因此荣获了"中国木制玩具城"的美誉。

在这个山清水秀的中国木制玩具之乡，提起当地最早成立的木制玩具企业，就不能不提到浙江和信玩具有限公司。

时间回溯到20世纪60年代，那时，小何的祖父创办了一家生产木制玩具的小作坊，1973年成为乡镇企业，由小何的父亲和叔父经营，1992年进行了股份制改造。在当时，国内的生产型企业多数还不能获得自营进出口权，而这家名为"和信"的公司通过股份制改造，取得了自营进出口权的资格。

转眼间到了2000年，这家当地木制玩具的创始企业在展会、外贸公司等传统出口渠道之外开始应用互联网技术，打造全新的外贸通途。而这时，年轻的小何已逐渐从父辈手中接过了和信公司。

事实上，从1996年中专毕业后，小何就开始协助管理和信公司了，他坦言，这几年商海里的摸爬滚打，交了不少学费。

小何初识电子商务是在1997年，当时互联网在中国刚刚兴起，B2B模式的网站方兴未艾，年轻的小何很快注意到这一新鲜事物。不久，一家国际B2B电子商务服务商找到了他们，描绘了电子商务将给出口型企业带来的利润和价值，于是和信公司交了半年服务费，初步接触了电子商务。

然而企业逐渐发现，在网上零星收获的一些散单还不足以支付昂贵的服务费用。小何后来才明白这家服务商只是利用平面媒体结合网站进行推广，网站的浏览率并不高，小何果断地结束了这次合作。虽然初次尝试应用B2B网站的计划遗憾地划上了句号，但小何并没有放弃电子商务。

1999年3月一家名叫阿里巴巴的网站吸引了小何的视线，他注册成为免费会员，并通过网站接触到了很多来自海内外的客商，由此，和信工艺品公司与阿里巴巴的合作一拍即合。

从2001年的“诚信通”会员到“中国供应商”会员、“高级中国供应商”会员，小何带着浙江和信玩具有限公司在互联网上施展功夫，开始了自己的“网商”之路。

随着互联网技术和电子商务的普及，在网络上，小何完成了很多看似“不可能的任务”：

(1) 365天永不落幕地推广——通过展览会开拓业务，费用昂贵，效果集中但不持久，有时几乎是在“碰运气”；而通过网络平台，企业获得了不间断的全球展示机会。

(2) 全景展示——工厂的全景视频资料、产品照片、参数、材料、生产实况等都可通过互联网，迅速传递给世界各地的采购商。

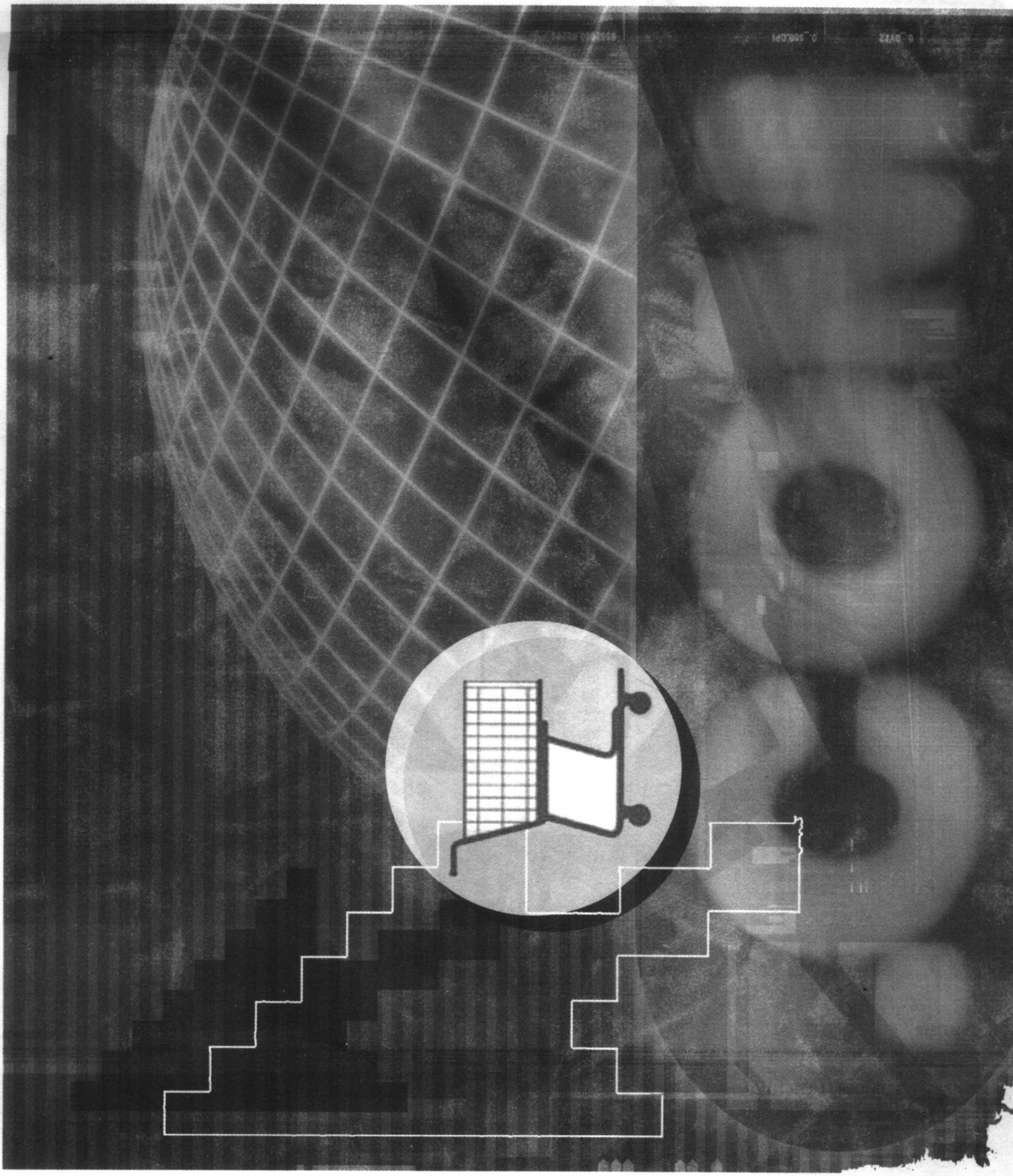
(3) 资信认证——通过B2B网站提供的专业资信认证，给素不相识的海外买家吃了一颗定心丸，和信公司在阿里巴巴上展示的相关证书多达15张，这些也是吸引买家关注的一个法宝。

现在，和信公司95%的业务来自于网络，从搜索引擎排名靠前、产品展示靠前到专业B2B网站的推广和企业自己网站的补充宣传，都与网络息息相关。企业产值翻了近三番，由原来每年500万元的产值，增加到现在的2000多万元。在云和县，企业也以每年跨越两名的速度超越同行，在全县的产销量排名上升至第6位。对于玩具这样一个传统行业和劳动密集型的产业来说，能实现如此大的跨越，实属不易。

小何说，现在的和信公司不再参加广交会，因为费用高回报低，只去几个相对专业的国内外展览会，如香港玩具礼品展等，而电子商务已经成为展会之外的最有力支柱。

（案例来源：童网）

SPECIAL EDITION
L
SHELL
100% COTTON
BODY LINING
95% COTTON
5% POLYESTER
网上开店
创业指南



第六章　与顾客零距离

第一节　把订单抓在手里

我们与顾客交谈的时候，其实就是一个推销的过程，与普通实体店的导购员的工作性质是一致的。不同的只是，实体店的导购员是与顾客面对面，而我们是通过网络或者电话与对方沟通，所以基本的导购方法是相同的。一般来说，我们经常用到的是以下一些导购方法，它们也是最行之有效的。

一、假定成交

是我们假定顾客已经接受推销建议，进而直接要求顾客购买商品的一种方法。这种方法的立足点是假定“顾客会买”，一般是在我们介绍完产品的特点，并解答顾客的疑问之后，顾客一再表示出购买信号，却又犹豫不决拿不定主意时，可采用“二选其一”的技巧。比如，可对准顾客说：“请问您要那部浅灰色的玩具车还是银白色的呢？”或是说：“请问是星期二还是星期三发货呢？”只要准顾客选中一个，其实就是下决心购买了。

假定成交法适用的前提是：顾客不是在买与不买之间作出选择，而是在产品属性方面作出选择，诸如产品价格、规格、性能、服务要求、订货数量、送货方式、时间、地点等都可作为假定成交的提示内容。这种方法表面上是把成交主动权让给了顾客，而实际只是把成交的选择权交给了顾客，其无论怎样选择都能成交。

但在使用假定成交法时，首先要看准成交信号，针对顾客的购买动机和意向找准推销要点；其次要限定选择范围，一般以两三种选择为宜，多了会使顾客举棋不定，拖延时间，降低成交几率；再次，我们要当好参谋，协助决策，并充分调动顾客决策的积极性，较快地促成交易。

需注意的是：假定成交法主要适用于决策能力低、依赖心理强和被动求购的一类顾客，不适合自我意识强或没有明显购买意向的顾客。因此，应用时要看准顾客类型和成交信号，语言温和、委婉、亲切，切忌自作主张和咄咄逼人，避免产生强加于人的高压气氛。

二、请求成交

在与顾客的沟通中，出现以下三种情况时可以直接果断地向顾客提出成交请求：

一是商谈中顾客未提出异议。如果商谈中顾客只是询问了产品的各种性能和服务方法，我们一一作答后，对方也表示满意，但却没有明确表示购买反应，这时就可以认为顾客心理上已认可了产品，应适时主动向顾客提出成交。比如："您看若没有什么问题，我就尽快发货了。"

二是顾客的担心被消除之后。商谈过程中，顾客对商品表现出很大的兴趣，只是还有所顾虑，当通过解释已经解除了顾虑，取得了顾客认同，就可以迅速提出成交请求。如："您好，现在我们的问题都解决了，您打算第一次要多少？"

三是顾客已有意购买，只是拖延时间，不愿先开口。此时为了增强其购买信心，可以巧妙地利用请求成交法以适当施加压力，达到直接促成交易的目的。如"先生，这批货物美价廉，库存已不多，趁早买吧，保您会满意的。"

需注意的是：请求成交不是强求成交，也不是乞求成交，使用时要做到自然坦诚，语言从容，充满自信。

三、小点成交

是推销员先在一些次要的或小一点的问题上与顾客形成共识和达成协议，并逐步促成交易的方法。这种方法比较适宜用在顾客的一些重大购买决策上。

一般而言，面对重要的决策问题，顾客容易产生较重的心理压力，因此会显得慎重和缺乏信心，不会轻易作出购买决定，而在一些较小的成交问题上心理压力较轻，比较容易做出明确表态。小点成交法就是利用了顾客的这一心理活动规律，避免直接提示重大的、顾客易敏感的问题，先小点就轻成交，后大点就重成交。这里所谓小点问题一般是指有关诸如产品包装、运输、交货日期和保修条件等一些相对次要或易取得一致意见的问题；所谓成交重点问题即指购买决策的重大问题，亦或成交本身的问题。

因此，小点成交就是先就成交活动的具体条件和具体内容达成协议，再就成交活动本身达成协议，采取的是循序渐进、迂回进攻的策略促成交易。例如："先生，这个价钱也算公平吧，关于后期的维修问题也由我们负责，您尽管放心使用，如果没有别的问题，我们就这样定了吧。"这里，推销员没有直接提及购买决策本身的问题，而是先提示价格、及后期维修之类的次要问题并取得对方的认同，慢慢诱导对方做出购买决定，同时主动提出成交

请求。

使用小点成交法应注意，一是针对顾客关心的问题选择适当的成交就轻点；二是注意小点问题和大点问题的联系，做到以小点问题的解决构成大点问题的解决。假定成交法的应用具有一定难度，卖家平常要注意培养职业灵感，根据推销的产品特点和用户实际需求，选择一些有效的成交就轻点，并制订出一套标准化的成交方案，适时熟练地加以灵活运用。

四、从众成交

也称排队成交推销技巧，是卖家利用人们的从众心理，促使顾客立即做出购买决策的方法。由于人的消费行为既是一种个人行为，又是一种社会行为，既受个人购买动机的支配，又受社会购买环境的制约，个人认识水平的有限性和社会环境的压力是从众心理产生的根本原因。因此，顾客会把大多数人的行为作为自己的行为的参照。

从众成交法就是利用了人们的这一社会心理，创造出一种众人争相购买的感觉，以减轻其购买风险心理，促使其迅速做出购买决策。例如：当某商店门口排了一条长队，路过的人也容易随之加入排队的行列。如此一来，排队的顾客会络绎不绝，队伍越来越长，而在这条队伍中，多数人可能并没有明确的购买动机，只是在相互影响、相互征服，即顾客宁愿相信其他顾客，也不愿相信自己，更不愿相信推销员。既然顾客有这种爱好，推销者就可以营造这一氛围，让顾客排起队来。当然，顾客队伍不一定是有形的，还可以是心理上的无形队伍。比如，推销员说："小姐，这是今年最流行的时装，和您年龄相仿的人都喜欢"；再如"这种手机很畅销，您看这是一些用户订单，有东北的、华北的，也有西北的；有城镇的，也有乡村的。"这就是利用了顾客的从众动机，在顾客心里排起了一条长长的队伍。

五、阶段成交

这是卖家把洽谈过程分成多个阶段，循序渐进促成交易的方法。一般地，当遇到一些重大的推销洽谈，很难一下谈成时，就可根据事先了解的情况做出洽谈计划，定出分段洽谈目标，将顾客异议分阶段解决，直至最终达成交易。

心理学家曾提出了一个"门槛效应"，为阶段成交提供了理论依据。这个效应指的是，一个人一旦接受了别人一个无关紧要的要求，接下来往往会接受大的，甚至不合心愿的要求。同样，若拒绝了别人提出的第一个要求，往往也会拒绝第二个要求。因此，在与顾客的交谈过程中，如果先将异议进行分解，循序渐进开展说服工作，不断积累共识，异议就会逐步缩小，成功的可能性就会增大。

比如，一般的顾客较容易在价格上提出反对意见，但其购买某种产品时，则要综合多方面的因素才能作出决策，其在价格的背后实际上关心的是价值。因此，有效的推销最好不要在讨价还价上下工夫，而应首先强调用户受

益，当对方意识到自己的需要可以得到满足时，产品在顾客心中的价值就会得到提升；接着强调服务保障，进一步打消顾客疑虑；最后再来敲定价格。议价时应先报出折价下限，如果对方还有要求，可再商量进一步折价，比如询问顾客购买量能否再多一点或能否介绍介绍新顾客等，然后痛快地让点步，便可马上成交。

六、机会成交

这是卖家直接向顾客提示最后机会，促其立即购买的一种成交技巧。人们的购买活动是一个决策过程，决策就是在各种因素中权衡，按最大限度满足需要原则做出选择，只要条件允许，这种权衡就会继续下去，以至于会变得犹豫不决。基于这种心理，卖家在用户已基本确立购买意向的情况下，为坚定其信念，加快购买过程，可适当渲染一下紧张气氛，让顾客意识到购买是一种机会，良机一去不复返，不及时购买就会产生损失。这样，顾客的购买心理就会紧张起来，由犹豫变为果断，立即实施购买行为。

使用机会成交法有利于提高成交速度和成功概率。但使用时一定要求讲究推销道德，提高推销信誉，开展文明推销，不能蒙骗消费者。另外，使用此法要针对顾客的主要购买动机，合理选择成交机会，适当施加机会压力，以充分调动其机会难得，不能坐失良机的心理效应，才能造成机会成交气氛，及时促成顾客自动成交，做成买卖。

七、拜师成交

在你费尽口舌，使出浑身解数都无效，眼看这笔生意做不成时，不妨试试这个方法。譬如说："小姐，虽然我知道我们的产品绝对适合您，可我的能力太差了，无法说服您，我认输了。不过，在告辞之前，请您指出我的不足，让我有一个改进的机会好吗？"像这种谦卑的话语，不但很容易满足对方的虚荣心，而且会消除彼此之间的对抗情绪。顾客多半会一边指点你，一边鼓励你，为了给你打气，有时会给你一张意料之外的订单。

第二节　顾客为什么不理你

网上开店模式越来越成熟，各个网店在支付手段、产品、价格方面都大同小异，毕竟现在是信息化时代，你的进货价格比别人也不会低多少的。那为什么有的网店生意红火，有的却惨淡经营甚至倒闭呢？为什么顾客偏偏对你不理不睬呢？问题到底在哪里？

其实说到底，无非是两个字：服务。这两个字适用于社会的每个角落每个行业，当然也适合于网店。

首先来看看各位有经验的店主对此的看法吧。

网友1：

前几天发生了一笔交易退款。一位顾客买了我的一套画，因为我的画材料是高密度板的，所以比较重，远的地方不能走快递，这就是我的东西经常会在运输途中损坏的原因了。而且货运公司明确跟我讲这种木板算是易碎品，损坏责任自负。再加上，这位顾客那里货运也不能到，所以

只能平邮了。平邮是我最怕的一种运输方式，因为它的时间太长，相对来说时间越长，中途出问题的可能性就越大。而这次真的出了一点问题：三幅画每一幅都有一个角被弄破了。

从顾客拍的照片上来看，挂起来应当是看不出来的。我主动提出退点钱，顾客便要求退还1/3的钱，因为据她说，有一幅损坏比较严重，不能用了，后来我也爽快地同意了。

虽然这次是亏本了，但也是没有办法的事情，虽然不是本身质量的问题，但也要负责任。这位顾客提出的要求，仔细想想也不算过分。收到货，大家都希望东西是完好无损的，如果有点破损，心里肯定是不开心的，得适当补偿一点。所以有时候，站在买家的角度想问题的话，可能大家更容易沟通。

退了款的当天晚上，那位顾客就再次在我这里买了一套画。虽然两次算起来我都没有赚到钱，但是这样的交易还是非常令人满意的。而且这位顾客是第一次网上购物，从拍下我的东西到退款，全部都是我一步一步在教她怎么做的，所以她也给我了一个好评。这件事表明这位顾客并没有生气。

所以，当我们在买卖的过程中出现了问题的时候，沟通是非常重要的，不能一出问题，大家就都推卸责任，这样的话，交易后很容易就会出现双方互相投诉、互相给差评的情况。大家在网上卖东西求的是财，顾客在网上买东西图的是方便、便宜，不是来生气的。所以，出问题了要想办法解决，不要互相推卸责任，说出不负责任的话来，要找出一个双方都能接受的合理的解决办法。

网友2：

我也遇到过退款的事情，但是那位顾客后来又介绍了一个朋友来我这里购买，而且是一笔大单子。我觉得在跟客户交流的过程中，语气也是相当重要的，不要硬梆梆的，这样的话，即便想买你的东西，人家也不会高兴。那一次因为那天生意太忙，顾客又不停地问东问西，而且感觉不太想买了，我也就爱理不理的样子了。于是，他就真的没有买我的东西。之后过了几天，他来拍下了我的东西，这一次我耐心地向他讲解了一切。最后，他说如果我的态度像那天那么不好，他肯定就不买了，只因为他有个红包，我店里可以消费，没有办法才再来我这里的。

后来，他告诉我态度不能这么差的，不管你生意多忙，不管顾客想不想买你的东西，态度都要好，同样，他也再次给我带来了生意。

所以，服务的态度也是相当重要的，不管在买东西之前还是之后。也有很多客户说，买了一些卖家的东西，付款以后，对方就像就完全变了一个人。这样的话，我想也很难会有回头客了。

网友3：

我是做美甲的，还是兼职。最近，一个姐姐刚在我这里订做了14套指甲，这次也是姐姐第二次来我的店里买指甲片了。

第一次姐姐订做了12套，但是当时我刚接触美甲，只知道在甲片上设计图案，没有考虑其他的。后来姐姐在收到指甲片后的某一天，和我聊天时无意中提到我出售的指甲片比较长，我觉得很愧疚，特别是姐姐当时在国外，东

西是让我先寄到她男朋友那里。

我觉得人家花了那么多钱又费了那么多周折买我设计的东西，有的地方不满意也没有为难我，我应该为姐姐做点什么。于是在我登录上新的作品之后，就主动找到姐姐，问她现在的地址，告诉她我想趁着快过年的时候免费送姐姐一份礼物(两套我新上架的作品)。姐姐很激动，也很高兴。

更让我没想到的是，姐姐竟然又订了12套指甲片，说一起给她寄！这真是太意外了！

网友4：

在淘宝网开店也有四个月的时间了，虽然最初的生意很平淡，但是我还是一直坚持着，最近两个月，生意渐渐好了起来，买家多了，而且还有了不少的回头客。

淘友们都说我的宝贝物美价廉，服务周到，百问不烦。仔细想来，货真价实与周到、诚信的服务不是最基本的开店原则吗？这应该是我们开店的基础呀。

以前也看过好多帖子，淘友们都在投诉卖家的不诚信，当时真是担心买家会对我们卖家失去信心。

经过自己的努力，我感到，只要做到了对买家的承诺与周到的服务，一定会得到买家的认可。

现在我的小店还只有三心，我的路还要慢慢走下去，现在淘宝网对新店的优惠政策不是很多，所以只有通过自己的努力来争取更多的买家支持。

因此我希望和我一样的小卖家能坚持诚信第一，让买家认同淘宝网这个购物平台，这样也会给自己更多的机会。

网友5：

不妨试试在你的每个包裹里放一封亲手写的信，里面可以是你与顾客谈到的一个主题，也可以是当时开的玩笑话题，或是商品上应注意的细节等。客人打开包裹时，如果看到这样一封发自内心写的信，会很感动的。

这一点是我的亲身体会：我有两个姐姐，一个很会关心人，每次寄东西给我时总是会写上一些关心咛嘱的话，让我的心里感觉到温暖；而另一个就什么也不会写，只是将东西寄来，每次我都盼着她能说些什么，但又不好意思直接讲，心情很失落。

所以，当我成为了网上卖家的时候，给第一个客人写了封很感动的信，她当时的评价是：从来没有想到买东西还能得到这样的热情与关怀！她至今还是我的一位老买家！

现在我已是8家网店的掌柜，同时请了两名合作的伙伴，每天要打的包裹远远不止以前的那几个了，所以只能把打印的信件发给买家，感谢他的光临，并附上商品使用应注意的事项，还有我的联系方式，遇上大订单的客人就放自己设计好的店铺名片，以便买家保留。虽然这样做没有以前亲自写那样有效，但对买家来说还是有用的，绝对比只有商品没有问候信的包裹好得多。

许多人叫苦平时没有生意，而我在淡季的时候还依然保持着销量，都是靠这些老顾客，他们会再度到访，再度购买，再度给我介绍朋友，这些都足以让我感动忙碌了！

由此可见，在已经熟悉了业务的前提下，你应该做到以下几点，才算是把服务做到家了。

一、诚实

来看一个对话:

买家:老板,你那款宝贝会不会脱色呀?好用吗?

卖家:真的不好意思,我没用过!不过在店里还是比较好卖的。

回答客人,不能自己没用过也打包票说“好用!”这样的回答会造成两个结果:一是你运气好,撞对了,那就万事大吉!二是你说错了,那就不好意思,这个客户以后再也不会来你这里了。

如果是照上面那样如实地回答,其结果也有两个:一是他买了这件货,那就恭喜你了。二是他可能没有买这件货,但是,你给了他一个诚实的印象,他也许会买别的货,下次也可能再来你的店里。

比较这两种情况,其实成交的机率都是50%。因为客人并不会因为卖家的一句话决定买还是不买,我们所说的对他来讲只是“参考”而非“决定”。因此,不要企图欺骗你的客户,因为客户永远要比我们聪明!

二、信用

再来看一个对话:

卖家:我给你发快递吧?按我以前跟其他客人的发货情况来看,3天可以到,如果没有出什么特殊情况的话,今天发货后天就可以收到。

买家:这么快?老板,你能不能推迟一下发货时间?我这星期不在学校!你最好是推到下周星期一到星期五之间到货(此时离到货那一天还有五六天的时间)。

卖家:行呀。

接下来卖家给物流公司打电话,请他们4天后来取货。结果却出人意料,物流公司这段时间出了点状况,来不了。

怎么办?叫另一家物流公司吗,可是那家很贵,这样一来成本就高多了。

难道发平邮?可是平邮无法保证速度,而且,临时买家取件也比较麻烦。

对于这种情况,一个聪明的店主还是要叫另一家物流公司,亏本售出,这是一个商人的“信用”问题。试问,答应买家的快递却突然改成平邮,换成你是买家,会怎么想呢?

三、快乐

有人说服务的终极目标就是向你的客户传递快乐、享受的感觉,这就是服务的本质,也是人性化服务的根本含义。在我们周围,那些成功的企业几乎都在不同程度地推出并实施着让顾客感到快乐的服务,他们凭借这样的服务招徕客户、留住客户,也凭借这样的服务树立品牌和形象,更依靠这样的服务取得效益,实现企业的成功。无数的事实已经证明了,只有尊重顾客接受服务的感受,关爱顾客接受服务的享用效果才是真正地理解了顾客,才能真正地为顾客提供人性化的服务。

众所周知,顾客在网上购买金额较大的商品时,会很自然地拿起电话,首先咨询一下商品的详细性能及规格(也可能会讲价),也会咨询一下送货服务和售后服务。这时,如果他们听到一个懒洋洋甚至冰冷的声音,或者听到不耐烦的、不懂业务的声音,那结果可想而知。

买家购物肯定是开开心心来的，谁也不想应对语言生硬的卖家，尤其是在网上，买家可选择的卖家太多了。所以，与顾客交流，不要一味地只讲与生意有关的话题，有时也可以有意地引开这个话题，同买家聊他感兴趣的话题，找一切可能的机会赞美买家。如果是通过聊天工具交流的话，要多使用丰富的表情图标，在愉快的聊天过程中不知不觉地进行交易。这样的交易会有许多好处，一场交易下来，你和买家也许就不只是买卖的关系了，而是成了好友！

四、快速的订单处理

开了网上商店，自然要养成每天上网维护商品和订单处理的习惯。每天都快速地处理订单，不要让顾客的订单状态停留在未处理状态！还要注意交待配送人员送货时的礼节问题，注意先检查产品的质量问题，千万别以次充好，你要随时提醒自己“诚信”交易！

五、买家款到详细记录

网上购物的买家来自五湖四海，使用的汇款方式不尽相同，汇款的时间也会有很大的差异，对于卖家来讲，一定要及时记录下买家关于汇款的相关内容，主要包括如下要点。

(1) 汇款到达的时间。买家把款汇出后最怕的就是卖家没收到，一旦你收到货款一定要记录下来，并及时告知买家让其放心，随后安排及时发货。

(2) 买家汇入的银行（是否使用支付宝等方式）。通过记录下来的数据，你可以总结出哪些银行是绝大多数买家经常使用的，从而清楚地认识到应该办理哪些银行的卡。

(3) 买家汇入的金额。随时记录物品所打的折扣，有助于今后打折活动的开展。

另外，卖家难免会遇到买家下订单后不买的情况，建议卖家们正确行使手中的权利，维护自己的利益。在发生这种情况时，发送一封自己撰写的提醒邮件给买家会起到一定的效果。

可以参考以下例子。

您好：

很抱歉地通知您，截止到目前，我们还没有收到关于您购买物品的汇款确认，不知道您是否已经汇款。如果已经汇款希望您给我们确认邮件；如果您因为工作繁忙或者其他原因忘记汇款，请在百忙之中抽出时间，在xxxx年xx月xx日前汇款。

如果一周以后我们还不能收到您的汇款确认邮件，我们将会xxxxxxxx。

由于物品是通过网上真实成交的，发生出价不买的情况后，我们也会严格按照网上的流程进行投诉，维护我们的权利。

最后还是希望您能够履行自己的责任，相信您会喜欢这件物品的。

谢谢！

最后要注意写上落款和日期。

六、交易结束如实评价

评价是买卖双方对于一笔交易最终的看法，也是以后可能想要购买你物品的潜在买家们作为参考的一个重要因素。好的信用会让买家放心购买，差的评价往往让买家望而却步。

（1）交易结束要及时作评价，信用至关重要，不论买家还是卖家都很在意自己的信用度，及时在完成交易后做出评价，会让其他买家看到自己信用度的变化。

（2）有些买家不像卖家那样能够及时地作出评价，可以友善地提醒买家给你作出如实的评价，因为这些评价将成为其他买家购买你物品前重要的参考。

（3）评价还有一个很重要的解释功能，如果买家对你的物品作出了错误的不公正的评价，你可以在评价下面及时作出正确合理的解释，防止其他买家因为错误的评价产生错误的理解。

七、不同买家不同备注

卖家们应该好好地总结自己买家群体的特征，因为只有全面了解到买家情况，才能确保你进的货正好是你的买家喜欢的物品，更好地发展生意。

（1）建立买家的资料库，及时记录每个成交交易的买家的各种联系方式。

（2）总结买家的背景至关重要，在和买家交易过程中了解买家的职业或者城市等其他的背景，能帮你总结出不同的人群所适合的物品。

（3）更要把购买能力很强的买家作为你总结的重点，发展这批群体成为你的忠实买家，有助于提高你的生意。

八、发展潜在忠实买家

买家是所有卖家的一笔宝贵的财富，当用户成为你的买家以后，他们将成为你自己的资产，你对这笔资产维护的情况将直接影响以后的生意。

忠实买家所产生的销售额通常能够达到一定比例。所以对于曾经购买过你的物品的买家，除了做好第一次交易，更要做好后续的维护，让他们成为你的忠实顾客。

（1）定期给买家发送有针对性的、买家感兴趣的邮件。切忌不要太频繁，否则很可能被当作垃圾邮件，另外，宣传的物品绝对要有吸引力！

（2）把忠实买家设定为你的VIP买家群体，在店铺内制定出相应的优惠政策。

（3）定期回访顾客，用打电话或者E-mail的方

式关心客户，与他们建立起良好的客户关系，同时也可以从他们那里得到很好的意见和建议。

第二节　售后服务不能少

上一节我们也简单地提到了售后服务，也许有的朋友会不以为然，他们会认为网店最主要是搞好销售前和销售中的环节，只要这两个环节做好了，顾客就一定满意了；也有很多朋友认为，关于三包（修、退、换）问题，实行起来太过复杂，过程也比较麻烦，有些不切实际，所以，售后服务完全是厂家的事情。

其实，这些想法都是不可取的，店家们产生如此想法的时候，只因为他们还在卖家的角度上考虑问题。对此，不妨这么考虑，我们平时买家电时，除了外观、性能和价格的比较之外，我们最看重的是什么？绝对是售后服务。例如，这个品牌在本市是否有维修站？口碑好不好？真的坏了，找他们修，态度是否仍然认真热情？

在两个牌子的商品具备同等条件的情况下，买家当然只有在售后保障及售后服务的质量上作比较。不仅是家电类，其他一切商品的售后保障都将让顾客的对自己的购买行为充满安全感。因此在许多情况之下，让顾客把钱包掏出来的决定性因素，就是售后服务。

一个有着良好售后保障的店家，不仅能给人以信任感，还能让人感受到它的专业性。一个完整的销售过程，理应包含着售后服务，而绝不是卖家施舍给买家的额外恩典，希望大家都能认识到这一点。

来看看一位网友的故事：

我曾经在网上买过一件大衣，当时说好了要S号，可衣服到后才发现根本不能穿S号。没办法，我便去找店主商量，提出负担来回邮费，请他把大衣换成M号。店主的服务态度非常好，他说我是第一次在网上买衣服，而他没有特别清楚地标注衣服的尺寸，所以出现换货问题，他也有一定的责任。因为这位店主的态度，我感觉自己确实做了一回上帝。从此以后，我经常和我身边的朋友介绍他的小店，朋友们已经在他那里买了好几件衣服了。一个月之前他的小店还只有四颗心，现在我已经看到他成功升钻。

网络店铺确实与实体店铺有一定区别，售后服务实施起来的确有着这样或那样的困难。但正因为如此，我们才更需要做好这一工作。对此，我们可以从以下几方面入手。

一、交易结束及时联系

物品成交后卖家应主动和买家联系，避免成交的买家由于没有及时联系而流失掉。及时联系买家应该做到以下几点。

(1) 发送自己制作的成交邮件模板，可以包括：银行账号、应付金额、汇款方式等等。因为会收到很多相同金额的汇款，你还可以加入编号一栏，让买家汇款的时候注明，这样也方便你查询。

(2) 为了避免冲动性购物的买家流失掉，趁热打铁至关重要！建议物品成交的当天就发出成交邮件！

(3) 由于网络有时不稳定，有些买家的邮箱不一定能够收到你的邮件。因此如果当你的顾客2天内没有回复你的邮件，你可以主动打电话询问是否收

到成交邮件。

二、保修

关于保修，如果你在商品中事先说明是保修的，就一定要写明确保修的日期，以及是由厂家保修还是由你提供保修。因为保修而产生的费用，最好也一起说明，让顾客心里有底。

三、包换

换货是个麻烦的问题，但也是顾客普遍关心的问题。比如服饰类网店，商品说明在尺码或色彩方面即便再准确，也会出现穿上身之后不够美观的情况。正是因为如此，许多顾客对网上购买服饰充满犹疑。此时，如果能将换货制度实行起来，必然能增加不少顾客的信心。

换货主要牵扯到所换货品价格不一致的问题和邮费问题。前者可以通过多退少补来解决；后者可根据实际情况，和买家协商，各付一半或者一方承担。

四、包退

包退是许多卖家心理上最难过的一关。辛苦卖出去的商品被退回，不仅是钱财上的损失，更多的是心疼自己付出的那些心血和努力。因此在顾客购买之前，我们有义务详细帮助他们分析商品是否能够满足他们的需要；发货的时候更要检查清楚，商品是否存在问题，不要存有侥幸心理。这两样都做到了，基本上也就可以杜绝退货的痛苦了。

做好售后服务，把这块最大最甜的蛋糕分给顾客，他一定能感受到你的诚意和仁义，这才是生意兴隆的诀窍所在。

第三节　被投诉了怎么办

任何卖家都不可能让买家100%满意，都会发生顾客投诉的情况。处理客户投诉是倾听他们的不满，不断纠正自己的失误，维护卖家信誉的补救方法。运用得当，不但可以增进和巩固与客户的关系，甚至还可以促进销售的增长。

一、明确投诉原因

这里先来分析一下投诉的原因，一般有如下几方面。

1．产品本身

主要包括产品的质量保证、生产日期、真伪辨别等。当然各类商品都有各自的特点，拿服饰类商品来说，存在的比较多的投诉原因基本就是色差、大小偏差等问题。

2.承诺投诉

主要是卖家对物品缺货、交易时间、地点、结算方式、交易条件等方面的投诉。

3．货物运输投诉

主要包括物品在运输过程中发生延误、损坏、丢失，或因包装不当造成的损失。

4．服务投诉

主要包括对卖家的服务质量、服务态度、服务方式、服务技巧等提出的批评与抱怨。

二、处理客户投诉

当然，不同的卖家处理投诉的方式也不尽相同。不过，处理顾客投诉一般可分为三个阶段。

1．接受投诉

仔细倾听顾客的抱怨，寻找其投诉的主要原因，切忌在一开始的时候就打断顾客的话，也不要随便插话，不要急于做有倾向性的解释或说明，那样也许会火上浇油，更不能说出“请稍等一下”这类的话。“火气”是憋出来的，让顾客有一个发泄的出口，就有利于解决纠纷。可以用理解的语气安慰他，如“我明白您的心情”、“我理解您的想法”等。

举例说明。

顾客：“你们的产品我用了一点效果都没有，还是把钱还我吧，不还我和你们没完。”

回答：“我了解您的心情。像您这样的情况我也碰到过。有些顾客刚开始用的时候也不见效，我们了解了一下情况后，建议他再使用一段时间，看看到底有没有效果。一个星期后打电话去做回访，他说效果开始显现出来了。您的情况也许和他相似。”

2．婉转致歉

无论对错与否，都应向顾客婉转致歉，如“真的很抱歉，发生这种情况的确很令人生气。”等。说明情况时尽量用温和的语气，如“我们的产品销售至今，也是第一次遇到这种特殊情况，我会及时向厂家或供货商反映。”

举例说明。

顾客：“我不管别人怎么样，我用了就是没效。”

回答：“很抱歉，发生这种情况的确很让您失望，我可以理解您的心情。您能向我具体讲述一下您是什么时候买的，买回家后是怎么使用的吗？”

顾客：“我是上个星期买的，买回去后……”（在顾客讲述期间尽量不要打断他）

回答：“我了解您的状况了。您是上个星期买的，用了一星期，是吗？”

顾客：“是。”

回答：“您是不是严格按照使用说明用的呢？一天用几次？”

顾客：“是照说明书用的，一天2次。”

回答：“最近您用什么其他产品了吗？”

顾客：“没有。”

回答：“使用后有其他症状出现吗？”

顾客：“就是一点反应都没有，像没有使用前一样。”

回答：“先生，您的情况跟以前的顾客很相似，是效果显现较迟，您使用的次数也可以适当增加。”

3．提出解决方案

在取得顾客的谅解后，就可以针对问题的症结所在，提出一个解决方案，如“您看我给您再换一盒同样的产品怎么样？”“您看我们再赠送您一盒（个）怎么样？”当然，我们应该先征求顾客的意见，并且以协商的语气交谈。

最后，你可以应用三句话来作结束陈词，表达好三个意思：

首先再次为给顾客带来的不便致歉；

然后感谢顾客对本店及产品的信任和惠顾；

最后表达心声，表示会努力改进工作。

举例说明:

顾客:“你说这事该怎么解决?”

回答:“您的情况我基本了解了,那您希望我们怎么做比较好?”

顾客:“我用了不管用,你退我钱就行了。”

回答:“您用的时间比较短,所以效果还没有显现出来。您看这样好不好?您先接着用,半个月后我给您打电话,如果还没有效果,我们再着手解决,好吗?”

顾客:“那也只能这样了?”

回答:“真抱歉,给您添麻烦了。您对我们的产品这么信任,欢迎您再次惠顾。也希望这个解决方式能让您满意,我们会不断提高产品和服务质量,希望您多提宝贵意见。”

三、如何对待难缠的顾客

不过,有时候顾客可能不是那么通情达理,可能大家也都遇到过难缠的顾客,那么,这时候我们应该如何应对呢?下面,我们将对这一情况详细说明。

1. 语言不触及个人

要点:不进行人身攻击,不要牵扯到不相关的人和事,切忌对顾客说这样的话:

“你怎么那么多事,别人都不像你那么麻烦。”

“跟你说多少回了,别人早就懂了!”

“跟你说不行就不行,别人就不像你这么啰嗦。”

如果有顾客攻击了你,那也要做到冷静、克制、理智,不能反唇相讥,那样会使事情变得不可挽回。店家应该牢记:通常顾客只对产品有意见,而不是对你本人有意见。顾客只是因为觉得自己的利益受损害而大发脾气的。

2. 就事论事,对事不对人

要明白自己的目的是解决问题。顾客碰到问题才会投诉,解决了他们的问题,投诉也就自然被解决了。即使有的顾客言辞比较激烈,也不能因此将他的投诉扔在一边不管。能解决的问题一定要尽量解决。例如运用如下语言。

“先生,我理解您的心情,我们一定想办法帮您解决。”

“对不起,您先别生气,请您听听我们的建议好吗?”

3. 征求对方意见

以协商的口吻与对方进行交流,能使对方感觉受重视;以平等的地位进行沟通,能增进彼此之间的好感,这是问题得以解决的基础。例如运用如下语言:

“您觉得这样解决还满意吗?”

“您希望我们怎么做才比较满意?”

“您看除了以上我们提出的建议外,您还有什么要求?”

4. 礼貌地重复

有的难缠顾客会提出一些无理要求,而这些要求自己是无法或不可能去满足他的。这时,第一步应采取礼貌的重复原则,告诉他你能做什么,不能做什么。例如运用如下语言:

“很抱歉,先生,在我的工作职权范围内,我只能先把您的要求和建议反映给厂家或供货商,最晚后天给您回信。”

切记,无论顾客如何坚持己见,都不能说“这是绝对不可能的”、“太荒唐了,不行不行”之类的话。

第四节 给自己请个“管家”

对于我们网店店主来说，管理交易是最令人头痛的事情，纷繁复杂的商品进出库、销售和盈利分析等事宜，往往搞得我们头都大了。要是有个软件，能够让店主每天都能及时了解自己的交易情况该有多好。

“网店管家”就是我们要向你介绍的网上“进销存”软件，有了它，你做老板就更轻松了。

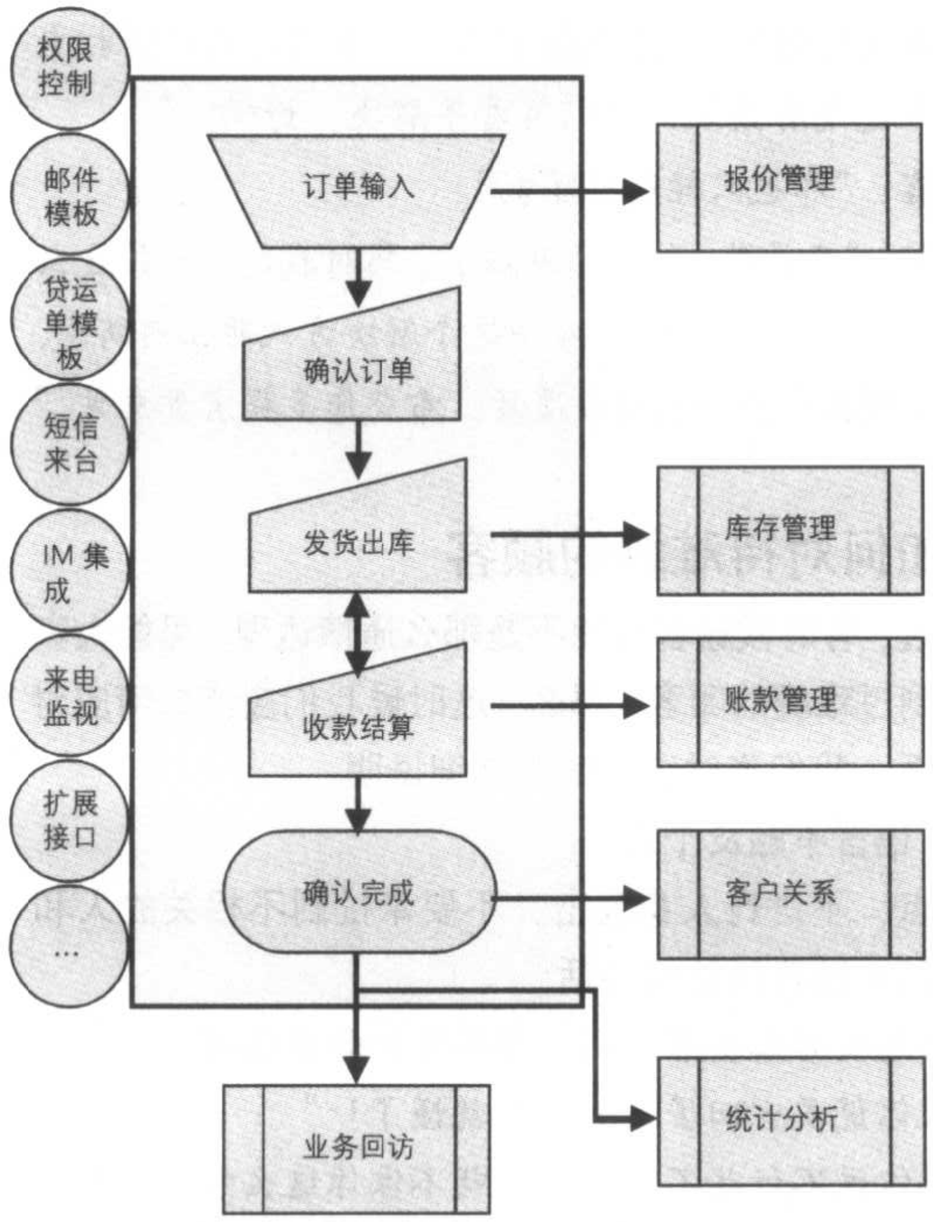
首先来看看这位“管家”到底有什么三头六臂，能让我们如此省心。

“网店管家”是一款专门用于电子商务交易管理的软件，和“淘宝助理”等其他网站助理工具不同的是，“网店管家”是一个具有普遍适应性的管理工具。它不依赖任何平台，而且着重点在于以提供高效的交易订单管理为主线、融合进销存、财务、客户关系管理理念，解决传统进销存或财务软件对网上交易不适应的问题。

“网店管家”能够轻松解决您的交易订单管理混乱、效率低下问题；客户资料丢失、无序问题；商品库存无法实时掌握问题；人员工作无法协调问题；经营数据的安全保密问题。另外，系统提供的强大的统计分析功能也为您的经营的经营决策提供了方方面面的数据依据。

软件对“淘宝网”、“拍拍网”等主流电子商务平台做了很多贴心设计，使得管理工作更高效。该软件已经成为数万卖家的日常管理的必备工具，多家平面、网络媒体对该软件作了报道。从 1.8 版本开始，《网店管家》提供了外部接口规范，使得用户可以通过二次开发轻松实现订单的自动采集，订单状态的同步查询等。考虑到很多用户的异地工作，还提供了免费的网络数据中转服务。

下面这个图片应该足以显示该“管家”的强大功能吧！

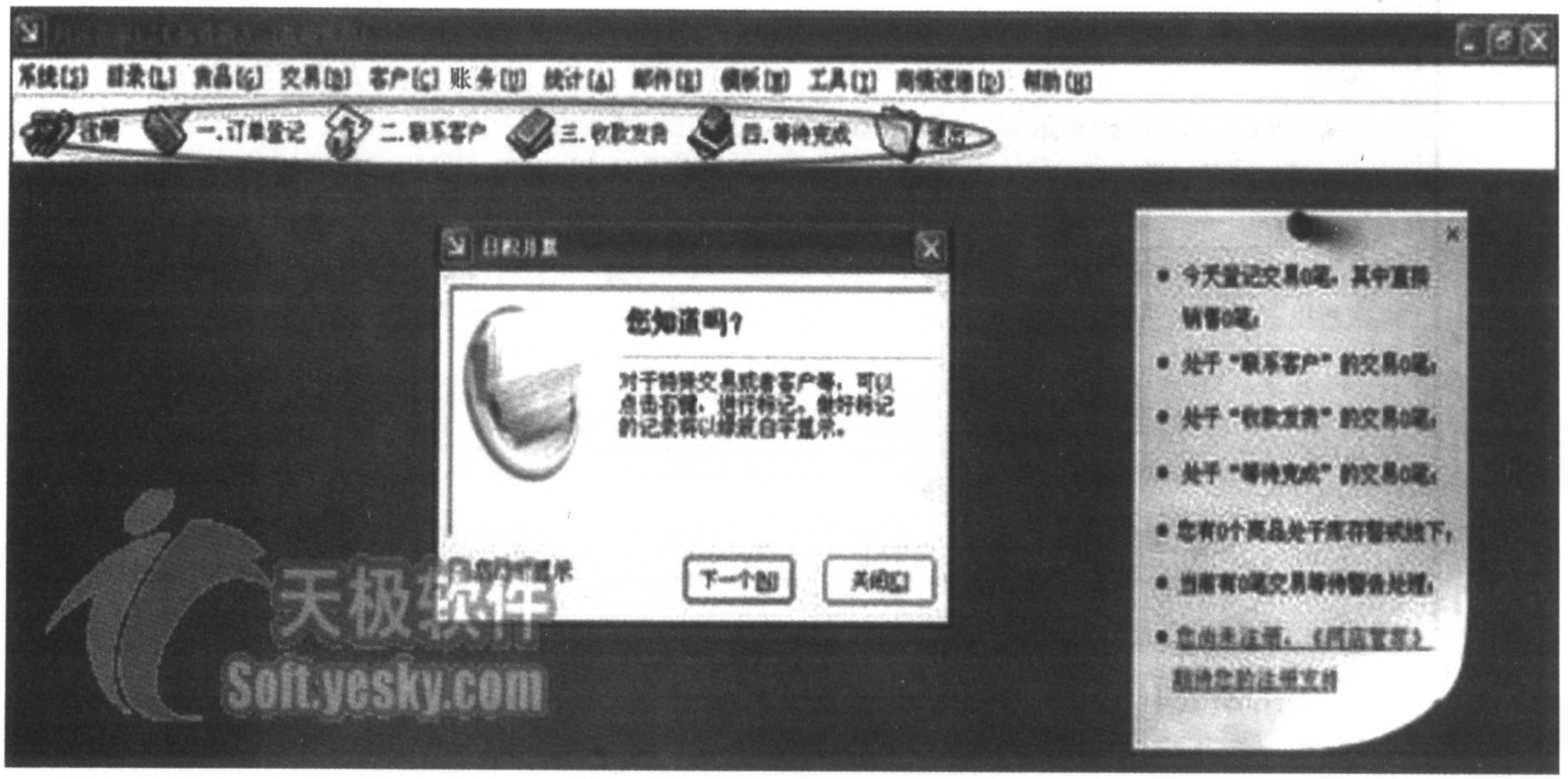


以订单管理为线索，融合进销存、客户关系、财务管理功能

“网店管家”的功能示意图

接下来，让我们一步步探秘这个软件。

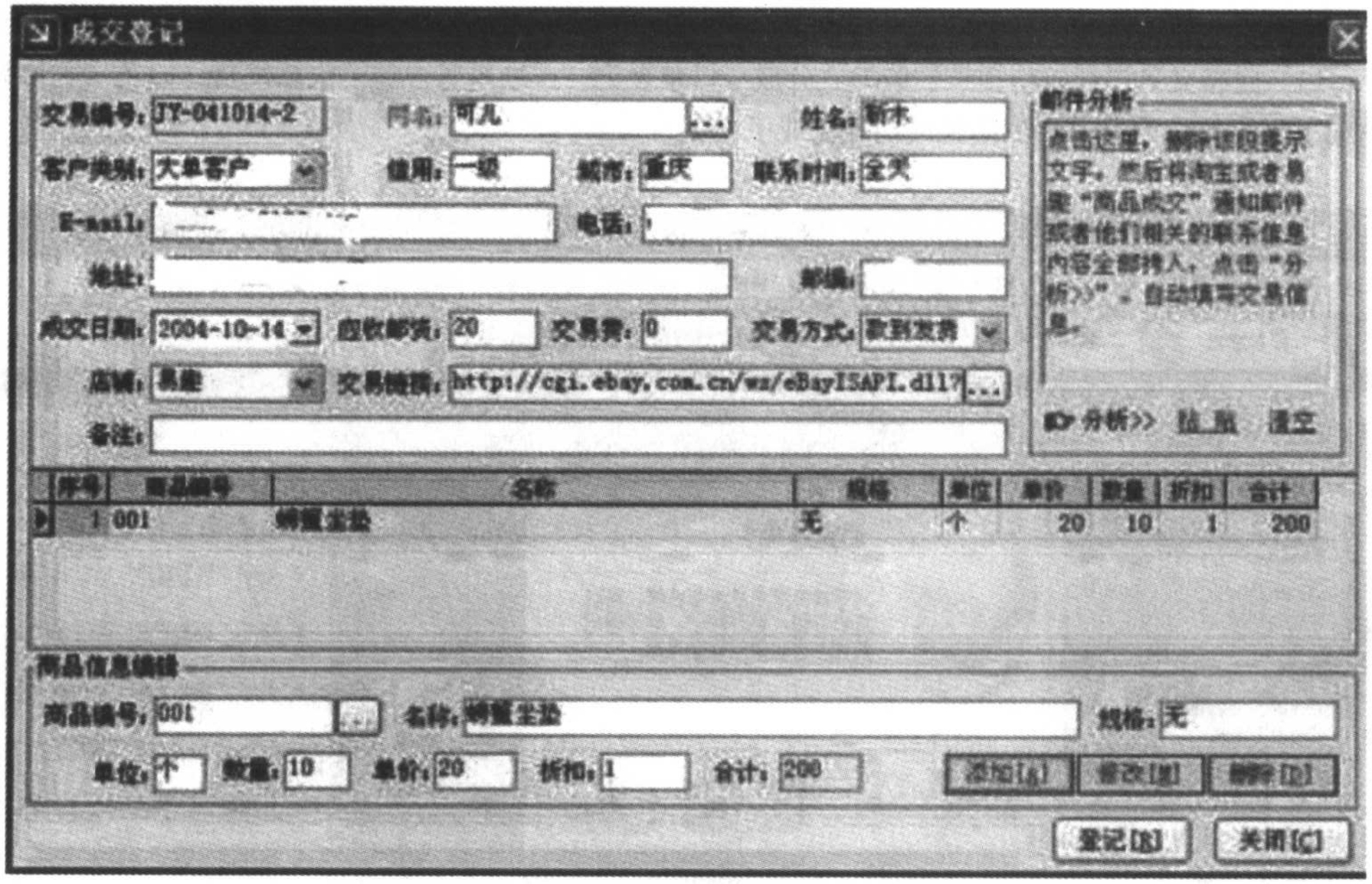
软件运行后，会将交易过程以快捷按钮的方式分成“订单登记”、“联系客户”、“收款发货”以及“等待完成”四个阶段，完成了这四步，你的交易活动就成功地完成了。



启动界面

第一步：订单登记

首先要将网上成交的订单进行登记。点击“订单登记”按钮会弹出“订单登记”窗口，分别在相应的输入框中，键入交易方的网名、真实姓名、地址以及交易方式、店铺等信息内容；再在“商品信息编辑”栏中，点击“添加”按钮，将商品的名称、规格、数量等信息添加到列表中；再通过点击“修改”按钮进行完善；最后点击“登记”按钮，该笔交易就被成功登记了。



订单登记

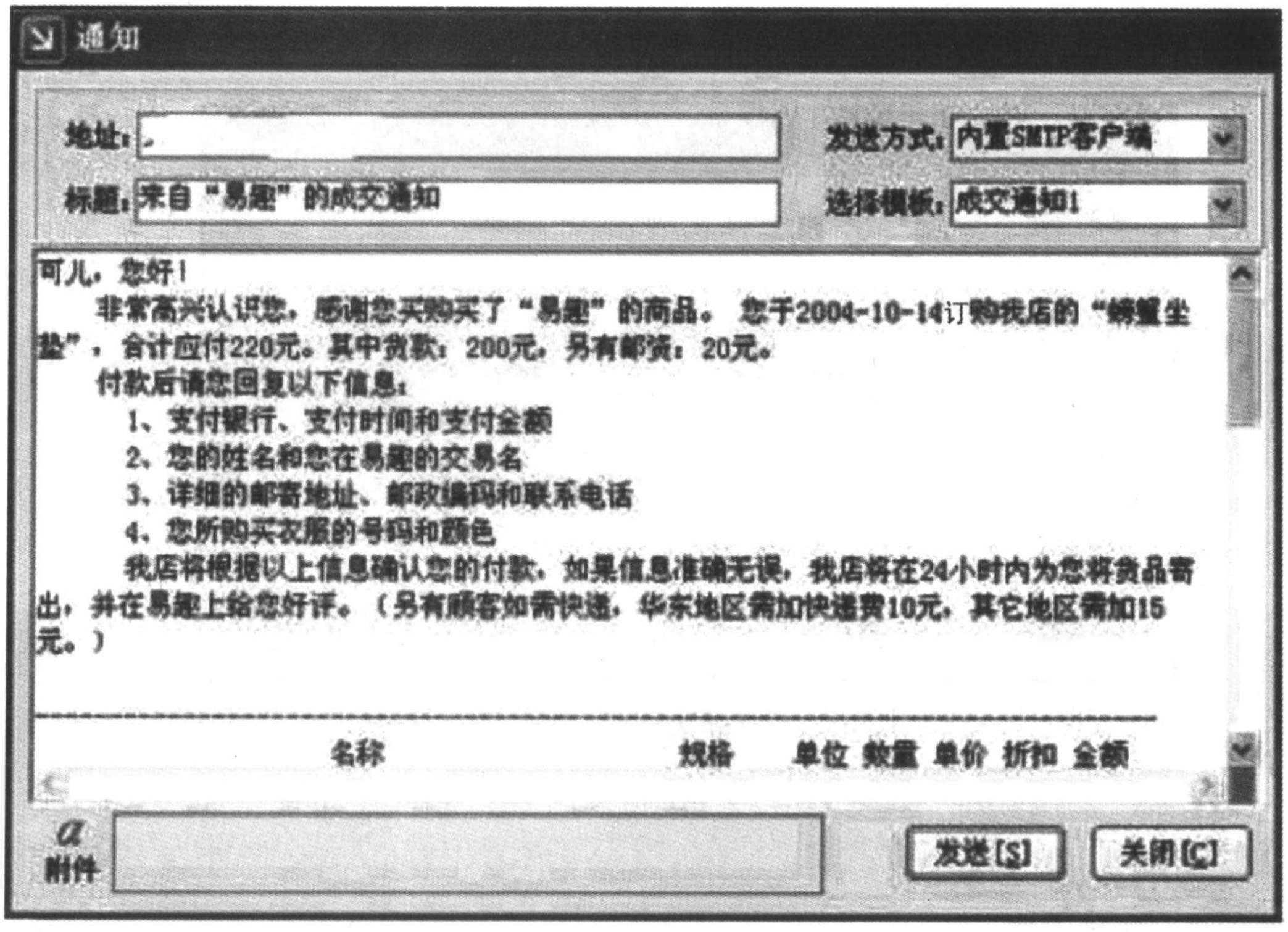
小提示：如果你是在易趣网或淘宝网进行的交易，可以直接将成交通知邮件粘贴到“邮件分析”栏中，然后点击“分析”链接，软件就会对客户资料自动进行分析。

第二步：联系客户

联系客户是为了提醒客户已成功订购商品或确认客户的收款地址，软件提供了“成交通知”功能，并内置了多种通知模板。

首先勾选“通知客户”复选框，然后点击“成交通知”按钮，就会进入“通知”窗口。软件已自动将联系邮箱、

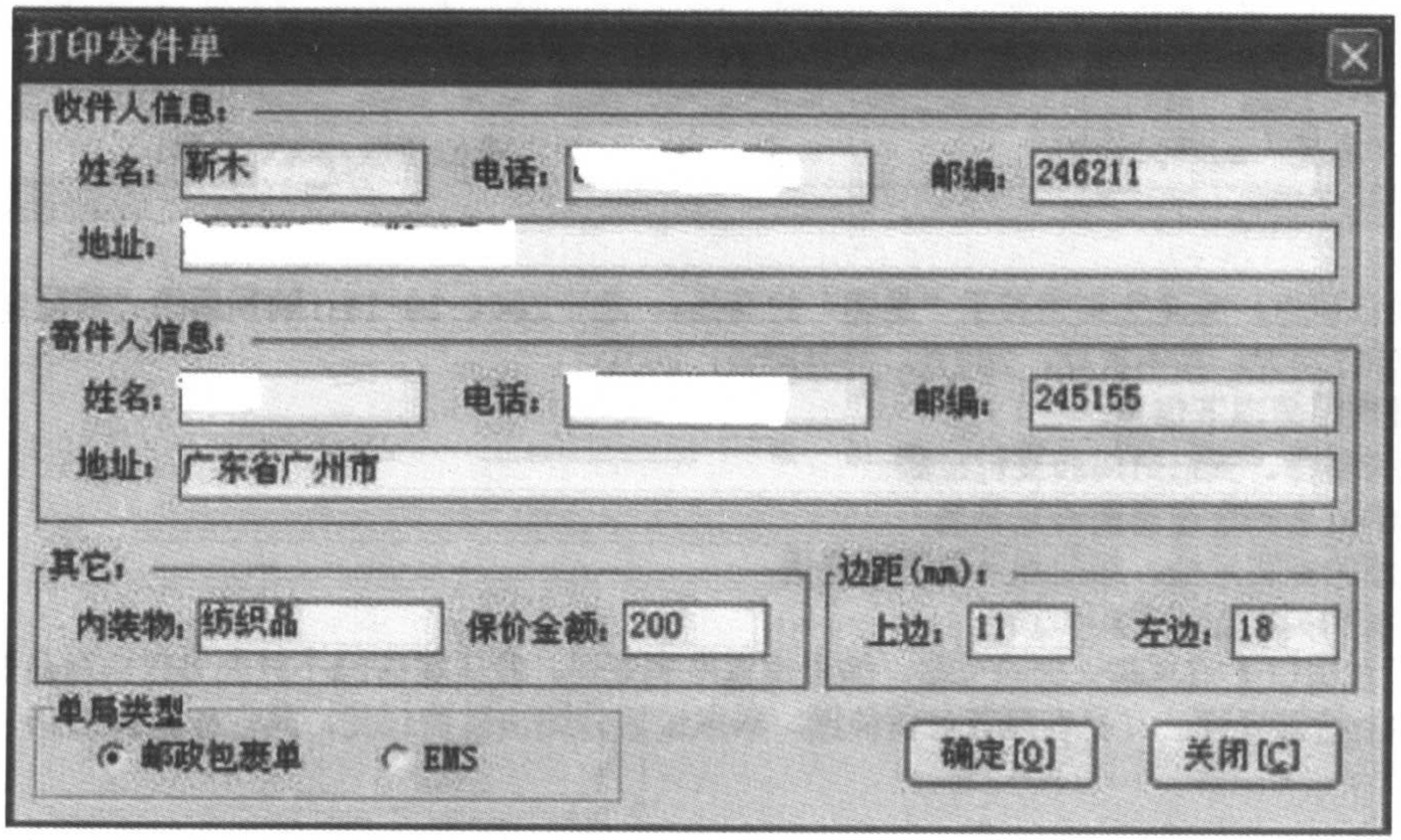
邮件标题以及内容自动填写好了，你只需在“选择模板”后的下拉按钮中选择一种适用的通知模板，再选择好发送方式，最后点击“发送”按钮，即可将通知发送到联系邮箱中。除了“成交通知”功能外，它还提供了“交易提醒”功能，这一功能与“成交通知”的功能大同小异，只是在模板上稍有不同。



交易提醒

第三步：收款发货

等收到货款就可以进行这一步了。进入“收款发货”窗口，可以勾选“收到货款”和“已经发货”复选框，给交易方发送通知。这里你所要做的最重要的事是打印发货包裹单，点击"发件单套打"按钮进入打印发货单窗口，填写好各项内容，然后按需求选择一种套打模板（包括中通快递、申通快递、飞鸿快递、韵达快递、邮政包裹单和EMS等模式），最后点击“确定”按钮，即可将发货包裹单打印出来。



打印发货单

收到货款，并将货物发出，这笔交易就进入到了结束阶段了，点击“等待完成”按钮，将该笔交易转到等待完成阶段。

第四步：等待完成

在确认了客户不需要退货后，该笔网上交易就完全成功了，点击“确认完成”按钮，此交易就会被添加

到交易成功的数据库中，以便于日后查询时使用。

“网店管家”是真正意义上的网上“进销存”软件，除了上述功能外，还提供了出入库管理，并对当前情况、月度情况、交易方式进行统计分析，最后以报表的形式打印出来。相信它会使你的网上销售如虎添翼。

成功故事1：中国女孩eBay 上卖珠宝

1999年，20岁的李勤建从湖北宜昌来到北京。虽然北京的机会相对来说更多一些，但对于学习林业专业的李勤建来说，想找一份有固定丰厚收入的工作并不是很容易。当时正值互联网电子商务兴起的热潮，李勤建的第一份工作，把她的人生带入了一个与设想完全不同的轨道。

李勤建进入了一家在网上教授电子商务的公司，负责一些后台的工作，例如安排课程、统计学员、收取费用，以及培训的辅助工作等。这样，李勤建开始接触到了互联网。到了2001年冬天，随着网络泡沫的破灭，电子商务的概念也已经普及，花钱来上课学习电子商务概念的学员越来越少，这家公司和其他数以千计的互联网公司一样面临倒闭。公司的股东之一，也是专门教授电子商务课程的老师盘下了这家公司，带着李勤建在内的几个学生开始尝试真正在网上做交易。

李勤建因此开始学习通过eBay 向全世界销售中国的产品。公司一开始建立了三个账号，销售产品主要有三大类：中国地毯、珠宝首饰和仿旧钟表。2001年在eBay 上销售中国特色产品的人还不多，生意也比较好做，利润较高。负责珠宝业务的李勤建，渐渐从中学到了很多网上销售的技巧。“其实电子商务的介入非常简单，首先要在eBay上注册，任何人都可以注册；其次，eBay 需要对你的身份进行认证，需要办一张国际的信用卡，如果有北京户口，几百美元就可以了，门槛很低。但是，现在的网上销售已经不像前几年，竞争已经非常激烈。要想做得好，首先产品要具有别人没有的优势，同时产品的特性要适合在网上销售，价格也要非常有优势。”

由于进入的门槛低，干了两年后，李勤建思考着，是不是可以自己做自己的老板？

2003年的6月，正当李勤建反复思考着自己单干所需要做的准备时，她的一个好朋友也有此意。这位好朋友是李勤建以前的一个同事，专门负责跟供货商打交道，两人一拍即合，成立了公司。

她们吸取了以前公司经营中的一些教训。网上竞争日益激烈，以前李勤建所在的公司货物批量没有做到足够大，价格没有什么优势。另外，没有自己的产品，没有设计师，取货不方便，还要经过代理渠道的层层盘剥，去掉税款，利润已经非常小了。

后来，她们把自己的公司地址选在了红桥市场旁边，这一带是北京有名的海产品以及珍珠首饰集散地，在北京的很多“老外”都喜欢来这里买东西。她们与一家固定的首饰厂家建立了联系，可以依托厂家的产品质量保证以及设计师，而取货只需要下趟楼就可以了。现在，这家厂商50% 的产品销量都是由李勤建她们在网络上完成的。

珠宝首饰的销售需要一定的专业知识，比如鉴定。与正规的厂家保持稳定关系后，李勤建把这方面的风险转嫁到了厂家身上。另外，欧洲和美国的珠宝市场对设计非常看重，一些普通的材料可能因为设计而变得身价很高。除了厂家的设计外，现在李勤建手下也有一些心灵手巧的小

姑娘负责设计和制作。在李勤建的办公室，宽大的桌子上一半是电脑，一半堆满各种珍珠宝石材料，一些年轻的小姑娘正在按顾客的要求赶制。

李勤建最喜欢说的一句话是：网络的能量是无极限的。

"我们眼前的计划是多参加一些国外的珠宝展。下一步打算在国外开设分公司，有自己的店面，然后发展更多的代理商。我请了两个英语好的小姑娘，专门在网上搜索国外珠宝供应商的名录，希望和他们取得联系。因为现在国外的很多珠宝商也都是从中国进货。"李勤建有着更大的理想和计划。

李勤建的生活看起来很惬意，有自己的店，时间自由，似乎也不需要花太多的精力。不过她却说自己是"天生的劳碌命"，因为她的梦想不仅仅只是每月挣几万块钱这么简单。"互联网的信息量真是太大了，机会也很多，如果你想做，永远都做不完。我的生活方式也并不像想象的那么轻松。要不停地更换新产品、拍图片、写产品描述、搜索供应商、在网络上做广告，这些都要花去很多时间。"

"做久了以后，你能渐渐明白一些细节性的技巧。比如上货的时间很重要，要利用国外的时差，和国内其他竞争对手拉开差距；价格上要拉开档次，货品的定价中哪些为了吸引客户的，哪些是挣钱的，都要算清楚；再比如节日促销，哪些是适合做礼物送人的，选择什么样的包装吸引顾客，都很重要。"

往国外卖东西，最害怕的是不知道什么原因被海关扣货。有一次，一位客户订了一条珍珠项链，想作为生日礼物送给自己的妈妈，可是日期快到了一直没有收到货。客户非常生气，发来邮件质问。李勤建虽然不知道是什么原因，但马上快递了另一条项链给客户。后来才知道是那边的海关扣留物品进行检查。过了几天，客户收到了两条项链，非常感动，把其中一条原封不动地寄回来，还成了李勤建的老客户。李勤建承认自己的生意做得非常顺，偶尔看到一些同行在eBay 上的账号被封了，也不知道是什么原因。她说，eBay 上都有相应的游戏规则，只要详细了解并遵守，风险并不是很大。

（案例来源：eBay ）

成功故事2：售后服务改变顾客的购买习惯

红袖喜欢新鲜的事物，在网上开店两年半的她，已经是网上服装行业响当当的卖家，她也想把网店继续做大。不过，网下开店或者品牌代理这些老套路都不合她的口味，早已月收入过万的她，正在参与一个更有意思的计划。

在商言商恐怕在网上并不通行，特别是在网上竞争相当激烈的时候，也许加入一些人文气息可以帮助留住顾客。红袖碰巧认识到了这一点。

红袖本来学的是文学，喜欢写文章，她在自己的网店上设了一个公告栏，不但有一些关键信息发布，还每天三次地把自己的行踪告诉大家。对于网上的买家，红袖还专门设立了一个留言板，谁有什么事情都可以在上面留言，有问题也可以在上面得到回复。其他买家可以通过这个留言板同时了解商品的情况，也可以作为朋友之间相互沟通的平台。

红袖大学二年级做网店的时候，并没有把开店当作一个商业的事情做，倒是很喜欢在网店上写心情文章。不少买家不仅仅来买服装，还喜欢看文章，结果有一半顾客成

了回头客。这些买家觉得在红袖的店里购物是一种享受，对价格就不太在意了。

要做好网店，家里支持非常重要。网店事情非常繁多琐碎，一个人很难承担全部工作，所以家里人的支持和帮助会对网店初期的发展有非常大的帮助。不过，多数毕业生的家庭都不太同意自己的子女做网店，认为这样的工作不稳定。幸好红袖的家长还比较民主，尽管反对，但也还是同意了红袖的做法。

当然，国内的网上环境目前还不成熟，大部分人还不习惯看不到实物就在网上直接付钱购买，不过红袖认为未来国内消费者的消费习惯会慢慢改变。

但是，这样等待不是个好主意。售后服务做得好，一样可以改变用户的购买习惯。红袖现在主要做的是中档的女士服装，几乎对每个购买过服装的顾客，红袖都会问对方喜欢什么颜色，三围尺寸以及其他资料，这样可以主动把一些合适的商品推给买家，生日的时候还可以送一些小礼物，这些都会积累起相当好的顾客缘。

曾经有一个买家买了两个小挎包，发现其中一个拉链上有些瑕疵，红袖马上帮她更换了，结果这个买家把她办公室里所有的同事都介绍到红袖的网店里买东西。

面对日益激烈的竞争环境，红袖也在考虑怎么做大，抵抗风险。她已经参与了一个网店联盟的计划，打算和不同行业的店主联手组成一个新的大型网店，覆盖数码、服装等多个领域。

下面是红袖对新手的一些建议和忠告，相信对你也会有一定的借鉴意义的。

● 先做二手商品买卖

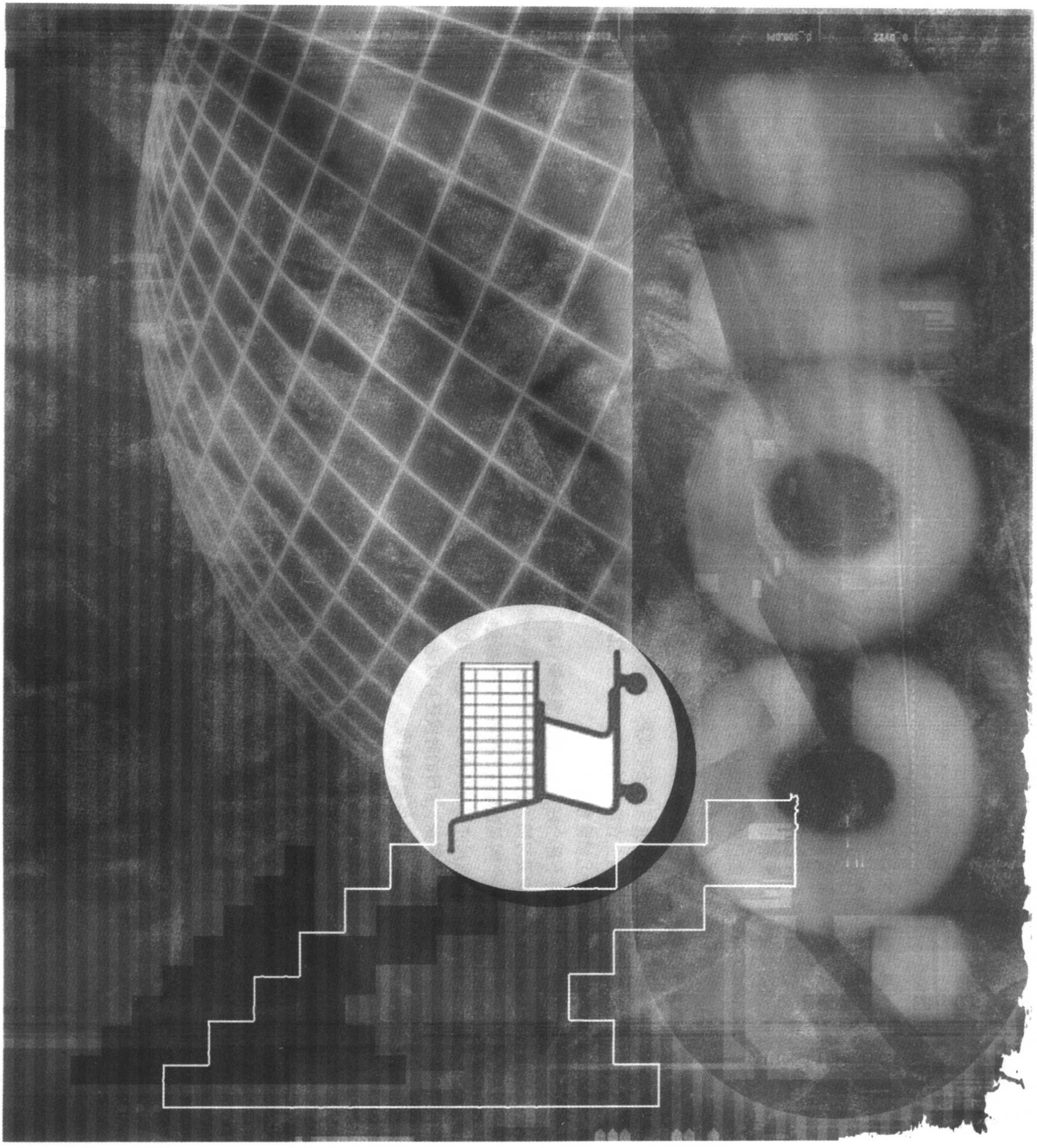
刚开店的卖家不要先急着找货源，现在卖服装的人当中，绝大部分最开始都卖过二手服装。网上几个大卖家也是从卖二手服装起家的。

做服装生意要压货，占用资金量大，所以对于新手而言，冒这样的风险不太值得。如果二手服装的生意做得差不多了，也可以开始考虑在一些二、三级批发市场上找货源。

● 巧用MSN等沟通手段

每天有很多买家都会发E-mail来提出他们希望了解的消息，要回复这些邮件要耗费不少时间，用MSN可以方便地处理一些繁琐的事情。

（案例来源：阿里巴巴网）



第七章　提高自身素质

第一节　诚信，无处不在的话题

如果有人问你：一根木头能卖多少钱？你的答案是多少？几十块？几百块？几千块？人民币？还是美金？我们先看一个故事，答案马上揭晓！

商鞅变法之时，为了树立威信，在变法前下令在秦国都城南门外竖立一根3丈长的木头，并当众许下诺言：谁把木头搬到北门，赏10金。人们不相信，无人搬动木头。渐渐地，商鞅把赏金提到了50金。最后，一男子把木头扛到了北门，商鞅立即赏他50金。商鞅这一举动，使人们感到他是个说话算数的人。于是商鞅的新法也获得了人们的信任。很快就在秦国推广了。

历史上最贵的木头，价值50两黄金，你猜对了吗？

再来看一个现代的故事。

一名在德国的外国留学生，学业成绩很优秀，动手能力也很强，拿到博士学位后，自认为可以理所当然地留在德国工作，没有任何问题。可是，他在求职中遇到了很多预想不到的麻烦。他拜访过许多著名的大公司，没想到均遭到拒绝，对方也没有对他说出任何拒聘的理由。他想，既然大公司进不去，不如到小公司暂且先过渡一下，以后有机会再选择另一个公司。

决心下了以后，他选择了一家小的计算机公司去求职，却仍然遭到了这家小公司的拒绝。高材生这时忍无可忍，拍案而起："我是个堂堂的博士生，为什么大公司不要，你们小公司也不要？今天，你们非说出其中的理由来不可。"

小公司老板很客气地给他递过一杯水，然后让他看计算机里关于他的信用记录。而当他知道自己求职频频遭到拒绝的原因时，他感到很惊讶，因为，那仅仅是由于自己乘坐公交车时曾经有过3次逃票的记录。 可讲究诚信的德国人却不这么看待这个问题。在德国，抽查逃票一般被查出的几率只有万分之三，也就是说逃1万次票才有可能被抓住3次。而这位高材博士生居然被抓住

了3次，这在严谨的德国人看来，是绝对不可饶恕的。

在德国，不管是本国人还是外国人，每一个人都有一个信用记录。如果有借债不还、考试作弊、触犯法律、乘车逃票、交通肇事等个人信用问题，都无一遗漏地记录在案，在全国每一个计算机终端上，都可以查到。用人的政府机构和公司在招聘人才时，首先要看应聘者的个人信用记录，如果信用记录不好，你的学历再高，本领再大，也实行“一票否决”，没有任何协商的余地。知道这一切后，那位外国博士后悔不已，他为自己的逃票付出了极其沉痛的巨大代价。

人是一种社会性的动物，只有真诚相待才能博得别人的信任。以诚相待，一诺千金，不仅是中华民族的传统美德，更是人类与生俱来的美德。作为网上开店的生意人，我们更应该明白这个道理。诚信是金，这是一个信息四通八达的世界，今天为了蝇头小利骗了一位顾客，也许第二天就在社区里看到记录了，你的网店又如何继续下去呢?

那么，我们又如何在虚拟的网络贸易市场中迅速建立诚信、销售产品、获得海量订单呢?

一、具体信息

（1）买家在查找浏览信息时，会以各种方式查看资料，判断卖家的诚信度高低。所以必须真实、详尽地填写信息。

- 注册信息是最基本的资料，会转化成其他形式在多处展现出来。填写时必须真实、完整，以获得良好的第一印象!
- 如果是公司运作，最好在公司介绍中全面展现公司状况、企业理念、企业文化等。无论在搜索还是浏览时，买家都会查看该信息，深入了解。所以填写真实、详细并做必要的包装，将大大增加顾客的信任感。
- 尽量制作网络名片，使个人和公司信息随处展现，增加客户的真实感和亲切感。
- 将固定电话、传真、E-mail、手机等联系方式填写完整和正确，方便买家马上联系。

（2）诚实的产品描述、直观的产品图片，都会大大提高店铺和产品的真实性，赢得买家信任。

- 详细地描述产品规格、型号、性能等信息，提高客户对产品的认识和信任。
- 在网上，客户不能亲眼看到和触摸产品，心中不免会有担忧。如果能选配产品图片，并多角度、分整体和细节展现，会增强产品的效果和可信度。

（3）当卖家资料和产品信息发生变动时，及时更新相关信息，真实地传达给客户。

- 店铺或个人资料发生变化，应及时更改网上信息，可避免出现不必要的误会。
- 产品改进或新产品推出时，应及时更改产品信息或添加新信息，同时配上相应图片，可将产品信息更直观、真实、准确地传达给买家。

二、身份认证和诚信评价

基本资料和产品信息在网上贸易中，在建立诚信方面力度还是较弱。买家在选择卖家时是非常稳重和谨慎的，

如果可以提供权威、客观的身份认证和诚信评价，将有助提高卖家的诚信，获得买家青睐！

就拿阿里巴巴的诚信通来说吧，它主要有以下好处：

（1） 卖家可通过权威的第三方认证机构进行身份认证，获得信任。

（2）信息的公开和透明化，可供买家进行比较，感觉真实。

● 如拥有各类证书或荣誉，可以上传展示，提升店铺形象。

● 与买家积极互评，以良好的口碑提升诚信度。

（3）卖家网上贸易越成熟、经验越丰富，买家心里便越安心。

● 可将以往的网上交易活动及时加入活动记录，通过实例体现店铺在该行业的活跃性和丰富经验。

● 充分掌握网上贸易操作技巧和概念，可方便、熟练地与采购商进行交易，博得信任。

以上内容相组合，将使供应商拥有一套网上贸易信用活档案——诚信通档案，综合体现诚信，并通过诚信通指数具体体现。诚信通指数越高，买家就会越信任您，选择与您交易。此外，诚信通档案、公司介绍、供求商机和产品图片又构成了诚信通企业网站。辅助使用诚信通商标，可以扩大网上诚信的影响力，获得海量交易！

第二节　善于使用换位思考

假如你问一个具有基督教背景的外国人："什么是黄金法则？"他可能会援引《圣经·马太福音》第七章第十二节中耶稣的话来说明这个问题："无论何事，你们愿意人怎样待你，你们也要怎样待人。"不过，中国人可能更知道另外一条与此类似的非常重要的教导，那就是孔子的"己所不欲，勿施于人"。

黄金法则作为人际交往的原则，其重要性毋庸置疑。"它被称为一种原则：一种行为的原则，一种有指导意义的道德行为的原则，一种道德原则，一种伦理原则，一种一般性的原则，一种人类关系的普遍性原则，理性伦理的最高法则，一种重要的道德真理。"（H·T·D 罗斯特）

让我们再来看一个具体的例子：

阿尔贝托亲王和维多利亚女王夫妻相处和睦，但是也有不愉快的时候，原因就在于妻子是女王。

有一天晚上，皇宫举行盛大宴会，女王忙于接见贵族王公，却把丈夫冷落在一边。阿尔贝托很生气，就悄悄回到卧室。不久，有人敲门，房间里的人很冷静地问："谁？"

敲门的人昂然答道："女王。"

门没有开，房间里没有一点动静。女王只得再敲门。房里的人又问："谁？"

女王和气地说："维多利亚。"

可是，门依然紧闭。女王气极了，想不到以英国女王之尊，竟然还敲不开一扇房门。她带着愤愤的心情走开了。可是走了一半，想了想还是回去又重新敲门，里面仍然冷静地问："谁？"

敲门人轻声地说："你的妻子。"

这一次门开了。

为什么三次敲门会有不同的结果？原因就在于维多利亚女王转变了思考的角度，更多地考虑了对方的感受，

结果顺利解决了问题。

如果你想在人际交往中畅通无阻，也必须要学会换位思考，并将此当作自己的习惯。网上开店，也就是跟人在打交道，不懂得换位思考，往往会栽跟头。

再来看一位网友发的牢骚：

在一个店家里竞拍一元拍的衣服，第一次拍时，出价被别人超过了；再出，还是被超过了；第三次仍然是这样，于是我想一定是设了底价的。过了两天，登录自己的账户，那件东西却已经进入已买到的物品中了。我就想，或许是卖家发出的额外交易机会吧，不管了。再过了几天，我却得到了一个出价不买的提醒。这时，我就明白了，是卖家自己撤走了自己的底价，然后我就是中标的了，然后他就可以说我出价不买了！下次，我绝对不会再来这儿买东西了！

在淘宝网，我们每个人都有可能既是买家，又是卖家。如果我们经营小店时多用用换位思考，你的小店不火起来都难呢！下面，让我们来看看应该如何具体做到换位思考吧。

- 我是买家：来到网上，我希望能在搜索中一下子就能找到自己想买的商品！

  我是卖家：宝贝名字一定要起好，把网上推荐的关键字，自己商品的关键字通通包含在名字里哦！这样买家就会一搜即中！
- 我是买家：搜索到自己想要的商品，当然要比较同类的价格喽！

  我是卖家：给宝贝定价，一定要货真价实，太高，太低，都不好哦！合理才是关键！
- 我是买家：看到价格合理，又符合自己心意的商品，不忘去看看店主的店铺了！

  我是卖家：店铺要靓哦，装修很重要，图片要清晰，宝贝介绍也要全面、真实。客人走进亮堂堂的店铺，自然心情大好，生意也就随之而来啦！
- 我是买家：看到心仪的宝贝、合理的价格，自然有点心动了，不急，再去看看店主的信用如何，可不能上当吃亏！

  我是卖家：信用评价很重要，需要平时认真经营，与买家有什么问题，要及时沟通，及时解决，这样，买家也不会不给好评啦！
- 我是买家：嗯，不错的宝贝，店主信用也不错，那就买吧，可是如果商品有什么问题能换或退吗？

  我是卖家：售后服务非常重要哦，卖出去就要负责。设定一个期限，包换或包退，让买家买得放心！
- 我是买家：买到价格合理，自己满意的宝贝，自然免不了常去逛逛那家店。

  我是卖家：给老买家，老顾客多一些优惠哦，他们会带来更多的买家，扩大你的顾客群哦！

买家和卖家都是人，都需要人性化的服务。做到以上几点的换位思考，你的店一定会销量大增的。还有就是，换位思考不应该仅仅是一种做法，更应该成为一种习惯。

第三节　良好的工作习惯

行为变为习惯，习惯养成性格，性格决定命运。一个动作、一种行为通过多次重复，就能进入人的潜意识，变成习惯性动作。人的知识积累、才能增长、极限突破等等，都是习惯性动作、行为不断重复的结果。如果学会运作潜意识技巧，就可以建立一种自动运作的“长效机制”，从而达到人生的奋斗目标。

由于习惯的不同，它们不是造就你，就是毁掉你。我们怎么做，就会变成什么样的人。正如萨穆尔·斯迈尔(Samuel Smiles)所说：

播种思想，收获行动；

播种行动，收获习惯；

播种习惯，收获性格；

播种性格，收获命运。

如果你喜好读书，就一定听说过一本畅销书——《高效能人士的7个习惯》，里面有不少行之有效的提高工作效率的习惯，对我们日常工作大有裨益。不过，我们作为网上卖家，应该发展适合本行业的一些更有针对性的、有益的习惯。

也许，下面这位易趣网卖家的习惯能让你茅塞顿开、效率大增、生意红火。

1．工作安排

在易趣网上做买卖有个好处，就是不用起早，因为据分析，上午买商品的人是一天里最少的。

上午，我就处理一些留言及邮件。下午可是一天的黄金时间，爱睡懒觉的买家也起床了；上班的买家们也应该稍微空闲一些了，这个时候我们就可以和昨天晚上拍下商品的买家联系起来了。

差不多快到4点钟的时候，我就要查一下银行的到账情况了。在此之前，我们就都已经把货包装好了，并把包裹单也填好了。查了账，记账当然是必不可少的，卖家必须仔细记录下每天进账的情况，以免日后有买家来电查询。

账查了也记了，不要忘了核对。在这里我还有个秘密告诉大家，我发出的货里都有一张小收据，夹在货物里一起给买家的。这一方面有利于我自己的管理，另一方面也有利于买家增加对我的信任。由于某种原因，发现账上和买家告诉你汇款的情况不一致时，应立即打对方电话或发邮件(建议打电话)通知，看看是不是银行系统不好，还是双方在表达或书写上有遗漏。做到有疑问的单子第一时间通知对方，以免耽误发货。接下来，就是去邮局发货了。

发货回来之后，还有件很重要的事，那就是把发货信息告诉买家，也好让别人放心。

一天时间过得很快，转眼间就到晚上了。晚上可是我静心工作的黄金时间，要上货、整理店铺、买推荐位和分析市场等。

2．抓紧时间获得收益

有了个大致的安排，我就要说一下下午黄金时间中的细节处理。如何抓紧一段时间，取得更大的利益。

我是用Foxmail收信的，可以设为每10分钟自动收一下。一个下午，都请不要关掉Foxmail，它在这段时间里起到的作用非同小可。Foxmail把信自动收好之后会告诉你有

几封信，对有问题的邮件，你就可以做到及时回复；如果是成交了，也可以及时发成交信给对方，这不是充分体现了网上购物的方便和快捷吗？而且因为您的及时联系，出价不买的纠纷率会大大降低。

良好的服务和流畅的交易过程也是您取得更大的利益的基础。

客服是每个卖家都必不可少的。如果是刚起步的小卖家，您可以自己来担任这个角色。接到每个成交电话后，客服要认真记录下买家要的货和收货地址。要求本市货到付款的，就要开排送单；异地邮寄的，直接开包裹单。地址和联系电话一定要保证无误，最后不要忘记留下易趣网上的用户名。建立一套良好的交易流程，不但能节省您的时间，也方便您的管理。

3．区分购物人群

网上购物的人群分为两种：一种是一直上网购物，而另一种则是偶尔在网上购物一次。

对于顾客，在第二、第三次接触中就可以了解到他是属于哪一类的人群。这时，可以把他们分成两个客户档。对于第二种人群，发E-mail给他们一般是毫无反应的，这样的人群就要通过邮寄平信来达到您想要的广告效应。

好习惯并不是偷懒，而是更有效地利用时间。因为时间是有限的，我们要合理地运用时间，才能赢得更大的利益。相信，上面这位易趣网卖家的经验给了你不少启发吧。不过，每个人都有适合自己的习惯，如何养成更有针对性的高效的习惯才是你需要考虑的。

第四节　不要奢望一步登天

一个国王听说有一位画家擅长水彩画，有一天，他专程去拜访那位画家。

“请你为我画一只孔雀。”国王要求说。

一年后，他再次拜访画家。“我订购的水彩画在哪儿？我曾经要你为我画一只孔雀。”

“您的孔雀就要画好了。”画家说。他拿出了画纸，不一会儿功夫就画了一只非常美丽动人的孔雀。国王觉得很满意，但是价钱却使他吃惊。

“你看来毫不费力，轻而易举地便画成了，竟要这么高的价钱？”国王问。

于是画家领着国王走遍他的房子，每个房间都放着一堆堆画着孔雀的画纸。画家说：“这个价钱是十分公道的，您看起来不费力而似乎很简单的事情，却花费了我很多时间和精力。为了在这一会儿时间为您画这只孔雀，我可是用了一整年的时间准备啊！”

每次的成功，都是在背后无数次的付出和不断努力的基础上开出的花朵；每次掌声都是用心做事情换来的回报。要想成就一番事业，就要先问问你自己，能做什么，是否能踏踏实实地去做。开网店也是如此，要从开始的几元钱的小单耐心地做起。耐心是最关键的，同样也是最有难度的。

有一个年轻人，因为家贫，没有读多少书。后来，他去了城里，想找一份工作。可是他发现，因为他没有文凭，城里没一个人看得起他。就在他决定要离开那座城市时，给当时很有名的银行家罗斯写了一封信，在信里抱怨了命运对他是如何的不公，“如果您能借一点钱给我，我会先

去上学，然后再找一份好工作。”

信寄出去了，他便一直在旅馆里等，几天过去了，他用尽了身上的最后一分钱，也将行李打好了包。就在这时，房东说有他一封信，是银行家罗斯写来的。可是，罗斯并没有对他的遭遇表示同情，而是在信里给他讲了一个故事。

罗斯说：在浩瀚的海洋里生活着很多鱼，那些鱼都有鱼鳔，但是唯独鲨鱼没有鱼鳔。没有鱼鳔的鲨鱼照理来说是不可能活下去的，因为它行动极为不便，很容易沉入水底。为了生存，鲨鱼只能不停地运动。很多年后，鲨鱼拥有了强健的体魄，成了同类中最凶猛的鱼。最后，罗斯说，这个城市就是一个浩瀚的海洋，拥有文凭的人很多，但成功的人很少。你现在就是一条没有鱼鳔的鱼……

那晚，他躺在床上久久不能入睡，一直在想着罗斯的信。突然，他改变了决定。第二天，他对旅馆的老板说，只要给一碗饭吃，他可以留下来当服务生，一分钱工资都不要。旅馆老板不相信世上有这么便宜的劳动力，很高兴地留下了他。10年后，他拥有了令全美国羡慕的财富，并且娶了银行家罗斯的女儿，他就是美国石油大王哈默。

没有鱼鳔的鱼却成长为最凶猛的鲨鱼，没有文凭的哈默最终成为了石油大王。上天从来没有给人生固定的模式，从来没有说过什么样的人就注定展开什么样的生活。

很多年青人总是感叹自己没有机会，他们往往把希望要做的事业看得过于高远，这是好高骛远。其实，机会来自于苦干，只要从最简单的工作入手，一步一个脚印前进，便能达到事业的顶峰。有一些网上开店的人希望的是，小店一开张就红红火火，也不需要作什么宣传，月底一算账，利润上万元。请问，这可能吗？，

美国人克罗克从小就喜欢胡思乱想，被人们称为“丹尼梦游人”。他四处碰壁，在太多不切实际的梦想破灭之后，才意识到脚踏实地的重要性，并且下定决心愿意为此付出毕生的努力。意识的转变决定行为的改变，他很快便热爱上了眼前的工作，从咖啡豆和小说的推销、出纳等游移工作状态中彻底摆脱出来。在芝加哥，克罗克坚定执着地当上了“丽丽牌”纸杯的推销员，并且这一干就是20年。

凭着脚踏实地和积极肯干的精神，克罗克不但为自己积累了宝贵的经验，也积累了珍贵的财富，为自己创业打下了坚实的基础，最终成为世界快餐业的巨头——麦当劳的创始人！

假如克罗克没有脚踏实地，在近20年艰苦的推销员生涯中没坚持住；假如克罗克没有积累到足够的商业经验和创业资本，那么，也许就不会有今天遍布世界各地的麦当劳。

有的人总是不满意自己目前的工作，牢骚满腹。对此，美国成功学奠基人、最伟大的成功励志导师奥里森·马登支了一招：“不管你的工作是怎样的卑微，你都应当付之以艺术家的精神，怀着十二分的热忱。这样，你就可以从平庸卑微的境况中解脱出来，不再有劳碌辛苦的感觉；你就能使你的工作成为乐趣，而厌恶的感觉也自然会烟消云散。”

早在19世纪末，马登就看到了这样一种现象：“许多青年人认为他们目前所得的薪水太微薄了，所以竟然连比薪水更重要的东西也宁愿放弃了，他们故意躲避工作，在工作过程中敷衍了事，以报复他们的雇主。”而21世纪的

今天，这种现象依然存在。马登痛心地指出："这样，他们就埋没了自己的才能，消灭了自己的创造力和发明才能，也就使自己可能成为领袖的一切特性都无法获得发展。""如果工作仅仅是为了面包，那么生命的价值也未免太低了。"这种人，"终其一生，只能做着一个庸庸碌碌、心胸狭隘的懦夫。"

这些催人奋进的"良方"，虽然不能立即使人变得高尚起来，也不是看了就能使自己的事业马上成功，但它却使人精神为之振奋，并告诫浮躁的人，成功来自脚踏实地，机会偏爱有充分准备的人。

奢望一步登天，却不愿意扎扎实实地走稳每一步。你的富翁梦，只会永远成为一个幻觉。应该说，每一个人心中都会有这样那样的成功渴望，但是一旦你拥有了成为富翁的机会，你最应该注意的就是戒骄戒躁，不要像做梦一样地去进行你的事业，而是要看清楚机会和形势，安安稳稳地一步一个脚印地走下去。虽然我们会想要提快成功的步伐，但是凡事都应该量力而行，不要做超出自己能力范围的事情，那只会让你失败得更快一些。

险峰之巅的美妙风景永远属于脚踏实地、一步一个脚印追寻自己梦想的人！白日做梦只会浪费你更多的时间和精力。认真对待每一位客户，每一次交易，这才是你要做的！

附录：网上开店的88条军规

做哪行都有自己的规矩，网上开店也一样。下面就是一位资深淘宝网网友总结的一些网上开店的“军规”，其中一部分是做事的规矩，一部分更是做人的规矩。

1．刚开网店，没有生意。所有的挫折都是有用意的——这是老天爷在磨练你，把重任交给你，要坚持！

2．毛遂自荐，主动出击，寻找买家！市场经济物品丰富，酒好也怕巷子深啊！因此要占据销售的主动权，让顾客知道网店的存在，知道你的商品。

3．既然选择了做网商，就要努力走下去。人情的牵绊，恩怨的纠葛，转行可不是那么容易！

4．隔行如隔山，别轻易转行卖其他商品。转行的风险很大，若无大决心、大魄力，最好不要轻率为之。网上有很多优秀的卖家，多向他们学习。

5．网上开店不只为了糊口，还要有抱负。你要思考的是在这个行业中，要成为什么样的人！

6．开店生意好了，也不要独享荣耀——独享荣耀，有一天就会独吞苦果。

7．用耐心把信誉值焐热——没有信誉的日子不好过，谁都是从零开始的。

8．留一点时间去社区走走！不会发帖？会顶帖吧！

9．诚信是网上开店成功的法宝。浑水摸鱼？小心摸到螃蟹！摸鱼会成为你在社会上行走的负载。

10．开店要一步一个脚印，不要有“怀才不遇”的想法，怀才不遇多半是自己造成的。

11．天下没有好赚的钱，先从小钱开始赚。

12．旺旺在线时间不能少，使用技巧要记牢！

13．QQ、MSN 一样不能忽视！

14．多向不同行业的网商请教，吸收新知识。记住，要用请教的态度。

15．犯了错，就诚实地认错。狡辩、诿过只会害了你自己。

16．用吃亏就是占便宜的心态做事做人，它可以累积你的网上开店经验，充实你的开店经营能力，扩张你的人际网络，对你的生意一定有帮助，吃亏是福！

17．别以为有了钻石，生意才会好做。有很多新卖家们才几颗心，生意照样很好。

18．你要有自己的心理价位，把它直接标出来，不要太在意别人卖的是多少钱。

19．不推荐做代销，除非有很好的上家。东西看不到摸不到就是对客户的失职，如果你会设计网页，那更好，先卖店铺设计也是个不错的选择！

20．精诚所至，金石为开，你的真心诚意会感动顾客，发生矛盾要以德服人！

21．真诚地与每个客户交流，信誉是无法用金钱换来的。

22．要挖掘新产品，但是一定要慎重，首先你要考虑到顾客对它的需求量。

23．对无理的还价也要理智对待，纠缠只会浪费时间。

24．无论什么样的客户，都要一样热情对待。

25．建立一个“客户档案”。

26．扩大交际的圈子，主动出击，勿等客户上门。

27．新手慎用一元拍。如果用到一元拍，就得作好亏本的思想准备。

28．不要哄抬价格，哄抬价格就失去了原本拍买的意义。

29．运输包装上绝对要过关。纸箱要用正规的，无论是快递还是平邮，要给人专业的感觉。

30．物流也很重要。现在除了平邮、快递，也可以选择淘宝网推荐的快递公司。

31．勤能补拙。勤将使你自然发光，引起别人的注意，是生意好的必修课。

32．把一天变成48小时，让每一分每一秒都发挥最高的效益。

33．在网上建立地位、声望，让网友尊敬你、礼遇你。

34．有甘做老二的心态，不要总想当老大。

35．灵活使用推荐位，注意时间安排。

36．钱追人，人追健康，有了健康，还怕赚不到钱？

37．在论坛，签名档是最重要的东西，特别是有些论坛不让发广告，那就只有通过签名档来招引感兴趣的人到你的店里来。

38．经常弄点特价的活动，吸引买家。

39．制造人气千万不要去换好评，你可能得到了短期的利益，但是大家都是明眼人，一看就知道端倪。

40．用“物质利”换取“人情利”，因为物质利是一时的，人情利是长远的。

41．把敬业变成习惯，认真对待每一笔单子、每一次交易。

42．多结交同行，可省下你的摸索和碰撞。

43．运用“累积法”壮大资产，不求快、不求多、不中断。

44．树立自己的竞争参考。在网商里找一位同行对手来跟。跟住他，并且超越他。

46．忍一时，风平浪静。

47．尽量套用别人的成功模式，别人的成功模式是一种指引，让你有方向可循。

48. 努力加入商盟！给自己更多的宣传空间！

49. 勿满足于眼前的小小成就，你要问自己，我这辈子只有这样吗？

50. 尽快成为你所卖商品的专家，其实只要下功夫，很快就办得到。

51. 是否拥有特色的产品和货源已经变得越来越重要了。

52. 产品质量是网上开店的核心竞争力。质量不好的产品，价格再便宜都没人要。

53. 支付宝的安全不能忽视，数字证书要安装，免费短信要申请！

54. 学会如何组织合理安排事情，与买家沟通的时候要培养良好的耐心。

55. 个性设计以及背景音乐、公告要吸引人。

56. 网上开店做事切勿率性而为，率性而为只会害了你自己。

57. 网上开店，事越烦越要耐烦，天底下没有不烦又能赚钱的事。

58. 一定控制自己的情绪，别让别人以为你还没长大。

59. 别忽略面子问题，不给面子的行为最易引起是非。

60. 先做小事，先赚小钱，这是为了累积做大事赚大钱的条件。

61. 没攥在手里的钱都不能算是你的。

62. 靠实力，不要靠派系，派系不是永远的，实力才是你一生最好的依靠。

63. 自己要发光，不要等别人来磨光，谁有空、有心好好地去了解你呢？

64. 逢山开路，遇水架桥。过了桥，上了山，常会有一片新的天地。

65. 千万要珍惜自己的信用评价，做生意同做人一样，唯有诚信，才能立足。

66. 店里的商品要经常更新，就算没有生意，也要常常弄点新东西放上货架，并把自己积压的产品做个了断，只有让有限的资金不停快速流动，才会带来滚滚利润。

67. 个人空间要认真填写，让买家更了解你。

68. 正视你的弱点，躲避别人的陷阱。光明正大，脚踏实地，不痴心妄想，便可避免踏入陷阱。

69. 用一颗平常的心做网商。

70. 和客户交流放下身段，路才会越走越宽，身段太高只会把你绑起来。

71. 和客户交流话别说得太满，好容纳一些意外，以免下不了台。

72. 作为商家要了解中国人的处世风格：重视人情，表里不一，形式主义。

73. 善用“见面三分情”的中国人心理，你尊重对方，对方也会尊重你。

74. 和客户交流多赞美别人，不用花钱，又可使人快乐，何乐而不为？

75. 尊重别人的“领土范围”，别因为疏忽而引起不必要的麻烦。

76. 勿轻易吐露你的失意事，以免被人认为软弱无能。

77. 有失去才有收获，主动出击，先去满足对方的自我。

78. 要多站在顾客的角度去考虑，争取在顾客还没开口之前，就把他考虑的问题、担心的问题给解决掉。

79. 对于一些人，你的态度要有所保留，完全信任别人，你便会受到伤害。

80. 淘宝网开店要树立良好的印象，让顾客感觉享有贵宾般的待遇，又有亲切、轻松的感觉。

81. 最好不要挡人财路，与其挡人财路，不如自己另辟财路。

82. 具有专业的产品知识，面对淘宝网买家的问题对答如流，给他专业的意见。

83. 做人做事不必面面俱到，因为总有人会不满意你。

84. 售后很重要，不要让顾客有被抛弃的感觉。

85. 一份详细的产品说明，会让来的每一个客人觉得卖家是个行家，对你本人的信任和产品的信任又会多一点。

86. 兢兢业业，发挥耐心、累积能力。

87. 在网上销售，最好是找网下不容易买到的东西拿来卖。

88. 时候到，花便开，你只要努力就对了，热爱开店！热爱生活！