《网上开店》实训指导教材

编撰:贺琼海 王佳丽

审核:陈蔚文 王宇翔

上海工商外国语职业学院 机电与信息工程系 2018 年 3 月

		Ŧ	F店30日开店倒计时	
		商家要做的事	商家须知细分	培训组提供资源
基本概况	并店前29天	1. 了解淘宝电子商务平台 2. 了解网店的基本概况(开店前的硬 件准备,交易流程图)	1. 商家裏知道需要哪些硬件 2. 交易流程图	 提供开店硬件清单 交易流程图
了解,硬件,软件准	开店前28天	3. 开通支付宝, 掌握支付宝相关流程, 提交保证金,并与相关银行帐	 案提升通支付宝流程图 4.升通E客服流程图 5.发票和积分规则,7天无理由退 贵规则,物流细则 	3. 开通支付宝流程图 4. E客服源程图 5. 发票和积分规则明组发票和积分规则,7天无理由 退货规则,物流细则
- B -2	开店前27天	考绑定 4.开通E客服,并进行相关权限设置 5.掌握淘宝商城规则		
	开店前26天	 店铺定位分析(主要为如何定价) 本店与音争店家之间的分析、调 	 商家需要知道如何定价 知道音争店家的销售运营情况 	
	并店前25天	查。 3.明确人员分工,确定人员工作流	3. 商家需要知道一般同类型店铺 人员配置常想。	 2.人员配置基本情况介绍 3.相关专业知识渠道提供
店铺定位、 配送方式 选择。	并店前24天	程,根据分上进行人员指导 4. 行业专业知识准备	4. 向你要掌握需要买向品的专业 知识	ALL A THOUGH FOR
	开店前23天	1. 物流方式确认 2. 物流包装发货技巧	 了解国内物意现状 物音句等为生材5 	 介绍国内彻底现状 介绍物流包装发货技巧
	开店前22天	3. 发货样板确认 4. 了解淘宝平台提供软件	3.知道淘宝有哪些软件提供	3.发货样板所需清单 4.淘宝平台软件清单
	开店前21天	1.确定盈利目标	1. 商家需要了解对本行业店铺的 盈利预期	・ベールトのとのないでは、「「」」
经营方针	并店前20天	2.确定运营方针(服务条款, 物流条 款)	 需要对店铺有长足的规划 需要知道商城培训组对新商家 	1.行业内店铺盈利预期情况介绍 2.店铺运营方针确定方法
确定。	开店前19天	3.制定培训计划(1.了解商城培训计	的培训计划	 公布商城培训组扶上马时间表 新店铺内部培训计划建议
	开店前18天	· 利 2. 店棚内的培训订划)	4. 需要」解款同多店销自己需要 进行哪些内容的培训	
	开店前17天	1.制成并确定店铺模板	1. 商家要知道如何制作店铺模板	1. 店铺模板制作技巧
店铺基础	并店前16天	2. 店铺基本设置 3. 店铺分类管理 4. 白文义页面设置	2. 同称两要革建后调益本收查投 巧 3. 要掌握店铺如何进行分类管理	 2.店铺基本设置技巧 3.店铺分类管理技巧和规则 4.自定义页面设置 技巧和规则
AC 10	开店前15天	5. 图片管理	4. 掌握自定义页面设置方法 5. 掌握如何进行图片管理 5. 掌握如何进行图片管理 5. 掌握如何进行图片管理	5. 图片管理技巧
	开店前14天	6. #1111/6 HALOGO	6. 掌握店铺LOGO制作方法和规则	6.制作品销L060方法和规则
	开店前13天		1. 掌握如何拍摄漂亮并符合规则	and a state of the
	开店前12天]	的图片。常提图从从1度1415	 1.照片拍摄技巧和简频照片要示组则 2.图片处理技巧
产品拍摄, 详情准备:	开店前11天		2. 掌握图片处理技巧	
	开店前10天	1. 掌握商品上传技巧	1. 掌握商品上传技巧	1.提供商品上传技巧
	并店前9天	2. 掌握产品描述技巧	2.掌握产品描述技巧和规则	2.提供产品描述技巧和具体细则
	开店前 <mark>8</mark> 天	1.淘宝店铺宣传推广特点	1. 了解淘宝店铺宣传推广特点 2. 如何制作和确定促销方案, 前	1.介绍淘宝店铺宣传推广特点
	并店前 <mark>7</mark> 天	2.证明力采用之,用用证备 3.资源分配规则和申请流程	期需要做哪些准备 3.了解资源分配规则和申请流程	2. 获取为IFIE用力量,用AFIETWIT和有单。 3. 介绍资源分配规则和申请流程(流程图)
开通、试运	开店前6天	1.阿里旺旺使用技巧	1. 掌握阿里旺旺基础使用技巧	1 介绍間 第939年年 田林15
Z +	并店前5天	3.掌握初级客户服务技巧(初级客 服)	2.掌握初级客户服务技巧(初级 客服)内容	2.掌握初级客户服务技巧(初级客服)
	开店前4天	4. 退换贵处理方法	3. 掌握谌换货处理方法	3.介绍退换责处理渴程图
	开店前3天		1. 掌握工作衔接流程,使店铺工 在有序属并	
	并店前2天	1.试运营,修改调整 2.促销方案试执行,调整	2. 统计和调整定价策略是否合理 3. 调整保護方案	1. 教授试运营时如何做促销方案调整 2. 提供店铺诊断卡
提高认知 度, 植广活	开店前1天		4.总结店铺运营情况	
动。			开张营业	

_		

录

第一章 网上开店的硬件准备和软件准备	1
1. 开店硬件准备	1
1.1 电脑	1
1.2 联系电话	1
1.3 数码相机	1
1.4 拍摄辅助器材	2
1.5 扫描仪、传真机、复印件、打印机	2
2. 软件准备	2
2.1 银行账号的开设	2
2.2 升通文付玉流程	2
2.3 沟通上具——阿里吐吐及 E 各版开通流柱	
3. 商城交易流程	
4. 淘宝商城规则	
4.1 积分介绍	
4.2 积分规则	
4.3 反宗介绍	
4.4 U 大 1 理 田 退 撰 页 规 则	
1. 店铺定位的里安性	23
2. 商品的定价	23
2.1 定价目标	
2.2 冏 前 疋 竹 東 哈	
2.2.1 回 m 组 口 足 川 泉 唱	
2.3 常用到的定价技巧	23
2.3.1 心理定价	
2.3.2 计量单位切割定价	27
2.3.3 价格的层次定价	27
2.4 网上运用价格进行促销的方法	27
3. 人事管理	
3.1 人员构架及配备	
3.2 人员招聘	
4. 轻松解决物流难题	
4.1 国内快递公司资料	32
4.2 通过快递公司配送的省钱方法	
4.3 物流包装发货技巧	
4.3.1 外包装	

4.3.2 袋子的分类	
4.3.3 内包装	
4.3.4 中层填充包装	
4.3.5 辅助包装	
4.4 货品包装样板清单	
5. 淘宝平台软件清单	
第三章 经营方针确定	
1. 新开店铺固定费用支出	
2. 店铺运营方针	40
第四章 淘宝商城店铺基础装修	
1 店铺设置	12
1.1 基本设置	42
1.1.1 外观风格	42
1.1.2 店铺招牌	
1.1.3 促销专区	43
1.1.4 首页商品展示	44
1.2 店铺分类管理	44
1.3 自定义页面设置	45
1.4 图片管理	
2. 交易管理	
2.1订单管理	46
2.2 评价管理	47
2.3 运费设置	47
2.3.1 基本设置	
2.3.2 默认运费	
2.3.3 加件模板	50
2.3.4 服务条款设置	50
3. 商城服务	51
3.1 销售结算	51
3.2 订购服务	52
3.3 保证金	52
3.4 帐务明细	52
3.5 应付账单	53
4. 账户设置	53
5. 品牌维护	54
第五章 宝贝拍摄,详情准备	55
1. 照片拍摄技巧和商城照片要求细则	
1.1产品图片拍摄	
1.2 淘宝商城照片要求细则	
2. 图片处理	56
二// ~	
2.2 图片处理的两大工具	
2	

2.3 利用 photoshop 和"光影魔术手"处理图片步骤	
3. 发布产品和发布商品	
3.1产品和商品	
3.2 发布产品	
3.3 发布商品	
4. 出售中的商品管理	62
5. 仓库中的商品管理	64
6. 促销管理	65
7. 产品描述详情和具体细则	66
第六章 开通、试运营	68
1. 淘宝商城店铺宣传推广特点	68
2. 如何在短时间提升信誉	68
3. 如何制作促销方案	71
4. 阿里旺旺使用技巧	73
4.1 旺旺表情使用	74
4.2 自动回复	
4.3 编辑淘友资料	
4.4 快捷短语使用	77
4.5 状态信息使用	
4.0 分组官理	80
5. 退换货处理方法和流程	
5.1 退换货流程	
5.2 售后服务处理流程	85
 3.3 建立元奎的皆归服务件系 5.4 西对顾客机运的协理共压 	
0.4 回/2 顾谷汉外的处理汉之	
1.	91
2. 《店铺诊断卡》的使用(附店铺诊断卡)	

第一章 网上开店的硬件准备和软件准备

1. 开店硬件准备

1.1 电脑

网上开店首先需要准备电脑,它是开店必备工具。如果您对电脑知识不是特别擅长, 最好直接购买售后服务到位的品牌机,价格虽然稍微贵一些,但日后电脑出现问题能够得 到及时、专业的修理与维护,这点至关重要。如果身边有电脑通,自己配置也可以。电脑 的整体配置不宜过低,因为你可能会保存,处理大量产品的图片或制作一些简单的页面, 这经常要用到一些即时通信工具。购置电脑之后,还需要为您的电脑安装制图软件,如 photoshop、光影魔术等,为图片拍摄后的制作、美化,做好准备。

1.2 联系电话

电话已成为现代人们之间联系与沟通的首选方式,置办一部能让客户 24 小时联系到你 的移动电话非常必要。当有顾客打电话来询问时,要么已对卖家的商品产生了浓厚的兴趣, 希望能够直接与卖家沟通。

还需要置办固定的联系电话、客服电话、售后服务电话,以树立网店的良好形象,让 买家放心交易。

1.3 数码相机

人们在网上购物时,无法看到商品的实物,因此,产品的照片就显得非常重要。产品的照片好坏,直接关系买家是否会点击购买。开店前,需要购买一台相机。目前市场上的相机五花八门,广告打得天花乱坠,很多机型已经达到了800万像素。初入门着往往会盲目的追求高像素,其实大可不必。因为淘宝上,发布的商品图片都有大小的限制,例如:800X600,使用200万像素的相机就足够,同时网上图片的大小关系到浏览的速度,所以相机没有必要过分追求太高的像素,够用就行了。

1.4 拍摄辅助器材

(1) 三脚架

对于数码相机来说,三脚架的左右那个非常重要。它具有稳定机身的功能,不仅能扩 大拍摄的操作范围,还可以针对数码相机因体积小,重量轻,光圈小,曝光时间相对长一 些,拍摄时因手会抖动而引起成像模糊的弱点,有效地加以弥补。

(2) 摄影棚

拍摄时,经常会因为光线强弱不均导致照片阴影过重或有明显的光斑,拍摄效果因此 而大打折扣,使完美展现商品整体效果及细节部分的愿望化为泡影。因此,购置一个摄影 棚也是非常必要的,简单的摄影棚由闪光灯、背景布、柔光箱组成。

(3) 灯光照明设备

为了有足够的光源,需要再准备 2-3 个色温(颜色)相同的光源。一般来说,如果不 是要排体积较大的物品,60W的白色节能灯即可。光源最好有灯罩,可以提高照片强度, 降低光源的分散。拍摄的物品体积越大,灯所需的瓦数也就越大。

1.5 扫描仪、传真机、复印件、打印机

随着网店生意的扩大,会不断的起草,打印,收发合同,需要随时出示各种证件、合同的副本以作诚信正面。扫描仪、传真机、复印件、打印机,都会令你轻松进行这一切, 而不需要经常铓锣在路边打字复印的小店中。当然,在初期阶段,为控制成本,这些也大可不必一一准备齐全。

2. 软件准备

2.1 银行账号的开设

独立的银行账号也是网店经营种必不可少的环节,为了在每月末能够迅速编辑的进行 财务的队长,建议您有一个网店独立的银行账号。请确保您锁开设的银行账户为公司账户, 且与注册支付宝账户的公司名一致。

2.2 开通支付宝流程

支付宝网站是国内先进的网上支付平台,由全球最佳 B2B 公司阿里巴巴创办,致力于

为网络交易用户提供优质的安全支付服务。

支付宝是支付宝公司针对网上交易特别推出的安全付款服务。在交易过程中,是以支 付宝为信用中介,在买家确认收到商品前,由支付宝替买卖双方暂时保管货款的一种增值 服务。

▶ 支付宝在交易中的作用



▶ 使用支付宝对卖家的好处

- ◆ 省心省力省时:即时确认付款,可以立刻发货;缩短资金流动时间;
- ♦ 帐目分明:交易管理可以清晰地记录每一笔交易的交易状态;
- ◆ 获得更多的信用评价,并用高信誉吸引更多买家——提升交易额。

Step1: 登录支付宝页面,点击"免费注册"。并按照要求填写并提交注册信息。

Step2: 填写了注册信息后,点击"同意以下条款,并确认注册",支付宝会自动发送一封

激活邮件到您注册时填写的邮箱中。

step3: 登录邮箱,点击邮件中的激活链接,激活您注册的支付宝账户。账户激活后才可以使用支付宝的众多功能。

完成以上的步骤,支付宝注册成功。



Step1:	在	"我的支付宝"	页面点击	"申请认证",	, -	并选择商家实名认证入口	᠋.
--------	---	---------	------	---------	-----	-------------	----

支付宝				悠好, [退出] 签服中心 社区 值任计划 ① 立即充值
我要收款	我要付款	交易管理	我的支付宝	安全中心 商家服务
我的支付宝首页	账户查询	充值	提现	我的账户 手机服务
王静理,世份宝账户名		@yahoo.cn		支付宝担保交易减程图: 验货不对板 支付宝退款 退款成工 给买家 追款成工
查询余意 申请认证	3 <u>130</u> <u>我的积分</u>	<u>卡通 账户明细</u>	我的账户	选择商品 > 付款到支付宝 → 收货确认无误 > 支付宝付款 > 交易成功
账户允值后 ^{第一步:}	, _{付款一步至}] 充值	位! 1.银行・ 如果您有 目前支付	卡充值 您有银行 银行卡,开通您银行 宝支持 12 家网上制 20付宝卡通	●功能演示 时卡的网上银行服务,就能通过网上银行给您的支付宝账户充值。 上银行。如何并通网上银行?
网上、线下双重 現在充值 获得三重大	方式任你选择 立 <mark>即</mark> 礼包		实现支付宝账户和银行 网上开通1:有招行 办理网购卡1:目前	程行卡的 ,付款一键密码完成。 给一卡时 打交現, <u>立即开通</u> 消前我们 <u>太累银行</u> 办理该项服务。 <u>点此申请</u> ————————————————————————————————————
		可以去邮	局办理网汇e汇款业	1月97月13月7日にモエガ羽スリエル国 业务,给您的文付宝账户充值。

通过支付宝实名认证后,您就可以;

- 安装数字证书,不用担心您的密码被逗了.点此了解数字证书
- 在淘宝网上开店了。
- 使用支付宝的"我要收款",快速收款。

通过支付宝实名认证后, 您就可以使用支付宝的"我要收款"和"支付宝数字证书"服务。用淘宝网的绑定支付宝账户通过认证,即可在淘宝网上开店。

愛 商家	 商家实名认证 (由于您法择的支付宝账户类型为公司账户 : 请确保您是具有法人资格的商家,非常和性机构需提供:社团法人注户 : 有效點外介月內的近件不予受理. : 如无法提供公司账号的,建议申请 	3,图此只可申请支付宝商家实名认证) 若为营利性机构,您必须提供营业执照正本;若是国家认可的 图登记证明(或义类营业执照或全事业单位机构代码证)。 个人认证,否则将会导致支付宝无法汇款给您。
支付宝实名认证	•	
		◎ 成写以近成是 → ④ 單成身份成是 → ◎ 除以汇款金额股元成
填写认证信息		● 机关帮助
煤写中诸人个人信息		按要求填写、提交认证资
* 申请人真实姓名;		料。填写的内容包括申请人
	③ 谨慎写信本人的真实姓名	信息、公司信息、公司银行
- 职位;	联系人 ≥	帐户信息。
 申请人身份证号码。 		
* 手机,		
æp2:身份信息 第 <mark>22步:审核</mark> ↓	审核。提交资料后,	之付宝会对填写的个人信息,公司营业执照进行审核。
正在对您的营业执行	E审核中,请您赔心等待。	
加果您不想继续认识	正,可以 🌖 撒销本次认证申请。	为了保障账户安全,系统将不会保留您之前提交的所有信息。
ten3• 如身份信	■.息宙核通过,支付宝。	、 会讲行银行信息的核实。银行信息审核成功之后支付

Step3:如身份信息审核通过,支付宝会进行银行信息的核实。银行信息审核成功乙后支付 宝会往审核通过的银行帐户里汇入小于1元的款项,由认证申请人查看近期对公账户中入 账的小于1元的费用具体是多少,并在支付宝页面中确认汇款金额,完成认证。



▶ 支付宝数字证书

支付宝数字证书是用来增强帐户使用安全性的数字凭证。使用支付宝的数字证书,在 支付宝网站内发起的即时到账限额由原来限制的 500 元上升至 2000 元。安装了数字证书 后,即使被黑客窃取了账户和密码,如果没有您的数字证书,也无法动用您的账户;就算 黑客监控了网络数据传输,也无法破译您传输的内容。 登录支付宝网站,进入安全中心, 选择"点击申请数字证书",进入申请入口。并按 照要求输入申请人的身份证号码,进行申请。

为了防止因重装系统或删除证书等操作造成证书丢失,影响账户正常操作;建议将证书备份到移动存储设备上(例如:U盘、移动硬盘、软盘等)。点击"备份",设置备份密码,备份证书。

▶ 帐户充值

是指通过网上银行、邮政网汇两种充值方式将签约时要求的商户保证金充值进支付宝帐户内。

1) 网上银行充值

网上银行是指银行通过电脑和互联网向客户提供金融服务的业务处理系统。如果开通 了网上银行,不用前往银行柜台,就可以享受到全天候、跨地域的银行服务。在使用网上 银行充值前,请先确保用来充值的银行卡已经开通了网上银行的服务。

Step1:

目前有 12 家银行支持个人银行账户开 通网上银行服务的,分别是:工行、农行、 招行、建行、兴业、浦发、广发、深发、民 生、交通、邮政、中信;支持企业银行帐户 开通网上银行的只有 2 家银行,中国工商银 行、上海浦东发展银行。商户可以根据银行 开户行的情况,选择支持的银行为企业的支 付宝帐号充值。



Step2:

点击"去网上银行充值"直接链接到您 选择的网上银行页面。"网上银行充值"服务 需要先开通网上银行支付服务。请一定要确 保先到银行开通网上银行业务后再进行操 作。

在网上银行的页面输入开户分行、卡号 和支付密码,点击"确定"就完成充值喽! 这里要说明的,在这里输入的"支付密码" 并不是您设置的支付宝的支付密码,而是开 通网上银行业务时给银行帐号设置的支付 密码,请注意区分。



Step3:



2) 邮政网汇 e 充值

邮政网汇 e 是国家邮政局推出的一项创新汇款产品。不需要网上银行,只需用现金或 邮政绿卡在邮政汇兑联网网点办理汇款业务,并设定汇款密码,就可以凭汇票收据与汇款密 码给任意支付宝账户充值。

在邮政网汇 e 的充值页面输入汇票号 码和汇款密码,如右图,再点击确认充值, 就完成啦。使用邮政网汇 e 进行支付宝账户 的充值不收取任何手续费。



▶ 帐户提现

帐户提现,是指将支付宝帐户内的交易所得资金提取现金到您自己的银行卡帐户中。

Step1: 先 登 录 支 付 宝 网 站 (www.alipay.com)进入您的支付宝账户一

"我的支付宝"——"账户信息管理"—
"银行帐号信息"中设置提现银行卡的信
息。



step2:设置完成之后,在"我的支付宝" ——"账户提现"中填写提现金额,进行提现申 请。银行帐号的开户人姓名必须与支付宝帐户的 真实姓名相一致才能实现提现,且每天提现次数 为3次。

2.3 沟通工具——阿里旺旺及 E 客服开通流程

- ▶ 旺旺界面
- ▶ 旺旺的功

广交好友,4800万会员任您选!

可以通过阿里旺旺在 **4800** 万以上会员中寻找您感兴趣的 人,交朋友、谈买卖及时又方便。为了方便您快速添加好友。

买卖沟通,网上沟通,可以看得见听得到!

阿里旺旺为您提供了四种买卖沟通方式,彼此面对面

,能增加信任、促进交易:即时文字交流、语音聊天、



视频聊天、离线消息。



酷炫表情,动态传情达意!

阿里旺旺拥有 99 个超可爱的动态表情,在您网上交流 时更贴切地表达心情。同时拉近彼此的距离,让谈生意变 得更亲切,更容易。

旺旺群,您朋友聚集的私人会所!

旺旺群是一个多人交流空间,大家有相同的趣味,交朋 友、聊买卖,可以帮助扩大您的关系圈,和相同爱好的朋 友群聊。作为卖家,您也可以建立自己的店铺群,通过群 公告及时推广最新宝贝信息!







购物、资讯,快速通道方便您的生活!

阿里旺旺快速通道,您无须登录淘宝网,无须点击多个 页面,只要在旺旺界面上直接搜索宝贝,就能进行网上购 物了,通过快捷通道还能够获悉淘宝的最新资讯,快速进 入"我的淘宝"页面。

交易工具,帮助您网上做买卖!



只要您的阿里旺旺在线,所有您收到的留言、评价、成 交和投诉,阿里旺旺都将即时给您提示,还为网上买卖量 身定做了"焦点图、计数器、记事本"等工具。当买卖双 方在交流时,谈论的宝贝图片会出现在对话框界面中。



超大文件,传输既快又省!

阿里旺旺,可以传输超大文件,速度超快而且很安全! 它与大多数即时聊天工具相比,传输容量大,速度又快得 多。



▶ 旺旺下载





▶ 旺旺 E 客服

旺旺 E 客服指的是以开通商城的 ID 为主旺旺,设置多个子旺旺同时在线服务买家。

旺旺 E 客服的开通

旺旺 E 客服的使用目前支持阿里旺旺 5.7 版本,并且使用之前需要进行开通。

Step1: 用户登录淘宝网(<u>www.taobao.com</u>)用商家的用户名和密码登录"我的淘宝", 在"网店版专区"进入网店版首页。

Step2: 在阿里软件网店版的菜单里点击"帐号管理",选择"管理子帐号"。



Step3: 点击"我要开通",立即开通"旺旺 E 客服"。

月通"日田"之后: - 但只能登录时间日 - 但不能登录时间日 - 但不能登录时间日 - 但而不能再使用地 - 但而不能再使用利	王海繁裕5-6(カ)以上版本: 王海繁裕5-6(カ)以上版本: 王海繁裕5-0-5.5裕本、繁華(東 昭年11.9、繁華(南東田位不) 1編本的旧荘、繁華(南東田位	,E客服

Step4: 开通后,就可以在这个页面进行子帐号的创建和管理了。在新增帐号页面,输入子帐号名称和密码并为该帐号设置权限,点击"保存"。子帐号的命名规则是以"主帐号名称: XX"显示。XX可以为1、2、3、4……或01、02、03等。比如:淘宝商城:1,淘宝商城:服务1,诸如此类。要说明的是子帐号全称最长为20个字符。并且已存在的子帐号名称不能重复创建,帐号创建后不能修改,只能删除帐号或者修改子帐号的密码。注:如子帐号登陆过旺旺,则该子帐号就不能删除。



如果完成了以上的几个步骤,就可以使用子帐号登录阿里旺旺了。需要说明的是,子 帐号登录时,ID中的冒号必须在英文状态下输入。每个商城用户都可以免费添加6个子帐 号,创建超过6个子帐号的,需要和客户经理联系,申请开通多个子帐号功能。



Tips:

1) 当帐号设置"隐身"时,消息也会被分流到。

当用买家击网页上的【和我联系】,并且聊天消息发送成功,才存为"最近"原则,"最近"是指 30 天内。

3) 群发消息不保存为"最近"原则。

4) 如果子帐号未曾登录过旺旺客户端 5.6、5.7 版本,则消息不会被分流给该子帐号。

FAQ:

1) 旺旺子帐号是否能正常打开链接?

答:如果是淘宝相关的链接,并且这个链接是不需要登录即可打开的,子帐号可以直接打 开。

如果是淘宝相关的链接,并且这个链接是需要登录才可打开的,子帐号无法打开查看,需要用主帐号的帐号、密码去打开查看。

2) 如何查看各帐号与某个买家的聊天记录?

答:登录旺旺,右键选中要查询的买家,点击"查看在线聊天记录"。系统保存了最多半年 的聊天记录内容可供各个帐号查询。

3) 子帐号是否可以登录商家管理后台?

答:可以,需要主帐号授权,具体的操作是登录子帐号——菜单——系统设置——E客服,

输入主帐号的帐户密码,点击"确认授权"。授权之后的子帐号就可以登录商家后台并进行相应的操作了。

备注:如果主帐号修改了自己的密码或子帐号更换了电脑,则需要主帐号重新进行授权。

3. 商城交易流程



FAQ:

1) 订单形成后,可以取消吗?

答:在买家付款到支付宝之前,买卖双方都可以取消该笔订单。入口在"订单管理" 中。

2) 商家什么时候能够收到货款?

答: 当买家对订单进行 "确认收货"操作后, 商家才能收到货款。如果商家发货后, 买家逾期不进行确认收货, 系统将自动打款给卖家。逾期规则如下: 如果订单的运送方式 是 快递, 则为 10 天; 如果订单的运送方式是平邮, 则为 30 天; 无需物流, 10 天。

3) 交易完成后,如果买家随意给了一个比较低的评价,是否可以协调买家修改成?

答: 商城暂时是不能修改评价的, 以后会改成买家评价完 30 天内可以修改该评价。

4) 如果有买家恶意评价,应该怎么处理?

答:到客服投诉并按照需要提出证据,客服会协助处理。

5) 新平台的评价分为哪些?

答: .B2C 的评价涉及两种: 一是产品评价, 二是店铺服务评价。 产品评价是不需要有交易就能给评价的, 仅仅针对该品牌或产品, 其意义类似于资讯, 并 不标志商家的服务好坏,不用过于在意,并且对于一些完全与产品无关的恶意评论,买家 们也会有识别能力。当然现在有一些恶意的,与产品完全不相关的评价出现,淘宝小二会 对此类评价进行删除,卖家也可对店铺评价作出解释。

店铺的服务评价是商家们应该关注的。淘宝商城商家服务等级体系主要有以下几点:

- 1) 商家不用给买家评价。买家交易完成后,系统帮助商家自动回好评给买家;
- 2) 买家可以在交易完毕后给商家评价,一笔订单只有一个评价。
- 3) 商家的评价显示为最近 6 个月的评价总级别,每天更新一次。计算方式如下:比如某商家最近 6 个月共有 3 个评价,分别是 3 分、5 分、5 分,则该商家的评价总级别为四舍五入: (3+5+5)/3=4.33=4.3,即该商家的总级别为 4.3 星级;
- 4) 订单为 "成功" 时,30天内买家可对订单进行评价,超过这个时间无评价入口。

4. 淘宝商城规则

4.1 积分介绍

▶ 积分的定义

淘宝 B2C 的积分:指消费者通过付款购买商品交易成功所获得的,之后可以充当相应的现金在淘宝商城进行购物消费。

返点积分:指消费者付款成功后,根据商品的支付金额,按照商品的积分比例设置计算,给消费者相应的积分。

消费积分:指消费者在订单中用于支付的积分。

4.2 积分规则

- 1) 积分是一种促销工具,是商城对消费者的促销措施;
- 2) 积分对于买家和商家来说都是准现金: 100 个积分=1 元;
- 3) 积分的有效期为至少1年,以公历年为准,过期作废。例: 2008年1月1日 获得的积分,与 2008年12月31日获得的积分相同,都是截至到 2009年12月 31日内有效;
- 4) 消费者获得返点积分的规则:

- ◆ 消费者在淘宝 B2C 购物即能获得返点积分;
- ◆ 积分由淘宝 B2C 商家送给消费者;
- ◆ 每件商品赠送最低积分返点比例为商品售价的 0.5%, 商家可以设置最低比例的倍数积分(即 0.5%的整数倍)。
- 5) 消费者使用消费积分规则:
 - ◆ 消费者只要在淘宝 B2C 购物,都可使用已有的积分;
 - ◆ 每笔订单可使用的最多积分点数对应的金额为该笔订单金额(不包括邮费)
 的 50%。例:购买价值 10 元(不包含邮费)的商品,最多只能使用 500 个
 积分(折合现金 5 元)。
- 6) 淘宝 B2C 积分系统的特点 对消费者来说,积分是准现金,可以用来直接购物消费; 对商家来说,积分亦是准现金,消费者购物使用积分,商家收到的是现金。

4.3 发票介绍

商家在淘宝 B2C 出售商品的过程中,将会涉及到的四种发票,以下将对这四种发票 分别进行描述。先来看一下各个类型发票开出的流程图:



- ▶ 四种发票
 - ◆ 消费发票: 商家 ——> 消费者, 商家在淘宝 B2C 出售商品, 有义务为消费者 开具发票, 且按照消费者实际支付现金开发票;
 - ◆ 技术服务费:淘宝──>商家,商家向淘宝支付交易提成费用;

- ◆ 服务费:淘宝──>商家,消费者"获得返点积分"过程,商家向支付宝积分 资金帐户支付返点积分相应的费用;
- ◆ 服务费:商家──>淘宝,消费者"使用消费积分"过程,是支付宝积分资金帐户向商家支付宝帐户支付消费积分相应的费用。
- ▶ 发票过程
- 1) 顾客获得积分交易过程——发票

我们知道,买家在淘宝 B2C 购买商品时,都会有积分产生。那么,在这个过程中商家、 买家和淘宝之间的发票关系是怎样形成的呢?下面我们通过一个例子来详细的说明。

例: 商家交易提成比例为 5%, 返点积分比例为 1%, 消费者购买 100 元的商品,支付 了 100 元。那么此时 100 元应该分成三部分:交易提成费用 5 元,商家支付积分费用 1 元, 商家收到货款 94 元。在这个过程中商家需要开出的发票流程如下图:



2) 顾客使用积分消费过程——发票

既然得到积分,怎么能等着过期作废呢!所以怎样都要把它用出去,在买家购买商品 时使用积分,此时的发票该如何开呢?

例: 商家交易提成比例为 5%, 返点积分比例为 1%, 消费者购买 100 元的商品, 消费 者用 90 元现金+1000 个积分(价值 10 元),购买该件商品。那么,此时分配状态应该是: 消费者支付 90 元,交易提成费用 5 元,商家收到买家使用的积分 10 元(前面有提到,积 分对商家来说就是准现金),商家支付积分费用 1 元,商家收到货款 94 元。在这个过程中 商家需要开出的发票流程如下图:



- ➤ 开发票周期
- ◆ 佣金 每个月
- ◆ 积分 每季度

4.4 七天无理由退换货规则

▶ 七天无理由退换货规则

"七天无理由退换货"是由淘宝 B2C 商户(下称"商户")使用淘宝提供的技术支持及服务向其买家提供的一种售后服务。

买家通过支付宝服务付款购买商户的商品后,从签收商品物流之时起计7天内(如有 准确签收时间的,以该签收时间后的168小时为7天;如签收时间仅有日期的,以该日后 的第二天零时为起算时间,满168小时为7天),未进行商品使用、未破坏原包装并不影响 商户二次销售的情况下(存在质量问题的商品不受此限),商户应无条件配合买家退换货的 申请。

▶ 七天无理由退换货一商户要求

- 商家只要在淘宝网上出售商品,就必须提供"七天无理由退换货"的售后服务, 并且严格遵守;
- 2) 商户执行售后服务,以淘宝的相关规则条款要求及订单创建时的商品描述、价格等信息和退换货服务规则为准。(如有冲突,以《淘宝 B2C 平台七天无理由退换货规则》为准);
- 3) 买家有权在签收货物后的七天内提出"七天无理由退换货"的申请或退款 ;
- 4) 商户同意遵守此规则及支付宝网站和淘宝B2C平台其他公示规则的所有规定;

- 5)如买家提出"淘宝 B2C 平台七天无理由退换货"的申请或退款申请,在商户拒绝履行"淘宝 B2C 平台七天无理由退换货"承诺的情况下,淘宝有权依其独立判断,通知支付宝公司执行退款(交易未完成状态下)或直接划扣商户根据《淘宝 B2C 服务协议》缴存于商户支付宝帐户的保证金(下称"保证金")进行处理,强制商户履行其"七天无理由退换货"的承诺。在商户收到退货(以物流公司的签收记录为准)后 20 个工作日内,淘宝有权按本规则执行前述退款和划扣;
- 6) 如买家向商户咨询服务规则, 商户必须向买家进行正确解释, 不得误导;
- 7) 商户如有违反本规则的行为,淘宝有权将商户撤出淘宝 B2C 平台;
- 8) 淘宝有权依据本规则及其他淘宝B2C平台规则对商户的支付宝帐户及保证金进行处置,确保"7天无理由退换货"的承诺得以履行。
- ▶ 物流要求
 - 1) 使用淘宝商城推荐物流公司;
 - 2) 使用商户协议物流公司;
 - 3) 如若选择自己协议物流公司,物流公司必须达到商城制定的物流服务标准;
 - 4) 使用温馨小卡片;
 - 5) 使用友情小标签;

6) 制定店铺物流承诺告示。

▶ 帮助入口途径

- 1) 点击淘宝商城帮助入口,查看商城规则帮助文档;
- 2) 拨打商城客服热线: 0571-85026880;

与客户经理联系。

第二章 店铺定位、配送方式选择

1. 店铺定位的重要性

网上店铺要有竞争力,不但在于商品本身的质量,还在卖家的运作、商品的价格有很 大的关系。同样的商品,价格低的自然就更有竞争力;相同价格的商品,如果质量相差无 几,那么包装、小装饰就能拉开商品档次。

作为一个专业的网上店铺,首先必须给自己一个合理的定位!你所面临的顾客是什么 样的人?他们的兴趣爱好是什么?他们的兴趣爱好是什么?他们对商品有什么样的需求? 他们对商品的心理价位是什么?对于这些问题,即使在开店之初,不能做到全部心里有数, 也应该是可留心。店铺定位准确之后,才能针对当前和潜在的顾客需求,开展适当的营销 活动。店铺定位是针对商品展开的,其核心是要指向商品为谁服务的。其次,要进一步进 行网点商品定位。比如商品价格定位,商品的品质定位等。你知道自己的产品的价格定位 是属于高档、中档,还是最低价格吗?不同的价格定位,就要选择不同质地的产品。不同 质地的产品就会适合不同的消费人群,这一点十分关键。

2. 商品的定价

到网店购物的买家中,导致他们消费的主要且直接的原因就是认为网店的卖品比实体 店便宜。由此可见,开一家网店,价格的合理制定是至关重要的。价格定高了,顾客会敏 锐地察觉出来并防骑与你进行交易;价格定低了,牺牲了自己的利润空间,甚至是赔本吆 喝。

2.1 定价目标

在实施定价前,先要明确自己的定价目标。网上商品的定价目标不是单一的,它是一 个多元的结合体。下面就是一些常用的定价目标;

1) 以获得理想利润为目标;

2) 以获得适当的投资回报率为目标;

- 3) 以提高或维持市场占有率为目标;
- 4) 以稳定价格为目标;
- 5) 以应付或防止竞争为目标;
- 6) 以树立形象为目标。

2.2 商品定价策略

2.2.1 商品组合定价策略

我们在网上开店首先选择的是哪个类别,比如你选择的是工艺礼品,以后你可以在你 的店铺里小时一组相互关联的商品,而不是单一的商品。商品组合是指经营的全部商品的 大结构或是大类别,每一类商品就是一个类品群,如男装专卖店可能有西装,衬衫,领带 和袜子等几个品类群。而这些商品的成本差异,顾客对这些商品的不同评价和竞争者的商 品价格等一系列因素,都会对商品定价有影响,细分为以下方面:

(1) 商品线定价

商品线是指由不同等级的同种商品构成的商品组合。店铺在对商品线定价时,可根据 商品大类中各个相互关联的商品之间的成本差异,顾客对这些商品不同外观的评价以及竞 争者的商品价格,来决定各个相关商品之间的"价格阶梯"。

如果商品大类中是两个档次之间的"价格差额"小,购买者就会购买更高档的商品, 从而会使店铺的利润增加;反之,如果"价格差额"大,顾客当然只会购买较差的商品。

(2) 连带商品定价

连带商品又叫互补商品。对这类商品定价时,要有意识地降低互补商品中购买次数少, 消费者对降价反映又比较敏感的商品价格。另一方面,又要有意识地提高互补商品中消耗 最大。需要多次重复购买,消费者对其价格提高反映又太敏感的商品价格。

(3) 系列商品定价

对于既能单个购买,又能配套购买的系列商品,可是形成套购买价格优惠的做法。如 仅售一套西服上衣,可按原价出售;而一套带领带,背心的西服套装,则可以减价优惠。 犹豫成套销售可以节省流通费用,而减价优惠又可以扩大销售,这样一来,流通速度和资 金周转大大加快。有利于提高店铺的经济效益。

(4) 分级定价

店铺将同一种商品,根据质量上和外观上的差别,分成不同登记,选其中一种商品作 为标准,其余一次排列,定位低,中,高三档,再分别作价。对于低档商品,可使其价格 接近商品成本;对于高档商品,可使其价格较大幅度地超过商品成本。比如我们在销售内 销和外销品时,就可使用这种定价法,但要注意一定要和买家说清楚其质量的不同。

2.2.2 阶段性定价策略

阶段性定价策略,就是店铺根据商品所处市场寿命周期德不同阶段来制定价格策略。 这一定价策略主要是根据不同阶段的成本,供求关系,竞争情况等的变化特点,以及市场 接受程度,采取不同的定价策略,以增强商品的竞争能力,扩大市场占有率,从而为店铺 争取可能大的利润。

(1) 导入期定价

再导入期中,由于商品刚刚投入市场,顾客还不熟悉,因此销量低,没有竞争者或竞 争者少。为了打开新商品的销量,在定价方面,可根据不同情况采用高价方法,渗透(低 价)方法和中价定价方法。

- a) 高价定价依据是:在消费者中间,有部分收入较高的人,对商品有特别的品号,愿意出 高价定价。另外,对某些市场寿命周期短,需求弹性小,花色,款式翻新较快的时尚商 品,如服装,鞋帽等,在投放市场时,如能吸引消费者,迎合消费者的"求新心理", 是的需求强度增大,也可采用高价出售。
- b) 渗透(低价)定价。低价定价是高价定价的反面,既有意把新商品价格定得很低,必要 时甚至微量亏本出售,以多销商品打到渗透市场,迅速扩大市场占有率的目的。渗透定 价方法适用于商品需求富于弹性,低价能够相应扩大销量,或者说存在着一个大的潜在 市场,能够从多销中获得利润的情况。
- c)中价定位。以价格稳定和预期销售额的稳定增长为目标,力求将价格定在一个适中的水

平上,所以也成稳定价格。这种定价一般式经营较稳定的大卖家选择的方法。

(2) 成长期定价

商品进入成长期后,店铺的销售能力扩大,利润也随之增加。因此,成长期商品定价 策略,一般是选择适合竞争条件,能保证店铺实现目标利润或目标报酬率的目标定价策略。

(3) 成熟期定价

商品进入成熟期后,市场需求呈饱和状态,销量已达定点,并开始呈下降趋势,市场 竞争日趋尖锐激烈,仿制品和替代品日益增多,利润达到顶点。在这个阶段,一般采用竞 争定价策略:将商品价格定的低于同类商品,以排斥竞争者,维持销售额的稳定或进一步 增大。

采取竞争定价策略时,正确掌握降价的依据和降价幅度是非常重要的,一般应视具体情况 而定。如果可以橙弓使商品具有明显特色从而拥有忠诚的顾客,仍可维持原价;如果商品 无特色,则可采用降价方法进行竞争,但降价时千万小心,以免引起价格战,最终导致店 铺亏损。

(4) 衰退期定价

衰退期是商品市场生命周期的最后阶段。在衰退期,商品的市场需求和销售量开始较 大幅度下降,市场已发现了新的替代品,利润也日益缩减。这个时期常采用的定价方法有 维持价格和驱逐价格两种。

①维持价格方法是指维持商品在成熟期的价格水平或将之稍作降低的策略。店铺采取这种 定价策略,一是希望商品继续在消费者心目中留下好的印象;二是希望店铺继续获得一定 的利润。对于需求弹性较小的商品,多数店铺会采用这种定价策略。维持性价格的成功与 否,取决于新的替代品的攻击状况。如果新的替代品供应充足,消费者会转向替代品,这 样会加速老商品退出市场的速度。

②驱逐定价。对于需求弹性大的商品,店铺则可采取驱逐定价的方法,有一将价格降低到 无利可图的水平,从而将竞争者驱逐出市场。尽量扩大店铺的市场占有率,以保证销量, 回收投资。驱逐价格一般只在成本水平上定价,有必要时,价格可讲到等于生产商品的可 变成本与各项税费之和。

2.3 常用到的定价技巧

2.3.1 心理定价

生活中,人们往往对 9,8,6等数字有所偏好,虽说并无任何科学根据,但做买卖当 然需要迎合一下大众心理。。另外,还有一个数字运用的有趣现象。据国外市场调查,在中 大型商场种,商品定价时用的数字根据其使用频率,多有到少一次是 5,8,0,3,6,9, 2,4,7,1仔细观察,使用率高的数字,都是弧形线条的数字,因此他们圆滑不带棱角, 在人们潜意识中会感觉舒服。卖家在标价格时,多少可以参考这些心理定价得小技巧。

2.3.2 计量单位切割定价

这种方法多用于像食品等有几级计量单位的卖品。将定价的单位变小是超市经常用到的 方法。例如,大米一般以公斤为计量单位,可以标价为3.8元/公斤,若换以市斤为单位, 为1.9元/市斤,从视觉上就会先入为主的认定后者价格很便宜,其实仔细算来,价格是一 样的。

2.3.3 价格的层次定价

来网店浏览并消费的顾客中有从事各种职业及来自各个阶层的买家。因此,网店中卖品的定价最好也要大众化价格与高层次价格兼而有之,以适应光临的美味买家的需求。

2.4 网上运用价格进行促销的方法

在购买商品时,买家通常会关注价格,质量,售后服务三大因素。但真正能最快速, 最客观地做出比较判断的还是卖品的价格。尤其是在网上,买家都会带着网上价格低廉的 想法来挑选卖品,低价的重要性更为凸显。

但也不用过分担心低价所造成的不良后果,因为实践证明:降低价格虽然带来了卖品

的利润下降,但只要不是恶意的打价格战,薄利多销和薄销多利的利润总额是差不多的。 尤其是在网店上,价格维持在较高水平时的销量和利润总额的增加,都远远大于不运用价 格杠杆,将价格维持在较高水平时的销量和利润总和。

所以,灵活运用价格是店铺成功的关键因素。如今价格促销手段五花八门,下面将做 简单的介绍。

一、 打折促销

打折是最普遍的促销方式。但卖家应注意要有目的,有限制的打折降价,而不是一味 地直降,损伤利润。

一) 短时间的限期打折

在事先规定的期限内打折,如节假日打折或商品相应的季节性打折等,过时再将卖品 售价恢复到正常水平。卖品锁打折折扣可以统一,也可有所变化,但不宜设过多的折扣档, 否则容易引起买家的不满。

二) 多买享受多折扣

为了刺激买家集中消费,可根据消费水平设为几个折扣档。例如,一次性消费满100元。全场享有把这;一次性消费满200元,全场享受骑着;当月累计消费满100元,全场享受八折;累计满200元,享受七折。

二、特价清仓

这种方式不以赚钱为主,主要的目的是以超低价来吸引买家的注意,同时甩掉一些面临积压危险的卖品。特价清仓通常以价格绝对值低的形式出现,如1元,2元,5元等,因为对于多数卖品来说,这样的价格都属于低价了,非常容易吸引买家的眼球。

二、 会员制度

对于一家网店,维护老顾客比开发新顾客更难,因此都将维护老顾客作为重要的一项 工作。会员的优惠制度自然必不可少。

会员制多种多样,非常灵活,都是各家网店视自身实际情况而定的。通常会设 2-3 档,

28
分别享受不同的会员优惠折扣。例如,一次性消费或累计消费满 XX 元,全场享受七五折优 惠。累计消费满 XX 元后,升级为高级会员,全场享受七五折优惠;累计消费满 XX 元后, 成为 VIP 会员,全场享受七折优惠。

另外,为了拉近与会员的距离感,还可以对会员的生日等进行登记,在其生日或重大 节日时,送出小礼品。

四、捆绑销售

捆绑销售的方式更是五花八门。有的可以将实用性相近的卖品捆绑,如买牙膏送牙刷, 买书送数千,买电脑在买音箱即可享受音箱半价等。捆绑销售特点就是基于第一个(或第 一个组)

卖品,买后即可免费(或便宜)获得指定的第二个(或第二组)卖品。捆绑销售的形 式大致有以下几种。

A. 买A送B

B. 买 A 后, 加 XX 送 B

C. 买 A 后, 再买 B 可享受 XX 折扣

D. 买A够XX件后,可加送XX件

以上的 A 和 B 均可为耽搁或一组是商品,前提是事先指定范围。

五、抽取幸运买家

每天/周/月可以从限定的实践段内抽取一小部分的购买者清单,作为你的幸运买家给 予奖励。奖励方式,奖励物品,卖家都可视资深实力和抽奖频率而定。重要的是要在网店 种的显著位置告知,这样才能起到激发买家来消费的欲望,同时买完也会常回来看看公布 的中奖名单。

六、团购

当网店校友成绩,积攒一定信誉后,即可以团购的形式销售卖品。例如,同一件卖品, 如凑够 XX 件一起购买,购买者既可以享受较大的优惠折扣。一般选一些受众面较广或知名 度较高的卖品来做团购。只要团购价格足够吸引人,就会有四方的买家私下联合起来,呼 朋唤友来凑齐团购的件数。团购的好处是薄利多销,能批量出货加快周转。

3. 人事管理

人是销售的根本,没有一支优秀的店铺人员队伍,想要做好销售确实是谈何容易,下 面

我们首先为大家介绍的是如何招兵买马,让自己的销售队伍变得更加能干。

3.1 人员构架及配备



3.2 人员招聘

网店客服将是公司和卖家间的一个重要接口。同普通商场店铺的销售员工一样,直接 面对顾客,为顾客提供服务和进行销售,唯一的区别是一般的销售是面对面进行的,而网 店的销售是通过计算机聊天工具进行的。

所以一个网店客服除了需要具备一个销售员工的基本素质,还需要有良好的计算机基

础。由于网购的特殊性,需要有灵活的工作时间,并且会轮班工作。

(1)工作职责:

◆ 客服:相当于我们线下导购员的工作,主要通过在线聊天的方式解答买家疑问,推荐适合的商品,并及时准确地处理跟进订单。

◆ 库存管理及发货:进行库存产品的统计,设置每件商品的库存警戒线,定期记录畅销和热卖商品;商品出库后的包装发货。

- ◆ 售后处理:及时处理客户售后的各类纠纷、投诉,保证 7 天无理由退换货、商品问题 退换货及保修期内的各项售后服务的实施。
- ◆ 美工:完成图片拍摄、美化,页面制作以及产品商品的上传及信息维护,保证网店的 正常运作。
- ◆ 掌柜:策划并推广店铺及店铺产品,进行团队管理及人员的分工管理,定期和东家回报店铺利润分析及买家各类需求分析。
- (2)招聘途径及优点
- ◆ 创业初期招聘,多考虑从身边的朋友、淘友、网友、以前的同事、客户中寻找(了解、 容易合作、忠诚度高);
- ◆ 周边的劳务职介、居委街道职业推荐处,人才集市找(工资费用低,可以加班、容易调 配、相对安全);
- ◆ 随时鼓励员工推荐(了解、容易把握、忠诚度高);
- ◆ 报纸广告、针对性的网络——工资费用低、可以加班;
- ◆ 淘大的网络招聘——了解淘宝、熟悉电子商务;
- ◆ 较大规模时,招中、高级人才时建议用知名网络招聘。
- (3) 提前定制薪资制度(原则)
- ◆ 详细了解市场走向和平均值;
- ◆ 定制有基本保障的薪资标准;
- ◆ 增加有激励机制的提成制度;
- ◆ 有是发展空间比金钱更有效;
- ◆ 定制合理的工作时间和制度。

4. 轻松解决物流难题

4.1 国内快递公司资料

目前,快递公司数量众多,无法做逐一介绍,卖家可以登入"中国快递网" (www.exdak.com)详细了解,这是国内较专业的快递公司信息提供平台。下面只列出几个 大城市中规模较大的快递公司及网址,详见表1、2、3、4。

公司名称	网址
EMS	www.ems.com.cn
中铁	www.cer.cn
中航	www.cer.cn
民航	www.cae.com.cn
宅急送	www.zjs.com.cn
小红马	www.ponyex.com.cn
安信达	www.anxinda.com
飞马驿站	www.horse-ex.com

表1 北京快递公司资料

表 2 上海快递公司资料

公司名称	网址
申通	www.sto.cn
圆通	<u>www.yto.net.cn</u>
中通	www.zto.cn
中诚	www.zoc.net.cn
经纬	www.tat.com.cn
汇通	<u>www.htky365.com</u>
ITO(一统)	<u>www.itsd.cn</u>
东方	www.oesnework.com
飞天达	www. 98933. net

表 3 广州快递公司资料

公司名称	网址
快捷	www.fastexpress.com.cn
能达	<u>www.gnd56.com</u>
CYL(长宇)	www.cyexp.com
新邦	www.xbwl.cn
全日通	www.at-experss.com
中港联运	<u>www.zg1997.com</u>

表4 深圳快递公司资料

公司名称	网址
顺丰	www.sf-espress.com
DDS (勤诚)	www.qc-dds.net
快马	<u>www.fast111.com</u>
京广	www.kke.com.hk
中邦	www.szzbsd.com
超联	www.sul.cn
联邮	www.upex-cn.com

4.2 通过快递公司配送的省钱方法

快递公司的收费最大开始部分是10元,想谈降价并不难,比邮局简单多了。

(1)告诉他你是做网上生意的。现在的快递公司都对网上购物相当熟悉,因为有些公司大部分的收件都来自网上购物者。他们不希望放弃任何一个有潜力的客户。

(2)不要只于一家快递公司合作。同时与两到三家快递公司合作,并且有意识让他们 互相知道,时刻心中存有危机感,一直帮你当需要认真维护的客户。

(3)当然,省钱并不以为着贪图便宜,综合考虑快递公司的运营能力更为重要。快递 公司的竞争焦点就是价格,但有些公司价格便宜,管理,协调能力却跟不上,容易造成速 度过慢,甚至损件,丢件的严重后果。

(4)最好,降价的最大筹码还是来自卖家的实力。如果成交件数多,快递公司自然趋之若鹭,快递从10元降到5元甚至更低都是有可能的。

(5)可与物流公司签订限时送到的协议,买家非常在意送货速度和态度,体现卖家品质。

4.3 物流包装发货技巧

售出的每一件商品,几乎都要经历一番周折才能到达买家手中,所以,卖家要根据经 营商品的特点,遵循高质量,低成本的原则来选用包装材料。下面,就介绍包装时常用到 的材料。

4.3.1 外包装

外包装包括纸箱、牛皮纸、塑料袋、无纺布袋、纸袋、编织袋、信封、木箱、金属盒等,这其中最常用到的是纸箱。

(1) 纸箱的分类

- ◆ 按用纸分为牛皮纸箱、箱板纸箱和茶板纸箱。
- ◆ 牛皮纸箱看上去色泽最自然,而且有韧性,硬度,挺度都不错,重量也是最重要的。
- ◆ 箱板纸箱因制作材料中含有废旧的牛皮纸箱,各方面质量都不如牛皮纸箱,且色泽发暗,偏黄。
- ◆ 茶板纸箱实际上是用普通纸箱瓦楞中间那层纸制作的,箱体很软,用指甲轻掐就容易 掐破,且纸质偏灰白,是做粗糙的一类纸箱,唯一的优点是重量轻。
- (2) 按纸箱瓦楞板的形状分为 A 型楞、C 型楞、B 型楞、E 型楞
- ◆ A 型楞的特点是缓冲性好, 弹性强;
- ◆ C型楞的缓冲性和弹性都比A型楞稍差,但反之挺度和抗冲击性优于A型楞;
- ◆ B型楞的特点是排列密度大,表面光滑平整,耐压力强;
- ◆ E 型楞的特点是之地薄而密,是的它的硬度较强。
- (3) 选用纸箱的注意事项

介绍完纸箱的类别,卖家在选用时就会根据不同的需求来挑选。例如,手机或小家

怕挤怕压需要尽量减震,就选用 B 型楞五层牛皮普箱或全盖箱;如果是玻璃杯,就选用 A 型楞五层牛皮全盖箱子或天地盖箱。在购买纸箱时,要注意以下几点:

- ◆ 纸箱通常都会按尺寸分号,一定要根据商品的特点,购买尺寸适当的纸箱。箱体太小, 填充物无法安全保护商品;箱体过大,商品容易在箱内摇晃,也增加了箱内填充物的数 量和成本。
- ◆ 不同用纸,不同尺寸的箱子价格也各不相同,一般是 0.2 元至 1 元多,但是千万不要过 分追求低价,比较一下市场的大致价格,不要为了节省几分钱,而让你的卖品在途中受 损。
- ◆ 购买时,还要多看多问。箱子的粘合是否够劳实?实际重量是多少?有的纸箱标识是五 层加厚纸箱,但是重量过轻,可能是茶板纸箱,同样不结实。
- ◆ 为了节省购买纸箱的成本,卖家也可以将平时买东西时的外包装箱都留好,以备不时之
 需,或者将较大的旧纸箱改制成小号的纸箱,这些都是卖家们常用的省钱方法。

4.3.2 袋子的分类

对于不怕挤压的商品,袋子也是很好的外包装选择。袋子一般分为棉布袋、编织袋、 快递专用塑料袋、邮政专用牛皮纸复合气泡信封带。

(1)棉布袋主要是装体积不大,较柔软不怕挤压的商品,卖家可以去市场批发些纯色 (一般为白色,感觉洁净)布料,视用料和织数不同价格也各不相同,一般1.2米的幅宽, 在 6-15 元/米。买回后,根据要发商品的大小,自己缝制布口袋,既大方又降低成本;但 布口袋的缺点是不防水,所以最好里面先套层密封的塑料袋,以免商品途中被雨淋或其他 污染。

(2)编织袋的特点是结实,耐用,适合装体积较大,不怕挤压、不易碎的物品;一般市场上的编织袋最便宜也要5元左右,也有专门批发邮政专用白色薄编织袋的,价格0.2-0.5元不等。

(3)快递专业塑料袋一般为黑色,适合装较轻,叫柔软的物品。价格也在 0.3-0.5 元之间,快递员处应该都有,如果和经常取件的人熟悉了,也可以经常少量地要一些,能 节省点费用是主要的。

(4) 邮政专用牛皮复合气泡信封袋外表是牛皮纸信封,在内部有一层很厚的气泡层,

因此防震效果尤佳。根据不同尺寸,价格从几角至几元不等。

4.3.3 内包装

绝大多数商品,尤其是较贵重或体积较大的商品,在进货时就自带较完整的包装了, 在发货时,可直接用其包装,或在外面再加一层上面介绍过的纸箱或袋子。只有一些体积 小巧,较琐碎的商品,像图书、服装、办公文具、扣子、小饰品等,需要紧贴在商品外面 做包装,然后再放在外包装内发货。内包装中,最常用到的是 OPP 自封袋、PE 自封袋和无 纺不袋三种。

(1) OPP 自封袋

OPP 自封袋是指一侧封口处有粘胶条, 撕下一条复膜后, 向下叠贴在另一侧封口出的 小塑料袋。这种自封袋透明度好, 且不易多次重复使用。

(2) PE 自封袋

PE 自封袋是只两边封口一般齐,一侧有条凹道条,另一侧是条凸道条,两边合上轻按就能闭合的小塑料袋。这种自己风带是密封的,因此防潮防水性能好,且质地柔软,不易破损,还可反复使用。

(3) 无纺布袋

许多整理袋,内衣收纳盒,CD 盒内夹页用的都是无纺布袋。它的优点是致密性强的同时,透气性也好,且质地柔软,摩擦力小。

4.3.4 中层填充包装

在商品和外包装中间,通常会有缝隙,运输途中使商品在包装被增加相互摩擦。碰撞的危险。因此,卖家通常要在中间用填充物将产品包裹,固定好。常用到的填充物有气泡 膜、珍珠棉、纤维棉、泡沫塑料、报纸或废纸、纸板等。

(1) 气泡膜

在贵重物品或家电的内包装箱内,都会有单面布满气泡装的膜,这就是气泡膜。气 泡膜。气泡膜的主要作用是防挤压、防震,减低运输途中因颠簸、搬运对物品的伤害。尤 其是电子产品、液体包装产品、工艺品等,通常都要加用气泡膜做安全保护。

卖家在挑选时,最好问清气泡膜是否为首次加工生产的原米气泡膜。因为许多厂家

36

为了进行价格战,所售的是参有废料加工而成的,气泡容易瘪,失去了保护作用。

(2) 珍珠棉

珍珠棉最大的用途是防潮防摩擦。玻璃,陶瓷、手机等卖品用珍珠棉加以保护是必要的。



(3) 纤维棉

纤维棉主要是发挥它的吸水性。例如,香水一类的液体产品,担心途中溢洒,外面 裹上一层纤维棉,也是对随行其他商品的保护措施。

(4) 报纸或纸板

报纸或纸板主要是填充更大的缝隙,也有微笑的防震防压功能。

4.3.5 辅助包装

辅助包装主要是指对外包装起固定作用的胶带。胶带一般分为黄胶带和透明胶带,又各 自有无字胶带和带有"中国邮政"字样的专用胶带。

如果发非邮政系统的快递,用无字胶带粘牢固即可,但如果通过邮局发货,最好用"中国邮政"字样的专用胶带,否则邮局通常会加收1元钱的包装费再补加专用胶带。

还需注意的是,在发纸箱包装时最好用胶带将有棱角,带缝隙的地方全粘上,并多粘几圈, 以防途中破损或别的液体遗漏进你的货品箱中。

4.4 货品包装样板清单

◆ 商品配送表

◆ 赠送小礼品

人们在网上购买你的商品如果获得意外收获,就会非常愉快,并会向别人展示自己的东 西是物有所值。因此,和你的商品相关的副产品或者是印有网店标志的小商品,甚至一些 消费者喜欢的小礼品,比如钥匙扣,挂历,电话卡等都是非常好的打动顾客的工具。

◆ 赠送精美联系卡

不论消费者对你的东西有没有兴趣,他们都会愿意收藏一些看起来精美的东西,因此印 有你网店地址或者商品介绍的精美卡片对于他们来说会是日后回忆的道具。如果有人购买 了你的商品,你不要吝惜送他们几份这样的礼物,因为消费者通常给别人介绍的时候,也 希望能够给别人送一个可以证明你的东西。你多给他们一个,他们就无偿成为了你的推销 员,特别在消费者主动用的时候你更要毫不犹豫地给他们,因为他们多要这些带有你们信 息的东西通常都是因为喜欢,因为他们要去和别人炫耀。

◆ 给顾客打折卡,贵宾卡

每个消费者都希望自己能够成为网店的贵宾,比如在网上购物特别是购买价格比较高的 商品时,由于不能看到商品的实物,只能看到商品的照片,消费者都希望自己能够得到真 正关于商品的信息,并且拥有相对于其他低价格商品购买者最大的优惠,更加周到的服务, 希望下次再来的似乎你能记住他并给他一些优惠,因此,对于网店经营者来说,给顾客打 折卡,贵宾卡,给消费者提供他们喜欢的特别服务,会给网店的商品或者服务细水长流。

5. 淘宝平台软件清单

- (1) 积分
- (2) 满就送
- (3) 店铺装修
- (4) 运费
- (5) 支付宝
- (6) E 客服

第三章 经营方针确定

1. 新开店铺固定费用支出

很多人认为,在网上开店是0成本,如果你也是这样认为,这样就错了,你知道你每天 为你的网店支出多少钱吗?

除了你买电脑和数码相机的钱,你平均每天要付出一下几种账单:

(1) 电脑用电费:3.2元/天

一台电脑的功率大概是 320W,如果你每天使用 12 个小时,大约要用 4 度电,电价 是 0.8 元/度(各地区有所差别),那么你每天支付的电费就是 3.2 元。

(2) 上网费: 2元/天

一般大家上网都用的是包年的业务,有的是 720 一年,有的是 680 一年,可能还有的 600 一年的,暂时算 2 元/天

(3) 电话费: 1元/天

因为每个店铺情况不一样,暂时酸1元/天

(4) 客服薪资(新开店平均4人,800元/人/月)

这还是不包括电脑折旧费,租金等等。

项目名称	每天固定费用	每月固定费用	每年固定费用
电脑用电费	3.2元	96 元	1152 元
上网费	2 元	60 元	720 元
电话费	1元	30 元	360 元
客服薪资	108 元	3200 元	38400 元
总计	114.2 元	3386 元	40632 元

2. 店铺运营方针

实践证明,一个成功的店铺,只在认真详尽地拟定计划并且按部就班地执行后,才能 步入健康的经营轨道,生意才会约做约大,总之一个没有具体目标的网店,不仅无法团结 内部还会赵承许多不必要的资源浪费和无谓的损失,而完整且考虑周密的计划将使网店有 光明的前途。东家若能事先拟定好计划则经营效率将会大大提高,各种支出费用也会相对 降低。无论在商店定位还是销售导向上,店铺有一个明确的经营目的,是店铺发展过程中 必不可少的。也就是说店铺如何为消费者提供所需的商品、高品质的服务,应该是所有在 淘宝商城的店铺经营者所应有的共同目标。

为达成既定目的,就必须拟定一个"经营方针",例如在商品结构、营业目标、人员报 酬等一系列问题。纸箱方针也就是我们在经营时所必须要有的最基本的计划。

经营方针通常有以下几项:

(1) 营业额方针

营业额是一家网店经营好坏最基本的指标,所以在创业初期,对于营业额的预测,必 须有一个详细的计划,例如每月的营业额,每周、每日营业额,都需要参考各项因素分别 去指定,此外,每年的营业额增长率亦需依照竞争对手的情形及经济指标来指定每年的增 长率。

(2) 销售商品方针

也就是销售商品结构计划,在各项商品中,如何依照大类,小类去组合适合网店特色 及顾客消费习性的商品结构,的确是我们必须仔细去做的计划,就是你要选择网上销售的 主打商品,可以是礼品,可以是玩具,可以是服装,可以是化妆品……但你必须选择一个 类别,只有选择了一类的话,你才好有针对性地去制定相关店铺定位计划。

(3)费用方针

然后规划各项费用,指定预算,进而将费用控制在我们预算之内,也是一项重要的工作。

(4) 人力资源运用方针

通常人在人力运用上如果把握"在量不在质"的原则,多用人其实不见得对店铺业务 上有帮组,要用人用到位。

(5) 采购方针

所谓"会卖也要会买",有了好的采购可降低进货成本,增加利润,如此一来,才可以

发现有潜力的新商品,所以采购计划马虎不得。

(6) 促销方针

店铺的经营离不开商品的促销,最常使用的促销方式是"特价"、"赠品"、"抽奖""试 用"等。促销除了可以提高营业额之外,还看看呀打开店铺的知名度。

当然,对于各行各类目仍会有不同的方针,但无论是哪一行业,以上六点是一个店铺运营最基本的方针。依据计划确实去执行,只有这样,店铺才会有序发展。

关于促销方案的指定,详见第六章开通,试运营的第3节如何制作促销方案。

第四章 淘宝商城店铺基础装修

淘宝商城的店铺管理主要分为六大内容:店铺设置、商品管理,交易管理,商城服务、 帐户设置和品牌维护,其中商品管理这部分内容,将会在第五章跟大家分享。

1. 店铺设置

1.1 基本设置

1.1.1 外观风格

目前有七种外观风格可供选择,如图:



1.1.2 店铺招牌

店铺招牌位于网店的最顶端,图片可以根据商家的产品特点和品牌风格自主设计,图

片格式支持 gif, jpg, png, jpeg 格式的图片, 文件大小在 80K 以内, 建议您把图片的尺寸设 为 950PX*150PX, 这样可以达到最好的显示效果。

店铺管理首页	「補皮型 商品管理 交易管理 商城服务 帐户设置	
基本设置 网络 5	交管理 目定义页面 即片管理	
N观风档	设置店铺招牌	
5铺招牌		
足销专区	您正在适用的店铺招牌	
貢幣品展示		
AT IN CASE OF		
		如果你想使用默认的招牌,可以无论它
	上传新的店铺招牌	
	。 支持off lips.ong. loeo格式的图片,文件大小在80k以内	
	· 建议您把图片的尺寸设为950px * 150px , 这样可以达到晕好的显示效果。	
	浏览	

1.1.3 促销专区

促销专区是一块位于店铺商品之上的区域,商家可以利用这块区域进行促销信息或店 铺公告信息的传递。这块区域编辑支持 HTML 编辑,宽度限制为 740PX,高度不限。

CHIERES .	内接設置 商品管理 又易管理 商助服务 株戸役量	
基本安立 品味	2. 原保结去区	
和新教育課題	1 回通0日 日 Ⅰ Ⅰ 林志・宇体・大小・ 三 三 ● ◎ ◎ ■ ◎ ◎	标准模式。
日朝春区	//////////////////////////////////////	
西西高展示	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	

1.1.4 首页商品展示

44671 A4	HERE DIXIS) BARS
ENALESA ENALESA	设置首页商品展示
	藩品展示区一
I SE PH HOURE OF	EE: atta
	关键字: 解克
	所電分共:要主定部
	\$% · · 元 · 变 · 500 元
	Exacts : 0 M
	時在方式: 派於指亞版 ×
商品展示示意图	
	商品展示区二
	权思: safesitesit
	· 朱健宇: [100
	新羅分典: 新羅分典
	11年: 2 元 · 至 · 22 元
	<u>教育院的結果</u>
	显于的显示在: 4 💌
	與序方式: 低价格在非 ·
	REGDAR小公二 対理2 Differenting
	大國子: 1955935
	所履分段: 而我初時
	於結: 元·至· 元 查查预告结束
	250022: X W
	神寺方式: "我们带我做了。

网店的首页一共有三个商品展示区,展示的商品数量有4、6、8、16四种方式选择。

1.2 店铺分类管理

店铺分类管理即是对自己的店铺中的商品进行分类管理,类目可以达到二级。值得 注意的是,在添加分类时如果添加分类图片,那么此时文字标题不再显示。

同一个商品可以属于多个分类,因此在尽享分类管理的时候,可以有多种分类方式,

例如经营香水,可以按照品牌分类,也可以按照风格分类等。

and the second					
类管理	· · · ·				
分类名称	图片		编辑	副際	查看商品
书籍		↔ 添加子分类	0	*	
历史书籍			0	Same and a state of the state of the	8
科技书籍			0	88	8
衣服		♀ 添加子分类	0	22	
男士衣服			0	*	•
女士衣服			0	*	0
首饰物品		◆ 添加子分类	0	83	
戒指			0	38	
项链			0	*	8
领子	Y1080318-c201.jpg	◆ 添加子分类	0	*	
镜子2	yy080318-cz01.ipg	● 漆加子分类	0	8	

1.3 自定义页面设置

每个网店可以添加五个自定义的页面,添加自定义页面有两种方式: HTML 编辑或使 用淘宝商城现有的页面,在添加自定义页面之后,可以将任意一个自定义页面设置为自己 的店铺首页。

古铺管理首页 店铺设置 商	品管理 交易管理	商城服务 帐户设置	-				
基本设置 店铺分类管理 自众	义页面 图片管理		1				
宁 义 页 面							
正义贝固					and the state of the		
8-1							
是示! 自定义页面将在店铺船	的头部以tab形式出现,您可以	以 增加新的html页面,也可以	(添加网站上现有的页)	面作为自	定义页	面。	
是示! 自定义页面将在店铺的	的头部以tab形式出现,您可以	以 增加新的html页面,也可以	(添加网站上现有的页)	面作为自	定义页	œ.	
是示! 自定义页面将在店铺船 定义页面列表	的头部以tab形式出现,您可以	以 增加新的html页面,也可以	L 添加网站上现有的页	面作为自	定义页	面 -	
 日定义页面将在店铺船	的头部以tab形式出现,您可以	从 <u>增加新的html页面</u> ,也可以 页面URL	从 添加网站上现有的页)	面作为自 查看	定义页前	面。调整顺序	
是示! 自定义页面将在店铺船 定义页面列表 页面定义 店主日记	的头部以tab形式出现,您可以 预 预	以 增加新的html页面,也可以 页面URL 选	↓ 添加网站上现有的页) 編辑 <i>↓</i>	面作为自 查看 国	定义页 删除 ※	面。 调整顺序	当薪首页 [<u>取満]</u>
E示! 自定义页面将在店铺船 定义页面列表 页面定义 店主日记 关于我们	的头部以tab形式出现,您可以 题 题 现	以 增加新的html页面,也可以 页面URL 题 题	、 <u>添加网站上現有的页</u> 編輯 <i>。 の</i>	重作为自 查看 国 国	定义页 删除 ※ ※	面。 调整顺序	当前首页 (<u>取清</u>) 设置店铺首页
E示! 自定义页面将在店铺船 定义页面列表 页面定义 店主日记 关于我们 11	的头部以tab形式出现,您可以 题 现 现 现 现	以 增加新始html页面,也可以 页面URL 版 版	は、添加网站上現有的页) 編編 の の の の	重作为自 査看 国 国	定义页 删除 ※ ※	面。 调整顺序	当前首页 [<u>取</u>) 设置店铺首页 设置店铺首页

1.4 图片管理

淘宝商城的商家都拥有了一个自己的图片相册,可以将网店需要用的图片上传到此



处。并且可以进行分类管理,在获取图片的时候,只需要点击"复制图片地址"即可。

2. 交易管理

2.1 订单管理

订单管理是一项非常有效的管理功能, 商家可以在订单管理中查询各种订单, 其具体 功能有:



- ◆ 对各类型的订单进行分类,有尚未付款的订单、等待卖家发货的订单、卖家一发火的订 单、已取消的订单,成功的订单,这样,商家可以很清楚的去管理自己各个分类的订单。
- ◆ 查询订单功能,商家可以通过查询买家 ID、订单号、付款时间、下单时间、订单状态 等信息去查询所需要的订单,快捷又方便。同事,亦可导出所需要的订单,以 excel 表格形式展示出来。
- ◆ 在右边"需要我处理的订单"中,可以快速的去处理,如发货,售后等问题。

2.2 评价管理

淘宝商城的评价与集市的有很大的不同,实行评分制,由一分到五分,买家一旦打了 分以后就没有修改的机会。所以,很多时候,卖家的一些不恰当的评论,商家可以与买家 之间沟通,然后再作出解释。或者直接在买家的评论下面作出解释,需要注意的是,商家 需要在系统提示的时间内对该评论作出解释,过了时间段解释的窗口将会自动关闭。这样, 对其他的买家来说也是一个很好的借鉴。

具体的操作在商家"交易管理" ——"评价管理", 如下图:

新有资料	服务等级			An off off the state	10 15 94		
0000	6个月中,共有2	7人给出呼号。	, 综合评分:	释· 对说乐	RATE IN		-
4585 - 規道本共同 - 抗文年間	4.9 .	-	(後約,約39)	(1:33 ALLOG (5)) (1:39)	1947 - 1942 (1947)	(BURE (ASP)	STAR OF
2.5 2.600.5	单式6个月的第 四月	1944 2949	_/	1940	内容	苏芹	Home
	Life	559	(m.mma)	영제(11年 5006-08-91 S	23000 2,000,5300	w#_920	2006-09-0
man	1 4	559	******	U.S. DECK		M0529	208-010
CODE		559	******			la0529	3/78-674
	7.0	569	(10.10.00.00.00.00.00.00.00.00.00.00.00.0	(101111) 2000-00-58	INNERING CONCERN	hugohou	2004-07
			res to anno 1	STATE 2008-08-18	08.55.17之前相出解释	hugchou	2008-07

2.3 运费设置

当前淘宝商城运费设置模板包括三大内容:基本设置、默认运费模板和加件模板,如 图:

		 And I wanted in the second secon	Contraction of the local division of the loc	运用计
1本设置 1在贸万式: 快速 电运费金额: 500,	00 元(买家車笔订单的金额达到这金额,免运费)	点击"运费计算器", "淘宝推荐物流网上下 页面,可以根据寄件器 重量计算出运费	您会看到 5单计算器" 5离、商品	
此 信时间: 立即				
默认运费模板				6 181
" 默认运费模板				(m)
默认运费模板 默认运费: 10.00 5	E,一般到读时间 1-2 天			0
教以运费模板 款以运费:10.00 疗 至古林;重先;于夏; 天诸:山东;海南;害 海广:东川南;西南; 黑龙江;温涂广西;满地;云南;河北;新 属:北京;四川;甘南; 贪州;武东;司常去; 动西;浦南;江宁	き,一般到時时间 1-2 天 适費:30.00 元,一般到货时间 4 天			

商家可以根据右边的"编辑"按钮,对各项板块内容进行设置和修改。

2.3.1 基本设置

点击基本设置右边的"编辑"进入:

置运费模板	1.选择适合本店铺的 物流方式 2 可以在此设器每4	运费计算器
本改立 •选择运费方式: 先运费金额: •发货时间:	 ○平都(不指荐) ○御政快速 ●快速 ○日本 ○ 教養设置 500 00 ○ 大家李笔(了桌的金额达到话金额,免运费) 立節 	。 3. 买家一般都会要了解发 货时间,所以商家需要在 此作出说明。
其他说明:	新续写处当时间,是步不相应100个汉字。 无	4. 如果对运费还有其他补 充说明,可以在此编辑。

以上信息编辑完成,并确认以后,点击"保存"就完成设置了。

國這者模	k	道 免 (第)
提示!	编辑基本设置成功	
基本收留		200
运费方式:	218	
先送费业群:	500.00 元(同家車地订单的金银达到印金银,先进费)	
发放时间:	10	
X 始说明:	ž	

设置完成以后如果需要更改信息的,点击"编辑"即可进行操作。

2.3.2 默认运费

点击"默认运费"右边的"编辑"进入:

设置运费模板				S.S.T.S.
2011年日はは	5.00 元,•一般	动物的间 1 天		
恣可恨据共评旧 2日 增迟 不同 地区	至讓你的法費:	· 34.00 元, 一般到該對词:· 2	Ŧ	豊富
的不同邮费	至 <u>江西:江西:浙江:上海:安</u> 重 的注意:	• 12.00 元,一般到估时间:• 1	Ŧ	ER.

通过邮费模板的设置,买家在不同的所在地查看商品,显示的邮费不同。如,按照上图的设置,在湖北的买家看到的商品邮费是 34 元,到货时间是 2 天;在江苏、江西等地的买家看到的商品邮费则是 12 元,到货时间 1 天。

2.3.3 加件模板

	教		运费计算
提示!	设置加件运费模板成功!		
王 东设置		a la cala	0 1911
运费方式:	快遍		
先送黄金朝:	500.00 元(买家单笔订单的金额达到顶金器,先正费)		
素質时间:	2個		
其他说明:	无		
教认运费权			0 88
款以运费:1	0.00元,一般到3时间 1-2天		
重红西:江西 上場:安徽	游江: 這費:10.00 元,一條與說时间 2 天		
至吉林、重庆 天津、山东北 成广东、河桥 風龙江、福靖 湖北、云南,7	字頁: 環:資 活電: 二百: 送費:30.00元,一般到該對道 4 天 比(資素: 送費:30.00元,一般到該對道 4 天		

点击"添加加件运费模板"进入加件模板编辑页面:

· 58:	2005/4第451	
きしまや正式:	10.00 元, • 每加一件商品加: 7.00 元, • 一般到透时间 3 天	
	至重先:西藏:云藏:四川:贵州 • 16.00 元、考加一件商品加: 15.00 元,一般到该时间: • 4 天 董融	
Г (增加一个地区运费设置	

"加件运费模板"中的商家需要依次填入模板名称、默认首件运费、每加一件商品加及 到货时间,针对不同地区,点击"增加一个地区运费设置",同样可以选择不同的地区,设 置不同的加件价格。

2.3.4 服务条款设置

服务条款指的是买家购买时需要认可的一些服务条款。在这里可以设置店铺的退换 货条件、退换货地址等等。服务条例的设置是支持 HTML 格式的,可以编辑的漂亮一些,符

合店铺的整体风格。

店铺管理首页 店铺设置 商品管理 交易管理 商城服务 帐户设置	
订单管理 邮费设置 服务条款设置	
服务条款 在"交易管理"中可进行 篆款内容: [] [] 源代码 B I [格式 * 字体 * 大小 *] [] [] [] 采家购买时需要接受的条款,比如退换货条款,湿换货地址,	标准模式 ▼
请填写您将提供的服务与买家购买时需要接受的条款,比如退换货条款、退换货地址等。 确定	

3. 商城服务

3.1 销售结算

"销售结算"中可查询到每笔交易的款项明细,包括积分、佣金、最终收入的明细,方 便财务审核。

销售结		加加化量 阿加古加 200 服务 保证金 殊象明细下(ne viciei		W/ CH			日	「根据 「快速的	∫单编号ぇ Ⅰ地査询。
皆售结	算										
订单编号	:	时间范围:[20	10-63-01	至 20	08-03-05		查询) /			
时间	订单编号	商品名称	教皇	单价		实收款 (元)	应近积分 (元)	应扣佣金 (元)	实差积分 (元)	实扣佣金 (元)	最终收入 (元)
008-03- 04 6:55:56	195352	detal制成 ^{an} 品	1	250.66	250.66	250.66	7.50	8.34	7.50	8.34	234.82
008-03-		ck/\$F,\$P(3	1	654.12	654.12		13.00	19.62			
03 8:31:20	135048	ck#742	1	22.22	22.22	676.34	0.40	0.22	13,40	19.84	643.10
008-03- 01 5:27:22	100923	无物范制试产品1	1	300.22	300.22	300.22	6.00	9.00	6.00	9.00	285.22

3.2 订购服务

"订购服务"中可查询到每笔交易的款项明细,包括积分、佣金、最终收入的明细,方 便财务审核。

店铺管理首页	店铺设置商	品管理 交易管理	1 商城服务	帐户设置		
销售结算	订购服务 保 E金	账单明细下载				
服务管理		点击	"订购服务",	进入		
服务名称	I	务内容 服务	管理査询。		目前状态	服务有效期
认证服务	商家信息第三方认证公	司认证服务	190701 4		服务开通	2008年02月28日 至 2009年03月31日
佣金服务	淘宝商城按佣金比例收	取交易佣金	抽成比例:3.3	33%	服务开通	生效时间:2008年02月26日

3.3 保证金

主要包括保证金额度、余额查询及保证金交纳记录查询。

Tips: 如因售后服务申请,淘宝客服操作商家保证金退货款给买家造成保证金余额不足的 情况,系统会发邮件通知商家进行充值。

3.4 帐务明细

帐务明细管理包括消费积分账单明细、返点积分账单明细、佣金账单明细查询。

明细	※ 床业金 账里明测卜或	账单是 EXCEL 表格形 示的,也可以在这里。	式展
₣份: 2008 ✔]	单下载下来。	
月份	消费积分账单明细	返点积分账单明细	佣金账单明细
200801	8	2	2
200802	E	8	a
		E41 200002 2 mm →#	■ 541 200902 2 ccv ★#

投合同的规定,您需根据"买家消费积分账单明细",每月或每个季度开具相应的发票给淘宝;
 按合同的规定,淘宝将根据"返点积分账单明细"、"佣金账单明细",开具相应的发票给您。

您可以进入店铺后台的"商城服务"—"佣金应付账单"种查看本年度在佣金账单, 账单包含以下内容:每个阶梯的佣金金额、应付佣金总金额、实付佣金总金额、还应付佣 金总金额、本年度每月销售额;如果还应付佣金总金额不为0,您需要按合同中约定的时 间要求,补交相应的佣金差额;

请注意:由于系统计算账务需要一段的时间,本年度的佣金账单,您需要在次年1月 10日后才能查看(如,2008年度的应收佣金账单,在2009年1月10日后才能看到)。

金应付账单							48
告择年份: 2	1005年 💌						
008年開金应付账单							
日期	2008年	应收保底领金金额	1000.00	費率	45	费米	4%
费用项目	系统实时支持口	实收保底佣金金额	1500.00	用全全额	50000	例金金額	5000.00
和贵方式	500000.00	第一阶称区间	500-600	第三阶梯区间	500-600	皮衣佣金总金额	25000.00
年始告顧	200000.00	要求.	4%	要求	5%	实收佣金总额	200000.00
保密销售额	5%	例金金纲	200000.00	例金金額	1500.00	还应收佣金总金额	150000 00
假底竞率	15000.00	第二阶梯区间	\$00-600	第四阶梯区间	500-600	机对状态	4
收费说明							
008年年月納售額							
2008-01	20000.00	2008-04	20000.00	2008-07	20000.00	2008-10	20000.00
2008-02	20000.00	2008-05	20008.00	2008-08	20000.00	2008-11	20000.00
2008-03	15000.00	2008-06	15000.00	2008-09	15000.00	2008-12	15000.00

4. 账户设置

帐户设置管理主要指的是针对 E-MAIL 的管理。

-mail/按押		the state of the s	and the second		
您正在使用的Em 新Em 再输入一次新Em	all地址: yunqi all地址: all地址:	@taobao.com		EMA 这里 小二 也会	AL的地址的修改可在 完成,修改完成/ 之对商家的信息管理 同步。

5. 品牌维护

品牌维护是商城新推出功能,此功能的作用是 CM 授权与条件成熟的商家,被授权商家可以自行在品牌展示页面做更新维护。

第五章 宝贝拍摄,详情准备

1. 照片拍摄技巧和商城照片要求细则

1.1 产品图片拍摄

在网店,图片的好坏是关键中的关键,一张好图胜千言。图片的好坏直接影响到买家 的购买决定,一个好的产品图片应该画面清晰、色彩真是、细节表现得当。好的图片可以 提高店铺的竞争力,增加被浏览的机会,所以,作为专业的B2C网店,千万不要让自己输 在起跑线上。

照片拍摄的包括一下几个要点:

- 1) 拍摄产品照片之前的准备工作;
- 2) 选择合适的灯光
- 3) 选择合适的拍摄环境
- 4) 选择合适的景物构图
- 5) 拍摄清晰图像的基本要领
- 6) 拍摄产品图片要有细致计划

照片拍摄注意事项:

1) 产品主题地位要突出

拍摄时,产品应占据照片的中间主要位置,且尽可能占用画面的大多数面积。照片拍摄时可以添加陪衬品,但不宜过多,更不能喧宾夺主。

2) 图片尽量达到清晰、真实的效果

如果展示的产品图片不清,色差偏大,会给人一种不真实、低档次、不能信服的感觉。所以产品图片应尽量突出产品的真实性,保证清晰度,展示出产品的细节及特征。

3) 图片画面风格统一

产品图片的尺寸大小、形状、背景画面色调、展示角度等,尽量保持同一,以烘托产品图

片与网店风格一致。

4) 图片背景简洁

图片的背景不宜过于凌乱或琐碎,否则会影响主题的显示效果。

1.2 淘宝商城照片要求细则

淘宝商城正对各类目卖家有不同的通篇要求规则,请对照本店经营类目,按规则操作。

2. 图片处理

2.1 图片处理的基本工具

在拍摄完产品图片以后,我们还要根据实际拍摄效果,以及淘宝商城类目 detail 规则, 对图片进行修饰、调整。或者对一些有不同程度缺陷的图片,需要进行美化工作。一起来 看一张未经过处理的图片到底有何惊人之处呢?





2.2 图片处理的两大工具

目前,图片处理有很多,其中比较常用的是 photoshop 和"光影魔术手"

名称	优点	缺点
Photoshop	世界上公认的最好最全面的图片平面设计软件,	操作较复杂; 文件大, 安装时间较
	该软件具有界面友好、图像处理功能强大等优点。	长
光影魔术手	绿色软件,简单、易用,不需要任何专业的图像	功能不够全面,部分图片处理仍需
	技术。能够满足绝大部分照片后期处理的需要,	要借住 photoshop
	批量处理功能非常强大! 足够胜任淘宝商品图片	
	的处理。	

2.3 利用 photoshop 和"光影魔术手"处理图片步骤

	1.图片大小调整:				
光影魔术	2.图片亮度色彩等调整;				
手	3.图片白平衡调整:				
	4.锐化图片,提高清晰度;				
	5.给图片加边框:				
	6.给图片加水印;				
	7.如何保存图片:				
	8.如何批处理图片				
-					
Photoshop	9.如何抠图及更改图片背景:				
	10.如何制作水印;				
	11.如何进行图片闪光效果。				

3. 发布产品和发布商品

3.1 产品和商品

首先,我们来明确一下产品和商品这来年各个不同的概念。

产品,是指淘宝商城建立的产品库中存有的产品信息,每件产品会有多个商家销售;

商品,是指商家放入自己店铺中的产品;可以这么说,产品是在淘宝商城有该产品经 营权的所有商家共有的,而商品的话就是自己的。在淘宝商城开店,首先要做的就是发布 商品。商家发布商品的主要流程如下如:



3.2 发布产品

Step1: 点击"搜索产品和发布商品",将会看到以下页面:



淘宝商城发布任何商品都需在已有产品的基础上,搜索时只会现实出您已被授权的该 类产品列表,如果搜索没有您需要的产品,那您需要重新上传新产品。

Step2: 点击"直接上传新产品"

在上传新产品时,您需输入产品信息:类目、品牌、产品标题、市场价、产品相关属 性、产品图片、产品详情。具体事项如下图:



很多商家在输入这部分信息时都问了一个相同的问题"这里只有市场价,怎么没有淘 宝销售价?"。别急,我们刚刚已经说了,产品和商品是两个不同的概念,淘宝售价要在之 后的发布商品里面才能设置。在上图中,"上传产品图片"这一栏,您可以上传同一产品的 不同角度的图片,这样可以更加清楚的展示图片,让买家更加全面了解该产品,图片最多 可上传5张,必须选择其中一张为默认。在产品属性区,选择产品颜色时,如果没有您需 要的颜色,您可以选择一个接近色,比如产品为粉红色,但选项里面没有这个属性值,您 可以选择正红,并在后面的框中注明"粉红色",还可以上传相应的照片。所有信息都填写 完毕以后,您可以预览一下,也可以直接点击发布。发布后的产品需等待淘宝小二的审核。 Step3: 点击进入"发布商品"页面。 您可以看到"我发布的产品",

审核的状态有三种:待审核、已审核和审核不通过。这时,产品的审核状态为"待审 核",只有等淘宝小二审核通过了,您才可以继续发布相应的商品。待审核的产品,商家也 可以进行编辑或删除。目前基本上审核的时间为一天,如审核未通过的,需重新发布产品。

3.3 发布商品

发布的产品已通过审核或者搜索列表里有您所需的产品,那就可以发布商品了。 Step1:点击"发布"

进入发布商品页面以后,商家需要填写商品信息:销售价、返点比例、销售属性、库 存商品数量和促销信息。如下图:



Tips:

商家可以根据自己实际情况设置大于等于0.5%的返点比例,需要注意的是该数需为0.5
 的整数倍,无上限。

- ② 同一款商品,不同尺码和颜色可以设置不同的销售价格。
- ③ 您还可以设置库存报警数量,以便您及时补货。当你的库存低于设置值时,"出售中的商品"库存量就会自动显示红色,提醒商家该补货了。这个值可以根据商家店铺实际销售情况在发布商品时进行设置。
- ④ 促销详情,这栏里不需要写入产品信息。
- ⑤ 点击"发布到仓库",该件商品就会出现在"仓库中的商品"。比如说,该件商品商家并 未到货,但是到货之前可以先做好准备工作,等到商品一到,就可以在"仓库中的商品" 里直接发布,这样就能让买家尽快的看到您的商品。

4. 出售中的商品管理

点击"出售中的商品", 商家所有的商品都会一一列出来, 如下图:



Tips:

 "库存",我们可以看到上图中库存显示为两种,一种是正常的黑色字体的数字,还有 一种是红底白色字体,出现红色的时候就说明该件商品的库存已经低于库存报警数量了, 您需及时补货。

② "所属分类",每件商品都可以设置其所属的分类数,一件商品可以属于多个分类。



③ "搭配"不同于"捆绑销售",它起的是一个关联推荐的作用。被搭配的商品必须是在 线销售的商品,搭配的商品可以是在线销售的商品,也可以是仓库中的商品。一件商品最 多可以选择搭配六件其他商品。

④ 批量操作,出售中的商品可以批量的下架、删除、添加和移动。所有的商品一经删除就

不得恢复,所以此操作须谨慎使用,商家除非十分肯定以后不再出售此商品,否则都不建 议使用"删除"。

5. 仓库中的商品管理

仓库中的商品管理基本与出售中的商品管理功能差不多。点击"仓库中的商品"进入该页面,如下图:

XONA DAYNAS	ILA TONIA DE	Sector States	2496			S. 32 2
構造商品 天確乎:	仓库中的商品					見ぶかか聞いつ
	商品名称	1 12	库存	新建分类	下其原因	除作
商品分良: 所有分类	20.00	0	A	11115	P-5.874	SE 8
□ \$\$7.2 而改	D	5	95	11.98	7° 2.894	11E #
	C 19393 New Birb~#dir9	٥	8	#.11B	7*28PR	2522 W
	C (555) 8:9/A	1	123899	1198	7*3.85k	5E 8
		2	1498	11.95	产品基础	5E 6
	B2CMRR-FA	7	298	21:95	P-4.85%	5E 8

库存、筛选、分类、操作、批量处理请参照"出售中的商品管理"。"下架原因"一般会有 产品删除、产品类目未授权等。

FAQ:

① 如果卖家想修改商品信息要怎么办?

答:请商家明确需要修改的是产品信息?还是商品信息?如果是市场价格、产品图片、 产品名称、描述等这些都属于产品信息,如需要修改,目前需联系审核产品的淘宝小 二后,使产品的状态为"不通过"或"待审核",才能进行修改。如果是促销信息,商 品价格等商品信息,卖家自己可以先把商品下架后,在仓库中修改商品信息。
注:如果是3月17号前由淘宝小二代为上传的产品,卖家是无法在自己的"发布商品" 栏目中看到,只能等到产品为"待审核"状态后,卖家在"发布商品"栏目中搜索后, 才能修改。

② 商家是否可以在产品的任何状态(包括已经审核和未审核),都能编辑、修改产品的属性、目录、类别等,当卖家修改后,系统自动可以回到原来的状态?

答:目前还没有此项功能,已经在开发之中,完成后会通知各商家。

③ 商家如何删除已上传的产品?

答:如果是未审核的产品,商家可以在"我发布的产品"中直接删除。如果是已经通 过审核的产品,需要联系审核的淘宝小二,淘宝小二同意后才能删除。

④ 商家修改某个商品的名称、描述、或者销售价格、促销信息等,该商品的购买记录是否会丢失?

答:不会丢失,只要产品 ID 没变,购买记录就不会丢失。而只要产品没有删除后重新 上传,产品的 ID 就不会改变。也就是说,不管是修改产品信息还是商品信息,购买记 录都不会丢失。

6. 促销管理

在"商品管理"中增加了"促销管理"功能,目前正在推出的活动有"满就送"活动,帮助商家做好店内促销。

	And the Party of Street of				
M. ALLIS	提示!	用助中的	"离就法"活动现在	ECHTP. ISANIA.	2000年00月14日 - 2009年08月16日。
	"满就迷"似	销管理			
		-	and the state of som		(高)中和自动失过有品干型加结构 >
		deversion i	ORIGINA		
			③ #21995年金田	16 (000 Ob)	IN CONTRACTOR
		代表内容:	Durnis	HET.S [1000	Nos Dimit + 1 Auto - Manual +
			CHARA.	4.4	4 32 WOM F
				44.00	
		SEADALL I	2008-08-16	BI 0000-00-16	
		1540-9121	MANERAL 2008. 7. 303	8-2006. 8. 22 8	
			and the second se		
			Bullion Interaction		The structure artist art more the
	Constant Sec		22 ADDRESS COL		10 多可以他被厉 里的头 体的物力 25 对44 和3
	12101024678 81	N'T' I SERFER	用几以下的代码在面的	GINERIC M.	in an distant will of
	and states	#.05	altimatin 200.00	元, 道 1000 积分!	
	to stylet be	char-ound: tra	asparant w104tp //	assets tashaseds confach/ing	ferfe_sals_000019.01 .pc) no-repeat
	width T20pe;	r topi finit- "Figun atpl	unen begen benght 50 an" funt-nine bepai	ys: line-beight 50ps: surgit padding-Left 120ps: width 72	Dips, "Hard Bart Bittiff Catering atrian"

在"满就送"活动中,商家可以自己设置标题、促销的方式、优惠内容、活动时间 等进行设置。

. . . .

7. 产品描述详情和具体细则

因为网上购物,买家无法通过直接的近距离接触清楚的了解商品,所以商品描述显 得尤为重要,它是卖家展示商品让买家了解的平台。没有一个买家愿意在不详细的商品 描述前多停留,对于一家专业的网点来说,除了精美的产品图片、诱人的促销以外,还 要有尽可能详尽的产品描述,从而提高转化率。

淘宝商城为不同类目都设置了不同的描述规则,请对照本店经营类目,按规则操作。 商家在此规则的基础上尽可能清楚的去描述自己商品的各个方面。一般情况下,产品描述应该包含以下内容:



第六章 开通、试运营

1. 淘宝商城店铺宣传推广特点

淘宝商城事业部拥有单独的推广预算,利用淘宝每年数千万的推广预算进行商城的品牌和促销宣传。

淘宝商城的推广,分为对外和对内两种。

对外推广形式,主要以线上推广为主,线上推广更加容易达成直接的营销效果,用户 只需要点击就可以到达淘宝商城产生购买。通过和门户网站、搜索引擎、垂直网站、社区 网站和中小网站,以及 EDM,用图片广告、文字链、合作活动等方式吸引访问者,并通过 优化到达页面提高购买促进的能力,最终达成交易。

推广内容方面,淘宝商城将以品牌合作和应时促销为 主要内容。一方面体现淘宝商城 和品牌商家的合作关系,共同推广品牌,并促成销售;另一方面,对淘宝商城定期开展的 促销活动进行包装推广,促进销量提升。

对内推广,指利用淘宝网的流量资源,在 C2C 网站和社区等位置,吸引淘宝商城的流量。

目前,在用户访问淘宝网的主要路径上,都有淘宝商城的入口,我们通过宣传淘宝商 城的主要特点和活动,吸引用户访问。

同时,我们在淘宝首页、促销频道、商城首页、商城各频道页面都有单品和店铺推荐 位置,提供给在价格、特色等方面比较有优势的商家。

2. 如何在短时间提升信誉

有人说在网上开店是否能够成功,最重要的一点在于网店的信誉。我很同意这样的 说法。试想,哪怕是在网下开店,信誉也是关系到商家成败的关键,更不用说,在网上 销售商品是顾客在看不到摸不着商品实物的前提下进行的呢。如何有效的提升网店的信 誉,是每一个网上开店的卖家都应该着重关注的课题,因为只有你的信誉得到保障,才 会有顾客愿意购买网上的商品,生意才可能兴隆。以下着重介绍一些提升网店信誉的方 式和经验。

(1)发货速度要快

顾客一般在向卖家支付货款后,希望能尽快收到卖家寄来的商品。我见过不少卖家, 他们在收到卖家的汇款后,由于自己货源不足(平日不备货的结果),或由于其他种种 原因迟迟不予发货,耽误了发货时间。这样的卖家是无法把生意做大的,并且给人一种 只做一次性生意,不在乎是否有回头客的感觉。

正确的做法是: 在收到顾客汇款后, 应该在第一时间, 最好当天发货, 并通过邮件 或旺旺告知, 如下表一。并且发货完毕后, 至少应该把发货凭证的流水号码告诉买家, 以便其查询, 如下表二。

买家支付后

亲爱的 Xxx (买家 ID):

感谢您对本店的惠顾。您所选购的商品为"奇诺 08 秋季时尚墨镜 62716",我们已 经收到了您通过支付宝支付的商品货款,并将在今天下午 5 点左右为您安排发货,为 了感谢您对我们的支持,我们将赠送您价值 28 元的时尚墨镜盒,希望您能喜欢。再次 感谢您的惠顾,有任何问题,希望您随时联系我们。

我们的联系电话是: 1300000000

我们的地址是: XX 市 XX 区 XX 路 XXX 号

您的客户经理: XXX(ID)

xx 年 xx 月 xx 日

表格一

商家发货后

亲爱的 XXX (买家 ID):

您选购的商品为"奇诺 08 秋季时尚墨镜 62716",我们已经为您安排发货,您的快

递单号是: XXXXXXX,我们为您选择的快递公司是 XX 快递,您可以点击此链接了解最新的物流状态——(链接地址)。商品预计三天后到达您的城市。为了保证您的权益,请您先确认商品无误后再签收。如签收过程中有任何问题,欢迎您和我们电话联系。

如果您对我们的商品以及服务有任何不满意,请别着急给评价,请先给我们联系,指出我们的不足,我们将及时更正,并为您提供更优质的服务,再次感谢您的支持。

祝您生活愉快!

我们的联系电话是: 1300000000

我们的地址是: XX 市 XX 区 XX 路 XXX 号

您的客户经理: XXX (ID)

xx 年 xx 月 xx 日

表格二

(2)商品种类多

店铺里商品种类的多少,从另一个方面放映了卖家的实力。试想,路边小型杂店与 大型超级市场当然不可同日而语。在网络上同样如此,商品种类愈多,愈容易使买家相 信卖家的资金实力。

正确的做法是:请务必尽量多在自己店铺中添加一些商品。如果商品种类能够超过 100种,那么一般来说,你的店铺就够专业了。

(3)申请一门 800 或 700 电话

现在 800 电话已经不像以前那么难以申请了,开户费也相当便宜(在上海开通 800 电话只需 100 元即可)。如果您的网上店铺想做的比较专业,或更容易让人产生信任, 可以开通一门 800 电话,当然作为受话方付费的 800 电话,你的经济上也会有一笔不 大不小的开销(视你接多少电话而定),具体是否要开通 800 请自行斟酌。

800 电话开通详情: <u>http://www.bainao.cn/A/35.html</u>

另外,还有一种 700 电话,又称为"一号通",是中国电信推出的业务。700 电话 号码形式是"700—XXX—XXXXXX"共 12 位数字。有关 700 电话的具体特点可以登录 http://www.sz10000.com.cn/zxty/yht2.htm 具体查询。

作为在网上开店平台上开的店铺,如果能留下你的具体地址,那无疑会给你的店铺 带来更好的信誉度。

(5)发布招聘信息

不管你的网上店铺需不需要人手或员工,你都可以在店铺公告里增加招聘人才的信息,你也可以去一些人才网站免费发布人才招聘信息。这样会给访问者造成一种你的店铺业务很繁忙,要招募人手或者你的店铺实力很强的印象。当然,在这里不是让你去欺骗网友,但是你要知道一个想发展壮大的店铺总有一天是要招聘人手的,你可以把搜集到的简历等信息,放入自己的人才库中,以备将来使用。这个尺度,你自己掌握好了。同时,这种发布人才招聘信息的形式,除了可以增加店铺信誉度外,也可以作为一种推广店铺的手段。

(6)使用电话交换机

你可以购买一台程控电话交换机,一般"一拖8分机"的才100来元钱,绑定在 固定电话上,然后自己设置一下,加入一段"来电语音提示"。如此,无形中使打来电 话的人,感受到你的店铺的正规。

3. 如何制作促销方案

对于一个新开的店铺,是在淘宝网上没有任何知名度的。那通过什么方法可以短时间内在淘宝网上"名扬天下"?这就需要一个很完善的促销方案,让顾客自主自愿的去找到你的店铺里面购买商品。

如何制定促销方案?一份完善的促销活动方案包括以下几部分:

- 一、 活动目的:目前淘宝网同行业的市场状况如何?开展这次活动的目的是什么?
 是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度
 及美誉度?只有目的明确,才能使活动有的放矢。
- 二、 活动对象:活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在 多大范围内?哪些人是促销的主要目标?那些人是促销的次要目标?这些选择的 正确与否会直接影响到促销的最终效果。
- 三、 活动主题: 在这一部分, 主要是解决两个问题:
 - (一)确定活动主题
 - (二) 包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题,要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能艺术性地"扯虎皮做大旗",淡化促销的商业目的,使 活动更接近于消费者,更能打动消费者。

这一部分是促销活动方案的核心部分,应该力求创新,使活动具有震撼力和排他性。

四、 活动方式: 这一部分主要是活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑:

(→确定伙伴: 是店铺单独行动, 还是和其他店铺联手? 或是与淘宝联合促销?

〇确定刺激程度:要使促销取得成功,必须要使活动具有刺激力,能刺激目标对象参与。刺激程度越高,促进销售的反应越大。

五、 活动时间:促销活动的时间选择得当会事半功倍,选择不当则会费力不讨好。 在时间上尽量让消费者有空闲参与。不仅发动促销战役的时机很重要,持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买,很多应获得的利益不能实现;持续时间过长,又会引起费用过高而且市场形不成热度,并降低顾客心目中的身价。 六、 前期准备: 前期准备分三块

(一)人员安排

(二)物资准备

(三)试验方案

在人员安排方面要"人人有事做,事事有人管",无空白点,也无交叉点。要各个 环节都考虑清楚。

在物资准备方面,要事无巨细都要罗列出来,然后按单清点,确保万无一失。

尤为重要的是,由于活动方案是在己有经验的基础上确定,因此有必要进行必要的 试验来判断促销工具的选择是否正确,试验方式可以是询问买家,关注促销品成交数据, 或在特定的时间段试行方案等。

- 七、 费用预算:没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应做出 预算。一个好的促销活动,仅靠一个好的点子是不够的。
- 八、 效果预估: 预测这次活动会达到什么样的效果,以利于活动结束后与实际情况进行比较,从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上几个部分是促销活动的一个框架,在实际操作中,小心求证,进行分析比较和 优化组合,以实现最佳效益。

有了一份有说服力和操作性强的活动方案,也才能确保方案得到完美的执行,使促 销活动得到四两拨千金的效果。

4. 阿里旺旺使用技巧

淘宝旺旺是淘宝的卖家和买家都很喜欢的一种交流方式,我们每天的经营都离不开它,就像我们的左右手。淘宝旺旺有六大功能,让我们轻轻松松做客服!



阿里旺旺共有 99 个默认表情区,聊天的时候充分利用这些可爱的图标,会带来意想不到的沟通效果。善用笑脸微笑会给大家带来愉悦的心情,打招呼、谈价格......如果 一桩生意自始至终都贯穿着笑容,相信会是一桩成功而愉快的交易。阿里旺旺提供了各种各样可爱的笑脸:

微笑、大笑、害羞的笑……用笑脸来营造一个友好的沟通环境,交易自然也就变得顺利多了!你有没有这样的体会,情绪不好的时候,看到对方发过来一个乐呵呵的笑脸, 自己也会被带动开心起来呢?或者当有客人的问题让你无法回应时,一个尴尬的表情就 帮了你大忙。 网店可以全天 24 小时开门迎客,但客服人员不是铁打的,往往会有不在电脑旁边的时候,如果您需要离开电脑超过 15 分钟,那一定要使用自动回复。它会在你离开的时候在第一时间去接待您的顾客。设置自动回复的步骤如下:

登录"阿里旺旺",在控制面板上,点击"菜单"下拉按钮。点击"系统设置"命令,如下图:



Tips:

- ① 自动回复三大要点:问好+离开的原因+回复的时间
- ② 在跟客户聊天过程中,切记要关掉自动回复
- ③ 在允诺客户回答的时间内必须给与回复

4.3 编辑淘友资料

通过编辑淘友资料,给淘友取个"外号",让你很快想起他。如果你没有给淘友取昵称,

有可能时间一久,因为对方的状态信息经常变化,对他的会员名也随之淡忘。所以,我们 可以给他取一个外号,可以从他的名称上做一个大致的判断。

选择要编辑的淘友,单击右键:





显示名可以是简单的电话、对方的地区和公司简称等,也可以是特色的昵称之类,还 可以在备注里说明联系人感兴趣的店铺商品、聊过的话题、认识的原因、沟通的难易度。

4.4 快捷短语使用

商城刚刚起步,很多买家对商城的规则还不清楚,客服在用旺旺谈生意时,经常会遇 到许多固定不变的问题,如:是正品吗?能否便宜一点?请改一下邮费吧?或者针对店铺 的商品咨询。如果设置了快捷短语,那我们的客服只要点一下快捷回复,就能迅速的把答 案发给我们的买家,减轻自己工作的同时,还让买家不因为等待时间过长而流失。

设置"快捷短语",可以让客服工作省时、省力、又省心,好似多了几双灵巧的手。 那么,怎样设置自己的快捷短语呢?



快捷短语内容,你要根据自己的实际情况来设置,这样可以有效的节省你和买家的时间。但是有一点请记住:快捷短语只是辅助语言,不可以用快捷短语来代替你的主要回答, 这样会给别人很生硬的感觉。

4.5 状态信息使用

及时设置自己的"旺旺"状态信息,可以让它表达你的心意,让淘友一看到你的旺旺 就有一种亲切感,加深买家对你的印象。通过状态信息设置可以多样化,如:

广告——夏季狂甩,50元3件,快来抢啊!!

预告——抢购开始,本周量贩酬宾款到了!

- 促销——最新促销:买 200 送韩国面膜!
- 服务——客服小 Z 在线为您服务!

个性——我不充三钻,因为本店已经有大量的钻石代售…… 侃价——打死不讲价,客气好商量!

.....

信息状态的设置步骤如下:





如果你想轮流显示两条以上自己的广告语,则需要选择"滚动自定义状态",这是没过 5分钟状态就会在你设置的几个信息中切换,让你所有广告一览无遗。具体操作如图:

4.6 分组管理

阿里旺旺默认的分类有"买卖"、"亲人"、"同事"、"朋友"和"黑名单"五个分类。 在日常客户管理当中我们还可以添加其他分类,从管理淘友中,增加交易的机会。

5. 退换货处理方法和流程

5.1 退换货流程

"买家已付款,等待卖家发货"状态下申请退款——卖家同意退款流程

		and the second second
1.下订单		等待买索付款
1		1
2.付款		买家已付款,等待卖家发货
1		1
排約24小則断河市傳鐵數		
3.支付王贡匪 申请退款		_
L	Company of the	
	4. 同難指数	交易关闭
交易关闭		
記載完成		
 See Additional Sector (Control Contractor Control Control	the set of the set of the set of the set of the	
"买家已付款,等待卖家务	食貨" 状态下申请退	款
· "买家已付款,等待卖家为	设货"状态下申请退	款
"买家已付款,等持卖家务	党资" 状态下申请退	款
"买家已付款,等待卖家》 买家	2章"秋春下申请退 月家	款——卖家不同意退款遗程 交易状态
 "买家已付款,等待卖家务 (其家) 	2货"状态下申请退 	款
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (天家) (上下訂單) 	21资" 秋春下申请退 自安	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家" (只家) 1.下訂单 1 	2资" 款态下申请退 自议	款————————————————————————————————————
" 买家已付款,等待卖家3 ()、下订单 1 2.特款	2货"款签下申请退 自安	款
" 买家已付款,等待卖家3 ()、下订单 1 (?#数 1 (?#数 1 (?#数 1)	2页" 款态下申请退 自安	款————————————————————————————————————
" 买家已付款,等待卖家3 又家 1.下訂單 1 2.特款 1 "您?4小时云可申通道数 3.你在4PP的资本	2页" 款态下申请退 (AV)	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (上下订单) (上下单) <!--</td--><td>2页" 款态下申请退 自安</td><td>款————————————————————————————————————</td>	2页" 款态下申请退 自安	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (天家) (上下订单) (上下订单) (大学校数) (日本) (大学校数) (日本) (大学校本) (日本) <	2页" 款态下申请退 (月下)	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (天家) (上下订单) (上下订单) (大学) (上下订单) (大学) (上下订单) (大学) (上下订单) (上下订本) (上下式本) (上下式本)	2页" 款态下申请退 有容 4不調整起款 聚在就太武兵	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (上下訂單) (上下訂單) (大家) (上下訂單) (大家) (上下訂單) (大家) (上下訂單) (大家) (上下訂單) (上下訂UUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUUU	 (有容) <l< td=""><td>款————————————————————————————————————</td></l<>	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (天家) (上下訂車) (大) (大)	2页" 款态下申请退 有安 4不時離戲数 聚在放大素族	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (天家) (天家) (天家) (大家) (大) (大) (大) (大) (大) (大)<td>2页" 款态下申请退 有安 4.不能能能数 型有效大定责</td><td>款————————————————————————————————————</td>	2页" 款态下申请退 有安 4.不能能能数 型有效大定责	款————————————————————————————————————
 "买家已付款,等待卖家》 (天家) (天家) (天家) (天家) (大田市) (大田) <	2页" 款态下申请退 有安 4.不能整组数 聚有就去卖责	款————————————————————————————————————
"买家已付款,等待卖家》 (天家) (下訂單) (下訂單) (字数74个时音可申通追助 (多.時款數) (一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一一	2页" 款态下申请退 有安 4.不能整组数 聚有就去卖责	款————————————————————————————————————

"卖家已发货,等待买家确认"状态下申请退款——买家没有收到货退款流程



"卖家已发货,等待买家确认"状态下申请退款——买家申请部分退款流程



"卖家已发货,等待买家确认"状态下申请全额退款,需要退货流程

买家	商家	交易状态
1.下订单		等待买家付款
2.付款		买家已付款,等待卖家发货
4.填写退货协议 申请全额退款 ————————————————————————————————————	3.发货	卖家已发货,等待买家确认
需要退货	5.同意退款退货	退款达成,等待买家发货
6.发货		买家已退货,等待卖家确认
	7.确认收货	交易关闭

支付宝退款申请入口

Step1:



Step2:

		** 湖淀明
REXI. DI	2 x + .	HERP: yought induces (REM/AB)
株当をお、 交易対力。 株計50番。	제품(110)-110265 제품(110)-1102655	NUMER OF THE OTHER
SECTOR .	2626 5.005 5.62 506 804 804 9. M28. 18000000.	RABORR. 2124822220821 (2584
284	200803-40009962 **	LET LOUT I MARK
28月数	東州東京商	
88.84	densi3Mit/PiB	
PLENSE.	anaden Beeffer	A DESCRIPTION OF THE OWNER OWNER OF THE OWNER OWNER OF THE OWNER OWNE
RCRHI. R	<u>直支计划</u> 指数	点击"退款"按钮,
	· 加度全部合物和利金生物物品。但不要在点到自然利益。否则在可 为了他们已有完全。这些考虑认识后,可以不可定是并不对地说。另外在 利用已代的了两年,但今日建建,这是有上的时候也是这个方用"说是"。	填写退款协议,进入

Tips: 商家处理退款的入口也是一样的,在"订单管理"中点击交易状态栏,链接到支付 宝交易详情页面,再点击"查看退款详情",进入退款处理页面。

FAQ:

1) 买家拍下的一件商品,但我没有货了,该如何退回买家的钱? 买家反映没有申请 退款的按钮?

答:交易状态为"买家已付款,等待卖家发货",在买家付款确认后的24小时后即可申请退款,若卖家没有发货,在买家申请退款后,卖家5天内未响应,系统自动确认退款。

2) 产品问题退款,如何上传凭证?

答:凭证可以先拍照或扫描,将图片以附件的形式上传。注意请上传 jpg/gif/png 格式的文件,文件限制最大 500K。

3) 遇到买家收货不确认怎么办?

答: 买家一直没点确认有可能是忘记了,您可以发旺旺、或留言、打电话提醒。如果 您觉得时间太长了,您可以登录支付宝账户之后在页面右上角点击"我要提问",提供发货 单及对方的签收单申请打款。支付宝收到后会为您联系买家核实解决的。

4) 商家货物发出后签收人不是本人,买家又说没有收到货的,该怎么办?

答:根据卖家上传的发货凭证查询商品为他人签收,根据支付宝交易纠纷处理规则: 收货人不能亲自签收,委托第三人签收时,第三人应当提供收货人的授权及出示收货人及

84

第三人本人身份证件。请与承运方沟通,并且在规定时间出具此快件为合法进行签收的相 应凭证,小二收到后将核实处理。

5)运输过程中的损失由谁承担, 商家要投诉谁?

答:由于承运方的责任导致货物损坏,请您和您的买家积极联系承运方,向承运方 发起投诉并要要求索赔并提醒买家收货时注意验收货物,避免不必要的麻烦!

6) 我已上传凭证了,怎么还在等待审核当中,要什么时候可以审核好呢?

答:您在退款管理中已经上传了凭证,具体工作人员会在买家申请退款后,或是卖家申明没有收到退款的2个工作日后进行审核,请耐心等待一下。

5.2 售后服务处理流程

◆ 交易成功状态下申请退款流程(7天无理由退货或商品问题退款)

◆ 售后服务申请入口

Step1:

订单管理					
🖬 69-9 : 135262 (A	NE: 2579-9-00203318	(2.5) 交易成功			
detailed	47-11 1:11733 - 111月月日(日午):111月月日) - 12万時色月は:18日	单位:250.66 取量:1 成果也			
回京: 公古帳号 18月公司: xx快递€ 収訂地址: 快速至 別注約月: 2000年0	²⁰ ²⁰	用用码:0点 用付款(由运用):250.66 服用)			
2008-03-04	"要求售后服务", 商家的处理入口也是	RABERS OF AN			
NLO" A	在这里。	単於:15.00 距量:1			

Step2:

MALL			-
表家将为您提供以下服务。		**********	-
提示! 1 在中国市区联系和,进行组成18年8201 2. 加联盟的市区联系中国南京不行大学,来	经委款 。口論保信申請的售后服券在商 宣客服将为信贷供解款。	些伴告后服务 押关, 售后服务申请流程。	业へ
7天无理由误除经	商品问题	1	
在您农资源高加7日內,加東川商高干满意。不喜欢 和商品存在贵爱问题,高还未供用证商品,未能对原 包服,并在不是明确意志之快情的情况下,可以提出 了天无理他出现实的希望是举中退。	在您求实现高品的14日内。加速 符、商品存在贵量等问题。户 以中请该管点服务。	度3.554月上版此不 重新明正常使用,包可	
READ YAR REFE	委委官家详细的 <u>最美多家</u> 查委家副中心 <u>最大许</u> 重		
74084	*HINE		

Tips:

 7天无理由和商品问题的退款可以在交易状态显示为"交易成功"之前,通过支付宝 退款完成,也可以在"交易成功"后,按如上的流程操作。交易成功的判别标志是买家在 页面上完成确认收货并放款的操作。

 由淘宝客服处理的返还买家退款的操作,扣除的是商家保证金里中的钱款。(交易管 理中具体的操作处理不走请见操作光盘)

FAQ:

1) 买家使用现金加积分的方式购买一个订单,如何计算退款金额?

答:如果买家是使用现金加积分的方式购买一个订单,当整笔订单发生退款时,按买 家付款时的现金金额和使用的积分退还给买家;当订单中部分商品发生退款时,优先退还 卖家付款的现金金额,超过买家付款的现金金额部分将以积分退还给买家。

2) 发生了退换货,退换货的邮费谁出?

答:非商品质量问题引起的退换货行为,退换货邮费均由买家自行承担;由于商家责 任引起的退换货行为,退换货邮费均由商家承担。

3) 退款处理过程中,我该如何提交新的凭证?

答:请您在"退款管理"的凭证上传入口提供您的凭证;若您无法找到上传入口,请您联系淘宝商城客服,提供您完整的凭证。

4) "七天无理由退换货条例"商家如何避免恶意的退换货?

答: 各个类目产品都有不同的七天无理由退换条件,如果买家所买的商品不能达到: 七天无理由退换货"的要求,商家可以不履行此条例。注: 如果没有涵盖到类目和规则要 求,以国家相关法律法规为准。珠宝首饰及个人需求进行定制商品均不参加《淘宝商城七 天无理由退换货规则》。

5.3 建立完整的售后服务体系

对于所有的商业店铺来说,客户服务是一个十分重要的环节。客户服务并不仅仅是上 传漂亮的照片以及留下联系方式,服务电话就可以解决。

网店是虚拟店铺,所以在客户服务方面应该完善。尤其是在售后服务这一方面,卖家 应该做得更完善,才能让买家觉得放心。

以下是网店售后服务必须建立的细节,有了这些服务,你的网店会给顾客更贴心的感觉。

一、整理常见问题 ABC

客户服务的目标就是用最短的时间为客户做完必须要做的使其能够,解决遇到的问题。 实际上,很多客户遇到的问题都十分简单,这些问题,如果一一让客户服务人员回答的话, 卖家自己忙碌不说,顾客也会等待较长的时间。所以,整理出常见问题 ABC 这样的条目, 放到比较显眼的位置,顾客可以自己解决很多问题,节省双方的时间,顾客也会觉得满意。 二、提供产品的完整信息

不少卖家因为自己对某种产品过于熟悉,在制作产品简介的时候,往往会忽略许多他们 自己认为没有意义的东西。而顾客对于这些东西却一点都不了解。所以网店对于产品的信 息,要尽可能的详细,完整。这也包括售后问题的处理办法等等,同时要便于顾客理解和 操作。

三、留下反馈电话及 E-mail

一定要留个专门处理售后问题的电话或者是 E-mail,这样你就可以专门处理遇到的问题,而顾客也会觉得你们的考虑十分细致。

四、问题解决以后一定要通知

解决任何问题以后,一定要通知:如果觉得有不方便的地方,可以发信给遇到问题的 客户,标识道歉。 五、快速回复

顾客最担心的事情是店家的欺诈,针对这种心理,网店的售后服务一定要迅速,因为 网店与实体店不同,后者在面对面的交易中,可以哈很多问题讲述明白。即使遇到了问题, 顾客也可以到店面来询问。网店则不同,顾客遇到问题之后,只能通过电话,邮件来查询, 如果数天之内都没有答复,顾客很可能会觉得遇到了黑心的店家。

对于顾客的问题,一定要迅速答复。尤其是,很多人对于迅速的理解完全不同。有些 店家认为,7天之内答复就算是快速了,但是在顾客心里,半天没有反应,就会心里打鼓, 怀疑到店家的诚信。

对于这个问题,卖家一定要明确说明自己处理的时间,如果你每天都有大量时间用于 网络,也最好固定几个时间段来查询和回复这样的问题:而且你应该明确告诉所有的顾客, 你会在某段时间来处理问题,如果遇到问题,你会在多长时间之内给出答复。

如果顾客的问题你自己处理不了,也应该先告诉顾客你注意到他的问题了,正在协 商处理之中,会在多长时间之内给对方答复。一般而言,顾客并不是要你把所有的问题都 解决,而是希望自己的问题得到重视,这不仅是服务问题,也关系到顾客的自尊心。

另外,买家不要因为顾客问题多而感到厌烦,实际上,顾客能够不断询问,正说明他 对商品感兴趣,即使真的是购买的货物有问题,只要他能够在你这里得到完善的售后服务, 以后有了需要,他还会习惯性地到你这里来。

六、明确服务条款

网店经营最大的特点就是迅速,只要顾客对商品感兴趣,都只是看看款式,大小就可 以确定是否要购买,不会耗费太多的时间,一些交易中的纠纷,往往来自于对服务条款的 不同理解。最经常的问题就是关于退货。

网上开店由于顾客不能亲眼见到商品实体,因此出现不满意而提出退货或者是换货的 可能性本来就很大,这种时候,作为卖家就更应该明确退货的规则,切记,一定要明确, 不能模棱两可的地方。

对于顾客在不同时间段的退货行为,按照时间段进行区别对待的管理措施,一般分为 安全期和非安全期。如顾客购买后7日之内可无条件退换,之后退货则按事先约定的规则 进行适当折旧,这样的规则比较常用,效果也不错。

无论你在何种时期,何种情况下进行政策制定,一定要讲究方法,讲究策略,符合自

88

己的实际情况!既要达成调整目标,又不要影响网店的持续经营。

5.4 面对顾客投诉的处理技巧

当你的网店规模比较大了之后,交易肯定会增加,顾客的投诉必然也会增加,所以有 必要做一个连贯的处理投诉流程,不但便于员工处理投诉事件,也便于你的管理。

(1) 倾听顾客的发泄

顾客投诉的时候,肯定会有很多怨气,这时候千万不要争辩,即使你是对的,顾客被 你反驳得无话可说,他心里的怨气却没有发泄出来。你最好的选择就是倾听。客户发泄之 后,他就没有愤怒了,你只要闭口不言,自己聆听。当然,不要让客户觉得你在敷衍他。 要保持情感上交流。认真听取顾客的话,把顾客遇到的问题判断清楚。

(2) 迅速回复,并表达歉意

即使你没有做错,或者所有的是事件只是一个误会,你也不妨礼貌地道歉,要知道道 款并不意味着你做错了什么。顾客的对错并不重要,重要的是你向顾客表达了你的心态: 注意他们的需求,并且会为他们解决问题,尤其在网店经营中,很多时候你并不需要面对 顾客,甚至连电话都不用接,只是在网络上表达一下,但是效果却是显著的。

(3) 收集事故信息

为了妥善解决问题,并且发现问题出在哪里,你需要细致地收集问题,相信这时候顾 客也会十分配合你。当然你应该把你所做事情的原因告诉顾客。顾客有时候会省略一些重 要的信息,因为他们以为这并不重要,或者恰恰忘了告诉你,当然,也有的顾客自己知道 自己也有错而刻意隐瞒的,你的任务是:了解当时的实际情况。

(4) 正确对待网上开店获得的评分

网店经营中,难免碰到一些急躁的顾客,在你还没有作出反映之前,甚至在你还没有 看到他的投诉之前,他就给了你一个2分,3分。作为卖家,莫名其妙得到这样的评价, 会觉得很冤枉。要知道在网上,如果得到过多的低分无疑会影响你以后的网上经营,使许 多买家对你望而却步。

实际上这样的事情也看你如何对待。每个人都有自己的性格,有挑剔的买家,也有豪 爽的买家,如果碰到挑剔的买家,不要说自己倒霉,因为你可以从与他(她)打交道中学 到很多东西.首先这个2分或3分,在逻辑上并非一定是恶意的。因为主要原因还是在交易 时间上。每个买家对交易的速度要求不一样,可能这位客户就是一个在这方面非常挑剔的 人。

但是他是买家,就是上帝。付了钱,他就有权利对这个服务做出自己的价值判断(只要不是极其无理和不客观的),所以不必拘泥在这个评价上。

(5) 提出完美的解决办法

顾客的所有投诉,抱怨,归根到底是要求解决问题,或者得到某种补偿。另外,即使问题解决了后,为了拉拢人气,你也应该送一些对双方都有好处的东西。比如现在很多饭店送的优惠券,这种方法,看起来顾客是占了便宜,但是顾客想要优惠,还必须再来你的店里消费,实际上是一个双赢的事情。

除此之外,也可以送一个电子贺卡,或者打折卡,这样你自己不用花费任何金钱, 却能够多交一个朋友,同时也让售后服务更加完善。

(6) 跟踪服务

处理完投诉并不是万事大吉了,在网络商务时代,追踪服务根本不用花费什么金钱, 给顾客发送旺旺信息,表达问候,同时,还可以发送网店新货物的广告。

第七章 提高认知度,推广活动

1. 试运营时然后做促销方案调整

试运营时如何做促销方案调整?此时,促销已经试行了一段时间,同时促销效果已经显现了,我们可以通过店铺计数器了解一下促销的效果,确保在这些数据上促销效果得到了体现。一,旺旺询盘量是否增加?二,促销品 PV 是否增长。在关注这两方面之前,我们先来了解以下几个专业术语:

A) 店铺计数器

店铺计数器是放置于店铺公告处,用来查看店铺被访问的情况的一个工具软件。

B) 旺旺询盘

旺旺询盘是指买家通过"旺旺"这个聊天工具,对店铺商品进行询价。

C) PV

PV (pageview),即页面浏览量,或点击量。通俗一点讲,就是一个访问者在 24 小时 (0 点到 24 点)内到底看了你网店几个页面。这里需要强调:同一个人浏览你网站同一 个页面,不重复计算 PV 量,点 100 次也算 1 次。说白了, PV 就是一个访问者打开了你的 几个页面。

2.《店铺诊断卡》的使用(附店铺诊断卡)

《店铺诊断卡》是淘宝商城为了方便店铺自我检测而制作的一个表格。里面包含了10 部分内容,分别是店铺形象,产品标题,产品图片,产品描述,货品,客服,店内促销, 数据,顾客档案,辅导。从这几个方面检查店铺运营状况,了解店铺目前存在的问题,并 对症下药进行改善。(建议开店之后3个月后进行诊断)

日期:	日期:		进店时间:	离店时	间:
运营く	い二:		店铺掌柜:	当班客	:服:
项目	序号	检验点	考核内容	评分	跟进内容 (原因分析)
产品	1	品质种类	 1. 具备一定知名度的品牌 2. 做工精细、品质较好 3. 有售后保证(退换货、维修) 4. 种类丰富,每月上新,具备挑选 空间 		
	2	价格	 1. 比市场价有优势 2. 比集市有优势 3. 比同类产品有优势 		
	3	详细描述	 图片清晰、角度充分 描述准确,材质,规格、尺寸、 颜色、货号等充分说明且清晰易懂 细节图能充分展示产品特点,页 面打开迅速 		
购物 环境	4		 1. 店铺招牌干净整洁、体现品牌 2. 促销区卖点明确,内容吸引人 3. 商品分类清晰,便于寻找,无"有 分类、无商品" 		
		店铺形象	首页商品展示区井然有序、区分明 显 自定义页面充分利用、交流区及时 回复		
客 户 服 务	5	客服人员 素质	 1.回应及时,1分钟内 2.解答耐心,礼貌亲切 3.服务专业可信,专业知识丰富 4.沟通灵活融通,面对还价和售后要求避免生硬 5.销售意识强,主动介绍明星产品,促销活动 6.设身处地,推荐适合的产品给客户 		
	6	购物流程	 1.购物操作流程、退换货流程标准 清晰。 2.购物、售后专人负责到底,或进 行妥善交接 		
	7	发货流程	 1. 发货及时,不超过 24 小时 2. 配货齐全,附上发货清单 3. 包装牢固,使用专业纸箱,包装 		

		警示贴	
		4. 附送感谢函、售后提示卡、名片	
		5 赠送超值小礼品	
		6. 制作发货通知, 邮件, 旺旺或短	
		信提醒	
		1. 猪都联系物流,监控配送状态,	
		保证按期送货	
8	送货流程	2. 运输损坏主动提供换货服务	
		延迟到货进行赔款或再次购物让	
		利	
		1. 遇到售后问题主动沟通,态度友	
9	售后流程	好	
		2. 解决问题, 化解售后问题客户的	
		不满为称赞	
		3. 产品到货询问客户收货状况到	
		货一周询问产品质量	
		1. 授予各种形式的VIP客户荣誉及	
10	VIP 客户体	享受服务的权利	
	验	2. 为推荐新买家的客户提供酬谢	
		3. 节日祝福, 生日特惠	

备注:

考核方式,根据买家评论,样品审核及自己购买进行评分

分值:每项评分为5分制,5分表示喜悦,4分表示舒服,3分表示一般,2分表示差,1 分表示糟糕。