

03

移动网店

01

移动网店的主要形式



02

部分移动网店平台简介



拼多多电商网购
一站式购齐家电

一、移动网店的主要形式



传统企业自
建移动商城
App



零售电商平
台的移动端
App



第三方移动
网店App平台

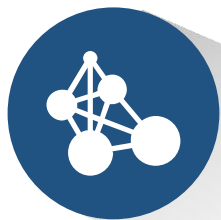
二、部分移动网店平台简介

（一）微信小店

1. 适合卖家范围

微信小店主要面向零售类企业、网店卖家等卖家开放。入驻卖家必须提交企业营业执照、组织机构代码等信息才能注册微信服务号，开通微信小店。

2. 平台特点



微信原生
态环境



开通方便



运营功能
丰富



再开发
能力强

3. 入驻条件



必须先申请
微信公众平台
服务号



必须开通
微信支付



服务号和微
信支付都需
要企业认证

4. 开店费用

入驻开设微信小店不需要向腾讯缴纳入驻费用，不过由于入驻开店的企业必须有微信服务号，服务号在认证的时候需要支付认证费用300元/次。在微信小店刚推进市场的时候，企业入驻需要缴纳2万元保证金，在2015年后，随着各个微店平台兴起，市场竞争力增大。腾讯便取消了微信小店的保证金要求，入驻企业门槛更低。在交易服务费收取上，腾讯收取每笔交易金额的0.6%作为交易佣金。

(二) 有赞微店

1. 适合卖家范围

有赞面向各类批发、零售型卖家及个人卖家等。

2. 平台特点

- (1) 通过一系列分角色的微店App建立起了有赞“生态圈”
- (2) 市场份额大，覆盖范围广。
- (3) 开店难度小。
- (4) 具有基于微信公众号、微博等客户关系管理功能。
- (5) 可利用强大的营销工具（微信、微博、朋友圈等）进行二次营销。
- (6) 具有完备的订单处理体系。
- (7) 分销市场质量保证。

3. 入驻条件

- (1) 微商城网店状态为使用有效期内。
- (2) 关闭供货商功能的网店，再次入驻供货平台后，之前的数据不会保存。如需开启，重新入驻即可。
- (3) 微商城最近30天已结算交易额 $\geq 1\ 000$ 元。
- (4) 微商城最近30天成功退款率 $\leq 10\%$ 。
- (5) 微商城最近30天完成订单数（不含测试订单） ≥ 5 笔。
- (6) 微商城上架商品数（不含仓库中或已售罄） ≥ 3 件。

第三节 移动网店

- (7) 近7天内累计登录微商城后台达3天及以上。
- (8) 完整的基础信息（含联系人QQ和手机号，管理员不少于两人）。
- (9) 网店通过企业认证或官字店认证（个体工商户不支持入驻）。
- (10) 加入担保交易同时缴纳消费保障计划保证金（入驻后退保证金或者退出担保交易，会自动退出供货商市场）。

4. 开店费用

有赞在刚推进市场时入驻是纯免费的，很受小企业青睐。自2016年7月8日起，所有卖家使用“有赞微商城”均需订购服务后才能使用网店。

(三) 口袋微店

1. 适用卖家范围

口袋微店面向各类批发、零售型卖家及个人卖家等。

2. 平台特点



-  具备完整的微店体系
-  商品货源易获取
-  推广引流多样
-  营销工具丰富
-  市场规模大

3. 入驻条件

口袋微店开店无门槛，任何人通过手机号码即可开通自己的网店，并通过一键分享到SNS平台来宣传自己的网店并促成交易。

4. 开店费用

目前，口袋微店的开设不收手续费，如果不做引流推广则不产生任何费用。

实训案例

以口袋微店为例来介绍移动网店铺的开通和运营

一、注册开通微店

(一) 通过电脑端搭建微店

1. 微店注册

- (1) 登录微店网站，单击“立即注册，免费开店”。
- (2) 填写注册相关信息注册账号。
- (3) 选择主体类型，填写相关信息。

完成上述内容的填写后开通微店，微店开通后登录微店电脑端（微店网页版）。微店网页版后台有网店装修、商品管理、订单管理和店铺设置等功能，图12.4为微店网页版后台。

实训案例

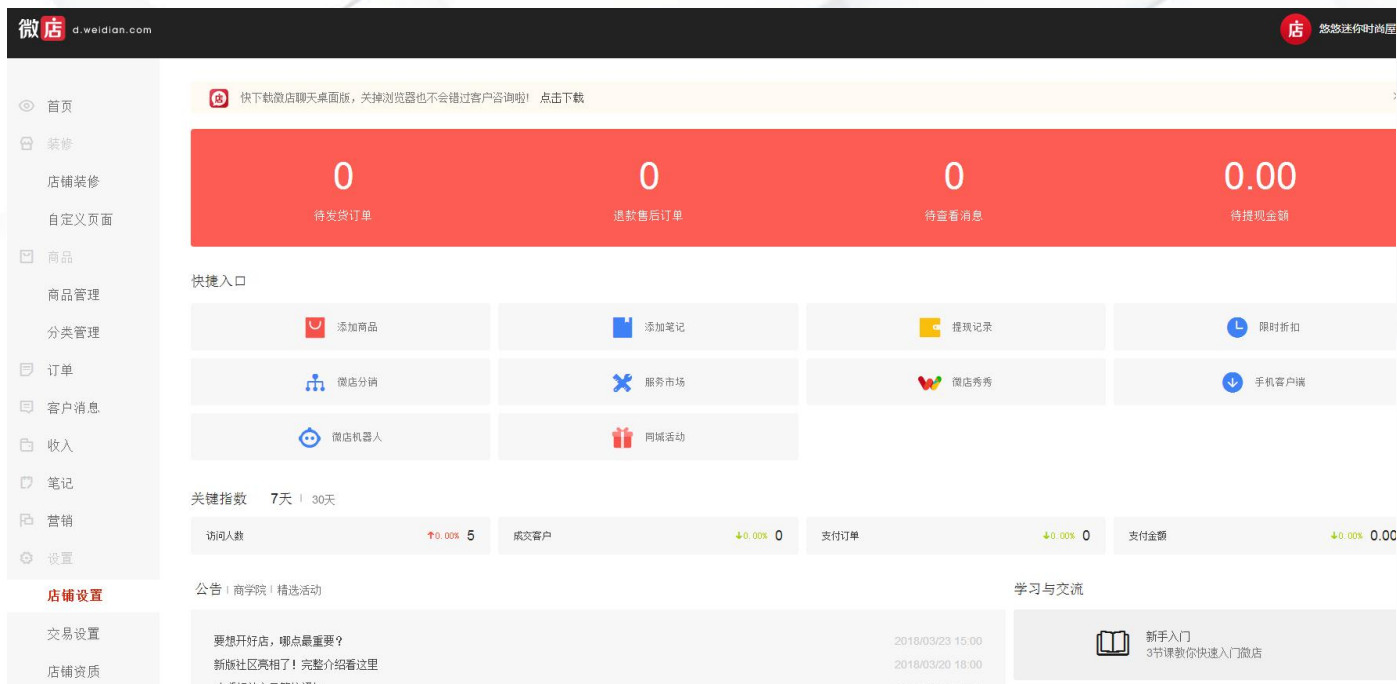


图12.4 微店网页版后台

实训案例

2. 微店设置

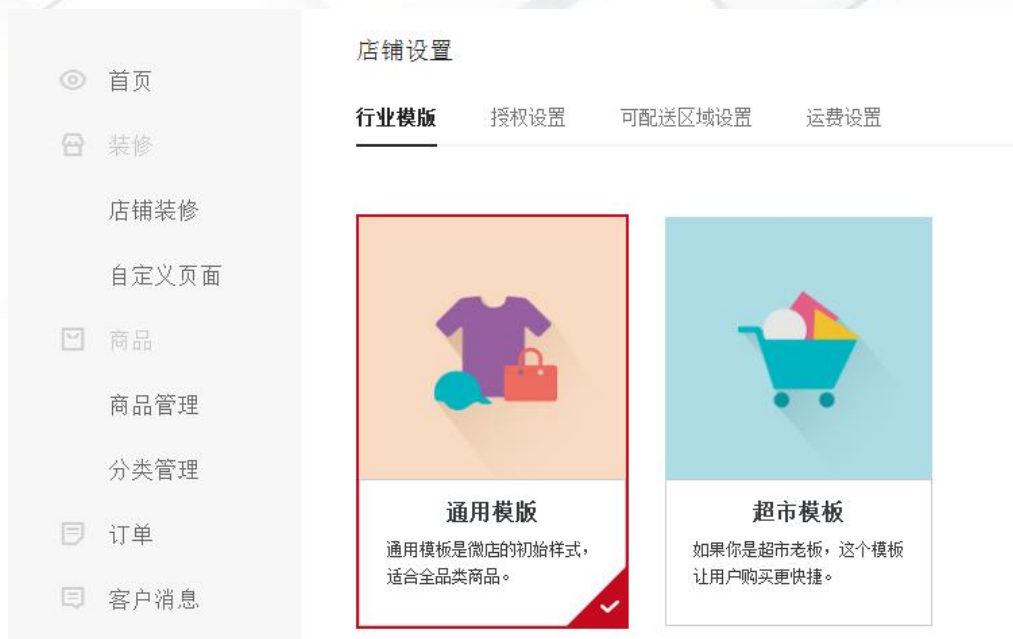


图12.5 网店设置页面

实训案例

3. 微店后台功能介绍

- (1) 商品管理。轻松添加、编辑商品，并能一键分享至微信好友、微信朋友圈、新浪微博、QQ空间。
- (2) 微信收款。不用事先添加商品，和买家谈妥价钱后，即可快速向买家发起收款，促成交易。
- (3) 订单。新订单自动推送、免费短信通知，扫描条形码输入快递单号。支持查看30天的销售数据，包括每日订单统计、每日成交额统计、每日访客统计。
- (4) 买家管理。支持查看买家的收货信息、历史购买数据等，帮助卖家分析买家喜好，有针对性地进行营销。
- (5) 收入。支持查看每一笔收入和提现记录，对账目清清楚楚。
- (6) 营销。设置私密优惠活动，吸引买家，使商品价格更加灵活。多种营销推广方式，能给微店带来更多的流量，提高销售额。

实训案例

（二）通过手机端搭建微店

（1）利用手机的应用商店下载“微店”App并安装，单击“注册”，或用微信账号登录，注册与登录界面如图12.6所示。

（2）注册后登录微店，图12.7所示为手机端微店后台界面。手机端微店主要有客户、商品、订单收入、营销推广、选货市场及服务等功能。

实训案例



图12.6 手机端注册与登录界面



图12.7 手机端微店后台

实训案例

二、微店装修与商品管理

微店的装修一般在微店电脑端（微店网页版）进行，商品管理在微店网页版和手机端都能进行，但是微店网页版更方便，实现的功能更多。

实训案例

(一) 装修

1. 微店装修

2. 自定义页面装修

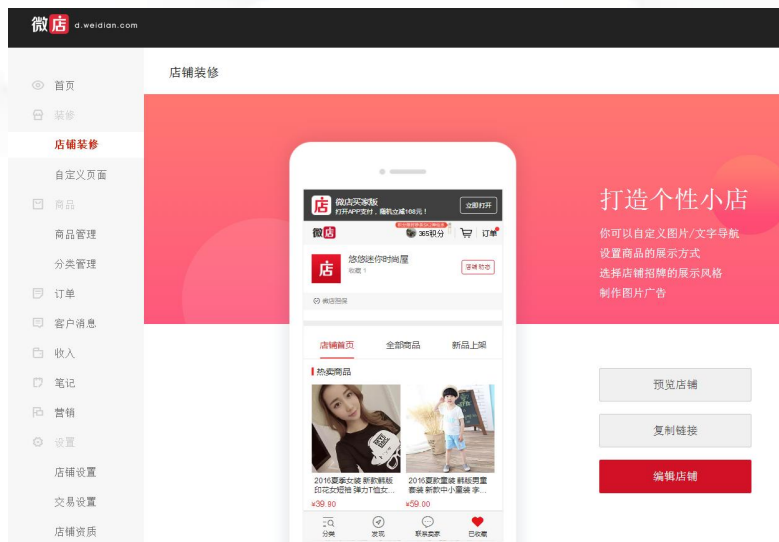


图12.8 店铺装修（一）

实训案例

（二）商品管理

（1）登录微店网页版后台，单击左侧的“商品管理”，进入图12.11所示的页面，商品分为出售中、已售完、已下架三种类型商品。单击右上方的“批量导出商品”，可以把网店中的商品完整信息全部导出。

（2）单击“添加商品”可以增加新的商品销售，上传商品图片、填写商品标题、选择商品类目、填写商品价格、进行运费设置、填写商品详情等，然后选择“放入仓库”或“上架出售”。

实训案例

商品管理

全部 出售中 已售完 已下架

批量导出商品 添加商品

排序 创建时间 库存 销量

全选 批量分类 批量改价 批量下架 批量删除

商品描述	价格	销量	库存	分类	创建时间	操作
 2016夏季女装 新款韩版印花女短袖 弹力T恤女打底衫 少女装显瘦		0	26664		2016-05-29 21:38:23	编辑 下架 删除
M-黑色	39.90	0	8888			
L-黑色	39.90	0	8888			
共3个型号, 点击展开						
 2016夏季童装 韩版男童套装 新款中小童装 字母T恤短裤儿童套装		0	10555		2016-05-29 21:38:21	编辑 下架 删除
绿色-90cm	59.00	0	2111			

帮助 客服

图12.11 商品管理页面

实训案例

三、微店的营销管理

微店营销推广常见的渠道有微信公众号营销、微博营销、消息推送、分享推广、微信朋友圈推广、论坛推广和自媒体平台推广等；微店店内活动主要有优惠券、限时折扣、满就送、秒杀和赠品等。在微店网页版后台左侧单击“营销”，就可以看到微店官方营销工具，包括限时折扣、公众号智能助手、公众号管理和微店秀秀等，这些营销方法与淘宝网店的营销有相似之处，此处不再赘述。

归纳与提高

通过本章的学习，“畅享移动新生活”的画面变得渐渐清晰起来，移动电商在支付、营销、办公、服务等领域的应用现状也逐一显现出来。这些知识储备为将来从事相关的移动电商工作奠定了理论基础。

移动网店作为移动端的新型电子商务模式，相比传统电脑端电子商务具有很多优势，有广阔的发展空间。本章也介绍了移动网店的主要形式，并以北京口袋科技时尚有限公司开发的“微店”为例，详细介绍了微店的注册开通、微网店设置、微店装修、商品管理和营销工具等。

归纳与提高

随着移动网络技术的迭代更新，移动电商与社交、内容融合趋势明显。微信小程序、京东和淘宝推出社交电商应用“拼购”和“淘宝特价版”等都反映出社交正在成为电商业务拓展的重要方式；同时，电商与内容业务交叉融合加速。电商平台通过短视频打造多元化购物场景，如淘宝推出生活消费短视频应用；内容平台跨界拓展电商领域，部分短视频平台上线电商业务。

视野拓展

随着共享单车ofo轰然倒下，曾经红极一时的共享类创业项目已经有些飘零，大量P2P企业涉嫌违法操作、区块链落地应用尚有空间。电子商务未来的发展方向又在何方？2019年1月17日，由中国服务贸易协会电子商务委员会、中国电子商务产业联盟共同主办的第七届中国电子商务年会在沪举行。会上，中国电商委主任苏军判断，社交电商已经处在一个巨大的风口阶段。请扫描二维码，阅读详细内容。



视野拓展

社交电商大幕，在2015年徐徐拉开。由于门槛低，社交电商催生了一批创业者，在缺少监管的情况下野蛮生长，乱象丛生，导致整个微商生态面临严重的信任危机。两年后，不被看好的社交电商，却悄然蹿出两匹黑马——拼多多和贝店。然而，如火如荼的社交电商并不完美，其背后隐藏着不可忽视的三大痛点。请扫描二维码，阅读详细内容。





谢谢观赏 下节课见