

第四章淘寶創業模式

做好八件事，開一家沒有店鋪的店

當前，中國電子商務市場達到數千億元規模，而淘寶則占據了中國電子商務市場大半江山。淘寶開店也成為一種可複製、可操作的創業模式，對於那些在淘寶平臺上成長起來的商家來說，淘寶如同一個創業孵化器，一批優秀的電子商務者，如麥包包、七格格、Mr.ing 等藉助淘寶平臺，已經向自主品牌蛻變。

對於年輕的創業者來說，淘寶開店的優勢非常明顯，投資小、營運費用極其低廉。設想一下，僅需少量資金，你就可以開一家面向全球、一年 365 天不間斷營業的店鋪，藉助發達的現代通信方式和物流配送體系，就能實現你的創業夢想！但是在創業者匆忙投入之前，應該先做好以下各方面的準備：

一、你是打算專職還是兼職：

這個問題很重要，特別是對上班族或者學生族而言，一定要在創業前就想好。如果你目前還沒有很好的供貨管道，創業資金也不是很充裕，那麼建議你還是從兼職起步，等生意走上正軌了再做專職也不遲。

二、你打算賣什麼：

每個想透過淘寶創業的人都不免要遇到這個問題。淘寶就像一個大市集，五花八門，什麼都有賣。你可以根據自己所擁有的資源以及興趣愛好來決定你所販售的品項。此外，應盡量銷售一些價值相對不太高、普通消費者都需要的、對售後服務要求不高的、不容易變質、不需要試穿或試用就能確定是否合適的商品。

三、找一個品質穩定的進貨貨源：

這是創業者初期遇到的大問題，也是創業成功的第一步。決定了要做什麼，接下來就要找貨源，穩固、可靠的貨源是開好淘寶店的前提條件。

四、想辦法緩解資金壓力：

開網路商店不能把所有的商品都先進貨，庫存太大不僅資金占用大，很多時候還容易造成庫存壓力，因為你其實沒辦法預測顧客到底喜歡哪些商品。因此，應該盡量減小或沒有庫存，把心思用在網路商品推廣上，顧客訂了什麼商品才去向商家訂購，這個模式可以讓網店經營者對資金的需求降低到最小，是真正人人可開店的無風險創業模式。

五、按流程開店：

這一步我們就不再細說了，因為現在淘寶有非常流暢的開店系統，沒有什麼技術問

題，基本上是傻瓜開店模式。只需要一、兩千元，就能夠搞定開店並進行簡單裝修。

六、網店做好宣傳推廣：

這一步是非常熬人的，因為新店開張後，需要經過一段較長的累積期，才能有較大的流量。但是創業者不能坐等生意上門，必須做積極的網路推廣，從某種意義上來說，網店的宣傳推廣比實體店的推廣更為重要。由於資金的限制，你可能沒辦法參與較多活動，但是可以採用一些相對低廉的辦法宣傳，比如可以在各類相關熱門論壇發文。但是無論如何，你的宣傳文案，尤其是標題，一定要能吸引人，內容描述要讓顧客有欲望下單。

七、物流配送問題：

接到訂單後，下一步要做的就是發貨，這一點很重要。事實上，我們可以看到很多中、差評都是由於發貨包裝不紮實，讓貨品帶來損傷引起的。發貨時，我們應視物品的情況而定，可以用紙箱把商品穩妥包裝，裡面最好能墊一些緩衝防震材料。盡量與固定的快遞合作，一方面可以拿到比較低的價格，另一方面也便於售後處理。

八、售後服務的解決：

這部分對於創業者來說是個考驗，因為很多顧客可能是在異地，售後服務的費用大，而且往返時間很長，情況也更為複雜，因而售後服務是個難點。我們建議最好選擇基本不必售後服務的商品，因為售後服務一旦處理不好，就會引起顧客投訴，影響店鋪信譽。

如果能夠做好這八件事，那麼你的網店也就有了一個不錯的開始。接下來要做的就是堅持再堅持，只有熬過最初的撞牆期，你才能迎接網店的豐收季！

淘寶新店的宣傳與推廣

現在淘寶創業已經不再像過去那麼容易，要想在這裡取得成功，就得付出更多的努力。

我們知道在淘寶上主導銷售量的因素有很多：信譽（最為關鍵）、價格（次之）、服務、流量、口碑..等，每個因素都是致命的，而對於淘寶新手來說，你所要考慮的就是將自己的新店推廣出去，只有流量才能讓你生存下去。那麼，新手做淘寶可以採取哪些推廣方式呢？

一、直通車推廣：

這種推廣吸引的是站內流量，對於一個新出生的網店而言，它是一個強大的外推力，當然，它的價格也比較昂貴。但是這種「貴」還是物有所值的，只要你的產品品質

好，那麼「開直通車」一定划得來。但是在這裡要提醒創業者，在上直通車之前，請一定多花點時間研究一下關鍵字的轉化率，讓你花出去的每一分錢都有價值。

二、廣告位購買：

與直通車不同，這種推廣方式吸引的是站外流量，比如說一些生活類的網站，會有很多有潛力的客戶，而買廣告位就是利用這個外部資源。廣告位的價格從幾百元到幾萬元不等，要看網站的規模和流量大小。

三、淘寶客推廣：

淘寶客就是幫助淘寶上的網店推廣商品，不同的網店給自己的商品定出了不同的傭金。我們做淘寶網店需要自己提升信譽，而做淘寶客不必提升信譽，可以直接選擇高信譽的網店或者單品進行推廣。淘寶客推廣有兩種形式，一種是店鋪推廣，另外一種是單品推廣。

淘寶客有點像是付費招聘員工進行推廣，賣家成交一單，淘寶客人員就能夠獲得一定的傭金，傭金大小看這個推廣產品而定。淘寶客對於創業者尤為重要，因為做淘寶價格低、品質好未必能有銷量，顧客會關注你的信譽；而做淘寶客則不同，推廣者不必有信譽，誰的產品暢銷就推銷誰的，從這個角度而言，在透過淘寶創業初期，還是要先做淘寶客，再開淘寶網店。

四、淘寶社區論壇推廣：

這種是文章推廣，在論壇上面寫文章引流，是不可缺少的一種推廣方式，很多上鑽使用者或者上皇冠使用者，都會雇用一定的人員進行撰寫推廣。這種推廣的意義是讓淘寶論壇社區瀏覽的用戶關注我們，進而進入店鋪，轉化為流量。

五、問答平臺推廣：

這是一種賣家自己就可以進行的推廣，網路上有很多問答平臺，比如：LINE Q、奇摩知識+、百度知道、愛問知識人、360 問答平臺、搜搜..等。我們都有擅長的領域，上面可能會提到一些手錶的真假辨別，外貿店推薦等問題，這都是有一定商機的。我們可以透過搜尋去主動回答，推薦一下自己的店鋪或產品。當然，回答時要注意委婉一些，「硬廣告」總是會讓人反感的。

六、QQ 群推廣方式：

這種方式很簡單，就是加入 QQ 群，在群組裡面直接發廣告。說得更具體一點，就是把自己店鋪的店鋪活動、寶貝促銷等資訊，透過發送到不同行業興趣愛好的 QQ 群，同時發送群組郵件。即使沒有上線的 QQ 用戶，在查看 QQ 郵箱時也能查閱到您的推廣資訊。在推廣時要注意，QQ 群發內容要簡短、具有吸引力，這樣能在瞬間吸引用戶的眼球，達到理想的宣傳效果。

微信火了之後，一大堆天貓、淘寶賣家都紛紛開通自己的公眾帳號，成功者甚至把主戰場搬到了微信上。那麼要怎麼在微信上推廣自己的店鋪呢？首先建立一個服務號，專注一個即可；對於高單價的產品、需要信任的產品、回購率高的產品，其實也可以做個人號；推廣時也可以找大號幫推廣，或者用小號加好友群發。

由於微信訊息中沒有辦法放超連結，只有在「閱讀原文」可以放上超連結，透過「閱讀原文」可以幫企業手機網站增加客戶，也可以連結以前發送微信訊息。

總之，經營淘寶店一定要積極做推廣，因為流量是淘寶店生存的基礎，流量才能帶來銷量。

七格格：把淘寶品牌做成時尚品牌

「七格格」是一個淘寶品牌，創立於 2006 年，專注於小眾市場，透過多個小眾品牌，疊加成為一個快時尚品牌池，引領中國大陸潮流時裝，成為行業時尚風向球。2011 年，七格格被評為「中國女裝最佳投資企業」，目前已有兩家國際知名創投注資。

在淘品牌中，七格格無疑是非常成功的，而它的成功除了得益於淘寶這個平臺外，最重要的原因是它擁有數目眾多的死忠粉絲，而七格格獲得死忠粉絲的一個重要方法，就是兜售用戶的參與感。

七格格擁有一支「15 位年輕設計師 + 1 位專職搭配師」的團隊，每月最少要推出 100 至 150 個新款，同時保證店鋪內貨品不少於 500 款。每次要上新款的時候，七格格首先會將新款設計圖上傳到淘寶店頁面上，讓網友們對新款投票評選，並在 QQ 群中討論，最後選出大家普遍喜歡的款式，然後進行修改，再上傳到網站，再修改，如此反覆經過幾個回合，等圖片改造成熟的時候再生產、上架。在這個過程中，真正決定款式、時尚走向的是消費者，而消費者也非常喜歡這種參與產品設計的感覺，他們對自己參與設計的產品具有濃厚興趣，並會爭相購買自己參與設計的產品，這就促進了成交量。

此外，七格格還會在活動中讓顧客積極參與進來，以促進產品的銷售。比如在情人節舉行的「情人節幫派活動」，七格格會在情人節進行了兩次活動，第一次情人節活動是為了拉動銷量而做的常規促銷活動，而第二次活動的重點在於 SNS 行銷，以把顧客透過表白可獲紅包、噱歪、分享可獲禮包的驚喜，吸引顧客的參與度，讓顧客到幫派、淘江湖裡去關注七格格家，透過這種活動，七格格又獲得了一大批忠實的顧客。

七格格在經營的過程中，運用的就是讓顧客參與的方式。這種讓顧客參與其中的方式，給顧客帶來了被別人尊重、認可、自我實現等情感方面的因素，正是這些情感方面的因素，為七格格培養了成千上萬的死忠粉絲，並促進了七格格的飛速發展與壯大。