

<<电子商务技能实训教程>>

图书基本信息

书名：<<电子商务技能实训教程>>

13位ISBN编号：9787030350336

10位ISBN编号：7030350332

出版时间：2012-9

出版时间：科学出版社

作者：刘春青 编

页数：226

字数：335000

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>

<<电子商务技能实训教程>>

内容概要

《电子商务技能实训教程》是中等职业学校电子商务专业核心教材，通过翔实的案例和清晰、直观的操作步骤，介绍电子商务的应用技能，目的是帮助读者熟悉电子商务工作岗位中的具体工作内容及要求，以便从事电子商务的相关工作。

本书按照现代电子商务业务工作流程及企业部门岗位设置要求，围绕商品拍摄与图片处理、网店装修、网络营销、在线交易、支付与配送和客户服务等电子商务核心工作，精心设计了63个实训，每个实训有翔实的步骤指引及技巧提示，每个单元还配有理实一体化题及实训题，以满足使用者不同层次的学习需求。

本书可作为职业院校电子商务、计算机、网络及商贸类等专业的教材，也可以作为电子商务爱好者及创业者的自学用书。

<<电子商务技能实训教程>>

书籍目录

单元1 商品拍摄与图片处理

1.1 选用拍摄器材

实训1 使用全自动模式数码相机

实训2 使用数码单反相机

1.2 拍摄小件商品

实训3 拍摄毛绒玩具

实训4 拍摄皮带

实训5 拍摄饮料

实训6 拍摄漆雕手镯

实训7 拍摄不锈钢保温杯

实训8 拍摄玻璃杯

1.3 拍摄大件商品

实训9 平铺拍摄

实训10 悬挂拍摄

实训11 细节拍摄

实训12 真人穿拍

1.4 处理商品图片

实训13 裁剪调整图片大小

实训14 修补图片污点

实训15 调整图片曝光度、亮度和色差

实训16 更换图片背景

实训17 批处理水印

单元小结

习题

单元2 网店装修

2.1 初识网店装修

实训18 开设淘宝店铺

实训19 开设慧源店铺

2.2 装修网络商店

实训20 制作店招

实训21 设计店标

实训22 设计导航

实训23 设计促销广告

实训24 制作动态店招

2.3 设计商品描述页

实训25 设计商品促销区

实训26 设计分类标题栏

实训27 设计商品介绍区

实训28 设计商品展示区

实训29 设计帮助与说明区

单元小结

习题

单元3 网络营销

3.1 营销方案制定

实训30 设计网络营销方案

<<电子商务技能实训教程>>

实训31 制定网络营销策划书

3.2 网络营销市场调研

实训32 体验网络调研

实训33 设计网络调查问卷

实训34 在线发布调查问卷

3.3 seo搜索引擎优化

实训35 认识搜索引擎

实训36 关键字定位

实训37 按关键字搜索

3.4 其他营销工具使用

实训38 软文营销

实训39 邮件列表营销

实训40 竞价排名营销

实训41 百度竞价排名

单元小结

习题

单元4 在线交易

4.1 交易前准备

实训42 设置商品分类

实训43 商品发布及上下架处理

实训44 慧源平台商品发布与上、下架处理

4.2 处理交易

实训45 淘宝网购物流程

实训46 卖家处理订单

实训47 沟通工具的使用

实训48 慧源系统购物流程

单元小结

习题

单元5 支付与配送

5.1 网上银行的使用

实训49 工商银行网上银行的使用

实训50 使用网上银行——以“慧源实训平台”为例

5.2 第三方支付工具的使用

实训51 开通支付宝账户

实训52 支付宝实名认证

5.3 创建物流模板

实训53 创建淘宝运费模板

5.4 物流订单跟踪

实训54 有形商品配送

实训55 无形商品配送——以“手机充值”为例

5.5 商品打包

实训56 普通类商品打包——以“衣服”为例

实训57 易碎类商品打包——以“水杯”为例

单元小结

习题

单元6 客户服务

6.1 网络客服

<<电子商务技能实训教程>>

实训58 使用阿里旺旺

实训59 网络客服沟通实训 205单元1 商品拍摄与图片处理

1.1 选用拍摄器材

实训1 使用全自动模式数码相机

实训2 使用数码单反相机

1.2 拍摄小件商品

实训3 拍摄毛绒玩具

实训4 拍摄皮带

实训5 拍摄饮料

实训6 拍摄漆雕手镯

实训7 拍摄不锈钢保温杯

实训8 拍摄玻璃杯

1.3 拍摄大件商品

实训9 平铺拍摄

实训10 悬挂拍摄

实训11 细节拍摄

实训12 真人穿拍

1.4 处理商品图片

实训13 裁剪调整图片大小

实训14 修补图片污点

实训15 调整图片曝光度、亮度和色差

实训16 更换图片背景

实训17 批处理水印

单元小结.

习题.

单元2 网店装修

2.1 初识网店装修

实训18 开设淘宝店铺

实训19 开设慧源店铺

2.2 装修网络商店

实训20 制作店招

实训21 设计店标

实训22 设计导航

实训23 设计促销广告

实训24 制作动态店招

2.3 设计商品描述页

实训25 设计商品促销区

实训26 设计分类标题栏

实训27 设计商品介绍区

实训28 设计商品展示区

实训29 设计帮助与说明区

单元小结.

习题.

单元3 网络营销

3.1 营销方案制定

实训30 设计网络营销方案

实训31 制定网络营销策划书

<<电子商务技能实训教程>>

3.2 网络营销市场调研

实训32 体验网络调研

实训33 设计网络调查问卷

实训34 在线发布调查问卷

3.3 seo搜索引擎优化

实训35 认识搜索引擎

实训36 关键字定位

实训37 按关键字搜索

3.4 其他营销工具使用

实训38 软文营销

实训39 邮件列表营销

实训40 竞价排名营销

实训41 百度竞价排名

单元小结

习题

单元4 在线交易

4.1 交易前准备

实训42 设置商品分类

实训43 商品发布及上下架处理

实训44 慧源平台商品发布与上、下架处理

4.2 处理交易

实训45 淘宝网购物流程

实训46 卖家处理订单

实训47 沟通工具的使用

实训48 慧源系统购物流程

单元小结

习题

单元5 支付与配送

5.1 网上银行的使用

实训49 工商银行网上银行的使用

实训50 使用网上银行——以“慧源实训平台”为例

5.2 第三方支付工具的使用

实训51 开通支付宝账户

实训52 支付宝实名认证

5.3 创建物流模板

实训53 创建淘宝运费模板

5.4 物流订单跟踪

实训54 有形商品配送

实训55 无形商品配送——以“手机充值”为例

5.5 商品打包

实训56 普通类商品打包——以“衣服”为例

实训57 易碎类商品打包——以“水杯”为例

单元小结

习题

单元6 客户服务

6.1 网络客服

实训58 使用阿里旺旺

<<电子商务技能实训教程>>

实训59 网络客服沟通实训

6.2 电话客服

实训60 接待客户来电咨询

实训61 处理客户退换货

6.3 客户关系管理

实训62 管理客户和联系人

实训63 管理客服联系活动

单元小结

习题

参考文献

6.2 电话客服

实训60 接待客户来电咨询

实训61 处理客户退换货

6.3 客户关系管理

实训62 管理客户和联系人

实训63 管理客服联系活动

单元小结

习题

参考文献

章节摘录

版权页：插图：2.1初识网店装修知识准备 网店装修是网上开店过程中的一个重要环节，网店装修类似于实体店的装修，其目的是美化店铺、提升店铺的形象，从而获得视觉销售力。

网店装修带给网络店铺的不仅仅是美观的视觉展示效果，更多的是增强店铺的吸引力和说服力，营造出良好的销售氛围，从而刺激顾客的购买欲望，提升销售业绩。

1.网店装修的含义 网店装修就是在淘宝、易趣、拍拍等网络平台允许的结构范围内，通过使用图片、程序、模板等使店铺变得更美观的过程。

“普通店铺”结构固定，只能做少量的页面改动和设置，其功能性和美观度都极具局限性。

以淘宝网平台为例，专业的网络店铺一般会升级到更高级别的旺铺，旺铺级别越高，在页面设计上的自由度就越高，页面的改动和设置就更加灵活，有助于设计出更美观、更人性化的页面。

好的店铺装修就是淘宝网上的经商名片，判断是否为专业店铺，通过评价网店装修效果便能做出大致分辨。

2.网店装修的流程 网店的装修，除了可以使用第三方设计好的装修模板和装修软件进行“一键装修”以外，还可以自己动手设计和制作所需素材，进行手工装修。

所谓“一键装修”，指的是店主不需要具备专业的图片处理和网页设计知识，直接在装修市场搜索并购买设计好的装修模板，单击“模板安装”即可自动应用购买好的装修模板的方法。

安装装修模板之后，店主只需要根据自己的实际应用进行简单的修改设置即可；而手工装修则需要店主具备专业的图片处理、网页设计等相关知识，店主需要自己设计和制作各个模块和功能区的图片或代码，并进行安装调试，手工装修相对一键装修来说，店铺的页面和风格可以根据自己的喜好进行更加灵活的设计和定义。

3.网店装修的基本原则 网店装修的目的不仅仅是让店铺变得更加美观，其现实目的在于创造更多的销售额。

因此在装修网络店铺时，要把握好以下几个基本原则。

（1）装修风格要符合买家定位 装修店铺不是根据卖家自己的喜好进行风格设计，好的店铺装修首先要符合买家定位。

装修前，需要了解店铺的主要买家的年龄段、知识结构和购物习惯及大致的审美倾向。

如果店铺的顾客非常年轻，那么在装修风格上可以更加自由，风格可以偏向活泼有趣，还需要把新潮的商品靠前展示；如果顾客大多数是老客户，则应避免经常改动店铺结构，“新品”和“会员专享”就应更靠前，常规的信息则要放在相对次要的位置。

（2）店铺界面要符合买家浏览习惯 买家期望的东西越容易找到，就越容易接受网店的界面。

一致性的界面，可以让买家更方便地进行操作，提高购物愉悦度和效率。

大多数网络店铺如淘宝，其基本的店铺结构是F型。

顶端是店招，左侧是宝贝分类列表，右边是促销信息，如图2—1—2所示。

由于用户的阅读习惯是从上到下，从左到右，所以要把转化率最高的宝贝推荐在先，使其显示在靠近店铺左上角的位置。

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>