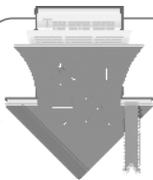




第 2 章

网店商品管理与发布

在商品发布之前，我们需要准备商品的实物图片与资料，然后逐步发布商品。为了更好地与买家进行沟通，卖家还应该掌握淘宝沟通工具的使用方法，以及编辑宝贝的工具的使用方法。



千牛工作台，不仅是即时沟通工具，而且包括商品管理、店铺流量实时监控工具等，更适合有网站管理需求的卖家用户。淘宝助理是一款免费客户端工具软件，它无须登录淘宝网就能直接编辑宝贝信息，快捷批量上传宝贝。

2.1.1 下载并安装千牛

千牛是将以前的淘宝旺旺与阿里巴巴贸易通整合在一起的新品牌。它是淘宝和阿里巴巴为卖家量身定做的免费网上商务沟通软件。它能轻松地帮你找客户，发布、管理商业信息，及时把握商机，随时洽谈生意。与买家交流只是它的某项功能，卖家需要学会与买家沟通，在进行交易前，解答卖家的一些问题。

与其他软件一样，我们想要使用千牛工作台，首先需要下载并安装。打开千牛卖家版官网下载网页，如图 2-1 所示，在其下载页面下载后进行安装即可。



图 2-1



2.1.2 淘宝助理

淘宝助理是一款免费的、功能强大的客户端工具软件，它无须登录淘宝网就能直接编辑宝贝信息，快捷批量上传宝贝。淘宝助理是上传和管理宝贝的一个非常不错的店铺管理工具，如果使用得当，还可以省去一半的时间和精力。淘宝助理是在没有连接网络的情况下进行编辑的软件，编辑好以后还可以进行联网上传。

在官方网站进行下载即可使用淘宝助理进行编辑操作，如图 2-2 所示。



图 2-2

Section

2.2

在线沟通工具



千牛-卖家工作台是阿里巴巴集团官方出品，淘宝卖家、天猫商家均可使用的在线沟通及店铺管理软件，包含卖家工作台、消息中心、阿里旺旺、量子恒道、订单管理、商品管理等主要功能，目前有两个版本：电脑版和手机版。

2.2.1 登录千牛

登录千牛的方法非常简单，下面详细介绍登录千牛的操作方法。

第 1 步 启动千牛卖家版，**1.** 在登录界面输入会员名和密码，**2.** 单击【登录】按钮，如图 2-3 所示。



图 2-3

第 2 步 通过以上步骤即可完成登录千牛软件的操作，如图 2-4 所示。

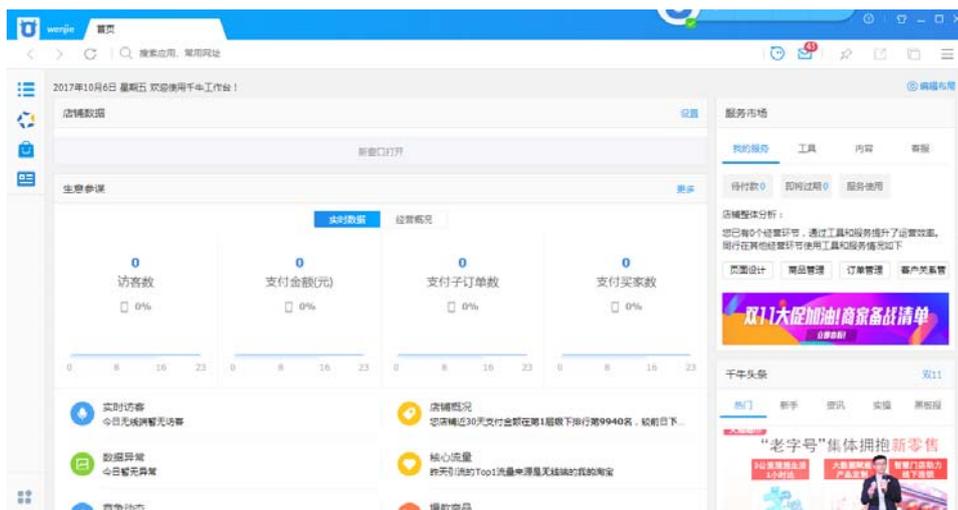


图 2-4



2.2.2 设置千牛的头像

登录千牛后，卖家就可以按照自己的操作习惯对千牛平台进行系统设置了。

第1步 在千牛卖家版页面中单击左下角的【更多】按钮，如图 2-5 所示。

第2步 弹出【系统设置】对话框，卖家可以在对话框中设置系统，如图 2-6 所示。



图 2-5

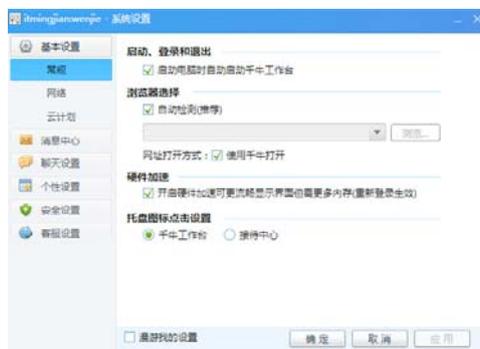


图 2-6

2.2.3 修改头像

推广是无处不在的，一点点小的积累都会成为大的收获，一个小小的淘宝头像也能帮你推广自己的网店，淘宝头像给别人留下看到你店铺和帖子的第一印象。

第1步 在千牛卖家版页面中单击左上角的头像，如图 2-7 所示。

第2步 弹出【我的资料】对话框，单击【修改头像】按钮，如图 2-8 所示。



图 2-7



图 2-8

第3步 弹出【修改头像】对话框，在【普通上传】选项卡中单击【选择文件】按钮，如图 2-9 所示。

第4步 弹出【打开】对话框，选择准备上传的图片，单击【打开】按钮，如图 2-10 所示。



图 2-9

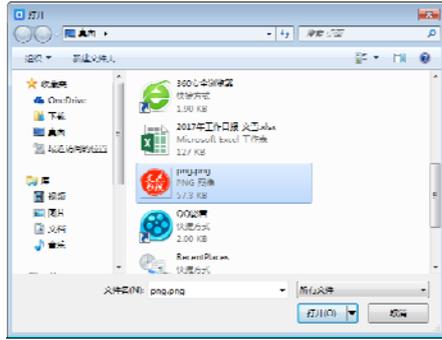


图 2-10

第 5 步 返回【修改头像】对话框，单击【上传图片】按钮，在头像预览中可以查看头像，没有问题后单击【保存】按钮，如图 2-11 所示。

第 6 步 返回【我的资料】对话框，可以看到头像修改完成，如图 2-12 所示。



图 2-11



图 2-12

2.2.4 设置千牛自动回复

千牛功能比旺旺更强大、更全面。卖家离开计算机 5 分钟后，千牛会变为闲置状态。此时，使用千牛的自动回复功能，即使卖家不在电脑前，也可以及时回复客户信息，不丢失、错过任何一个客户。

卖家可以在【系统设置】对话框的【客服设置】选项卡下的【自动回复设置】选项中设置自动回复的内容，如图 2-13 所示。



图 2-13

2.2.5 巧用千牛群推广店铺

在千牛中，卖家还可以自己创建群，并写好群的一些介绍信息。

第1步 在千牛卖家版接待中心页面中，在【我的群】选项下双击鼠标左键启用群，如图 2-14 所示。

第2步 弹出【启用群】对话框，在【群名称】文本框、【群分类】下拉列表框、【群介绍】文本框中输入内容，单击【提交】按钮，如图 2-15 所示。

第3步 弹出已成功启用群的提示信息，单击【完成】按钮即可，如图 2-16 所示。



图 2-14

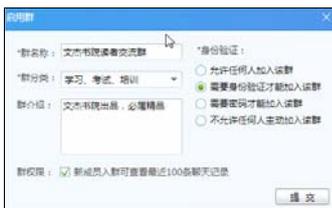


图 2-15

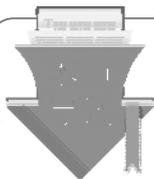


图 2-16

Section

2.3

了解与掌握商品信息



在商品发布之前，我们需要准备商品的实物图片与资料，然后逐步发布商品。为了使自己的商品更能吸引买家，还应该掌握设置商品规格的技巧，以及制定合理的商品售后服务。



2.3.1 准备商品的图文资料

我们在发布商品之前，首先需要准备好商品的相关资料，这主要包括经过处理后的商品图片、关于商品的介绍内容等。对于商品图片，建议保存为 JPG 格式，这里提示一点，就是淘宝详情页面默认最宽能够显示 750 像素的图片，如果全屏显示，可以显示 950 像素的图片，但一般情况下，都是采用左右双栏，所以在处理图片时，最好将宽度控制在 750 像素以内。

对于商品描述内容，可以先在记事本等程序中撰写并整理好，然后直接保存为文本文档，当发布商品时，打开文档复制内容就可以了。

另外，一个店铺中通常会发布数量较多的商品，为了避免商品资料混乱，还应该采用合理的结构进行保存，通常来说，要将不同商品的相关资料分类保存到不同的文件夹中。

2.3.2 设置商品规格

卖家需要输入商品的颜色、尺码规格以及库存信息。对于不同的商品，下面显示的属性也不同，如服装类商品，将显示“颜色”与“尺码”两个选项，在其中可以选择商品的颜色与尺码，选择颜色后，还可以自定义颜色名称。

最后根据颜色与尺码组合列表来设定不同颜色、不同尺码商品的库存数量，库存数量表示该商品的可销售数量，对于卖家而言，就等于该商品自己可以进货的数量，如开始进货 5 件，但供货商能够长期提供货源，那么这里就可以多填写一些，避免在网店中由于库存数量不足而无法销售。



填写商品信息的注意事项

智慧锦囊

在商品信息区域中，货号与商家编码两项内容可以任意填写，只要便于自己区分商品与商家来源即可。

2.3.3 商品售后服务

为了让网店生意更好，除了提供好的商品以外，还需要向顾客提供良好的售后服务。售后服务和商品的质量、信誉同等重要。因为有时信誉不一定是真实的，但是售后服务是无法作假的。贴心周到的售后服务会给顾客带来愉悦的心情，使顾客以后会经常购买你的商品，同时拉近了卖家与顾客之间的距离，增强



了信任，顾客很可能会介绍更多的亲朋好友来光顾。

退货和换货在交易中经常发生，而退换货服务的好坏直接影响着顾客能否再次购买。如图 2-17 所示在商品页面中就制定了合理的退换货政策。

关于快递
ABOUT COURIER

本店默认快递为圆通快递。
签收商品时请当面验货，如有明显的货品损害问题，直接拒绝签收，也可以联系客服。

关于测量
ABOUT SIZE

由于手工测量方式不同，若有2-3厘米误差属合理范围。

关于退换货
ABOUT RETURN

全店支持7天无理由退货，亲退回来的衣、吊牌和包装要保证完好无损，不影响我们的二次销售即可，当然来回的运费是需要亲自理的。

关于色差
ABOUT CHROMATISM

模特效果仅供参考，因个人显示器差异，图片与实物可能会存在一定色差。

关于退换货
ABOUT RETURN

拍下有现货3-7天内安排发货的，没现货的显示几天到货之后会亲安排发货。

图 2-17

自动退换货的操作流程如图 2-18 所示。



图 2-18

怎样才能制定出合理的退换货政策呢？

1. 先对退换货进行说明

能否方便地退换货是影响顾客购买动机的重要因素，所以卖家应清楚、明白地告诉消费者：在什么条件下可以退货；对于款到发货的情况，退货后多久可以将款退还给顾客；往返运费由谁来承担。这些问题不说清楚，往往会让不少顾客

犹豫不决。所以，店铺中最好能有退换货情况的说明。

2. 当顾客提出退货时应先了解原因

当顾客提出退换货要求的时候，作为卖家，首先要了解顾客为什么要退换货，确定是由谁的原因造成的，也就是责任归属问题。退换货的原因通常有以下几种。

商品的质量问题。

顾客收到的商品与图片或描述不符。

商品本身没问题，顾客只是想更换商品。

商品运输过程中的磨损。

顾客使用不当，引起商品损坏。

如果是卖家的责任，要勇于承担，同时要尽快同顾客达成退换货协议，否则容易使顾客感到失望而给商品差评；如果是顾客的责任问题，一般是不予退换的，但要向顾客详细说明原因，最好能为对方提供相应的弥补建议，切忌在沟通中冷言冷语。

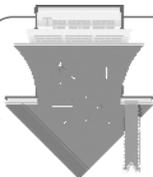
3. 界定退换货运费归属问题

通常情况下，运费的归属问题是根据责任的划分来确定的，由于商品的质量问题、运输磨损等引起的退换货要由卖家负责运费，而由于顾客的原因，例如想换一种产品或顾客使用不当造成的商品损坏引起的退换货应该由顾客负责运费。

Section

2.4

在店铺发布商品



掌握了淘宝网工具的使用方法，并且对宝贝的详细信息有了准备之后，本节将详细介绍商品发布的流程、如何拟定商品的标题以及如何对商品进行准确而细致的描述等问题。

2.4.1 商品发布流程

在淘宝网卖家中心的左侧单击【发布宝贝】链接，进入发布宝贝页面，选择【一口价】选项，一次选择准备发布的宝贝类别，单击【我已阅读以下规则，现



在发布宝贝】按钮，如图 2-19 所示。

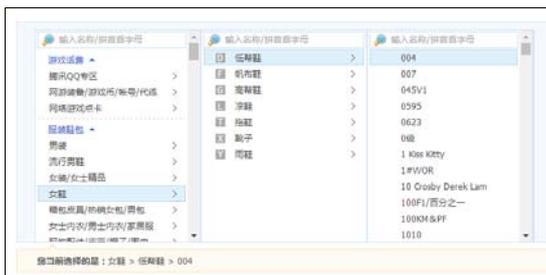


图 2-19

进入发布宝贝界面，详细设置宝贝的信息、图片、物流方式、售后保障等内容，设置完成后单击【发布】按钮即可完成发布商品的操作，如图 2-20 所示。



图 2-20

2.4.2 商品标题

众所周知，买家在购买网站中浏览商品时，首先关注的就是商品缩略图片与商品名称，一个诱人的商品名称，不但能增加商品的浏览量，还能激起买家的购买欲望。同时，淘宝针对卖家，要求发布宝贝的标题在 32 个字以内，这就更需要我们做好标题优化工作，用最好的标题来吸引买家。

根据经验，我们对商品的命名提出以下建议。

在商品名称前加上自己店铺的名称，树立自己的品牌形象。

知名品牌商品，建议在商品名称前添加品牌名称，从而通过品牌自身的影响力来吸引买家。

尽可能在商品名称中添加能表现个性、时尚、潮流等的词汇；季节性或者时



间性强的商品，也可以在商品名称中展现出来。

实时掌握热门关键词语，并将其与商品名称关联起来，增强买家的关注程度。

最后也是最重要的一点，就是商品名称的独特性，在购物网站中可能有很多商家都销售同类商品，那么我们为自己的商品赋予一个独特的名称，不但能够在同类商品中脱颖而出，而且可以避免买家通过商品名称与同类商品进行价格对比。

2.4.3 商品描述

商品描述是发布商品过程中最重要的一个环节，即销售的商品特色完全是在这里体现的，其中包括设置商品的缩略图片、具体的商品描述内容，以及全面的商品实物图片等。它是让自己销售的商品与买家面对面接触的地方，我们精心拍摄处理的各种宝贝图片，都会在这里展示，因此一定要引起足够的重视。

Section

2.5

秘籍分享——在线交流与商品发布技巧



本节将详细介绍制定合理的商品价格、设置物流信息、以拍卖的方式发布宝贝、设置快捷短语，迅速回复客户以及如何给店铺起个好名字等在线交流与商品发布技巧。

2.5.1 制定合理的商品价格

商品价格也是影响买家购买的重要因素之一，往往一件商品有很多卖家在销售，如果商品其他方面相同，那么价格低的卖家，就更容易把商品卖出去。这里我们并不是建议绝对低价，价格太低，反而会让买家对商品质量产生怀疑。针对商品定价，提供以下几条建议。

1. 产品的定价规划

一般来说，要有 5%~10% 的产品用来引流，这些产品给客户的感觉就是超值加超值。而这些产品销量起来后，可以在里面设很多关联促销。或者，这些产品也可能是“孟不离焦”的产品，低价卖了那个，客户还得高价买另一个配套的产品。

同时，要有 10%~20% 的产品是高一档价格的，这些产品是用来提升品牌店铺形象的，也是针对一些优质客户对高端产品的向往的，人的经济能力会提升，



所以对产品的要求也会升级；当然也是吸引一批对高端产品喜爱的客户的。

有一种权威的说法，每一个行业，第一名的企业占据了50%的利润，第二名只有第一名的一半，即25%的利润，以下每一名依次类推。那么依据这个规律，根据自己的实力，可以选择高中低端来细分市场，从而据此定价。

2. 产品的定价技巧

价值定价。价值定价就是双方情愿的定价，是所有定价的核心和重心，是一切定价的基础。价值定价是针对某一顾客群体所设计的大家认为应该值多少钱的价格。像市场上的一切高价畅销产品，都是基于这个原理定价的，如奔驰宝马轿车、名牌服装，成本可能不到价格的十分之一。

差异化定价。差异化定价是基于产品的差异化。

目标客户定价。对于高端客户而言，更重视品质，对价格并不敏感。

小数点定价。即产品价格后面带一个小数点，如9.6、8.8等数字的，一方面让人觉得卖家定价很精准，另一方面好的数字带来的吉祥如意，让人更愿意掏钱。

2.5.2 设置物流信息

网上交易的商品，都是通过物流来进行的，常见的运输方式主要有平邮、快递和EMS三种，在这里我们需要根据自己商品的情况(主要取决于重量与体积)来设置相应的运费。先选择自己的所在地(商品发货地)，然后选择运费承担方，一般是卖家承担运费，如图2-21所示。



图 2-21

2.5.3 以拍卖方式发布宝贝

拍卖是指商品仅设置最低起拍价，让卖家竞价购买，在指定的拍卖时间内，出价最高的卖家可以购买到该商品。该方法一般在店铺搞活动促销时使用。

起拍价格一定要足够吸引人，越低越好；加价幅度可以选择系统自动加价，

也可以自定义每次的加价幅度；最后宝贝数量一定要填写正确，否则本来只是做活动赚人气，但由于数量设置失误，被买家拍下却不得不发货就得不偿失了，如图 2-22 所示。



图 2-22

2.5.4 设置快捷短语，迅速回复客户

有经验的客服人员会发现买家咨询的问题有些回答内容是重复的，于是我们就可以选择快捷短语进行编辑。制作快捷短语的关键是要设计出好的快捷短语内容，并在恰当的场合发出适当的快捷信息。

第 1 步 在消息框窗口中单击【快捷短语】图标，如图 2-23 所示。

第 2 步 打开【快捷短语】窗口，单击左下角的【新建】按钮，如图 2-24 所示。



图 2-23



图 2-24

第 3 步 弹出【新增快捷短语】对话框，输入内容，单击【保存】按钮即可完成设置快捷短语的操作，如图 2-25 所示。

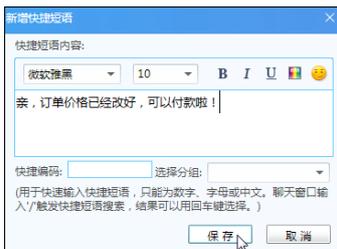


图 2-25

2.5.5 给店铺起个好名字

店名是商店的“眼睛”，对于宣传经营特色、扩大商店的知名度、促进业务开展以及提高经济效益都是有显著作用的。有一个创意好的店铺名字会吸引更多的流量。在网络销售中，给店铺起一个好听的名字，可以让浏览店铺的买家过目不忘，从而经常光顾自己的小店，达到生意兴隆、财源广进的目的。

对于新手卖家来说，取名字是一件很难的事情，有的人想要取一个好听又好记的名字，有的人想要取特别时尚的名字，还有的人想要取比较古怪的名字，无论取什么样的名字，卖家都希望自己的店铺生意红红火火。下面是笔者咨询多位卖家的取名经验总结的相关资料。大家可以通过下面的资料结合自身的情况来取一个适合自己的店铺名字。

1. 数字和字母最好不要用

因为淘宝网所针对的群体大多是中国人，而中国人对于数字和字母并不敏感，所以想要让别人记住你的店铺，最好在取名字的时候不要用数字和字母，当然如果你的淘宝店铺面对的群体是外国人，那就另当别论了。

2. 店名要和店铺商品挂钩

店主取名字的时候一定要注意不要取太高深的名字，最好能够让别人看到你的店名就能够知道你所卖的产品是什么，这样才能够增加你的店铺被别人查到和点击的概率。用户在进入淘宝网搜索的时候，他们输入的名称大多数都是自己想要购买的产品名称。如果你的店名包含他们所搜索的关键词，这样你的店铺才有可能被别人搜到。

3. 店名要和以后的发展吻合

例如有的店主现在卖的是儿童服饰，但是后期想要卖一些和儿童相关的玩具或者儿童箱包，这时可以取范围广泛、通俗一些的名字如“儿童小屋”之类的。店



主所取的名字如果只是单纯地局限于服饰，这对于后期的发展是很不利的，所以取名字还是以中性为主，而且最好能够有一定的特色，这样才能够引起别人的注意。

4. 店名要好记好读

很多年轻的店主想要让自己的网店独树一帜，这种想法没有错，但是如果你所用的网店名字含有生僻字或者很多人不认识的字，这对于以后网店的推广是很不利的。试想一下，有些买主想要搜索你的店名，可是不知道店的名字应该怎么读，或者想要向别人推广你的店铺，但是不知道该怎么说，这些情况都有可能导导致店铺的搜索量下降。

5. 店名能够体现你的优势

我们在淘宝网上购买产品的时候多是选择好评率较高的卖家或者皇冠级别的卖家，所以如果网店信誉很高，店主不妨在店铺的名字上体现出来，这样在搜索的时候相对于其他信誉较低的卖家来说，皇冠卖家更加吸引购买者。

名字是店铺的标签，所以取名一定要慎重，通过上述几点介绍，相信朋友们在给自已的店铺取名字的时候都能做到心中有数，希望所有卖家的成功从取名开始。

Section

2.6

成功案例——不会打字开网店年入千万元



隆回县七江镇石背村，年近七旬的刘克纯，正在打包 1000 千克准备销往马来西亚的玉竹饮片。这名曾经连电脑拼音打字都不会的农民，如今却通过网站开店将隆回当地种植的中药材玉竹俏销于国内外，实现年销售额 1.2 亿元。

2013 年，有着精明商业头脑的刘克纯发现玉竹销售效益可观，便在街上开了家玉竹收购店，收购鲜玉竹加工后再销售，生意很不错，但屡屡往返娄底、邵阳、长沙等地送货，很辛苦。一位朋友对他说：“你可以把玉竹拿到网上卖呀！”一句话点醒了刘克纯，如图 2-26 所示。



图 2-26

2016年，刘克纯把产品挂到网上后，没想到有很多人来联系，经过电话沟通，陆续有客户找上门来验货。当时，每销售一千克玉竹，刘克纯就能赚4~5元。记得有一天，他在七江镇贺家冲、大虎坪、平南、枫木冲等村收购了14吨玉竹，一转手就赚了7000多元差价。

在网上赚钱，不会电脑寸步难行。刚开始，刘克纯对电脑操作一窍不通。但他没有气馁，经常晚上跑到网吧，拜网吧老板或身边上网的人为师，专心学习。学电脑初期，妻子常常笑他，总是满键盘地找字母，半天才找到一个，像是捉蚂蚁。水滴石穿，刘克纯终于学会了电脑，并在淘宝等网站注册了会员，开始正式发布自己的产品信息。

刘克纯的网店生意越来越火，由于买家需要大量的货，单靠个人的能力已远远满足不了客户的需求。刘克纯一拍脑袋，干脆邀请了本村50余家农户一起成立了玉竹种植专业合作社，采取“合作社+基地+种植户+统一回收+网上销售”的产业化发展思路运作，不断更新技术，引进品种，争创品牌。同时在七江镇石背村建立了隆回县首家玉竹科技合作基地，组织玉竹种植户按规模化、标准化的要求进行开发、生产、加工和销售，实现小生产与大市场的无缝对接，实现合作社与农户互利双赢，带动了当地农民一起致富。

网络为媒，如今已是隆回县七江镇玉竹种植专业合作社负责人的刘克纯，带领社员实现了栽培技术、产品销售跨国“联姻”，合作社的玉竹，除远销广州、深圳、香港等地外，还时常跨洋过海，出口美国、加拿大、韩国、马来西亚等国。

2017年，七江镇成品玉竹通过刘克纯的网站，售量突破1万吨，实现产值1.2亿元，种植户每亩获纯利6000多元。刘克纯富了，也带领广大玉竹种植户走上了致富路。