第一图书网, tushu007.com

<<网上开店创业手册>>

图书基本信息

书名：<<网上开店创业手册>>

13位ISBN编号：9787810387422

10位ISBN编号：7810387421

出版时间：2006-6

出版时间：东华大学出版社（原中国纺织大学出版社）

作者：徐飞

页数：299

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

本书的作者自己在网上开玩具店，拥有自己独立的网站，同时在几个主流的网上开店平台有连锁分店，本人深深为网络时代带来的创业商机折服，在互联网上，一无所有的人永远都有可能成为第一。
然而当看到越来越多的人利用互联网的幌子进行所谓的网上兼职创业宣传时，我想呼吁：如果你想通过互联网成功创业，那么在电子商务时代，选择网上开店不失为一条稳当的致富捷径。
虽然不能一夜致富，但目前已没有比网上开店具有更低的风险、更高收益回报的投资了。
本书从实际网上开店的操作流程构架了整个书稿，同时穿插了最新的网络营销、物流和金融知识，总结了很多卖家的实际经营中遇到的问题，并尝试给出了现在最为可行的解决方法。
对于已经在网上开店的朋友，同样能从本书中学习到更多的网络营销知识，特别是怎样在国外网上开店平台开店，这是大卖家的必经之路。
由于电子商务变化很快，很多开店平台的规则会不断修改变化，所以提醒读者在以后的网上开店或者购物中，请以商务网站内容为准。

书籍目录

第一章　网上开店——入门准备篇1.1 网上开店崭露“钱”景1.1.1 互联网上购物的现状1.1.2 国外网上开店的动态1.1.3 国内网上开店的情况1.2 网上开店的两个基本条件1.2.1 硬件基本条件1.2.2 软件基本条件1.3 做好迎接网上开店挑战的准备1.4 成功案例分析案例一　大学生网上开店创业案例二　白领网上开店创业案例三　40-50族网上开店创来案例四　网下有店为什么也要触网创业第二章　网上开店——选择行业篇2.1 开一家什么样的网络商店2.1.1 网上零售的商品特点2.1.2 网上开店有哪些行业可以选择?2.2 网上开店卖什么最火2.2.1 国外网上开店卖什么最热门2.2.2 国内网上开店卖什么最热门2.3 网上开店商品种类组合解析2.4 网上开店之寻觅货源2.4.1 寻找货源的渠道2.4.2 如何找到好的批发商2.5 成功案例分析案例一　数字化产品怎样经营成功案例二　下岗女工独辟蹊径创业，经营个性化产品第三章　网上开店——选择店址篇3.1 网上开店创业的形式3.2 网上开店平台3.2.1 拍卖性质平台的特点3.2.2 网上商城性质平台的特点3.2.3 选择网上开店平台的标准3.3 常见的网上开店平台全攻略3.3.1 淘宝网开店攻略3.3.2 eBay易趣网开店攻略3.3.3 才白才白网开店攻略3.3.4 8848开店攻略3.3.5 富贵网开店攻略3.4 装修自己的小店3.4.1　给自己网上小店装个“金字招牌”3.4.2 小店店标设计3.4.3 小店商品分类管理3.4.4 怎样写店铺公告3.5　自己构建网站3.5.1 网站的构成和建设原则3.5.2 怎样利用模板建设网站3.5.3 怎样利用网页制作软件建设网站3.6 成功案例分析／115案例　Happy001开心购物网第四章　网上开店——经营篇4.1 网上开店之商品描述4.1.1 图片描述4.1.2 文字描述4.2 做好商品的定价4.2.1 网上商品定价的几种形式和特点4.2.2 网上商品定价的四大策略和五个技巧4.3 网店经营成功之路——积极地沟通4.3.1 多与访问者沟通4.3.2 多与供应商沟通4.3.3 多与网上开店平台提供商沟通4.3.4 多与竞争者沟通4.4 扩大网上开店的规模4.4.1 发展连锁分店4.4.2 网上销售连锁4.5 成功案例分析案例　喵喵开店——猫之家的故事第五章　网上开店——传播营销篇5.1 网上顾客购物心理5.2 常见的营销传播手段和具体运用5.2.1 病毒式营销5.2.2 定制式营销5.2.3 电子邮件列表营销5.3 网络店铺推广形式5.3.1 购买推荐位5.3.2 网络实名和通用网址5.3.3 搜索引擎竞价排名5.3.4 网络广告5.4 传统营销和网络营销手段的整合5.5 成功案例分析案例一　传统宣传和网络宣传结合——郑州德化步行街商务网案例二　多种营销手段并举，做大网上运动品店第六章　网上开店——物流资金流篇6.1 物流是电子商务的重要组成部分6.2 常见物品的包装和打扮6.3 网上购物配送环节6.3.1 通过邮局送货6.3.2 通过快递送货6.4 网上开店的资金流6.4.1 网上购物支付帐款的方式6.4.2 国内银行网上支付特点6.4.3 网上支付的安全问题6.5 成功案例分析案例一　网上支付平台——首信易在线支付案例二　淘宝网的支付宝第七章　网上开店——售后服务和客户关系篇7.1 怎样处理顾客抱怨和警告7.1.1 顾客为什么会抱怨甚至警告?7.1.2 常见处理顾客抱怨和差评的方法7.2 怎样处理顾客换货和退货?7.3 客户关系管理和客户服务7.4 客户关系管理在电子商务中的运用7.5 成功案例分析案例　运用《网店管家软件》进行售后服务和客户关系管理第八章　网上开店——进军海外贸易篇8.1 为什么我们要把生意做到国外去8.1.1 电子商务在企业国际贸易中的作用8.1.2 网上开店进军海外贸易的机遇与挑战8.2 国外网上开店之商品选择8.2.1 外国人网上购物的习惯8.2.2 我国在国外网上开店有竞争力的几类商品8.3 如何在国外网上平台开店8.3.1 国外网上开店平台：电子港湾eBay8.3.2 在eBay上销售商品的步骤8.4　国际汇款和配送业务8.4.1 国际汇款的几种方式8.4.2 跨国配送业务8.5 网上开店的未来展望8.6 成功案例分析案例一　eBay的“妈咪大卖家”案例二　网络经济不可抗拒附录附录一　2005中国行业电子商务网站TOP100榜单附录二　56家快递公司网址附录三　网上开店大卖家店铺网址展示附录四　网上开店实用工具软件网址主要参考文献致谢

章节摘录

1.eBay易趣网(www.ebay.com.cn)　作为全球最大的交易平台在中国的一个分站，其实是eBay从控股到完全收购易趣网来实现的(本书中出现的易趣网不作特殊说明就是指eBay易趣)。
目前易趣根据店铺拥有的功能不同分三个等级收费：普通店铺免费、高级店铺150元/每月、超级店铺500元/月。
新开设高级店铺的前30天可享受免费试用的优惠。
但是如果期间变更了店铺级别就不能再享受此优惠了。
据说，易趣网因商品登陆费、成交费、各种促销费用等而收入不菲。
(目前易趣向卖家收取商品登录费1元至8元不等，以商品最低成交价为计费基数。
并在每次交易成功之后，收取相应佣金也就是交易服务费，按每件商品在网上成交金额的0.25%到2%收取，如果未实际成交则不收取。
)尽管如此，易趣到目前还是处于亏损状态。
易趣用户通过电子邮箱注册，要得到更高的信用等级要实名注册(身份证或信用卡)；交易后双方互做信用评价，信用评价由评价类型(好/中/差)和评论内容组成。
用户得到的所有评价构成用户的信用记录。
认真如实的评价可以为其他用户提供参照，当然，评价方同样可以从他人提供的评价里获益。
目前此方法被广泛使用在电子商务领域。
2.淘宝网(www.taobao.com)　淘宝网为了同易趣竞争，五年内不收任何开店费(淘宝网成立于2003年7月，到2008年7月之间不收费)。
其实与其说是两大电子商务巨头竞争，不如说是对中国的网上交易市场作了一次贡献。
经过几年的培育，网络卖家和买家已经越来越多，网上消费和购物开始成为一部分人的习惯，网络上的市场交易开始形成一定的气候。
淘宝网执行总经理孙彤宇介绍，开展业务2年多时间，淘宝网上卖家(注册会员)达到了1800多万，注册用户完全免费。
公司还会加大对淘宝网的资金投入，希望能继续积累人气，进一步扩大用户群，让淘宝为大家所熟悉。
至于何时收费还没有提上议程。
他说，淘宝网目前最重要的任务就是提高服务质量，解决网上交易安全保障问题，淘宝网和银行合作推出了支付宝，与全国工商银行、招商银行联网，可以保证实时到帐无手续费。
3.拍拍网(www.paipai.com)　拍拍网是腾讯旗下电子商务交易平台，它于2005年9月12目上线发布，2006年3月13日宣布正式运营。
得益于腾讯QQ庞大的用户资源优势，拍拍网目前拥有注册卖家总数超过100万、在线商品数超过200万、用户总数超过900万以及增长速度高达1285%的不俗表现。
目前个人和中小企业在其平台开店均免费。
因为网络交易的日趋成熟，出现了很多职业卖家。
职业卖家多为SOHO一族，订货也多通过网络渠道和厂家联系，有很多厂家直接送货给卖家。
也有的卖家直接到传统批发零售渠道“淘宝”，选择在网上好卖的商品，如个人饰品、服装、化妆品等。
商品发到网上店铺后，有买方购买时，卖家会与物流公司或快递公司联系以实现货到付款。
四、网上开店的发展优势　C2C逐步向小的B2C转换，低成本优势显著。
1.做网上零售的个人站点，随着交易量增加和个人信誉度的增强，就会向B2C转换。
在积累了一些网上销售经验之后，他们会到工商局注册自己的企业，建立自己的网站并和其它的网站建立链接，销售业绩良好的个人用户很大部分成为了一个典型的“小”企业，有利于形成比较好的品牌。
2.以搜狐商城中从个人做起的信用店为例，25岁的小袁大学毕业不久无意中发现在搜狐网上只需要2元钱就可以注册一个网上商铺，她便开始尝试注册并在网上卖些汽车装饰用品。

三四个月后，她拿出1000元钱在搜狐网上注册了专卖汽车用品信用店，并在工商局注册了自己公司，和男朋友建了以汽车装饰产品为主的公司网站。
从2元钱的“个人店”开始创业，到在搜狐买卖街建店至今仅半年时间，她的“小店”迅速成长，目前她的“清风车影”信用店在网上销售三个月时间里，就已经有了400多张顾客交易单，是搜狐买卖街人气比较旺盛的店铺之一。
很多传统的车载商品供应商也主动和她联系，目前她也成为车载用品的批发商，现在的公司加上她自己只有3个人。
很多在网上销售比较成功的个人商家大概都有比较类似的经历。
3.网上交易的大型电子商务平台也更主张多吸引这样的中小企业用户，这样产品品质和安全性就可以大大加强。
在新浪商城、搜狐商城、易趣网等网站开店，中小企业用户要求要有三证：营业执照、工商、税务的登记。
4.网上商城对中小企业商家来说，成本低，目标消费群体明确。
B2C网站——当当网负责人李国庆谈到“当当”模式时表示，费用在传统企业是个可变函数，但是到了互联网公司就是常数。
网上书店节省人工费用。
一个以接受邮购和电话订购为主的传统远程书店，如果它每天接到的订单量与当当一样多，至少需要60个人将这些订单信息输入电脑，而当当没有这一工序，因为当当是网上订购，消费者在网上已经完成了预订表格，只需一个人审核订单。
当当不仅省掉了这60个人工，接咨询电话也不过12个人，而传统远程书店至少需要40人接电话。
很明显，当当的客服结构节省了许多费用。

媒体关注与评论

中国互联网将从“网民时代”、“网友时代”提升到“网商时代”！

五　年后人们都将上网做生意。

——阿里巴巴CEO马云　在今后的三四年中，中国电子商务的增长建设将会是全球平均速度的4　陪。

——ebay公司CEO　惠特曼　让人最为兴奋的是，电子商务还处在初级阶段，就像莱特兄弟刚刚试飞　一样，网络商机无限。

——亚马逊网上书店CEO　贝索斯

编辑推荐

中国互联网将从“网民时代”、“网友时代”提程式到“网商时代”！
五年后人们都将上网做生意。
——阿里巴巴CEO 马云　　本书作者编写这本《网上开店创业手册》，从实际应用的角度出发，较详细地介绍了网上开店创业过程中各个环节的个体操作方法，包括：入门准备、选择行业、选择店址、业务经营、传播营销、物流配送、网上支付、售后服务、客户关系、海外贸易等。
本书内容丰富，简明扼要，通俗易懂，具有较大的可操作性，可供广大网络零售企业者入门时参考，并将有利于推动电子商务的应用与发展。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com