

<<淘宝网赢家案例精选>>

图书基本信息

书名：<<淘宝网赢家案例精选>>

13位ISBN编号：9787115204998

10位ISBN编号：7115204993

出版时间：2009-5

出版时间：人民邮电出版社

作者：上海伟雅

页数：218

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>

<<淘宝网赢家案例精选>>

前言

随着我国电子商务的急速发展，以各大网络平台（如淘宝网）为依托的网店应运而生，网店经营模式发展迅速，同时越来越多的企业和个人纷纷投身到网络经济中来，并逐步形成了“网商”这个群体。

截至2008年10月，在淘宝网上开店的有95万家，这些网店表现为四种状态：第一种状态是不活跃的，约10万家；第二种是活跃的但尚不能以网为生的，约60万家；第三种是能够以网为生，网店月收入每人在1500元以上的，约24万家；第四种是赢家，网店店主月收入5000元以上的有1万家。

我本人曾经是个报刊编辑，后来改行做礼品生意，用的是传统销售方法，生意做得很辛苦，也很无奈。

2004年10月，在55岁的年龄，我试图改弦易辙，在阿里巴巴网站注册，开始学习做网络生意。

后来了解到“网商”这个新的商人群体与普通的商人群体在理念、文化、经验、技巧上有太多的不一样，便试图写下他们的故事，每年写50人，四年写了200多人。

通过多年的积累与思索，我把网商的发展总结为以下三个阶段。

阶段一：个人网商起步阶段 一些网民有较强的网络操作能力且思想活跃，有强烈的好奇心和创业意识，善于发现和掌握新生事物，他们在兴趣和利益的双重驱动下尝试网上开店成为卖家，经历了“个人向新型商人”转化的过程。

逐渐地，当他们能够维持个人生存并可把经营网店当做事业来发展的时候，个人网商也就开始从兼职转向专职了。

<<淘宝网赢家案例精选>>

内容概要

《淘宝网赢家案例精选》的作者以一名网商的身份与视角，与淘宝网最具特色的29位网商精英亲密接触，全方位挖掘这些淘宝网赢家的经营之道，为广大网上经营者能够更好地发展提供了很多有价值的建议。

随着电子商务的飞速发展，“网商”群体也越来越壮大。

对于电子商务的爱好者来说，不论你是网络买家或卖家，还是传统商人或企业甚至是刚刚有了在网上创业念头的大学生，阅读《淘宝网赢家案例精选》都一定会获益匪浅。

我们是网商，是创造电子商务奇迹的精英。

作者简介

上海伟雅（本名宋小林），毕业于吉林大学中文系。
曾任《第三产业报》编辑部主任及《中外产品报》和《中国引进报》副总编。
2004年开始专业写网商故事，是阿里巴巴网商故事论坛版主、淘宝网皇冠访谈专栏作家、央视2套网上开店节目特约评论员，获阿里巴巴2005年度特殊贡献大奖。
先后写过200位淘宝店主的故事，著有《我们是网商》、《生意在网上》、《皇冠店铺》、《网上开店经营秘笈》、《在淘宝网开店》。

<<淘宝网赢家案例精选>>

书籍目录

1. 案例1 直复营销“九洲鹿” 1.1 网上跑量销售有奥秘1.2 让买家“喜出望外” 1.3 供应链上挖潜力1.4 传播模式一对一2. 案例2 国际代购价百胜2.1 为买家代购解烦恼2.2 利用国际品牌产品的差价2.3 买到正品有保证2.4 利用资源，全球调货2.5 不赚差价，让利买家2.6 打造“价百胜”这个品牌3. 案例3 港澳住宿淘宝订3.1 寻找目标宾馆3.2 延伸服务必不可少3.3 淡季不忘营销推广4. 案例4 淘宝有个三珍斋4.1 八宝鸭是头炮4.2 老字号上做文章5. 案例5 大学生的“上上屋” 5.1 从卖雪地靴起步，定位在女鞋5.2 自己设计，找厂家加工6. 案例6 淘宝网上去“过冬” 6.1 优势源自10年贴牌生产6.2 打造自己的品牌，多渠道营销6.3 集中核心优势，产品重新定位7. 案例7 网上美食也疯狂7.1 好吃不要钱7.2 千挑万选始出来7.3 抓住机会，与台商合作8. 案例8 护肤快乐体验DIY8.1 护肤DIY有理由8.2 细分目标顾客8.3 服务个性化8.4 工程师要在线与客户亲密接触9. 案例9 悠然自酿红酒坊9.1 服务多样，教程详细9.2 多交自酿葡萄酒知己10. 案例10 就卖汽油添加剂10.1 要做就做朝阳产品10.2 认清市场是怎么被“做烂”的10.3 能否成功关键看产品效果10.4 用聊天工具进行营销10.5 口口相传，案例营销10.6 充分利用权威网站上的体验报告11. 案例11 自我品牌美芙乐11.1 走自我品牌之路11.2 原料只从法国进11.3 配方一定适合中国人11.4 用开放思路，和皇冠店铺一起合作12. 案例12 激荡一把小人物12.1 卖点卡攒信誉12.2 找市场空白12.3 引进韩国假发，再次提升店铺档次13. 案例13 挺过“黑色六个月” 13.1 抓紧学习专业知识13.2 确定几个积累信用的产品13.3 认真对待每一个客户13.4 打造自己在网上的亲和形象13.5 充分利用自己的人脉13.6 积极参加社区活动14. 案例14 定位准确成“大鳄” 14.1 准确定位潜在市场14.2 打造一支有竞争力的技术队伍14.3 让同样的钱跑更远的路15. 案例15 给客户最高承诺15.1 最高承诺源于性价比高15.2 服务不失规范15.3 在产品推荐上见真情16. 案例16 “妖精”成功在心态16.1 开店要有好心态16.2 回复客户要有好心态16.3 对待稳定客户要有好心态16.4 不刻意计较金钱也是好心态17. 案例17 和谐共建“八荒地” 17.1 要找和谐共赢的生产商17.2 理念相同合作才能长久17.3 做自己设计的产品要有厂家做保证18. 案例18 残疾人拼到皇冠18.1 不轻易言败18.2 把自己打造成专业卖家18.3 精益求精更进一步19. 案例19 高级营养师团队19.1 做私人营养顾问19.2 做五星级服务19.3 特别服务20. 案例20 网上卖壶一万五20.1 采购紫砂壶要眼光独到20.2 抓关注度也要眼光独到21. 案例21 和外贸鞋说再见21.1 必须走可持续之路21.2 成为真正的鞋神22. 案例22 淘宝网生存专家22.1 自然推广做仔细22.2 在旺旺用好签名档22.3 用好博客22.4 店铺标题上动脑筋22.5 直通车是个催化剂23. 案例23 网商厂家能共赢23.1 合作之初要对电子商务达成共识23.2 合作开发新产品23.3 双方共同确定销售价格23.4 皇冠店铺要为企业做好品牌推广23.5 和企业一起建立完备的售后服务体系24. 案例24 “森舟名茶”铁观音24.1 淘宝大学恶补开店知识24.2 肖森舟自创品牌有一套24.3 注重产品质量与包装24.4 新茶推广有绝招25. 案例25 “蚂蚁”与“大象”结合25.1 “蚂蚁”团队打动了“大象” 25.2 合作双方精诚配合25.3 经常会创造一些小小的奇迹和突破25.4 “蚂蚁”和“大象”要沟通25.5 好团队是根本26. 案例26 从韩剧中找灵感26.1 第一个设计灵感来自韩剧26.2 做设计就要抓住流行趋势26.3 和工厂建立流畅的设计链26.4 让老客户和自己一起设计27. 案例27 转变代表着成长27.1 要发展就得有转变27.2 转变代表了成长28. 案例28 杨竣雄导客营销28.1 导客小柴联系了200家零售店28.2 导客陈先生在北京“扫街” 28.3 导客蓉蓉初出茅庐也辉煌29. 案例29 中国式聊天营销29.1 网聊是培养客户的好方法29.2 网聊学会找话题29.3 网聊要真诚29.4 网聊是中国特色30. 附录 一天学会开网店30.1 手把手教你开店30.2 网店交易操作30.3 网店营销推广30.4 学习成长

章节摘录

1.案例1 直复营销“九洲鹿” 赢家有道 1.1 网上跑量销售有奥秘 最好的性价比是“九洲鹿”跑量销售的核心。

像购买床上用品，消费者的消费心理大多是在大型超市一定会买到最便宜的。因此，汪炜就去大型超市调查相关商品的性价比，然后把自己网店销售同类产品的价格定得比大型超市还要便宜30%~80%。

汪炜介绍说：“如何才能保证我们的产品具有最好的性价比呢？

拒绝给批发价和网络营销是我们的奥秘。

为了能够保证给消费者最好的价格，我们砍断了销售中的所有中间环节，即我们在网上一没有代理、二没有连锁、三没有批发。

尽管一些客户大量购买我们的产品是去零售的，但是我们没有给他们批发价，因为我们的零售价就是最低价了。

的确，这很对不起那些大客户。

”说到网络营销，汪炜讲其实就是网络传播：“我们虽然也投入广告，但是我们注重搜集网上更加有效且便宜的传播方法。

网上有许多能人，我们和他们合作保证我们的品牌信息传播有力、有效，也方便我们的客户最便捷地找到我们。

当然，我们更关注的是口碑传播，即在不亏损的前提下，要声势浩大地采取口碑传播的方式。

例如，我们销售的枕头（见图1-1）超市要29元一个，我们是18元一对。

我们曾冠以‘18元买一送一’的活动在淘宝是相当成功的。

”

<<淘宝网赢家案例精选>>

媒体关注与评论

上海伟雅曾写过多本详细讲解淘宝店主如何开网店的书，这种分享起了很好的引导作用。这次又专门搜集T29位淘宝店主经营网店的经典案例集结成书。相信好的案例可以带给读者更多元化的思考，让他们在阅读过程中和自己的开店经验做对比，新思想撞击原有的经营模式，从成功案例中得到启示，摸索出从普通店主到成功网商的新方法。

——淘宝网COO张勇（逍遥子）

<<淘宝网赢家案例精选>>

编辑推荐

我们是网商，是创造电子商务奇迹的精英。

上海伟雅曾写过多本详细讲解淘宝店主如何开网店的书，这种分享起了很好的引导作用。

这次又专门搜集T29位淘宝店主经营网店的经典案例集结成书。

相信好的案例可以带给读者更多元化的思考，让他们在阅读过程中和自己的开店经验做对比，新思想撞击原有的经营模式，从成功案例中得到启示，摸索出从普通店主到成功网商的新方法。

——淘宝网COO张勇（逍遥子） 本书的赢家案例具备 真实性：案例真实且原创，是作者通过与网商面对面采访而来。

赢家案例只有在真实的基础上才能够具有口碑，不真实，哪怕是部分不真实，都会导致适得其反的结果。

转述性：本书的赢家案例以能传播得远、传播得广、传播得精确为目的。

读者在看完书中的案例后一定会有奔走相告的欲望。

讲讨论性：书中案例涉及社会热点、不确定营销模式、新的经营理念等，能激起广大读者仁者见仁、智者见智的讨论热情。

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>