第一图书网, tushu007.com

<<网上开店实战手册>>

图书基本信息

书名：<<网上开店实战手册>>

13位ISBN编号：9787807283881

10位ISBN编号：7807283882

出版时间：2006-10

出版时间：广东经济出版社

作者：陈思瑞

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

在这个商业快速发展的时代，创业成为很多人追求的目标。
可是，传统创业模式耗时耗力，需要大笔的起始资金，且经营风险大，所以让很多人望而却步。
如今，一种新型的创业模式正在中国大地蔓延开来，那就是网上开店。
网上开店是在互联网时代的背景下诞生的新型创业模式，它投入不大、经营灵活，而且可以为经营者提供不错的利润空间，所以受到很多人的追捧。
对此，各大C2C网上交易平台的注册会员数即可以提供确凿的证明　　本书从实际应用的角度出发，采用问答的形式，较详细地介绍了网上开店过程中各个环节的具体操作方法，包括网上开店的各种准备、经营过程中的难点和疑点、物流配送的操作流程、客户关系的细节管理以及店铺规模扩大与转型等。
本书内容丰富，图文并茂，并附有很多案例，具有较强的可操作性，是卖家从事网上开店的有益参考。

书籍目录

基础篇　为什么要网上开店　网上开店的前景如何　网上开店有哪些方式　网上开店有哪些交易平台　网上开店有哪些硬件要求　网上开店有哪些软件要求　网上开店赚钱容易吗　哪些人适合网上开店
准备篇　网上开店卖什么　如何为网上店铺起名　如何更好的利用橱窗　如何更好的利用签名档　如何让店铺公告脱颖而出　网上店铺装修应注意什么　如何对商品进行描述　如何才能找到价格低廉的货源经营篇　如何修炼成赚钱的卖家　如何为店铺进行市场定位　网上开店有哪些买卖形式　如何为商品敲订一口价　如何进行商品拍卖　网上商品定价有哪些技巧　网上店铺如何做广告　网上店铺如何促销　如何赢得买家的信任　如何面对买家的非好评　怎样鼓励顾客的随机购买　网店经营有哪些技巧资金物流篇　商品如何包装　如何让你的包装更有价值　商品配送有哪些渠道选择　如何选择快递公司　网上交易有哪些支付方式　为什么要研究消费者行为　有哪些因素影响消费者行为　如何有效影响买家消费心理　如何与顾客有效沟通　与顾客主要沟通哪些问题　如何处理顾客的不满　如何处理顾客的异议　如何防止顾客流失发展篇　如何扩大网上开店的规模　为什么要开展对外贸易　开展对外贸易有哪些要求　如何开展网上对外贸易

章节摘录

书摘如何为店铺进行市场定位　随着网络交易的频繁和规范，网上交易市场中产品的同质化现象日益严重。
于是，很多网上店铺展开了激烈的价格战，利润空间被挤压得所剩无几。
面对这种情景，网上店铺必须要像一个企业那样去生存，方可提高自己的竞争能力，避免被淘汰的命运。
　在网上店铺开张经营伊始，卖家应该像个企业家那样去思考网上店铺的发展。
为此，卖家将很可能会遭遇这样的一个问题：店铺如何进行市场定位。
店铺准确的市场定位，可以提高其经营的效率，树立店铺及其产品在网上顾客群中的独特形象，取得有利的竞争地位，从而使店铺可持续性发展。
　从理论角度来看，所谓市场定位，就是企业根据目标市场上同类产品竞争状况，针对顾客对该类产品某些特征或属性的重视程度，为本企业产品塑造强有力的、与众不同的鲜明个性，并将其形象生动地传递给顾客，求得顾客认同。
市场定位的实质是使本企业与其他企业严格区分开来，使顾客明显感觉和认识到这种差别，从而在顾客心目中占有特殊的位置。
　而从实战角度来看，网上店铺的市场定位，就是卖家根据手中所拥有的资源，通过分析取舍，明确最有价值的发展方向，然后根据所选中的产品或服务的属性，以及竞争对手的状况，确立店铺在网络市场上的位置，并利用顾客对店铺相关产品或服务的重视程度，为店铺及其商品塑造与众不同的形象，以同其他竞争者有所区别。
　市场定位涉及三个层次的定位：产品定位、品牌定位和公司定位。
对一位刚刚涉及网上交易的卖家来说，产品定位和品牌定位尚并不紧要，急需解决的是公司(店铺)定位问题。
下面将介绍一下为店铺进行市场定位的一般程序：　1.分析自身所拥有的优势。
比如，有些人有通畅而价格低廉的货源，这就是优势；再比如，有些人善于沟通，人缘好，这也是优势；还有些人资金实力充沛，这是他们的优势。
　2.一项产品是多个因素的综合反映，包括性能、构造、成分、包装、形状、质量、品牌、售后服务等。
通过调查和研究所要出售产品的因素，确定产品优势所在。
　3.根据自身的优势和产品的优势，为每种优势选择一个最适宜的市场定位。
比如，卖家的进货价格有优势，便可以把自己的店铺定位为低价商品供应商；再比如，产品具有很高的品牌知名度，便可以把自己的店铺定为名牌商品供应商。
　4.调查和研究网上消费者，确定他们的组成结构、购物倾向等。
比如，可以通过一些发布的权威数据来分析消费者。
　5.调查和研究网上竞争者，确定他们的商品组成结构、价格、销售额等。
比如，可以通过浏览竞争对手的店铺、查看网上竞争者的过往交易记录来分析竞争者。
　6.综合上述所有分析结果，为自己的店铺确定最终的市场定位。
比如，卖家有物美价廉的进货渠道，产品的知名度很高，消费者对该产品的购买意向明确，而竞争者普遍交易量有限，在这种情况下，卖家便可以把店铺定位为名牌折扣店。
　总而言之，市场定位的过程就是企业差别化的过程，即如何寻找差别、识别差别和显示差别。
　　P75-P77

编辑推荐

网上开店的前景如何？
网上开店赚钱容易吗？
如何让店铺广告脱颖而出呢？
如何才能找到价格低廉的货源？
网上商品定价有哪些技巧？
如何赢得买家的信任？
如何选择快递公司？
如何处理顾客的异议？
如何开展网上对外贸易？
……网上开店是一种在互联网时代的背景下诞生的新销售方式，区别于网下的传统商业模式，它的经营方式灵活，可以为经营者提供不错的利润空间，成为许多人的创业途径。
本书以实战问答的方式，助你扫除网上开店过程中的种种障碍。

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