

网上开店研究：经营网店的制胜三招

在网络上开店最重要的是了解客户需求，客户有什么需求，且看第一条，最优化品类。含义是，如果经营的是纯银饰品，那么，并不是将这个品类的所有货物都陈列为最佳，而是将……

关键词汇，在网络上开店获得成功，从三个关键开始。

1、最优化品类。2、最小化距离。3、最深化网络行为。

在网络上做生意的要点是透彻了解客户。这好像是老生常谈，在网络上开店有经验的人肯定会认为这不是胡扯吗？难道我不知道客户就是要便宜的货物吗？因此，许多在网络上开店的人在介绍网络经营时会将价格有竞争力放在首位。

殊不知，这样的店主还真的值得同情，因为，这样的店的生意是日薄西山的，是逐渐走下坡路的。这根本不是了解客户，应该是仅仅了解一部分在网络上追求低价物品的客户，而这样的客户第一没有忠诚度，因为一定会有价格更低的店铺，尤其是新进入网络店铺生意的新人，通常都会首先认栽，自己不赚钱先开张再说的心态。第二，这样做永远无法提高自己的利润额，那么在网络生意上就没有前途可言。做生意的核心道理就是要赚钱，而且应该逐步提高利润率，为网络店铺提高利润率才是新的中国的产业升级的必然。

在 eBay 上做纯银饰品的，美国有 13793 家，澳大利亚有 574 家，有这么大的差别的原因是人口比例比较悬殊。美国有将近 3 亿人口，澳大利亚仅仅 2000 万多一点的人口。这类产品中，美国的存货量最大收集了 10625 件纯银饰品，每月的好评也不过仅仅 300 条左右，在 eBay 上留好评的人数平均为 72%(麦肯锡网络营销研究报告，07 春季版)，因此，可以推测出货量大约在 450 左右，每月平均 15 件，价格属于中等。

美国同类产品中当然有大把低价的店铺，然而，最低价的纯银饰品的店铺每月的好评也就在 200 左右，经常情况是不到 200，而澳大利亚的一家做纯银饰品的店铺，纯银饰品的货陈列了 1000 件，每月也可以得到 300 多好评，同样每天大约走货 20 件，而且加上其它的关联类产品，每天可以走到 50 件左右，价格偏上。这才是真正做生意呢。而这家能够实现赢利的关键在于做到了三件事，第一：最优化品类。第二：最小化距离。第三：最深化网络行为。

网络营销的三个关键之处

在详细描述这三个决定其成功的关键之前，先明确一下网络店铺的经营目标。网络店铺无非是为赚钱，但是，赚钱的目标是有上限的，无论如何努力，多么聪明都不可能超过这个上限。3%网络上能够赚到钱的店铺并不是指发财，而是指可以依靠网络生存了，而且比打工要好的多，具体数字是：减去进货的成本，并减去你个人的应该收入(比如如果你不做网络店铺，打一份工的薪水)，如果用了两个人，还要减去第二个人的应该收入，如果雇用了人员，那么还要减去支付这个人的报酬，如果此时有利润，而且利润超过企业中层管理者的月收入(目前中国的数字大约是每月 2 万左右)，那么就属于麦肯锡定义的这 3% 赢利店铺了。

在网络上开店最重要的是了解客户需求，客户有什么需求，且看第一条，最优化品类。含义是，如果经营的是纯银饰品，那么，并不是将这个品类的所有货物都陈列为最佳，而是将这个品类的产品分成上中下三类。上类的产品要挑选品类中最昂贵的产品，中类产品要挑选非常居中的产品，下类产品要以最低价为首选。然后，就是应用规则了，用低价争取浏览者的到来。

这个意思是，传统的店铺是将广告塞到市场中去，希望消费者看到，然后来店，最重点的不同是，网络上的消费者是浏览者，他们不接受塞入的广告，他们是主动寻找产品的，其中多数是以价格为主要排列顺序来选择点击的店铺的，因此，你必须要有最低价的陈列，否则你会丢掉浏览者，从而失去访问的数量。网络上的产品便宜已经不是新鲜的事情了，已经是过时的了，但是，从有生意以来，便宜肯定是第一吸引要素，等他来了，你再布局，那就是高档产品的作用了！

高档产品有两个重要目的，一个是显示店铺的实力，一个是对浏览者的诱惑，当你的产品覆盖范围从低到高如此广泛时，浏览者停留在你的地址的时间就长，接受你的影响就会随着时间的延长而缓慢地，悄悄地渗透，这就是高档品类的重要作用。

但是，毕竟这是一个从低价引诱来的浏览者，可能无法承受如此的高价，但是，网络经营的核心并不是要一次吃掉这个客户，而是逐渐培养其品味，养成其来店的习惯，他总有一天会购买高档产品的。一旦，他决定在纯银饰品中采购，又决定不采购价格高的，那么，你这里的中档品类产品就成为了出货的主力军。这就是最优化品类的意思。你不妨用这个评价方式到各处的纯银饰品的店铺去访问一下，看看他们是怎么做的。

第二条，最小化距离。网络采购与传统采购的重大不同是采购决策的心理偏好不一样。在现实中，人们采购产品时，能够看到，摸到，甚至听到，总是是所有感知器官都调动了，是感性在主导其采购决策，容易冲动。而网络，浏览者仅仅凭借视觉，而且是平面视觉，根本没有实际的感知，因此，多数是理性决策。这是距离导致的。人们在理性的时候会尽量考虑价格的，因此网络购物者多数以价格为导向就并不奇怪了。那么，上述提供的纯银饰品的店铺为什么中档价格能够走的好呢，这就是使出浑身解数也要模拟人们购物的现场感。那就是做到三个突出：

- 1、突出图片。
- 2、突出描述。
- 3、突出速度。

突出图片讲究三个要点，一个是构图，一个是光线，一个是道具。构图要能够尽量反应物品的层次，质地。比如纯银饰品的构图强调完整性，要在一个图片中尽量充分显示饰品的完整造型，而不是采用艺术摄影手法的 S 造型。应该以正，方，圆为主要造型方式，属于 30 年代好莱坞影片构图模式。

光线是体现现场感的，光线可以通过背影来衬托，也可以通过直射光来强化反光，从而

提升人们在浏览时的现场感受。尽量避免正面照射，可以采用非传统的用光方式，比如直角向下辐射光，直角向上辐射光，或者正侧面直射光等，尽量回避斜射光，总之，有角度的光在平面图片中不能完整显示现场的真实感。第三就是道具了。做首饰的必须要有脖子模型，或者手腕的模型，如果有脚链，还要提供脚腕模型，让模型来衬托产品。你去看淘宝上纯银饰品的图片，几乎没有道具。这就是为什么仅仅可以用低价销售的无奈了。要知道道具就是托，体现店铺的实力，强化浏览者的现场感受，没有这些，那么就依靠低价混吧。

最小化距离第二个突出就是文字描述。文字水平再高，其实也无法比拟现场有人向他介绍时的渲染，不过，高水平的店铺仍然可以将文字描述提高到一个境界。比如，纯银饰品可以这样描述：让饰品的光线笼罩你纤细的手腕。让纯银衬托您时尚的纹身图案。让纯银饰品漫射的光线陪伴你舞会中的浪漫。让纯银饰品内外不同的发光带你走进阳光的温暖。这些都是尽量调动浏览者的现实想像力，从而调动其感性想象，让头脑中的想象来推动其采购的决心。这比你强调什么 925 银要有效的多，如果你打算面对银品专家你当然可以强调你的专业性，比如什么 925 银，tiffany 海星什么的。

但是，不要忘记，越懂行的人越在意低价，其实他们不是你的客户，至少不是你可以赚钱的客户。你真面对的大众客户通常是不懂什么 925 银的，如果你强调反而会提高他去努力鉴别 925 银是什么，这样就等于鼓动其理性思考，大量比较，至少这次是无法拿单了，因为他要去学习和比较了。所以，要多用渲染的文字来烘托你的产品，让文字帮你在浏览者面前再造一个现实场景，提高其采购决策的可能性。

第三个突出就是速度了。要强化递货的速度。网络购物不是一手交钱一手交货的传统购物方式，这会导致人们的迟疑，以及不放心，网络卖场已经尽量消除客户的顾虑了，比如支付宝，比如 paypal，都是确保购物者的支付方式。因此，轮到店家唯一可以在最后的时刻影响其下决心采购的就是递货速度了。这需要好评来做担保。如果好评中能够有一半以上的对速度进行评价，并满意的用户，那么店铺的成功指日可待了。

最后一条，就是深化网络行为。什么是网络行为。传统的销售中最关注的是客户的细分，他们的年龄，他们的受教育程度，以及他们的性别等，确实都有可能影响他们的采购决策。但是在网络上，这些行为都消失了，形成了一个全新的行为模式，那就是点击行为。点击行为最后概括为网络的浏览行为。没有什么动作比点击一下鼠标的成本要高的了，因此，浏览者非常容易离开，点击一下鼠标就离开了，这就是网络浏览者的行为方式，不像传统店铺，从一个店走到另外一个店至少还耗费体力呢，或者耗费时间呢，在网络上从北京到上海，到广州，甚至到台湾，日本的网站都不需要办护照，也不需要签证。

因此，一切的行为都要围绕着点击展开，如何有效利用其点击行为尽量锁定其在你的页面上停留的时间。这就需要彻底了解浏览者内心最需要的是什么。他们的网络上主动找什么，他们真的知道自己要找什么吗？

你是否知道，网络浏览者宁可点击鼠标 100 下，也不愿意用键盘敲几个字，因此，在你的页面中提供一个搜索的功能并没有什么用途，因为他们不会用键盘输入任何关键词的，何况通常情况下，他们甚至自己并不知道要搜索什么，对你这个店铺的店主来说，你要替他们设想好到了我的页面，那就是有相关的兴趣，笔者就在这个基础上进一步推测你的兴趣还可以有什么，我就替你关键词陈列在哪里，并且是可以点击的，无非就是从这个页面点击到

了另外一个页面，仍然是我的产品的页面，不过可能是更加高档的那个产品的页面了。

比如如果你到了我的纯银饰品店铺的话，我在陈列中提供这些词汇：传家宝银品首饰，水滴状银品饰圈，极致时尚银品链，舞会最佳银品，圣诞节造型银品，艳照门中的银品类别等，并提供链接，只要点击就会进入仍然是我的页面，并提供相关的文字说明，以及渲染。如果可以在自己的页面中创造 10 个以上的关键词，那么，他在你提供的范围你点击，总是走不出你规范好的底盘，也就会不断受你的页面的图片，文字，速度的影响，从而不知不觉已经试图牢记你这个店铺的地址了，这次不买，你还愁他不回来吗？

网络行为是以点击行为为关键的，不分年龄，不分性别，他们在网络的大量的信息面前是无助的，是弱势群体，今天面对复杂的网络行为，最关键的不是提供信息，而是提供加工过的信息，用加工过的信息来不断牵引浏览者在你划定的范围内周转，他们不会走出你的势力范围多远的，当然，你真的需要的不仅是会制作网页，会设置邮件地址，会使用 QQ 等，你真的需要透彻了解什么是营销。

网络营销需要回答的三个问题

营销是对自己店铺的一个规划过程，营销需要你回答清楚如下的三个问题：

第一，你要做什么人的生意：**A：**追求低价的人的生意，**B：**或者有一定品味，暂时没有多少钱的人的生意，**C：**或者有经济实力，比较在乎品质，以及服务的人的生意。**D：**或者，其实你什么人的生意都想做。

第二，你是否熟悉你经营的品类特点，能否从客户的角度理解品类，而不是价格，是产品中包含的那些可以打动购物者内心欲望，渴望的特点。比如纯银饰品卖的不是饰品，卖的是感觉，卖的是一种想象，与众不同，被人关注的感觉，如果你有办法突出这个感觉，你就赢了。所以，请回答你销售的产品是：**A：**满足其实用的需要，**B：**或者是精神的需要，**C：**或者是炫耀的需要。**D：**或者其实你什么需要都想给予满足。

第三，你是否真的了解浏览者的网络行为，比如你是否知道他们访问你的页面停留多久，是什么让他们停留的，以及又是什么让他离开了，你能否回答这个问题，你心中是否有目标客户的轮廓，你认为他们是：**A：**特别懂网络购物的，比如，他们也是开店的。**B：**或者他们可能不太懂，是新手，菜鸟。**C：**或者他们比较懂，但是不常来，偶尔来寻找现实中购买麻烦的产品，**D：**或者你根本不了解他们，什么人你都想做。

网络营销的关键是透彻了解你的客户，不要自以为是事先假定所有的网络客户都是贪便宜的，如果你这么设想，只能是自己将自己的发展道路堵死，埋怨不得别人，而且许多别人却在赢利。

网络营销关注的是营销。不是传统的销售。为什么淘宝上的卖家如果没有实时在线的人员可以联系的店铺生意就不行，道理就在于无法赢得浏览者的信任，于是等于重新回归到传统的销售模式，这样等于降低了网络的优势，因此，目前的趋势是，在网络上挣到钱的人反而又去实体店铺真的开一家店了，而一些传统领域的店铺也确实开始考虑来网络上开一家店了，这可能是未来的另外一个趋势，会比较集中发展起来形成趋势，线上线下，共同出击！