

<<网上购物与开店>>

图书基本信息

书名：<<网上购物与开店>>

13位ISBN编号：9787513900522

10位ISBN编号：7513900523

出版时间：2011-1

出版时间：民主与建设出版社

作者：胡佳

页数：229

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>

## <<网上购物与开店>>

### 前言

随着互联网在中国的进一步普及应用，网上购物逐渐成为人们的网上行为之一。

互联网在现实生活中应用很广泛。

在互联网上我们可以聊天、玩游戏、查阅东西等。

更为重要的是在互联网上还可以进行广告宣传和购物。

互联网给我们的现实生活带来很大的方便。

在互联网开放的环境下，基于浏览器、服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式，就是电子商务。

随着媒体形式的发展，电子商务也表现出了极大的融合性，延展出许多创新形式。

与其说电子商务是一个新兴的行业，不如说它是一个创新的商业模式。

这几年，随着阿里巴巴、淘宝、拍拍、百度有啊等各种电子商务模式与电子商务服务的兴起，对传统企业起了很大的冲击。

网购的群体更是发展迅速，几乎超过互联网网民发展的速度。

对普通网民来说，网络购物与经商的时代已全面降临。

网上开店逐渐从单纯的个人乐趣演变成一种营销经营模式；店主也从网民成为专业的网络销售人员。

而网上购物的相关体制、制度也越来越完善。

## <<网上购物与开店>>

### 内容概要

一本开启网络新时尚大门的指南；一本包含各种各样网上淘金技巧的秘籍；这里为你介绍菜鸟玩家最安全的创业模式；这里造就购物达人。

挖掘商人潜质，开拓广阔“钱途”。

让你轻松启程！

本书深入浅出，将网购和开网店的秘诀一一展现，带领大家进入电子商务的奇幻世界。

让读者从浅入深，学习如何从网购“菜鸟”升级至“大神”级人物，全面地了解当下网络电子商务的发展现状和前景。

## <<网上购物与开店>>

### 作者简介

胡佳  
毕业于南京林业大学广告学系，学成后参与过广告、网站推广等工作，对网站营销和电子商务的发展有深入研究。

## &lt;&lt;网上购物与开店&gt;&gt;

## 书籍目录

Part 1 网上购物	第1章 购物心经	1.1 初遇淘宝,注册会员	1.2 手把手教你激活支付宝	1.3 谨慎选择网上银行	1.4 与卖家架起沟通的桥——阿里旺旺	第2章 淘宝正式开始
	2.1 关键的“关键词”搜索	2.2 别被美图蒙蔽了眼睛	2.3 信用等级不代表真的有信用	2.4 网购省钱妙招	2.5 到货之后的那点事儿	2.6 放心淘宝绝招
	3.1 什么是团购	3.2 团购的形式	3.3 团购优势与组织维护	3.4 团购“陷阱”	Part 2	
网上开店	第4章 网上开店不可不知的常识	4.1 揭开网上开店的神秘面纱	4.2 网络赚钱的必备工具	4.3 做好网络调查	第5章 网络开店流程全攻略	5.1 淘宝开店流程
淘宝开店三大法宝	5.3 申请支付宝实名认证	5.4 正式开店&商品发布	5.5 网络店铺也要美化	5.6 好的交流等于成功的一半	5.7 选择物流发货	5.8 给买家评价
卖家常见问题&解答	5.10 挖掘进货渠道	5.11 批发市场	5.12 厂家进货	5.13 购入外贸商品	5.14 注意打折商品	5.15 关注特色商品
5.16 设计个性商品	第6章 网店后期营销策略	6.1 网店经营分析	6.2 网店经营的技巧与盈利	6.3 网店推广——让你提升知名度	6.4 网店整体运营——开拓商机	

## &lt;&lt;网上购物与开店&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：现在一些团购网站所推出的团购产品，其中涉及到团购的绝大部分都是一些非主流且价格不透明的产品，诸如餐饮、美容、婚纱摄影等类居多，这一类产品本身就存有暴利且价格不透明，在没有一个统一价格体系的前提下，商家完全可以自提价格再进行降价团购，由此以来，所谓的团购便变成了一种另类的促销，所谓的“赔本价”其存在的价值也就毫无意义了。

为了谨防“赔本价”忽悠，参加团购会之前，还是老老实实先去一趟卖场做个暗访，确定要买的型号，摸清价格底线。

那么，团购现场要不要下单就心中有数了。

## 2.参加有第三方监管的团购。

现在的团购实在多得令人眼花缭乱。

大部分业主参加团购是为了便宜的价格，但请注意，这种价格的优势必须与优质的产品、售后服务画等号。

有些无良商家摆出的样品是优等品，等送货到家后就会发现，产品的花色质地要比团购网上看到的差很多。

这时商家送的是二级、三级品甚至次品。

若团购的商品售后没有保证，商家不给换货或要求加价的可能性都很大。

所以，在选择参加团购时，要确保团购的组织者有第三方的监管，万一出现售后服务等问题，可以有地方投诉。

有的团购组织举办一次就走人，遇到问题商家就跟你扯皮，很难保证消费者的最终利益。

而那些自发组织的团购活动，除非和很熟悉的人一起参加，最好不要去掺和其中。

此外，不管参加团购与否，都应该选择品牌，品牌产品价格贵，折扣也低不了太多，但是售后的确不错，可以省去很多麻烦。

## 3.保留发票先别急着付全款。

现在很多来参加团购的商家都只带几款样品，大部分消费者看不到实样。

这种情况下，即使商家给的价格很优惠，也不能交全款，可以考虑缴纳少量定金。

从表面上看，这个社会一直在聚集信息以及其他媒体的资源。

而实质上，这个社会是在聚集人，因为他们提供了一种吸引人的环境。

这种环境的维系，靠的是人们的互相联系。

虚拟社会人们联系的基础实质上是人们希望满足虚拟环境下三种基本的需要：兴趣、聚集和交流。

### （3）兴趣。

分析畅游在虚拟社会的网民，可以发现，网民之所以热衷于网络漫游，是因为对网络活动抱有极大的兴趣。

这种兴趣的产生主要出自于两种内在驱动力：一是探索的内在驱动力，二是成功的内在驱动力。

### （4）聚集。

网络的虚拟世界提供了具有相似经历的人们聚集的机会，这种聚集不受时间和空间限制，并形成富有意义的个人关系。

通过网络而聚集起来的群体是一个极为民主的群体。

在这样一个群体中，所有成员都是平等的。

### （5）交流。

聚集起来的网民自然产生交流的需求。

随着信息交流的频率的增加，交流的范围也在不断地扩大，从而产生示范效应，带动对某些种类的产品和服务有相同兴趣的成员聚集在一起，形成商品信息交易的网络，即网络商品交易市场。

从事电子商务活动的网络营销人员要想成功地行销在因特网上，他所构思的网络营销计划除了需要考虑传统市场中顾客的各种需求外，所设计的网站要从调动顾客兴趣入手，利用和谐的气氛和丰富的信息资源聚集顾客群体，通过完善的检索手段和通信设计充分交流信息最后达到扩大销售的目的。

## 2.网络消费的心理动机。

## <<网上购物与开店>>

### (1) 理智动机。

这种购买动机的形成基本上受控于理智，而较少受到外界气氛的影响。

这一购买群体具有较高的分析判断能力。

他们会反复比较各个店铺的商品，购买动机一般具有客观性、周密性和可控性的特点。

他们首先注意的是商品的先进性、科学性和质量的高低，不会受到外界信息的干扰。

## <<网上购物与开店>>

### 编辑推荐

《网上购物与开店:从新手到高手》：最新、最实用、最全面的实战指南，将问题一网打尽从零开始，从入门到精通；详解新手教程，玩转网购！



<<网上购物与开店>>

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>