

入门与进阶

淘宝店主
淘宝讲师

必备宝典
力荐教程

本套丛书总销量
超过
500000册
超值畅销版

淘宝开店 做金冠

• 云视频教学 • 全彩印刷 • 超值内容 • 海量赠品

孔祥亮 编著

图书&光盘

双栏紧排, 全彩印刷; 大容量多媒体教学光盘收录书中实例视频和源文件, 播放时间长达10个小时以上; 免费赠送10小时《新手学电脑》+10小时《淘宝开店必备锦囊妙计》+10小时《Photoshop 数码照片处理》+10小时《中文版 Dreamweaver 网页制作》教学演示视频。

贴心服务

精心创建的技术交流QQ群(101617400、2463548)为读者提供24小时便捷的在线交流服务和免费教学资源; 便捷的教材专用通道(QQ:22800898)为老师量身定制实用的教学课件。

云视频教学

光盘附赠的云视频教学平台, 能够让读者轻松访问上百GB容量的免费教学视频学习资源库。该平台拥有目前最主流的计算机软硬件应用知识, 海量的多媒体教学视频, 让您轻松学习, 无师自通!



清华大学出版社

淘宝开店做金冠

孔祥亮 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是《入门与进阶》系列丛书之一。全书以通俗易懂的语言、翔实生动的实例，全面介绍在淘宝开店如何快速成为金冠卖家的相关知识。本书共分12章，涵盖的内容有：淘宝开店须知事项，轻松申请网店资格，寻找好货源的秘诀，轻松发布店铺宝贝，美化描述宝贝细节，精装修淘宝店铺，推广和营销淘宝店铺，沟通买家促成交易，完善客户售前售后服务，运营网店的其它工具，做好商品的包装和物流，塑造店铺品牌形象。

本书内容丰富，图文并茂。全书双栏紧排，全彩印刷，附赠的光盘中包含书中实例素材文件、18小时与图书内容同步的视频教学录像和3~5套与本书内容相关的多媒体教学视频，方便读者扩展学习。此外，光盘中附赠的“云视频教学平台”能够让读者轻松访问上百GB容量的免费教学视频学习资源库。

本书具有很强的实用性和可操作性，是面向广大电脑初中级用户、家庭电脑用户以及不同年龄阶段电脑爱好者的首选参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

淘宝开店做金冠 / 孔祥亮 编著. —北京：清华大学出版社，2019

(入门与进阶)

ISBN 978-7-302-50895-3

I. ①淘… II. ①孔… III. ①网店—网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第190025号

责任编辑：胡辰浩 袁建华

封面设计：孔祥峰

版式设计：妙思品位

责任校对：牛艳敏

责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者：北京博海升彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：150mm×215mm 插 页：4 印 张：16.75 字 数：428千字
(附光盘1张)

版 次：2019年1月第1版 印 次：2019年1月第1次印刷

定 价：68.00元

前言

熟练操作电脑已经成为当今社会不同年龄层次的人群必须掌握的一门技能。为使读者在短时间内轻松掌握电脑各方面应用的基本知识，并快速解决生活和工作中遇到的各种问题，清华大学出版社组织了一批教学精英和业内专家特别为电脑学习用户量身定制了这套《入门与进阶》系列丛书。

丛书、光盘和网络服务

双栏紧排，全彩印刷，图书内容容量多实用 本书采用双栏紧排的格式，使图文排版紧凑实用。从而在有限的篇幅内为读者奉献更多的电脑知识和实战案例，让读者的学习效率达到事半功倍的效果。

结构合理，内容精炼，案例技巧轻松掌握 本书紧密结合自学的特点，由浅入深地安排章节内容，让读者能够一学就会、即学即用。书中的范例通过添加大量的“知识点滴”和“进阶技巧”的注释方式突出重要知识点，使读者轻松领悟每一个范例的精髓所在。

书盘结合，互动教学，操作起来十分方便 丛书附赠一张精心开发的多媒体教学光盘，其中包含18小时左右与图书内容同步的视频教学录像。光盘采用真实详细的操作演示方式，紧密结合书中的内容对各个知识点进行深入讲解。光盘界面注重人性化设计，读者只需要单击相应的按钮，即可方便地进入相关程序或执行相关操作。

免费赠品，素材丰富，量大超值实用性强 附赠光盘采用大容量DVD格式，收录书中实例视频、源文件以及3~5套与本书内容相关的多媒体教学视频。此外，光盘中附赠的云视频教学平台能够让读者轻松访问上百GB容量的免费教学视频学习资源库，在让读者学到更多电脑知识的同时真正做到物超所值。

在线服务，贴心周到，方便老师定制教案 本书精心创建的技术交流QQ群(101617400、2463548)为读者提供24小时便捷的在线交流服务和免费教学资源；便捷的教材专用通道(QQ: 22800898)为老师量身定制实用的教学课件。

本书内容介绍

《淘宝开店做金冠》是这套丛书的一本，该书从读者的学习兴趣和实际需求出发，合理安排知识结构，图文并茂，由浅入深、循序渐进地讲解在淘宝开店如何快速成为金冠卖家的相关知识。全书共分为12章，主要内容如下。

第1章：介绍在淘宝开店须知事项。

第2章：介绍申请网店资格的方法和技巧。

第3章：介绍寻找好货源的方法和技巧。

第4章：介绍发布店铺宝贝的方法和技巧。

第5章：介绍美化描述宝贝细节的方法和技巧。

第6章：介绍精装修淘宝店铺的方法和技巧。



- 第7章：介绍推广和营销淘宝店铺的方法。
- 第8章：介绍沟通买家促成交易的方法和技巧。
- 第9章：介绍完善客户售前售后服务的方法和技巧。
- 第10章：介绍运营网店的其他工具的使用方法。
- 第11章：介绍做好商品的包装和物流的方法和技巧。
- 第12章：介绍塑造店铺品牌形象的方法。

读者定位和售后服务

本书具有很强的实用性和可操作性，是面向广大电脑初中级用户、家庭电脑用户以及不同年龄阶段电脑爱好者的首选参考书。

如果您在阅读图书或使用电脑的过程中有疑惑或需要帮助，可以登录本丛书的信息支持网站(<http://www.tupwk.com.cn/improve3>)或通过E-mail(wkservice@vip.163.com)联系，本丛书的作者或技术人员会提供相应的技术支持。

除封面署名的作者外，参与本书编写的人员还有陈笑、杜思明、高娟妮、熊晓磊、曹汉鸣、何美英、陈宏波、潘洪荣、王燕、谢李君、李珍珍、王华健、柳松洋、陈彬、刘芸、高维杰、张素英、洪妍、方峻、邱培强、顾永湘、王璐、管兆昶、颜灵佳、曹晓松等。由于作者水平所限，本书难免有不足之处，欢迎广大读者批评指正。我们的邮箱是，电话是010-62796045。

最后感谢您对本丛书的支持和信任，我们将再接再厉，继续为读者奉献更多更好的优秀图书，并祝愿您早日成为电脑应用高手！

《入门与进阶》丛书编委会
2018年6月

第1章 淘宝开店须知事项



1.1 开店前的准备	2	1.3.1 经营项目类型的定位	9
1.1.1 了解淘宝网和网店	2	1.3.2 店铺经营特色的定位	9
1.1.2 开网店的优势	2	1.3.3 面对客户的定位	10
1.1.3 网店的经营模式	3	1.3.4 参考借鉴优秀网店	12
1.1.4 哪些人适合开网店	3	1.4 熟悉淘宝的各类规则	13
1.2 软硬件的准备	4	1.4.1 商品发布管理规则	13
1.2.1 做好心理准备	4	1.4.2 信用评价规则	14
1.2.2 准备必要硬件	5	1.4.3 淘宝投诉规则	14
1.2.3 准备必要软件	7	1.5 进阶实战	14
1.3 深入调研做好定位	9	1.6 疑点解答	16

第2章 轻松申请网店资格



2.1 注册电子邮箱和淘宝会员	18	2.3.4 申请支付宝数字证书	26
2.1.1 注册电子邮箱	18	2.4 申请网银并为支付宝充值	27
2.1.2 注册淘宝会员	19	2.4.1 申请网上银行	27
2.2 管理淘宝账户信息	20	2.4.2 为支付宝充值	28
2.2.1 编辑个人信息	20	2.5 拥有自己的网店	29
2.2.2 设置密码保护	22	2.5.1 给店铺起名	29
2.3 开通支付宝	22	2.5.2 申请自己的店铺	30
2.3.1 支付宝账户的作用	22	2.5.3 免费升级智能版旺铺	32
2.3.2 注册并激活支付宝账户	23	2.6 进阶实战	33
2.3.3 进行支付宝实名认证	24	2.7 疑点解答	34

第3章 寻找好货源的秘诀



3.1 选择合适的商品	36	3.1.3 进货的禁忌	38
3.1.1 进货的定位	36	3.1.4 初次进货数量	39
3.1.2 进货的要点	37	3.2 寻找进货渠道	40

3.2.1 从批发市场进货	40	3.3.3 在行业批发网站找货源	49
3.2.2 寻找厂家进货	43	3.3.4 在阿里巴巴寻找货源	49
3.2.3 寻找代理商进货	44	3.4 加入淘宝供销平台	51
3.2.4 寻找外贸尾单货源	44	3.4.1 淘宝代销的优缺点	51
3.2.5 寻找有民族特色的货源	46	3.4.2 选择合适的供应商	52
3.2.6 寻找有地域特色的货源	47	3.5 网上进货须知	53
3.2.7 自创虚拟货源	47	3.5.1 网上进货防骗常识	53
3.3 通过网络寻找货源	47	3.5.2 网上进货交易技巧	54
3.3.1 网上进货的优势	48	3.6 进阶实战	54
3.3.2 使用百度搜索货源	48	3.7 疑点解答	56

第4章 轻松发布店铺宝贝



4.1 设置宝贝分类	58	4.4.1 发布宝贝的方式	66
4.1.1 添加父分类	58	4.4.2 发布一口价宝贝	66
4.1.2 添加子分类	58	4.4.3 发布闲置宝贝	67
4.1.3 管理宝贝分类	59	4.5 发布宝贝的技巧	68
4.2 设置运费模板	59	4.5.1 合理安排上架时间	68
4.2.1 按件数设置运费模板	59	4.5.2 宝贝定价的方法	69
4.2.2 按重量设置运费模板	61	4.5.3 宝贝定价的技巧	70
4.2.3 管理运费模板	61	4.6 使用千牛卖家版	72
4.3 管理图片空间	62	4.6.1 安装和登录千牛电脑版	72
4.3.1 上传宝贝图片	62	4.6.2 使用橱窗推荐功能	73
4.3.2 编辑宝贝图片	63	4.6.3 编辑发布后的宝贝	73
4.3.3 分类文件夹	64	4.7 进阶实战	75
4.4 发布宝贝	66	4.8 疑点解答	76

第5章 美化描述宝贝细节



5.1 宝贝描述的原则	78	5.2.2 宝贝标题的使用禁忌	79
5.1.1 流畅的文字描述	78	5.2.3 宝贝标题的吸引力	80
5.1.2 正确清晰的整体结构	78	5.2.4 选择关键字的技巧	80
5.2 优化宝贝标题	79	5.3 优化宝贝描述	82
5.2.1 宝贝标题的组合方式	79	5.3.1 宝贝描述的注意事项	82

5.3.2 写好售后服务内容.....	83	5.5.4 箱包类宝贝的拍摄技巧	90
5.3.3 展示权威证书.....	83	5.5.5 饰品类宝贝的拍摄技巧	90
5.3.4 上传买家真实评价.....	83	5.5.6 数码类宝贝的拍摄技巧	91
5.3.5 展示店铺成交量	83	5.5.7 使用合适的相机	92
5.4 优化宝贝图片	84	5.5.8 使用合适的背景	93
5.4.1 空间顺序的多图展示	84	5.5.9 使用合适的光线	94
5.4.2 产品使用的多图展示	85	5.6 自制小教程	95
5.4.3 产品细节的多图展示	85	5.6.1 食品类小教程.....	95
5.4.4 让宝贝图片生动鲜活	86	5.6.2 服饰类小教程.....	95
5.5 各类宝贝的拍摄技巧	87	5.6.3 化妆品类小教程	96
5.5.1 服装类宝贝的拍摄技巧	87	5.6.4 特殊商品类小教程.....	96
5.5.2 鞋类宝贝的拍摄技巧	88	5.7 进阶实战.....	97
5.5.3 食品类宝贝的拍摄技巧	89	5.8 疑点解答.....	98

第6章 精装修淘宝店铺



6.1 店铺装修常识	100	6.4.3 添加搜索功能.....	112
6.1.1 店铺装修前的准备.....	100	6.4.4 添加默认分类.....	113
6.1.2 确定店铺装修风格.....	100	6.4.5 添加客服中心.....	113
6.1.3 店铺装修的注意事项	101	6.4.6 删除不需要的模块.....	114
6.1.4 不同类型店铺装修参考	101	6.5 宝贝详情页添加模块	114
6.2 设置店铺店招	105	6.5.1 添加宝贝推荐模块.....	114
6.2.1 使用图片店招.....	105	6.5.2 添加自定义内容区.....	115
6.2.2 自定义店招	106	6.6 使用店铺装修模板	116
6.3 设置自定义内容模块	107	6.6.1 进入装修市场.....	117
6.3.1 添加自定义模块	107	6.6.2 试用和购买模板	117
6.3.2 添加模块内容.....	108	6.6.3 备份和还原模板	118
6.3.3 为图片添加收藏链接.....	109	6.7 进阶实战.....	119
6.4 布局模块管理	110	6.7.1 添加宝贝详情页模板.....	119
6.4.1 设置推荐宝贝.....	110	6.7.2 应用宝贝详情页模板	120
6.4.2 使用图片轮播.....	111	6.8 疑点解答.....	122

第7章 推广和营销淘宝店铺



7.1 店铺推广策略	124	7.1.1 寻找潜在顾客.....	124
-------------------------	------------	-------------------	-----

7.1.2 准确定位店铺	125	7.6.1 选择合适的友情链接	137
7.2 人气宝贝带来流量	127	7.6.2 添加友情链接	137
7.2.1 人气宝贝的选择	127	7.6.3 管理友情链接	138
7.2.2 人气宝贝的推广	128	7.7 在淘宝社区宣传	139
7.2.3 人气宝贝的维护	129	7.7.1 淘宝社区的优势	139
7.3 制定风格化差异	129	7.7.2 进入淘宝论坛	139
7.3.1 商品命名的风格	129	7.7.3 常见主题帖类型	140
7.3.2 店铺命名的风格	130	7.7.4 在淘宝社区发帖	141
7.3.3 写好店铺广告	131	7.7.5 社区成名技巧	142
7.3.4 店铺介绍的描述	131	7.8 使用促销小工具	143
7.4 利用淘宝直通车	132	7.8.1 使用【欢乐逛】	143
7.4.1 认识淘宝直通车	132	7.8.2 使用【搭配宝】	144
7.4.2 开通淘宝直通车	133	7.8.3 使用【钻石展位】	145
7.4.3 制定直通车战略	134	7.8.4 积极参加网内活动	147
7.5 使用淘宝客	135	7.8.5 小成本广告投放	148
7.5.1 认识淘宝客	135	7.9 进阶实战	148
7.5.2 加入淘宝客	135	7.10 疑点解答	150
7.6 利用特色的友情链接	137		

第8章 沟通买家促成交易



8.1 如何促使交易成功	152	8.3.5 回复买家的站内信	161
8.1.1 塑造专业店铺形象	152	8.4 不同买家的对应策略	162
8.1.2 建立客户信赖感	152	8.4.1 接待新手买家	162
8.1.3 了解客户的潜在需求	154	8.4.2 留住老买家	164
8.1.4 塑造商品价值	155	8.4.3 自动回复留住即时买家	164
8.1.5 解除顾客的疑虑	156	8.4.4 应对各类特殊买家	165
8.1.6 推动商品成功交易	157	8.4.5 建立买家档案	166
8.2 交流中的“三不”与“两保持”	157	8.5 注重网店的服务体验	167
8.2.1 “三不”原则	158	8.5.1 回应及时迅速	167
8.2.2 保持话题的延续性	158	8.5.2 交流礼貌亲切	168
8.2.3 保持销售的关联性	159	8.5.3 服务专业可信	168
8.3 网店客服的必备能力	159	8.5.4 销售积极主动	168
8.3.1 熟悉买家的询价方式	159	8.5.5 沟通灵活贴心	168
8.3.2 交流的注意事项	160	8.6 进阶实战	169
8.3.3 买家还价的应对方法	160	8.7 疑点解答	170
8.3.4 回复阿里旺旺消息	161		

第9章 完善客户售前售后服务



9.1 售前服务的策略	172
9.1.1 导购服务体现网店素质	172
9.1.2 沟通中提升网店亲和力	173
9.1.3 与买家沟通的技巧	174
9.1.4 通过电话交流	177
9.1.5 导购技巧和注意事项	178
9.1.6 协助顾客进行交易	178
9.1.7 导购中对顾客真诚赞美	179
9.2 宝贝出售细则	180
9.2.1 修改宝贝价格	180
9.2.2 遵守商品物流准则	181
9.2.3 仔细检查商品	181
9.2.4 上门送货的注意事项	182
9.3 及时网上发货和评价买家	182
9.3.1 及时网上发货	182
9.3.2 及时给买家评价	183
9.3.3 查看买家给自己的评价	184
9.4 收到中、差评的解决方法	184

9.4.1 造成中、差评的原因	184
9.4.2 妥善处理中、差评	185
9.4.3 保持100%好评的感悟	185
9.4.4 如何修改中、差评	186
9.5 做好售后服务	187
9.5.1 注重售后服务的细节	187
9.5.2 解决退换货问题	188
9.5.3 解决顾客投诉	188
9.5.4 注重买家口碑	189
9.5.5 维护客户关系	189
9.6 加入消费者保障服务	189
9.6.1 加入消保的理由	190
9.6.2 申请加入消保	190
9.6.3 保证金缴纳标准	190
9.6.4 退出消保服务	192
9.7 进阶实战	192
9.8 疑点解答	194

第10章 运营网店的其他工具



10.1 使用淘宝助理	196
10.1.1 下载并安装淘宝助理	196
10.1.2 上传宝贝	197
10.1.3 导出为CSV文件	199
10.1.4 导入数据包并上传	199
10.1.5 将宝贝保存为模板	200
10.1.6 批量修改宝贝信息	201
10.2 使用生意参谋	201
10.2.1 生意参谋简介	201
10.2.2 生意参谋的应用	202
10.3 使用ACDSee批量处理图片	203
10.3.1 浏览宝贝图片	203

10.3.2 批量重命名图片	204
10.3.3 批量转换文件格式	205
10.4 使用Photoshop处理图片	206
10.4.1 处理图片的基本操作	206
10.4.2 裁剪与裁切图像	209
10.4.3 移动图像	210
10.4.4 变换图像	211
10.4.5 调整曝光不足的照片	212
10.4.6 使用滤镜去除斑点	214
10.4.7 调整图片色阶	215
10.5 进阶练习	217
10.6 疑点解答	218

第11章 做好商品的包装和物流



11.1 商品的包装	220	11.3.3 使用网站推荐的物流	235
11.1.1 选择商品包装材料	220	11.3.4 使用快运或铁路托运	235
11.1.2 商品包装保护技术	223	11.4 快递服务查询	236
11.1.3 特殊商品包装技巧	225	11.4.1 快递网点查询	236
11.2 淘宝的主要发货方式	226	11.4.2 快递跟踪查询	236
11.2.1 平邮发货	226	11.4.3 淘宝在线下单	237
11.2.2 快递发货	227	11.5 物流中的常见问题	238
11.2.3 EMS发货	229	11.5.1 使用物流注意事项	238
11.2.4 选择优秀的快递公司	231	11.5.2 解决常见的物流问题	239
11.3 控制物流成本	233	11.6 进阶实战	240
11.3.1 节省包装费用的技巧	233	11.7 疑点解答	242
11.3.2 节省快递公司费用	234		

第12章 塑造店铺品牌形象



12.1 网店品牌的概念与意识	244	12.4.2 商标的注册程序	253
12.1.1 品牌的概念	244	12.4.3 构建品牌文化	254
12.1.2 品牌的意识	244	12.5 品牌的营销与推广	254
12.1.3 品牌的塑造	246	12.5.1 人脉的力量	254
12.2 网店品牌的分类	246	12.5.2 适当利用名人	255
12.2.1 商品品牌	246	12.5.3 时刻不忘宣传	255
12.2.2 店铺品牌	247	12.5.4 多参加论坛社区活动	255
12.2.3 个人品牌	247	12.6 网店的创新与发展	256
12.3 品牌的定位与命名	248	12.6.1 坚持正版路线	256
12.3.1 明确品牌的定位	248	12.6.2 坚持创新路线	257
12.3.2 品牌命名的原则	248	12.6.3 强调服务品牌	257
12.3.3 品牌命名的要素	249	12.6.4 自动销售与智能客服	257
12.3.4 品牌命名的程序	249	12.6.5 扩大影响力	257
12.3.5 品牌命名的策略	250	12.6.6 走出网店平台	258
12.3.6 品牌命名的技巧	251	12.6.7 品牌的不断发展	258
12.4 设计品牌形象	253	12.7 进阶实战	259
12.4.1 设计商标	253	12.8 疑点解答	260

第1章

淘宝开店须知事项



淘宝网是目前国内最大的网络商圈，要想通过淘宝网创业，拥有一间淘宝店铺是必不可少的。在淘宝网开店并不难，本章将介绍筹划准备网店的一些基本常识。



例1-1 在淘宝网中打开各类应用界面

1.1 开店前的准备

在淘宝网开店前, 先来认识一下什么是淘宝网, 为什么要在淘宝网开店, 网店的经营模式有哪些, 以及淘宝的各项规则。了解了这些基本知识才不至于在开店时一头雾水, 手忙脚乱。

1.1.1 了解淘宝网和网店

淘宝网成立于2003年5月10日, 由阿里巴巴集团投资创办。

淘宝网是中国最受欢迎的网购零售平台, 拥有近5亿的注册用户, 每天有超过6000万的固定访客, 同时每天的在线商品数已经超过了8亿件, 平均每分钟售出4.8万件商品。

淘宝网目前业务跨越C2C(Consumer to Consumer, 即消费者对消费者)和B2C(Business-to-Consumer, 即商家对消费者)两大部分。商品数目众多, 分类齐全, 大到汽车、家电, 小到服装、饰品一应俱全。根据国内著名互联网分析机构艾瑞咨询调查显示, 淘宝网占据国内电子商务80%以上的市场份额。



淘宝网提倡让用户真正从网上交易中获得利益, 培养更多、更忠实的网上交易者的理念, 并倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化, 坚持“宝可不淘, 信不能弃”。2008年, 淘宝网和中国最大的网络广告交易平台阿里巴巴合并, 使得淘宝网成为广大网民网上创业和以商会友的首选。

在淘宝网上开店是互联网时代背景下诞生的一种新兴商业模式, 利用网络丰富

的信息资源和广泛、迅速的传播性, 可以为商品寻找更多买家。

1.1.2 开网店的优势

淘宝网与常见的实体店铺相比具有以下几个优势。

1 投资风险较小

建立网络店铺的成本相比于实体店铺要少很多, 许多网上交易平台都为卖家提供租金较低的网络店铺, 有些甚至免费提供网络店铺; 建立网络店铺的卖家可以根据买家的订单去进货, 不会因为积压货物而占用大量的资金; 网络店铺的经营主要是通过网络进行的, 基本不需要房租、人工工资、管理费等方面的支出。

2 经营方式灵活

网络店铺的经营活动是借助互联网进行的, 经营者可以根据个人情况全职经营或兼职经营。网络店铺的营业时间也比较灵活, 只要可以及时对消费者的咨询给予回复就不会影响经营。开设网络店铺不需要像实体店铺那样必须经过严格的注册登记手续。网络店铺在销售商品之前甚至可以不需存货或者只需要少量存货, 因此可以随时转换经营项目, 进退自如。

3 限制因素少

实体店铺的经营经常会受到营业时间、营业地点、营业面积等因素的影响, 而网络店铺不受这些因素的限制。只要服务器不出问题, 网上店铺可以24小时、365天不停地运作, 没有专人值守, 都可照常营

业。买家可以在任何时间登录网络店铺进行购物。

由于网络店铺基本不受经营地点的限制,消费者群体也来自网络,因此,网络店铺的卖家甚至足不出户即可经营网店。网店的商品库存量也不会被店面面积限制,只要商家愿意,网络店铺中可以摆放成百上千种商品。

4 消费市场巨大

网络店铺在互联网上开设,上网的人群都可能成为网络店铺中商品的浏览者与购买者。消费者的范围可以是全国的网民甚至全球的网民。只要网络店铺的商品有特色,宣传得当、价格合理、经营得法,每天将会有相当数量的访问流量,从而极大地增加销售机会,取得良好的销售收入。

5 宣传推广费用低

对于开设实体店铺的商家来说,一般需要在广告方面付出大量的资金,对店铺进行宣传包装,以吸引消费者。而网络店铺宣传的费用则低廉很多,少量的费用就可以吸引大量的网上购物人群。例如,在淘宝网中进行宣传时,商家只需要少量的费用,就可以让自己的商品成为某个搜索关键字中排名靠前的商品,从而吸引大量的网上消费者浏览该商品。

1.1.3 网店的经营模式

在了解网络交易平台后,用户应该根据自身实际情况,选择一种适合自己的淘宝网经营方式。一般情况下,网络经营商的经营方式主要有以下3种。

■ 网店与实体店相结合:网店与实体店结合是网上店铺与开设的实体商铺相结合的经营方式。这类网店因为拥有实体店铺的支持,在商品的价位、销售的技巧方面都更有优势,也更容易取得消费者的认可与信任。一般的网络商城都是网店与实体店

相结合的。

■ 全职经营网店:经营者以网上店铺为获利的唯一来源,因此经营者将全部精力都投入到网站的经营上,将网上开店作为自己的全部工作。

■ 兼职经营网店:经营者将经营网店作为自己的副业,经营网店只是为了增加收入(或作为一种爱好)。主要的经营人员以在校学生和时间比较宽裕的职场人员为主。

1.1.4 哪些人适合开网店

网上开店由于自身的各种优势,为一些想要创业,却又没有门路的人提供了一个很好的网络平台,但在开店前首先要根据实际情况,了解一下自己是否适合开设网店。很多群体都比较适合开设网店,本节主要归纳了以下几类。

1 小型企业管理者

对于小型企业来说,利用网络店铺来进行销售无疑是一种必然需要的选择。过去,名不见经传的中小型企业,要想把产品推广出去,送进大型商场非常困难,可如今网络店铺提供了广阔平台,解开了中小企业产品“销售难”的死结。不受地理位置、经营规模、项目等因素制约,只要上网就能资源共享,中小型企业同样可以与知名大品牌进行平等竞争,而且还可以开展以前想都不敢想的全球经营。

2 具有货源的小商户

如果有产品资源,现在需要更好地销售推广,就可以在网开店,通过一次性投资,专业的推广,自己的产品马上就可以销售出去。在网上开店的一个必要因素就是货源,有货源的小商户在网上开店是一种很有眼光的选择。

3 长期在线的网络用户

对于长时间在线的人来说,开设网店也是不错的选择,每天照料好自己的店

铺,就肯定会有一定的收获。

经常在网上活动,可以找到更多网上客户资源,可在客户服务上尽可能做到尽善尽美。

经常在网上活动,可学到更先进的技术,可以把自己的网上商店打理得更好;花费时间来照顾推广自己的网店是一件简单的事情。

4 自由职业者

不少自由职业者也很喜欢上网冲浪,他们开设网络店铺并不在意自己的东西能卖多少钱,而是希望那些平时逛街所觅来的东西同样会有人欣赏和喜爱,其目的是通过开店来充实生活,寻找一些志趣相投的朋友。因此这类人投资风险较小,还可以以此为契机,拓宽社会圈子,为今后的发展作铺垫。

5 在校大学生

大学生平时的学习生活比较清闲,对

网络的应用得心应手,上网开店是很多大学生创业、社会实践的练兵场。

从大学生选择网店这条创业路,可以侧面证明,网上开店创业风险小。在网络店铺的开设初期,由于知名度低,生意量小,因此开网络店铺的第一步就是要让买家知道有这么一间店铺。卖家可以利用各种网络交流方式让买家找到店铺的连接,建立起知名度就迈出了创业的第一步。

6 公司白领

工作紧张而又有节奏的白领,白天工作是接触网络的,开一家自己的网上小店,也是一件非常有意义的事情。店铺虽小,但意义却不同,在这里可以体会自己做老板的感觉,在这里可以结识更多朋友,休息期间在网上上传自己买回来的新产品,那也是一种心灵寄托,也是一份事业,并且可以增加个人收入。

1.2 软硬件的准备

在对淘宝网和网上开店的基本常识有所了解后,如果你想踏踏实实地开一家网店,那么就要做一些必要的准备工作,主要包括心理准备和物质准备。

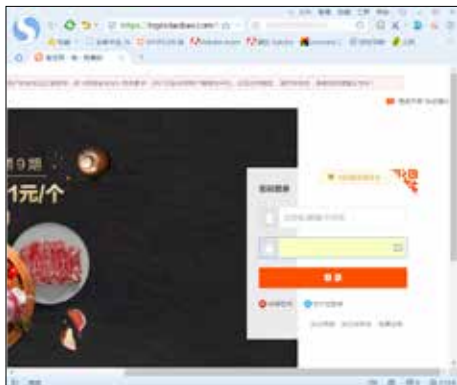
1.2.1 做好心理准备

网上开店具有以下优势:节省店面租金,启动、运营成本低,人流量大,区域覆盖率广,商品信息不受时空限制,传播速度快等。这些优势,促使成千上万的网民涌上网络平台开设店铺。

尽管网上开店前景无限好,但新开的店铺能够站稳脚跟并生存下来的并不多。很多卖家因为最初的几个月收益不理想就放弃努力了,甚至连自己的账号都懒得登录了。

之所以出现这种情况,是因为很多人开店时的心理准备不足,认为网上开店很简单,只要把商品发布上架,就可以坐着收钱了。其实不然,网上开店和网下开店

一样,机遇与风险并存。要想成为一个成功的卖家,开店前的心理准备非常重要。



1 做好专心、用心的准备

开店的初期对于新手卖家来说比较辛苦，每天在没有信誉度的情况下，要不厌其烦地回应每位上门的顾客，才有可能获得一份利润微薄的交易订单。

另外，网店不同于实体店，网店只有通过文字、图片体现卖家的用心程度，以及对顾客的关注。顾客从这些细节中，看到了你的用心，并建立了信任感，才能不断提高小店的信誉和销售成绩。



2 保持快乐、积极的心态

要把经营网店当作一种快乐，让相隔遥远的买卖双方不再感到陌生。这样在网店交易时，才能让双方互相信任与理解。

如果卖家能时常保持一颗积极、快乐之心，在日常交易中多一份平和、多一份体谅，让顾客感到你的用心贴心，以及对她的尊重，还怕没有好评和回头客吗？

3 做好持之以恒的准备

网上开店起步是艰辛的，刚开始总会有这样那样的问题困扰卖家，哪一方面注意不到都会使浏览量上不去，从而导致销售量下降，最终影响店铺的生存状况。

这时需要卖家有恒心、耐心、信心和平常心，并付出比别人更多的努力。同时总结经验，吸取教训，每天进步一点点。这样坚持到底，就一定会获得成功。



4 保持不断进取的精神

网上创业与网下经商在许多方面有很多不同，面对每天不断更新的资讯，卖家只有不断地学习新知识，每天进步一点，不断吸取经验和教训，养成对新生事物的适应能力，才能生存下来。

5 坚持求胜的决心

因为网上创业门槛低，所以竞争越来越激烈。在淘宝网上，同样一款商品就可以找到成百上千的卖家，在这样激烈的竞争条件下，如果没有决心，只是等待商机，指望天上掉馅饼，那是不可能成功的。要想在网上创业成功，一定要下定决心，排除万难，做最后的胜利者。

1.2.2 准备必要硬件

网上开店虽然不需要租用店铺，但一些必要的硬件设备也是不可缺少的。

1 一台接入网络的电脑

网店的经营离不开计算机和网络，上传商品、与客户沟通、交易等一系列操作都需要在网络的支持下完成。

一台配置较好的电脑和畅通的网络都可以大大提高网店的经营效果。



另外，平板电脑对于一些想把网店做大做好的网店经营者来说是不错的选择。它便于携带，即使出门在外，只要能上网，就可以随时做生意。使用自行携带的电脑上网，一些账户资料就不容易泄露，网上开店的安全系数也可大大提高。



2 一部方便联系的电话

在网店的经营过程中，很多客户喜欢用电话与卖家直接取得联系，一方面是由于想更直接地从卖家口中对商品做一个了解，另一方面也是想确认卖家的真实性。因此，一个方便联系的电话就可以大大增加顾客对自己的信任感，更利于与客户沟通。此外，一些稍年长的消费者，由于打字速度较慢，对网上购物的流程和相关软件的使用并不十分适应，电话联系卖家的方式更适合他们。



3 用于为商品拍照的数码相机

网上开店所有的商品都是通过图片的形式向客户展示的。因此，在货物上架前，卖家需要使用数码相机对商品进行拍摄。一部好的数码相机可以拍出漂亮的商品图片，使买家对商品有更直观的了解，给买家留下深刻的印象，激发其购买欲望。



在选购数码相机时，不要盲目地认为价格贵的就一定能拍出好的照片，还是要根据自己的实际需要进行选择。

4 处理资料的传真机与打印机

在网店经营中，传真机一般用于收发同客户和货源供应商之间的合同和相关协议。打印机则主要用于打印文本资料和订单。通常情况下，在网店经营的初期，这两种设备的使用率不是很高。这两件设备

主要针对一些网店规模较大和订单量较多的卖家。经营者可根据自己的实际情况和资金条件进行选择配置。



1.2.3 准备必要软件

有了支持网上开店的硬件设备，还必须有软件支持，才能对网店进行有效的运作和管理。

1 网上交流软件

在网上开店，卖家需要使用一些聊天工具与买家进行交流、解答买家的疑问。在淘宝网开店，可以下载其自带的聊天软件阿里旺旺。它是淘宝网为淘宝用户量身定做的一款免费商务沟通软件，能帮助卖家轻松寻找客户，发布、管理商业信息，

及时把握商机，随时洽谈生意。

此外，目前常用到的交流工具软件还有腾讯QQ、微信等。买家可以使用多种聊天软件，和不同类型的客户沟通，抓住更多的商机。



2 图片编辑软件

商品图片是网上开店很重要的一部分。仅用简单的数码相机拍摄不出精美图片，还达不到吸引眼球的视觉效果。

一款适用的图片编辑软件就可以成为卖家制作精美图片的得力助手。当然，这也需要卖家掌握一些运用图片编辑软件对图片进行修饰和美化的技能。目前常用的图片编辑软件有很多，其中主要有ACDSee、Photoshop、光影魔术手等。



以Photoshop软件为例，该软件作为平面设计编辑领域中的佼佼者，集图像编辑、图像合成、校色调色及特效制作等功能于一体，能充分满足买家对于网店图像处理 and 网店设计方面的需求，是一款功能较为强大、应用领域较宽的图片编辑软件。



3 文字编辑软件

使用文字编辑软件可以编写一些交易

合同和店铺宣传文案。Microsoft Office中的Word是最为常用的编辑软件，操作简单方便，学会Word基本的操作后，即可将其运用到网店的文字编写中。



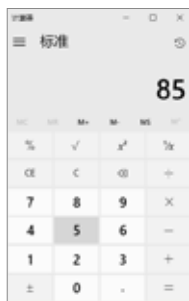
4 其他各类应用软件

除了以上3种必要的软件外，还需要一些工具，例如一个符合自己使用习惯的浏览器，一个好用的计算器，一个方便上传宝贝的小工具等。

 **浏览器：**除了IE浏览器以外，360浏览器、火狐浏览器和搜狗浏览器等都是非常符合用户使用习惯的浏览器，用户可根据自身习惯进行选择。



 **计算器：**Windows操作系统自带带有计算器附件，另外用户还可通过网络下载符合自己使用习惯的计算器软件。



宝贝上传：在淘宝网，宝贝上传工具首选淘宝助理。



1.3 深入调研做好定位

开店前的调研是一个非常重要的环节，它关系着网店经营商品的选择和网店经营的方向。做好市场调研，充分了解了市场的需求，开店就能有正确的方向。

1.3.1 经营项目类型的定位

打开淘宝网的首页，可以看到淘宝店铺类型主要分为虚拟、服装、鞋包配饰、运动户外、珠宝手表、数码、家电、美容护发、母婴用品、家居建材、美食特产、日用百货、汽车、车品、文化玩乐、本地生活等几大类。用户应根据市场的需求、自身的特点和爱好等因素来确定经营的主项目类型。



1.3.2 店铺经营特色的定位

按照店铺的经营特色可将店铺分为跟风型店铺、差异型店铺和智力型店铺。

1 跟风型网店

每段时间内市场都会自发形成一些消费热点，跟风型网店主要经营时下比较畅销的商品。正因如此，这类网店的客源比较稳定，经营服装服饰、数码配件、美容用品等商品的店铺都属于跟风型店铺。由于此类店铺众多，竞争最激烈，而且利润也被其他卖家分摊，如果店铺缺乏个性或者价格优势不明显，就很容易被市场淘汰。

2 差异型网店

买家在选购商品时往往会倾向于选择有个性的商品，差异型网店就是针对这类顾客的。差异型网店销售的商品要么有地域特色，要么有民族特色，要么有个人特色，所以店铺拥有特定的顾客群体，客源能够保证。

3 智力型网店

智力型网店其实属于差异型店铺中的一种，店主根据市场的需求，将自己的脑力劳动转化为商品，在网店中销售。淘宝网中从事网店装修的店铺，就是典型的智

力型网店。不仅为新开网店的卖家提供方便，也为拥有网页设计能力的卖家带来了商机。

1.3.3 面对客户的定位

如果网店的经营者能够将注意力集中在具体的几类客户的身上，也可以收获不小的影响力，实现店铺宣传效果最大化的目的。

1 讲原则的理智型买家

此类买家的特点是：个人原则性强、购买速度较快、确认付款快。

理智型的买家一般受教育程度较高，在网上购物有原则、有规律。他们通常是在生活中很负责任的人，所以自己买东西前也比较理智，大部分理智型买家在购物前会先研究自己要买的东西，逐一对比哪一种最适合自己的，然后才选择购买。他们一般最关心商品本身的优缺点和自己是否需要。通常会本着对卖家负责的态度及时确认付款，并给予好评，而且会在好评里简单描述。



面对理智型买家时，卖家一定要做理性诉求。因为此类买家在购物前多数心中已有定论，所需要的只是卖家以自己的专业知识来分析产品的优势和劣势，从而帮助他们确定是否下决心付款购买。如果卖家强行向他们推销宣传，很容易引起这类

买家的反感，而且如果无法以理性的态度处理问题，客户将认为卖家的专业知识不够，从而失去对店铺的信任。

另外，理性型买家通常会信守诺言，并同时会要求卖家也信守诺言，他们最重视的是卖家实事求是。

2 爱讲价的贪婪型买家

此类买家的特点是：讲价狠、爱挑剔、稍有不满意就会给店铺中评甚至差评。

淘宝网的文化是强调顾客至上，维护良好的网络购物环境，但在这个前提下，卖家们也需要擦亮眼睛来保护自己的利益。要想赚贪婪型买家的钱并不容易，因为首先这类买家永远抱着不相信卖家的初衷开始购物，购买时他们最关注商品的价格，其次才是质量；而到评价时往往以各种理由挑剔，或者以差评、中评相威胁来获取赔偿。

对贪婪型买家，如果店铺本身没有绝对自信的质量和服务优势，建议不要接下他们的生意。因为时间和人力对于网店经营而言都是成本，这样的买家，其贪婪往往没有底线，一味地满足他们的要求，店铺所耗费的精力要远远大于收益。如果一定要与他们进行交易，要注意保留旺旺聊天记录、照片、发货记录等证据。淘宝网是强调公平的平台，拥有证据能够说明一切。

3 看广告的冲动型买家

此类买家的特点是：不注重商品的质量和性能，但关注广告。

现在淘宝网上很大一部分的买家都是女性，女人的钱好赚，因为女人花钱太感性。女人自己也说：“对，花钱可以带来快感。”其实有些男人也一样。有些买家在网购物时容易被一时冲动的意识战胜理智，经常买一些用不着的东西，广告及旁人的意见会影响这些人的购物决定。这种买家在买东西时完全凭借一种无计划

的、瞬间产生的强烈渴望，以直观感觉为主，新产品、新服务项目对这些人的吸引力较大，年轻的男性买家在这类买家中所占的比例很大。由于这一类的顾客一般对接触到的第一件合适的商品就想买下来，而不愿意反复做比较，因此他们能够很快做出购买决定。

另外，由于冲动型买家在网上选购商品时，容易受到商品外观质量和广告宣传的影响，所以毫无疑问，做好商品的描述和店铺的装修就成了重头戏(人所获取的信息量80%来源于视觉，就算不是冲动型的买家也喜欢逛漂亮的店铺)。



4 重评价的舆论型买家

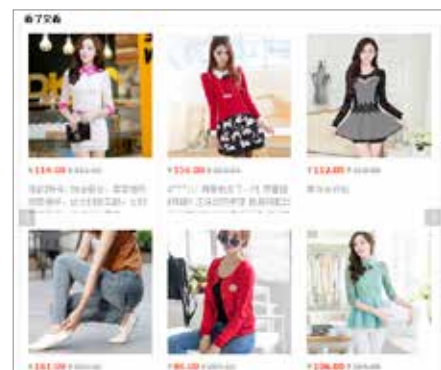
此类买家的特点是：喜欢关注商品页面中其他买家对产品的评论。

舆论型买家有一个鲜明的特点，那就是他们喜欢猜测别人的想法。此类买家不仅关心商品本身，还关心有多少别的买家买了这款商品，关心别人对商品的评价。

舆论型买家非常在意周围人对商品的评价，他们的购买行为常常受到他人意见的左右。例如，在淘宝网上，以前标题带有“瑞丽”字样的衣服非常好卖，现在带有“女人我最大”宣传标志的化妆品十分抢手，都是这个道理。



淘宝网提供的一个功能，可以让人看见别的买家在看某件商品时还看过什么其他商品，就是根据买家的“从众”心理而研发的。



既然舆论型买家的购物决定容易受到外部的刺激，那么网店客服就应该用积极的态度，给予此类买家强有力的正面暗示。在遇到此类买家时，客服不仅可以把商品的功能、外界的广告宣传尽量展示，还可以把商品销售以来其他买家给出的好评展示出来。

另外，淘宝网还有“超级买家秀”功能，很多淘宝旺铺会专门把“超级买家秀”作为一个页面展示出来，都是为了增强买家的信心，从而促进店铺的生意。

5 难取信的谨慎型买家

此类买家的特点是：在购物时，凡事

总会想“可靠吗?”。

随着电子商务环境中交易可信度、物流配送和支付等方面的不断完善,越来越多的人加入到网络购物的队伍中。但是与线下的实体交易相比,网络交易还有很大的不确定性。淘宝网每天都有很多新买家加入网上购物的行列中,他们中有些人对网络交易通常会表现得疑虑重重,从而谨慎地挑选商品,在最后付款阶段也通常拿不定主意。

对于这样的买家,如果是在线下的实体店购物,销售人员可以通过观察顾客的表情,有针对性地鼓励他们,给他们营造一种安全、亲切的氛围。但是在淘宝网上,由于买家看不到卖家的表情,这种传统的做法未必能够奏效。此时,就需要卖家们通过网络聊天,让买家从文字和图片中感受到自己的“笑脸”。卖家可以与买家一起寻求相互之间的共同点,首先让买家把自己当成朋友,从而排除他们的紧张情绪,尽量使他们放松下来,然后再通过中肯的介绍,向买家介绍店铺中的商品(注意不要夸大其词,否则会适得其反)。

另外,卖家还可以通过一些有力的证据向买家证明自己的实力。比如有的卖家把自己的进货单和实体发货单都拍照上传到网上。



6 图方便的习惯型买家

此类买家的特点是:到了一定时间,会自动产生购物的习惯。

在淘宝网中有些商品有一定的独特性,会让特定群体的买家形成一定的思维定式,不断重复地购买。此类习惯型买家可以分为两种。

➤ 行为习惯型买家:有些网络游戏玩家在淘宝网购买游戏点卡是习惯性的,他们在第一次通过店铺购买点卡后,往往出于方便,会凭借自己以往的习惯和经验持续购买,这种购买习惯不容易受到他人的影响,并且一般很少与卖家进行沟通,交易过程也非常迅速。



➤ 情绪习惯型买家:在淘宝网很多店铺都有自己的“粉丝”,这些店铺大部分都提供“秒杀”活动。店铺有活动时,新货上架后很短的时间内就被“抢购”一空,其交易记录都以秒为时间间隔,其主要顾客就是以情绪型买家为主。

习惯型买家是所有网店梦寐以求的追求对象。对于此类买家,卖家们必须保持自己店铺产品的特性、品质及良好的服务,还必须经常了解客户购买和使用店铺商品的情况。

1.3.4 参考借鉴优秀网店

一个成功的网店都会经历从量变到质变的过程,优质的服务带来的口碑和回头率都是质变的保证。但在开店前要做好足够的心理准备,生意冷清时不能轻易放

弃,应积极找出生意不好的原因,并谋求对策。抓住市场需求,经营得法,网店的交易量自然会逐步上升。交易量有了一定保证后,要总结经验,巩固已有的成果,争取更大的进步。

而对于新手卖家而言,向成功经营的店主借鉴开店经验,是提升交易量的捷径。在开店前,可以参考成功店主的以下经验:

- 力求做到专业化,熟练掌握店铺中各种商品的详细信息,能够对买家的提问给出专业的指导性建议。

- 经营有特色的商品,及时跟踪消费热点的变化,不断寻找新的店铺利润增长点,不断对店铺进行完善。

- 热心为每一位顾客服务,及时耐心地回复买家提出的问题,对于一些交易中的细节问题,如快递费用,一定要解释清楚,避免不必要的纠纷。即使最后没有达成交易,也会给买家留下一个好的印象,挽留住潜在的客户。

- 认真发布每一件商品,发布商品时,不要盗用其他店铺的描述和图片,要有详细的商品描述。要使用自己拍摄的商品实物照片,这样不但能给买家留下很好的印象,也在一定程度上减少了解答买家疑问的工作量。

- 买家通过支付宝付款后,卖家应及时发货,在发货前要对商品的质量进行检查,不能把与店铺描述不符的商品发给买家。选择信誉比较好的快递公司,保证商品的运输安全,如果因特殊情况延迟发货,应在第一时间通知买家。

- 与老客户保持联系,对老客户进行回访或当有新商品上架的时候通知买家,这都是很好的沟通方式。

- 增强自我保护意识,避免因网络欺诈造成损失。

- 要有吃苦耐劳和坚持不懈的精神,不断总结经验,提高自己的服务质量。及时更新店铺内的宝贝,使店铺时刻保持新鲜感,并充满活力。

1.4 熟悉淘宝的各类规则

为了使网络交易更加安全、可靠,给广大消费者营造一个健康、有序的购物环境,促使淘宝卖家规范经营,淘宝网制定了一系列交易规则。淘宝网的交易规则很多,这里仅对商品发布管理规则、信用评价规则以及投诉规则做简单介绍。

1.4.1 商品发布管理规则

淘宝卖家可以根据自己的意愿选择经营的商品类别,但必须遵循一定的商品发布规则。淘宝卖家在上传商品信息前,应了解关于禁止与限制发布的物品种类,并予以遵守。一旦淘宝网发现有任何违反本规则的物品信息,淘宝网有权立即予以删除,并保留给予相关用户警告、冻结直至终止其账户的权利。

如果卖家拥有完全相同和商品的重要属性完全相同的商品,淘宝网规定只允许使用一种出售方式(即从一口价、拍卖

中选择一种),发布一次。如果违反了以上规则,即可判定为重复发布,并将受到淘宝网的相关处罚;如果要发布不同的商品,必须在商品的标题、描述、图片等方面体现商品的不同,否则将被判定为重复铺货。

淘宝网将以下商品判定为违规商品:标题、图片、描述等不一致的商品(除虚拟商品和服务性质的商品外,其他商品以无图片形式发布),发布缺乏必要要素的商品,发布必要要素相互不符的商品,商品信息中包含诽谤、谩骂、色情、暴力威胁等言语以及其他非商品信息等。

1.4.2 信用评价规则

淘宝网会员在使用支付宝服务成功完成一笔交易后，双方均有权对对方交易的情况进行评价，这个评价亦称为信用评价。

评价分为“好评”“中评”“差评”3类，根据不同的评价对应不同积分，具体为“好评”加一分，“中评”不加分，“差评”扣一分。

在交易中，作为卖家，其信用等级根据积分可分为20个等级。其中4~250分为红心等级，251~10000分为蓝钻等级，10001~500000分为蓝冠等级，500001分以上(含500001分)为皇冠等级。

每个自然月中，相同买家和卖家之间的评价计分不得超过6分(以淘宝订单创建的时间计算)。超出计分规则范围的评价将不计分。14天内相同买家、卖家之间就同一商品的多个好评只计1分，多个差评只记“-1”分。

店铺评分生效后，宝贝与描述相符、卖家的服务态度、卖家发货的速度3项指标将分别平均计入卖家的店铺评分中，物流公司服务评分不计入卖家的店铺评分中，但会计入物流平台中。



进阶技巧

买家的级别划分与卖家类似，根据积分将买家分为20个等级，积分越多，等级越高。

1.4.3 淘宝投诉规则

卖家在交易过程中如有违规出价、付款未发货、拒绝履行承诺的服务、网上描述不符、拒用支付宝、诱惑买家买货等行为，或有买家无故恶意评价等情况，可向淘宝网提供聊天记录等相关证据对对方进行投诉，淘宝网依据不同行为将给出不同的处理结果。在淘宝网中，买卖双方都要遵循基本的交易规则和道德规范，创造良好的网上市场交易环境。



1.5 进阶实战

本章的进阶实战部分通过具体操作向读者介绍淘宝网的各种应用界面，帮助初次接触淘宝网的用户大致了解淘宝网的整体结构。

【例1-1】在淘宝网中打开各类应用界面。

视频

01 启动浏览器，在地址栏中输入网址：www.taobao.com，然后按下Enter键，打开淘宝网首页。



02 单击【请登录】链接，打开登录界面，输入用户名和密码，单击【登录】按钮即可登录淘宝网。



03 如果用户在淘宝网购买了宝贝，那么登录自己的账户后就可以查看自己购买的宝贝了。将鼠标指针悬停在【我的淘宝】链接上方，然后选择【已买到的宝贝】链接，即可查看自己买到的宝贝。



04 若用户是店主，那么可以在主界面中单击【卖家中心】链接，进入卖家中心。



05 在卖家中心界面左侧的导航栏中，用户可分别进入【已卖出的宝贝】【评价管理】等界面查看关于卖家的各种数据。



06 为了使用户能够方便地找到自己所需的内容，淘宝网提供了网站导航服务。在淘宝网主界面中单击【网站导航】链接，即可打开网站导航页面。在网站导航页面，用户可找到各类应用入口。



07 淘宝网为用户提供了各种买卖服务，在淘宝网主界面的左侧，可看到各类主题市场。



08 在主题市场同一栏里单击【天猫】超链接，可打开天猫商城(在天猫商城，用户可享受更多、更丰富的购物体验)。



09 在淘宝网主页的最下端还包括其他一些功能和应用，包括消费者保障、新手上路、付款方式和淘宝特色等几大类。



1.6 疑点解答

问：什么是品牌代理？

答：品牌代理是电子商务中较常见的一种经销模式。所谓品牌代理，是指由品牌商授权，在品牌授权商和授权经营商之间充当中间人的角色，负责协助双方寻求共同利益，处理好双方之间关系的公司或个人。目前很多企业开始注重品牌意识，极力宣扬品牌文化，品牌代理的商品种类越来越多元化。从服装、食品等日用品，到各种数码产品。通常加盟正规的品牌代理商需要支付一定的加盟金，这是代理商取得某一品牌经营权的必要投资，一般在签约时应一次性支付。

问：什么是个人开店？什么是团队开店？

答：在筹划淘宝开店时，自己一个人经营商铺固然没有决策上的分歧，但里里外外就一个人势必会非常辛苦，如果与他人团队合作，采用分工，就能够达到省时省力的效果。个人开店与团队开店的区别如下。

个人开店：淘宝网上很多成功的营销团队都是由个人开店发展而来的。个人开店指的是网店的经营完全由一个人独立负责，从进货、产品拍照、处理图片、编写宝贝说明到商品的上架、销售、打包、发货、售后服务等都是由一个人完成。

团队开店：由两个人或两个以上的个体组成一个团队，共同经营网店，称为团队开店。团队开店的优势是团队中每个成员可以发挥自己的特长，使网店的经营与管理有条不紊。

第2章

轻松申请网店资格



做好了一系列的准备工作，并找到合适的货源后，就可以在淘宝网上把自己的小店开起来了。本章将介绍如何注册成为淘宝会员，如何开通支付宝，如何在淘宝网中使自己的小店顺利开张。



例2-1 找回支付宝密码