

所以目前建议客户存少量金额,不要存太多。一般规定圈存上限是1 000元人民币,单笔消费最多300元人民币,但是卡种不同会有细微的区别。”

(摘自中国新闻网)

网店赚钱必杀技

冯伟杰

第一技：找准平台

不同的资金实力,可以选择不同的电商平台。而保证金则是必须的,没有保证金,就无法开网店。保证金不足额时,商家要在一定期限(比如15天)内补齐,否则将会被监管,直至补足。在选择电商平台时,可以请教有两年以上开网店经验的业者,或先上网打听不同平台的口碑,或者研究各大网络平台的排行榜,然后再做决定。

第二技：选好货源

首先从行业选择来说,根据调查结果,大多数盈利良好的网店都是只卖一类商品。要尽量选择自己熟悉而又喜欢的行业。一旦确定了卖什么东西,那么货源的价格就成为一个能否招揽顾客的关键。最直接的办法是联系生产厂家,然后从厂家进货,这样价格最低。但如果订货量达不到一定数量,厂家是不会为你订做的。如果实在联系不到厂家,就只能从批发市场进货。当然,不同地方的批发市场,商品价格也不同,建议进货前考察清楚,然后再在网上特别是自己开店的电商平台上,查看同类商品的市场价格,这样可以避免因没有价格优势而带来亏损。在选择货源时,还要符合国家商品交易相关法律的规定,不能出售国家禁止或限制出售的物品。

第三技：搞好装修

只有外观漂亮、一眼就能吸引人的网站,才可能招揽更多的顾客,也会让人觉得这家店更专业。通常可以用到的软件有“Photoshop”、“Fireworks”等。如果

店主自己会做平面设计、会编网页程序的话,就可以自己设计,也可以请专业人员来设计,比如最基本的商品摆放,图文并茂的商品介绍,还可以加入声音。网店装修的基本步骤简单介绍如下:收集网店设计素材、定位网店风格和结构、创建服装服饰新图片、设计网店标题和分类导航栏、处理和优化推荐商品、设计商品展示区、裁剪并保存图像为网页元素、粘贴上传到店铺中,查看整体效果。网店的装修还包括给网店取一个好的名字,名字要么方便理解记忆,要么很个性,或者可以编一个有趣的品牌故事。

第四技：做好客服

其实对网店来说,如果只是热情地向顾客兜售产品,反而会引起顾客的反感和怀疑。所以,网店客服需要做的,只是在一定程度内,耐心地把买家的疑问解答清楚即可。对于买家没有提到的地方,只要不是商品本身的问题,就不必主动解释。如果买家问能否便宜,或者能否包邮时,要么回答“可以”,要么说“不可以”,不要试图去向买家做出解释,或者询问买家一些与交易无关的事,幻想和买家能在第一次交易中就成为朋友。不要急着让买家立刻决定买或者不买。一旦遇到差评,建议第一时间跟买家沟通,询问具体原因。如果是自家商品出了问题,建议马上退款,或者免费为买家更换,然后请买家修改为好评。

第五技：做好推广

最原始也是成效最低的一种办法就是qq推广,比如一口气加入几十个群,每天发一遍网店网址。这虽然可能会有一定的效果,但很少有人会去关注这样的广告。比较有效果的是经常搞一些优惠活动,比如购物返现金。还有就是建立自己的品牌博客或者微博等新媒体去推广、宣传,同时在首页加上店铺网址的链接。

第六技：注重物流发货

发货有以下几点要注意:一是选择一家信誉较好的快递公司,跟他们达成包括长期合作可以给多少优惠等在内的

协议,这样可以节省一定的成本,也可以减少快递环节中出现的风险。二是选择合适的包装,但也要控制成本,或者直接把包装成本加到商品价格中。三是在商品发出之后,一定要根据快递单号进行追踪,一旦出现晚到或者丢失商品的情况,一定要及时联系快递。

(摘自《投资与理财》)

大数据时代：重新定义商业

刘戈

大数据的功力

有关“大数据”,有这样一个通俗易懂、广为流传的故事:在美国,有一位父亲怒气冲冲地跑到沃尔玛卖场,质问为何将带有婴儿用品优惠券的广告邮件,寄送给他正在念高中的女儿?然而后来证实,他的女儿果真怀孕了。这名女孩搜寻商品的关键词以及在社交网站所显露的行为轨迹,使沃尔玛捕捉到了她的怀孕信息。在大数据时代,商家可以比父亲更了解自己的女儿。

“大数据”对商业的改变,这仅仅是个露出水面的端倪。

在有关大数据的著名书籍《大数据时代——生活、工作与思维的大变革》中,作者讲述了另外一个故事:2009年出现一种新的流感病毒,全球的公共卫生机构都担心它会大规模蔓延,他们迫切想知道流感传播到了哪里,是沿着什么路径传播的。但通常,他们只能等到事情过后,才能根据门诊量得到数据,而此时数据价值显然已大打折扣。但出人意料的是,这次谷歌的工程师们给出了答案,其依据就是人们在网上搜索的与流感相关的关键词,如“感冒药”“喉咙痛”“发烧”和“咳嗽”等。工程师们对比了过去两年美国疾控部门对流感传播的总结报告,发现过往的搜索数据和流感的传染路径相关性达到97%。也就是说,今后疾控中心完全可以通过谷歌的搜索数据第一