# 淘宝网上开店策划书范文(推荐36篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-06-09

*淘宝网上开店策划书范文1按消费人群和消费品需要来分可分为以下三方面：（一）、学生消费群体分析：1、学生消费观念：通过市场调查报告显示，部分学生每天都会消费，并且一半以上的学生希望学校能有个相对大的超市。他们喜欢购买生活用品方便快捷，每当需要...*

**淘宝网上开店策划书范文1**

按消费人群和消费品需要来分可分为以下三方面：

（一）、学生消费群体分析：

1、学生消费观念：通过市场调查报告显示，部分学生每天都会消费，并且一半以上的学生希望学校能有个相对大的超市。他们喜欢购买生活用品方便快捷，每当需要购买急需用品时学生首选的是校园超市而不是校外的商业街，且对产品质量要求经济实惠。

2、学生的`消费能力：现在越来越多的学生都是独生子女，并且家里的父母对自己孩子的消费放的比较宽松，这就使得学生在学校有了很大的自由购买选择权，随意购买自己喜欢的学生、生活用品。

（二）、教师消费群体分析：

1、老师消费观念：虽然老师的生活观念相对于学生来说是比较成熟的，但是在办公室的生活用品和办公用品是他们必不可少的，当需要时也要购买。对老师来说希望方便快捷的生活观念比学生要更强，所以他们购买用品时首选的一定是校园超市。

2、老师的消费能力：老师已经是社会群体，他们有了稳定的工作和稳定的收入具有了经济实力，当他们需要时就会豪不吝啬的购买所需一切，而他们在校园时的购买地点很可能就是校园超市。

（三）、机会消费群体分析：

学院活动必用品：这是一个比较大的市场，在学校每当办晚会时在场景设置和奖品方面的购买费用就需要很大的数目。而这笔钱又不是个人来付款，所以在上级安排部下购买这方面的必用品时从不在价格上斤斤计较，并且所买的数量大种类多。只要超市所卖的物品货真价实并且价格相当于外面商业街的价格便宜就能让这类人群成为我们超市的忠实客户。

**淘宝网上开店策划书范文2**

>一、背景及意义

随着电子商务的高速发展，网上购物逐渐成为一种时尚，淘宝网给我们提供一个方便快捷的购物环境。网购客户在网上购买过一次的总数达到亿，同比增长。在xx年末，由于到达网购的高峰期快递公司更是出现了爆仓的场面。由此可见，中国网络购物的春天已经到来，发展前景十分广阔。这些网购平台还提供个人网店平台，而且有很多是免费提供的，这就更为大学生在网上开店提供了方便。在创业欲望的驱使下，我们决定在淘宝网上创建一家属于自己的网店，给自己更多学习和实践的机会。

>二、营销目的

为了更好地满足消费者的需求，为消费者提供优质的服务。同时也向大家推广宣传网店，提高网店的知名度；增强网店的销售量以及网店的流量。充分建设好网站，进行营销推广。

>三、营销对象

18岁～35岁的青年人：这个年龄段的消费群，主要是学生和刚走上社会工作不久的人，她们喜欢并有时间上网，但经济大都不独立或不完全独立。这群人对服装的追求标准主要是在流行和新颖性上，是更换服装最快的一群，他们对品牌有一定的认知，但大多无力购买名牌服装，正是我们网店的目标客户。

>四、营销市场分析

（一）市场需求分析：人们对于时尚的追求越来越强烈，对于美的定义也不在单一化，时尚潮人们对各种新版服饰及配饰更是爱不释手。所以，我店经营的时尚服饰和各种精美饰品必然是极有发展的。

（二）竞争分析：服饰和饰品对于每个商家来说，都是一项热门的选择，市场竞争对手也必然数不胜数，所以，如果要在淘宝中脱颖而出，必须打出我们店铺独有的，与众不同的特色，突出我店铺中服饰和饰品的风格，永远保持在时尚的前沿，引领潮流。

1、优势：我们采取网上订货然后直接发给买家，这样一方面可以减少前期投入，另一方面还可以减少管理中的复杂环节，使我们能专心去做店铺的宣传。

2、劣势：一个尚未被认知的新网店、新品牌，知名度不高，创新能力欠缺，管理团队初步建立，需要磨合，销售渠道尚待建立。特别是才开始经营的网店信誉度低顾客不太敢在这样的店铺购买商品。

（三）风险分析：淘宝店的客户属于我们的，也属于竞争对手的，这对客户的稳定积累很不利。更残酷的是，如果我们遇上不怀好意的买家或者竞争对手的\'故意捣乱，几个“差评”能使我们的信誉严重受损，网店生存发展靠的就是信誉。

>五、营销具体策略

（一）网店推广策略

1、开通我们的网店，将要卖的服装宝贝上传到店里。

2、营销宣传，我们将利用一切免费的服务向大家宣传推广，如利用QQ，在我们进行聊天时将我们的网店网址xxxxx发给所有的亲朋好友，利用QQ中的漂流瓶将我们的网店信息向外漂流，通过微博让他们更好地了解，同时让大家帮着宣传。

3、利用免费的邮箱，在每发送的一封邮件后面附加上网店网址xxxxxx

4、通过微博，博客，在微博中可以发表一些关于网店商品相关的文章，让更多的人关注，吸引更多的经济眼球。在博客中，可以建立权威性的网站，实现我们的品牌销售。同时与其他的知名品牌网站进行超链接，达到互利共赢的效果。

5、通过网上论坛或BBS进行宣传。

6、将我们的电子杂志放在邮箱，微博等进行宣传。

（二）网站的设计

**淘宝网上开店策划书范文3**

>一、宗旨及商业模式

本店以诚信为本，以情为桥梁，愿彼此获得更多的朋友、知识和财富。本店的经营宗旨是：付出一片真情，获得更多信任。精诚团结，客户至上。本店属于B2C商业模式，即表示商业机构对消费者的电子商务活动。

>二、商品概述

本店主要经营情侣系列商品，主要是饰品类，瞄准年轻人在网上购物的喜好。

>三、淘宝网简介

淘宝网，亚洲最大网络零售商圈，致力于打造全球首选网络零售商圈，由阿里巴巴集团于20xx年5月10日投资创办。淘宝网目前业务跨越C2C(个人对个人)、B2C(商家对个人)两大部分。

截至20xx年一季度，淘宝网注册会员超6200万人，覆盖了中国绝大部分网购人群;20xx年一季度，淘宝网交易额突破188亿;20xx年全年成交额突破433亿。

根据20xx年第三方权威机构调研，淘宝网占据中国网购市场70%以上市场份额，C2C市场占据80%以上市场份额。

淘宝网倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化，坚持“宝可不淘，信不能弃。”(金庸)

在为淘宝会员打造更安全高效的网络交易平台的同时，淘宝网也全心营造和倡导互帮互助、轻松活泼的家庭式氛围。每位在淘宝网进行交易的人，不但交易更迅速高效，而且交到更多朋友。

目前，淘宝网已成为广大网民网上创业和以商会友的首选。20xx年10月，淘宝网宣布：在未来5年，为社会创造100万就业机会，帮助更多的网民在淘宝上就业，甚至创业。截至20xx年，淘宝已经为社会提供超过20万的.直接就业岗位。

>四、市场前景

有关专家指出，如今经济发达，民众收入不断增加，恋人们有了更多的经济能力来打造自己的爱情之路，互送礼物、信物，表达相思之情已成为时尚，情侣消费市场潜力巨大。统计显示，中国12亿人口，16-35岁的年轻群体达3亿多，如果平均每人为对方赠送150元的礼物(仅是一双鞋或者一件衣服的价格)便有超过450亿元的市场，按全国20xx个县市计算，每个县市将达2450万元的市场份额。

网上购物已经成为新时尚，同时也会吸引更多的年轻人。据了解，淘宝网十大畅销商品中，珠宝饰品排在第七位，剔除中间商的层层压价，使网上的商品更加物有所值。

据经验丰富的商家介绍，经营初期，知名度与客户群还较为有限，随着时间的积累，小店积累了很多回头客，被老客户带来的新客户也越来越多，店内销售情况还会越来越好。

**淘宝网上开店策划书范文4**

>一、项目名称

关于在淘宝网上开网店的策划。

>二、经营范围

主要销售国内和国外各种品牌运动鞋如安踏，361°和其他品牌鞋，并着重挑选其中性价比高且质量上乘的产品，其中款式分为篮球鞋和板鞋以及其他休闲鞋，款型分为男款和女款。兼营各种男女新款服饰以及各种小饰品。

>三、服务宗旨

低价格，高品质，高服务，诚信经营、顾客至上！

>四、市场分析

1.环境分析

自20xx年迈入新世纪开始，中国电子商务至今已在一个崭新的历史时期间探索发展了十年。中国电子商务经过十年的发展，在20xx年全社会对电子商务的认识已经进入到一个新的层次，从企业追求通过电子化的交易概念求新求变转变为以商务作为核心和根本，吸纳电子手段丰富业务渠道，最终实现市场价值的提升。从企业角度看，可以越来越多的看到传统行业企业目光从平台建设的初级层面聚焦到新渠道建设的更深层面，渠道价值的评价与挖掘成为企业的着眼点；从政府角度看，电子商务的发展已经逐步与社会资源、宏观经济指标相对接，如何通过发展电子商务拉动经济提升、转变经济结构、预测经济走势成为政府的关注点；从消费者角度看，电子商务的价值已经从时尚化交易手段为导向逐渐演变为理性消费、便捷消费、安全消费为导向。

十年间，阿里巴巴从不满周岁发展成为五大业务并行的上市企业；网盛从中国化工网等垂直电子商务平台集群到推出生意搜索平台；百度从信息搜索服务延伸至C2C领域。十年间，中国电子商务市场规始终模保持40—50%的高速稳定增长；电子商务从高科技逐步走进千家万户，成为中国企业与消费者日常商务与生活重要组成一部分；电子商务交易额规模在中国消费总额的占比从几乎为零稳步增长到5%，并之开始显现对GDP的拉动作用。阿里巴巴旗下网站淘宝网成为了我选择自主创业的对象，他蕴含着巨大的市场，进入门槛低，创业风险低，特别适合我们才毕业又没有很多资金的大学生。20xx年11月11日双十一的促销活动让我看到了淘宝网的真正潜力。

2.可行性分析

席卷全球的金融风暴无疑促进了网上销售事业的发展，同时随着运动鞋市场不断扩大以及网络的\'大范围普及，网上销售运动鞋是一个崭新的重要市场。而据

市场研究公司最新发表的研究报告称，20xx年在线运动鞋销售市场的销售额将比20xx年增长一倍。

由于受到顾客现实购买力因素的制约，我国运动鞋消费者市场区隔是明显的，大致可以分为三类市场，一个是富裕层市场，位于金字塔的顶端，对应的人群为一线城市如北京、上海、广州的高收入阶层，对应的品牌如NIKE、ADIDAS、REEBOK等国际大牌；还有一个是中间层市场，也就是金字塔的中部，对应的是广大的城镇人口，中低收入水平者，对应的品牌则是包括李宁、安踏、匹克在内的众多国产动动鞋；金字塔的底端则是超过8亿人口的庞大的农村市场，这里是国内杂牌及仿冒品的地盘。

3.竞争分析

经过SWOT分析。首先我们的优势在于网上卖东西成本极小，只需要一台电脑，一部24小时开通的电话，一部照相机即可。同传统的实体店相比具有经营成本小，免税等优势，并且物美价廉，具有极大的价格优势。而且我们的顾客不止是我们一个小县城，小地区，小城市。我们的顾客是面向全国的，市场潜力巨大。

劣势在于我们是网店经营，无法让顾客真实的看到商品以及试穿商品，所以这对我们的销售是极为不利的。再加上网络的虚拟性，中国的互联网交易正处于成长阶段，虽说市场潜力巨大，但是很多顾客还是趋向于传统的实体店购物。

机会在于市场需求大、可争取相当的市场份额，竞争者相对较少，新兴的产业蕴含着很大的机会。

威胁在于潜在竞争者比较多。现有竞争者的实力很强，占据了大的市场份额，作为新开的网店要走的路确实又远而且很艰难。

4.目标市场与定位。

我国的运动鞋市场潜力巨大，除了专业运动鞋消费者（运动员）之外，我国体育人口是运动鞋最大的潜在消费群体，现在坚持锻炼的多是青少年和老年人，调查显示，16—25岁的体育人口数量，占该年龄段人口总数的％，位居榜首。另外根据中国民意调查网的调查数据分析，消费者在网上购运动鞋的价位选择：100元以内占据，101—200元占据，201—400元以及400元以上占据。

从以上数据分析，我们会根据不同的地区和不同的人群制定合理的产品价格，我主要把目标市场主要定在购买力的中间层市场辅之于富裕层市场，并根据不同区域的不同价位的产品销售情况进行及时地销售调整。例如在广大大城镇中，着重销售李宁、安踏、匹克以及沃特，在内的众多国产动动鞋，并将物美价廉的产品定为主打产品；又如在北京、上海、广州等地区，着重销售NIKE、ADIDAS、REEBOK等国际大牌，并将产品定为于价格高且款式新潮阶层，而其他地区亦是以此类推。另外，将线下的目标群体定为运动鞋最大的消费群体—青少年阶层，而不容忽视的是在青少年团体中占据重要份额且有一定的经济来源的大学生，而且大学生是最具潜力并且也是特别喜欢网上购物的群体，我们本身就是一个活生生的例子。所以我们会借助全国各高校的人际关系网络，以及各个学校的同学。拓另一片大学生市场，从他们所在大学的网站、论坛、QQ群、宿舍生活区等入手进行各类宣传活动。

>五、营销策略

我们将在人气比较高的售鞋网站，高校论坛，贴吧上发布我们部分富有特色的产品信息，同时也将选择人气最旺的视频网站投放我们独具一格的产品视频展示。竞争力较低的地区以较低的价格优势来提高销售业绩，并且我们还会聘请具备一定能力的人才作为本店的代理商，提供给他店内所有产品的详细信息以及定时的与他进行交流，收集反馈信息，把握市场的趋势，制定进一步的营销策略，尽量为客户提供最优质的服务，从而更好地把产品推广到当地市场之中。而各代理商在销售过程中将会得到一定的利润，并还会根据其销售记录给予一定的奖励。

我们的产品推广策略如下：

1.视频推广

在人气最旺的视频网站中，投放由本团队制作的宝贝视频展示，该视频中带有本店的店名及店址，起到一定的宣传推广作用。

2.论坛推广

在各大资源论坛以及各大高校网站推广，能够起到精确效果，

3.博客推广

利用新浪百度以及腾迅QQ的博客介绍自身产品及网店，树立产品品牌。

4.邮件推广

利用电子邮件广告来推广自身产品，是一种最常用的和最简单的方法，并且方便快捷见效。

5.网店推广

在专业的网上商店推广网站免费注册推广，如名气较大的网店xxx（xxxxxx），xxxx导购网（xxxxxx）。

6.主动宣传

我们将主动宣传，把网址连同网站相关资料做成一个签名，或文字连接，或做成一个图片，贴在各网站上。

7.与对方网店交换广告

既然开始经营网店就要关注业内同行的网店，很多网店经营的和我们不同的产品，我们可以与他们联系交换广告，以增加客户源。

>六、财务分析

财务也是最头疼的事情，初步想的是家里父母赞助加上银行贷款开店。低价的货源和诚信的供货商是网店成功经营的可靠保证。

>七、服务策略

1.支付方式

我们可以采取支付宝与网上银行支付的付款方式，另外也有一般的银行转帐。在各大银行都应开户以便顾客汇款。也可以货到付款等多种付款方式。

2.发货方式

采用快递或者平邮等方式，主要根据顾客的选择。邮费基本在12元左右，根据地区和邮递的方式不同价格也会不同。

3.商品退换

（1）送货上门的用户收到货物时，请仔细核对实际收到商品与送货单的商品名称、规格、数量是否一致，如商品缺少、商品不符、包装破损等问题，请当面及时向配送人员提出，过后不予受理。

（2）选择普通邮寄和EMS的用户，请您在收到货物时当场检查，如果发现货物在运输途中破损，您须要求邮局出示相关证明并拒收该包裹，我们将为您免费补发商品。

（3）您在本网所购商品均可享受“7日内不满意退换货”；退换货条件如下：

a收到商品7日内（邮寄以当地邮戳为准），商品没有投入使用，即原包装完好全新，没有开封，不影响再次销售。并提供完整的原发票、发货单，及说明退换货原因。

b不满意退换货由用户承担配送费用。

（4）我们保证我们售出的商品与您亲临商场选购的商品享有同样的品质保证；

>八、>小结

网店经营也算是一个比较适合我们这种刚毕业的大学生吧，风险投资小，成本低。如果效益好的话，我可以进步向实体店发展。采取实体和网店联合的经营方式，进一步脱战自己市场，打造属于自己的品牌。

网店之路漫长而艰难，吾将上下而求索。

**淘宝网上开店策划书范文5**

1.据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元(场地租赁费用XX元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元)

2.运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3.每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约800元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

**淘宝网上开店策划书范文6**

>一、项目简介：

依托中国最大的C2C网上购物平台—淘宝网,通过电子商务交易方式，打造在淘宝网上有竞争力的网上购物商城。

>二、投资方

本人拟于在20xx年11月10日创建璀璨实业，璀璨实业打造分销、物流一体化，集团式操作。淘宝网商城为虚拟购物商城，璀璨实业旗下的潮流商城(Trend Mall)将致力于网购领域。

前期投入资本：5000元整

>三、产品及企业市场分析

潮流商城的产品主要以流行首饰为主

面向客户群以16-28女性朋友

该产品在市场内需求量比较大,市场竞争大,需要通过新型的营销手法进行运作,迅速占领市场,获得较高的客户满意度。

营销手法：以整合社会资源的手法来引导市场，通过利益共享的方式来获得较多的客户群。介绍新客户的原始客户将获得小店的九折优惠，或免邮费的营销手法。

>四、产品来源

产品前期库存将依托实体店，当小店每天业务量保持在10单以后上，将拥有库存。

产品价格问题(网店销售指导价，最低成交限价与供货商结算价和发货费用)和贷款结算方式(有三种方式：第一是接到定单后直接把进货款汇入商家帐号里，供货商受到货款后立即按照网店提供的用户地址

和数量发货完成交易;第二是先预付给商家一定数量的货款然后接到定单后直接通知供货商发货快速完成交易;三是跟供货商商议发货打款同时进行甚至可以交易结束后再结算比较省钱;个人认为用第三种方法比较好，因为你跟供货商的关系不一般，而且为了省钱)，保证货源的顺畅、质量和可靠性，建立我们接到订单，只需要通知商家，由商家直接把商品发给顾客的风险最小的`经营模式，(最好是采用这种模式，否则会消耗大量的人力物力);若无法直接由商家发货，那就只好接到定单直接去进货然后采用直接邮寄的方式(注意用纸箱把产品稳妥包装，里面最好能垫一些缓冲材料如珍珠棉、发泡塑胶或者揉成团的报纸，纸箱外面

用胶带密封几道以防止箱子散架，最好再用打包机扎一下，避免运输途中损坏或者泄露影响信誉)。

**淘宝网上开店策划书范文7**

店铺每个阶段有每个阶段的运营策略，很多店铺想一步登顶，成为茵曼韩都衣舍。淘宝尤其是天猫并不是做慈善，所以没必要扶持你，市场竞争很简单的道理，你一天卖1单，别人卖10单，年中大促活动的时候，为什么不把好位置好资源给别人，创造更多的销售额。那我们暂时没有活动资源怎么办，我们可以借趋势、蹭活动。

借着6月年中大促的疯狂购物趋势，自己策划活动，与买家互动，突破销售额。

在20xx年我操盘企业一个子品牌新店铺，开店2个月多仅，日销售只有2千左右，没有任何会场资源当时。但临近66年中大促，团队也很认真对待，从产品到页面，从推广到客服，自己店内搞一场火热年中大促，活动当天销售直接突破26万，活动后，日销售能每日稳定在8千左右。

通过一次大活动，将店铺推上了另一个量级。对于买家来说，不会去研究你是海景房还是主会场;对于卖家，上不了会场，无非损失会场引来那些流量。买家进入你店铺，只会关注你是否也在年中大促，浏览的产品性价比是否高，大促活动的氛围，活动的满减方式等。别家都在做年中大促，而你还挂着夏装上新、今日特卖等一年不换的广告图，这完全与平台节奏脱节，买家在你店铺，感受不到大促的活动氛围，自然也就没有兴趣购买。如果日销售在1万的小卖家，可以准备几个特价款，用提前防水的策略。当6月大促进入预热期，大卖家都在预热收藏购物车，10个卖家有8个卖家不卖货在积势，竞争程度瞬间降低。

这个时候，只要你推出超低价款，很多等不及的买家会提前下手。避开活动当天，选择预热期防水提前引爆自己的畅销款。当然，到了活动当天，我们还继续卖，不上会场，也就没有了规则的限制。自己策划大促活动，最重要的一点就是大促氛围的体现，也就是页面视觉。将自己店铺做成年中大促专场，将主推款、结构款都清晰的用爆款大图展示出来。活动页排版，广告图，促销图等，都做成年中大促的感觉，与天猫平台相呼应。logo等都可以随意使用，包括钻展，直通车，店内位置，没有任何限制。买家一进店铺，就刺激到买家内心抢货讨便宜的欲望。氛围是一个华丽的外表，买家冲动购物的同时，还是会认真关注，店内每款产品性价比。所有我们需认真盘货，并且设计好优惠节点。首先要有真实的降价，降价幅度因店而异，切忌忽悠买家，买家比你聪明。

一年平台型大的活动节点也就五六个，每个节点都是一个逆袭爆破的机会，6月又是上半年清仓最后一个时机，所以直接上半年最低价，吸引力会巨大。对于优惠方式的设计，要注意满减门槛的设定。比如日常客单价已经满300，你设置300减30，相当于白送30元;如果设置太高，例如600减30，那多数买家又够不着，也没意义。需要根据自己的日常客单价，设计一个平衡点，让大多数能够用上，并且能起到拉升客单价的作用。再就是陈本的计算，千万不要以为你发1000张20元优惠券就要付出2万陈本，自己研究一下使用率，陈本会大打折扣的，所以不要害怕把门槛定的过低，而损失太多，这些都有数据支撑的。对于大促活动，广告投放的关键点也有很多。

直通车和钻展，竞价激烈，费用升高，想躲也躲不开的。这时候建议重点放在钻展，直通车搜索量有限的情况下，比较难抢到大流量，维持在一个合理赚钱水平即可，而展示广告优化空间更大，可以重点投放。活动期间钻展以截取对手流量为主要策略，这样也更精准。cpc会比平时高，但是大促转化率也是超高的，所以平均下来，ROI还是会高于日常，可以大胆投放。其实，平台每个大的活动节点，都是一个逆袭爆破的好机会，稀里糊涂的成功，与专业化的失败，把握趋势比技能往往更重要，谁能把握好趋势节点，顺势而为，销售就能水涨船高。

活动策划的流程：

确定活动的主题每个活动前都会有一个噱头，就是活动的主题，那么我们的节日活动肯定是要跟我们的节日相关的，下面是最近3个月节日活动表。

六月份

1)儿童节，服装、玩具、食品展销：针对儿童节，主要会有儿童的服装，演出服大力推广，以及送给孩子童真的生活，玩具等商品进行策划。

2)考前补品展销：对于对孩子的学业十分看重的家长在6月开始进行考前补品商品的推广，会效果更好。

3)考前用品展销：针对学校，班级可能会大批量的进行考前用品批发，这个时候要重点突出我们商品的品质质量。

4)护肤防晒用品联展：夏季产品最好卖的应该就是防晒产品，我们可以调查女性对于防晒产品最关注的点，防嗮美白，轻薄，水润等等。还可以按场景来推广，针对上班族，度假等。

5)端午节商品展销及活动：主要是食品，会有自己家吃，以及送给亲朋的，分类级别要做好。

七月份

1) 欢乐暑假趣味竞赛，商品展销：暑假期间，会有很多家长带着孩子出游，或者在家里有跟多的时间相处，这个时候我们可以为他们提供他们所需的物品。

2)暑假自主旅游用品展：针对旅游用品，这个时候要做好产品的搭配销售，效果会更好。

3)父亲节礼品展销：我们可以给父亲一个不一样的节日，我的肩膀来为您撑起一片天等等节日主题策划。

2.活动的目的：我们的节日促销活动的目的肯定是要与节日相切合的同时，预热新款，清仓过季产品，以及拉动热销款的销量，这个时候我们要针对我们的人群，新客户与老客户分别有不同的会员政策，这样才能让老客户知道他享受的优惠政策多，还有促进新客户也要升级老客户的待遇。

3.评估效果：我们在一个活动结束之后，要关注流量的增长情况,以及后续的减退速度! 品牌的认知度是否提高,买家的评价对品牌是否认同! 新客户的增加和老客户的回头率提高的情况! 以及后期店铺的权重的提高以及持续的销售效果!

**淘宝网上开店策划书范文8**

>一、活动背景

随着电子商务的发展，这一新兴的商务方式也渐渐地走入了我们的校园，许许多多同学也走进了这一个大平台，鉴于此情况，电子商务协会决定为这些同学提供一个展示自己的网上创业的能力平台，举行一次网站店铺推广大赛。同时希望，同学们通过这一次的比赛，可以彼此之间交流创业的心得，还有通过本次比赛推广自己的网站或店铺。

>二、活动目的

1、通过电子商务店铺推广大赛，为在校大学生提供一个自主创业的平台，让他们运用自己所学的专业知识为自己的网店或者公司谋求一个发展的机会。把专业知识，就业知识，创新意识，投资意识，风险意识融入校园学生文化活动的比赛。开拓视野，加深对所学专业知识的理解。

2、同时也让同学们提早了解自主创业方面的知识，进一步认识社会竞争的激烈。重新定位自己的职业生涯规划

>三、活动主题

迎创新之风尚，展学子之风采

>四、大赛简介

电子商务店铺推广大赛是顺应电子商务发展趋势而举办的一次大赛，此次大赛为中山火炬职业技术学院xx级电子商务协会主办，共分初赛和总决赛两个流程。

>五、参赛对象

xx级、xx级、xx级的全体学生

>六、参赛及报名方式

团体（2-3人）或是个人均可，可以在各班的学习委员处报名，也可以在我们专项小组成员那报名，或现场报名。

>七、比赛时间

初赛：20xx年4月12日

决赛：20xx年4月14号

>八、比赛内容与形式

内容：

1、初赛时主要通过PPt和本人的讲述展示店铺或网站的装扮和经营风格。

2、决赛时同学同样要展示自己的网站或店铺，同时要说出其未来的规划和经营的心得，到时现场还有电子商务的老师进行与参赛同学的现场互动。

>九、具体赛程安排

1、20xx年3月28日大赛宣传（广播，海报，摆点，班级宣传、派发传单）

2、20xx年3月28日—4月xx日参赛选手报名（个人或团队，团队人数2至3个人）

3、20xx年4月12日大赛初赛

4、大赛决赛

A.决赛时间：20xx年4月14日

B.决赛地点：图书馆七楼学术报告厅

（二）决赛流程：

1、（19：15——19：30）礼仪小姐邀请嘉宾入席，欢迎各观众进场。同时开始播放迎宾曲。

2、（19：30——19：45）主持人宣布晚会的开始、介绍嘉宾、介绍赞助单位，拉开比赛的序幕。

3、（19：45——19：55）主持人介绍各参赛团队的名单跟本次活动规则，每个参赛团队活动时间控制于xx分钟内。

4、（19：55——21：30）比赛环节：

1）参赛团队就自己的PPT进行简单陈述，团队成员可轮流介绍。

2）参赛团队陈述完毕后，请在座老师嘉宾提问问题，参赛选手针对问题做出个性答辩。

5、赛后点评：所有参赛团队陈述完毕后，请老师上台为选手做正反两面的点评。

6、嘉宾讲话：老师点评之后，请代表嘉宾针对此次活动环节及意义作讲话。

7、主持人公布各团队分数及获奖名次

8、请颁奖嘉宾对得奖选手颁奖

9、主持人宣布比赛结束，礼仪小姐欢送嘉宾和评委

10、比赛结束，清理现场。

（三）评审团的设置

1、大赛初赛：由专业老师和主办方组成评审团，分别给各队选手评分。

2、大赛决赛：由专业老师和邀请嘉宾组成评审团，分别给各队决赛选手评分。

邀请嘉宾：朱志辉老师、各协会会长、大二，大三的师兄师姐。

（四）大赛举办单位

1、主办单位：xx级电子商务专业

2、承办单位：电子商务协会

3、协办单位：赞助单位：待定

>十、奖项设置(暂定)

第一等奖（1名）：证书+奖品+奖金（xx0元）

第二等奖（2名）：证书+奖品+奖金（80元）第三等奖（4名）：证书+奖品+奖金（60元）最具市场前景奖(2名)：证书+奖品+奖金（50元）

>十一、活动人员具体安排

附：各部门的负责人是这次报名的专项小组委员，各专项小组的负责人要带动自己本部门的委员们参与活动中来，一起完成我们的活动。同时也注意，这不是绝对的分工，只是大概的`，活动中还是要各部门的委员们齐心协力来完成。

秘书部的委员们负责初赛，决赛的签到以及参赛者们信息的整理，通知参赛者相关事项，同时负责通知各班班长。

宣传部负责本次活动的宣传工作，包括广播，海报，摆点，班级宣传、派发传单。

组织部负责摆点的场地布置以及比赛当天会场的布置，同时也要负责比赛当天观众入场的安排。

外联部负责拉活动经费以及通知各协会会长来观看比赛。财务部负责活动经费的支出和最后的核算。

淘宝部主要负责摆点时关于一些比赛规则及淘宝相关知识的讲解。策划部负责活动整个活动的策划以及会场布置的策划和跟进相关工作的进度。

实践部负责联系学社联那边关于活动加分的相关事宜和作为机动组，随时听候相关工作的安排。

>十二、活动经费预算

**淘宝网上开店策划书范文9**

>一、网店定位

(a)规划背景

随着网络经济的不断发展，便捷、快捷、实惠的购买方式使得不出家门就能买到满意的商品成为可能，这种方式正在慢慢普及。尤其是服装行业，尤其女装市场上，网上有成千上万种风格的商品，为买家提供不同程度的满意度。而且大部分买家都是中高收入者或者学生，他们花更多的时间工作或者学习。这些人绝大多数都熟悉网购流程，对于网店创业者来说，网购有着稳定的客户和市场。

(2)网店名称:XXX时尚女装店。

(3)商业模式:个人零售。

(4)主要产品:以女装、男装为主，包括t恤、衬衫、裙子、韩版休闲裤上衣、时装包、时装男装等。

(5)网店特点:基于时尚高贵休闲。坚持买家舒适，看的安心，买的安心；品种丰富，款式齐全，满足了男女对人格美的追求！

>二，客户定位

女性更追求完美时尚的个性，店铺的目标人群是女性，包括白领和18-40岁的学生。

>三、价格定位

目前，服装行业的竞争无论是现实市场还是网络市场都很明显。由于缺乏信用和影响力，新的网店必须以低价吸引顾客。网店直接从厂家进货，价格比专卖店低一半以上，基本在100元左右。

>四，市场分析

(1)宏观和微观

现代女性，尤其是18-35岁的女性，有着强烈的追求复杂。韩服受到热烈追捧，这种具有个性美的休闲服装深受女性喜爱。不过专卖店的韩服比较贵。对于因为工作学习不能经常上街的女性来说，她们没有时间也没有心思去买这么贵的衣服，这就为韩服的网上销售提供了一定的市场。同时，网购不需要更多的中间成本，价格也更低。目前，信用在钻石以上的网店，服装价格相对较高，但对于网店信用较低的新店，只要抓住这一点，就会得到顾客的认可。

(2)竞争对手

就目前的情况来看，每天有1000多个卖家在淘宝上注册网店，服装行业正以惊人的速度增长。因为这家店是新店，水平比较低，而大多数服装店都有以上水平，是我们的强劲竞争对手。但是自从加入了墨村网店的服务体系，就能很快度过初期。同时，就网店本身而言，因为是新店，所以装修和管理各方面还存在很多不完善的环节，与相对先进的网店相比也缺乏竞争力。所以我们加盟摩村，会用摩村管家的专业管理让店铺变得更好。

(3)风险预测

优点:我们的货源是厂家直接提供的，货源充足；我们专注于固定业务，买家可以在第一时间给宝宝拍照，在最短时间内收货。

缺点:由于信用等级相对较低，很多买家在信用等级高的店铺购物较多；因为现在的服装不全是品牌，影响力不足；网店刚开，操作不够；因为是兼职，投入少，网店的创新元素也不多，很难吸引买家的注意力。

威胁:对于新店，很多无良买家会抓住自己的经营弱点，以欺骗或投诉的方式进行威胁勒索，或者给予差评，一定程度上威胁到新店网店的升级。

>五，商品战略

(一)保证每天货架上都有商品，与家里保持联系，准确理解商品的描述；选择上网次数最多的时间，最合适的时间是10:00；14:00和19:00 23:30.系统对各类服装进行分类，处理服装的装饰，将新上架的商品放在店面的前面，同时以独特的方式出现在顾客面前。一个产品的每一张图片都要经过PS处理，客户要用最清晰的像素来迎接。在推广区，很多件衣服应该是最近上传到店里最受欢迎的产品。

(二)价格策略

**淘宝网上开店策划书范文10**

>一.市场现状与策略

（一）网购市场现状

1.网购发展趋势

在互联网的强势冲击力影响下，越来越多的消费者开始接受网络购物的消费观念，淘宝网的发展越来越迅速，网购的大军也越来越壮大。官方数据表明：在未来的四年中，网络购物金额将达到一万亿左右。也就是说，网络购物已经在超越传统的购物天堂。

网购交易总额在逐年攀升，人们对网络购物的认可程度大超以前，网络购物的前景异常广阔，市场潜力非常巨大。如果可以加强挖掘网购市场潜力并充分利用网购资源，网络商家便能以迅猛之势发展壮大。

2.网购市场潜力

尽管中国的网购发展十分迅猛，但总体来看中国的网络零售业目前仍处于起步阶段。虽然国网民人数已居世界首位，网络购物渗透率较低。

随着我国网络购物渗透率的扩大，中国C2C网络购物市场必将有一个长足的进步，网购市场的潜力巨大。

3.淘宝网购现状

①由于淘宝的进入难度很小，导致现在淘宝网店的发展异常迅猛，良莠不齐。很多网店不顾及消费者的利益，用大量华丽的图片对品质低劣的服装进行虚假宣传，鱼目混珠现象日益严重。

②存在加价的随意性和质量的以次充好弊病，客服工作也尚未引起商家重视。

③淘宝网上还有大量的钓鱼链接和欺诈性网店对消费者进行诈骗，从而使消费者的权益很难得到保证，使人们逐渐对网购商品的安全性产生怀疑，部分消费者望而却步。

4.淘宝网店现状

目\_购平台的服装店面虽多，但大多数杂乱无章，缺乏特色，没有自己的品牌形象，不能吸引消费者一再光顾，导致店铺缺乏忠实顾客来保持长久的可观销量，从而在竞争越来越激烈的网购市场上无法取得长足发展。

（二）淘宝策略分析

1.低价取胜

通过降低价格与竞争对手进行竞争，依靠毗邻服装批发市场的地理优势缩短运费来降低成本。

2广告宣传

通过广告宣传，扩大店铺的知名度，增加访问量从而增加成交量，同时为网店拉拢一批忠实顾客，通过顾客的推荐使店铺知名度进一步扩大。具体广告宣传的方法有:传单发放、网络宣传。

>二 .外部环境分析

（一）.政策宽松

中国在互联网方面的法律法规相对不是很健全，同时淘宝的限制比较宽松，不需要进行许可认证、政府批准等等工作，大大放宽了进入淘宝的难度。可以说淘宝平台的\'门槛是非常低的。

（二）技术含量低

可以说只要手上有货，身边有电脑、有网络就可以轻松开店，在技术方面也没有很高的要求。

（三）成本较低

淘宝作为当今国内最大的网购媒介，最大的优势就是价格低廉，这也是最能吸引众多买家的原因。不需要大量的资金投入，不像实体店要考虑昂贵的房租、水电。省去了大笔的房屋租赁及装修等费用。

（四）.社会需求高

随着互联网的发展，网上购物越来越普及，是一只实力强大的潜力股，越来越多的人选择网上购物，淘宝更是一个相对比重很大的平台。在国内C2C网络购物网站中，以淘宝网发展最为迅猛，《20xx年上半年中国的网络购物市场发展报告》显示，20xx年上半年网络购物交易规模达到亿元，其中，淘宝网交易额达到亿元，占据整体市场份额的80％，位居第二的是拍拍网，市场份额占整体市场份额的8．1％。

>三.同行业分析

随着我国网上购物平台的不断发展壮大，吸引了许多创业人士在淘宝网等等经营网店，这也导致在各大购物网站的行内竞争激烈，而且同行业之间的经营商出现了在商品、顾客以及经营模式上的相似度极高的现象，以致单个网店在消费者心中不为所知，过目即忘。至今网上购物平台对网店的管理还不够完善：

图片处理失真，与实际情况相差太多。

衣服的价格偏高，部分商品质量不能保证。

出现了大批的效仿者与其竞争。

随着“退款门”事件的热化和升级，部分忠实顾客流失。

>四.市场定位

（一）产品的定位

1.青少年流行服装

从背包到上衣，裤子（裙子），鞋子。随着季节的变化，也有适应气候的各类流行服装，主要面对的顾客是青少年，尤其是在校学生。

2. 100%实拍

本店不仅保证对商品的真实拍摄，可以有效避免顾客在购买产品时的后顾之忧，保证了衣服的质量和真实程度，与其他淘宝商店的官方下载图片相比具有无可比拟的优势。

（二）产品质量

（1）中端品质：本店的所有服装主要的消费者是青少年，所以定位在中端水平，既能满足顾客对流行服装需求，又能让消费者感觉到实惠。单件服装零售价平均在80元左右。虽然产品质量不能与专柜名牌商品相提并论，但在中端服装市场我们的青春服装市场发展潜力巨大，而且凭借本店在产品质量、服务方面的优化将会经营得很好。

（2）高性价比：我们的套装价位合适，品质有保证，良好的性价比是品牌推广取胜的关键性策略。

（三）消费者定位

1.学生族

①数量多且具潮流意识18-24岁阶层的消费者多数为学生，由表3可知多数为大专及本科以上的在校学生，这类群体处在或在校就读，或刚刚踏入社会进行工作，在淘宝上占有的比重，是一个很大的消费群体。据统计，在校学生占全部网上购物用户的贡献了十分之一的购物金额，她们拥有对时尚的敏锐嗅觉，对新生的事物和观念接受能力强，本店推出的全套搭配的装束更容易被她们所青睐，更有可能掀起全套搭配的潮流，为本店推出的完美品牌套装起到积极的促进作用。

②潜力巨大这个群体顾客潜力表现为几年后这个群体便会向25-30岁这一阶层转变，也属于我们的顾客范围，如果能够抓住这些顾客，就可以为以后培养大批有实力的潜在顾客和忠实顾客，成为支撑未来业务的坚强后盾。

（四）通过宣传及促销增强消费者对本店的认知度

1广告宣传

在初期阶段进行适当方式及适度的宣传，具体方法有发放传单，网上贴图。

2活动宣传

1.赠品促销

购买本店200~300元产品，卖家承担运费并赠送装饰物一个（并附带本店logo以宣传本店。）

购买本店300~400元产品，卖家承担运费并赠送价值20元秋冬百搭造型毛线帽或者其他的物品一个。

2.降价促销

A.购买本店400元以上商品，可享受本店九折优惠措施。

B.换季大降价，未必免积货，一般要进行换季清仓活动，换季商品7~8折销售。

C．开业周年降价和节假日降价促销。吸引顾客眼球，增大销售量。

D．“介绍顾客于本店购物并交易成功的老顾客再次光临时可享受9折优惠”。这是本店常年有效的促销手段，同时也是一项切实可行的宣传手段。

3.会员促销

>五．营销计划的预算分析

（一）传单费用。

1.传单标准8k宣传单 420\*285mm，双面彩印，印刷一万张。所需设计费20元，印刷费750元，总计传单费用770元。

（二）店铺装修费用

本阶段总计预算1200元。

（三）“品牌”礼品大赠送费用

装饰物设计费用200元，装饰物共计500个，总制作费用1500元。礼品预算共计1700元。

**淘宝网上开店策划书范文11**

>一、 店铺的设定

>1、店铺定位

网店中150-350元价格区间家纺（四件套、春秋被、枕头、蚊帐）销售较好，考虑到运费因素，不建议销售100元以下商品，100元以下的家纺，如果需要买家支付20元的运费会很难成交。

>2、店铺资金投入

投入资金=店铺版本费用+消费者保障服务押金+店铺刷信用支出+网店模板费用+推广费用+进货费用（与供应商联系可省）

店铺版本：扶植版； 标准版； 拓展版（网型）；拓展版（营销型）；旗舰版； 30元/月98元/月

消费者保障服务押金：1000元

店铺刷信用支出：刷到2个钻大概20xx元左右，机构刷信用收费不同。 网店模板费用：一般的是50元左右

>3、店铺名称

网店店铺名称易记，不宜过长

>4、店铺风格

根据经营商品的主要类型设定店铺风格，如主打是四件套，则店铺风格要温暖、舒适，有视觉冲击感

>二、 经营新产品定位及分类

1、专营一种品牌的多个系列

专营一种品牌需要品牌有一定的知名度或是高仿某个大品牌。做专营的优点是能够形成喜欢该品牌的固定群体。

2、经营多种品牌的.多个系列

**淘宝网上开店策划书范文12**

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“ 吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是 “自古有之”。虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我决定整合食堂和餐厅的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

**淘宝网上开店策划书范文13**

（一）固定设施

招牌——需符合自己特点，能有效的契合超市的经营特点，且能符合超市本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由学校赞助制作

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，一般会用地板砖

墙面――为保证店堂的光度，便利店一般使用白色涂料作为墙面的装饰色调

照明――使用白色的日光灯管

音响――为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐

（二）经营设备

电脑――一般每店配备收银机3台，其功能兼具前后台

收银台――收银台兼管理人员工作台

货架――货架只需使用一般的货架即可

冰柜――一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜

其他设备――如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加

（三）经营效益

预计营业额1000元以上/日

月计营业额40000左右元

营业利润40000\*10%利润率=4000元

年收益=4000/月\*9月=36000/年

确定开店定位的三大因素

第一，所处位置是否具有吸引力。包括店铺立地环境好坏、交通条件是否方便顾客、周围是否有利、服务区域的人口情况、目标顾客收入水准、消费意识及品味等。

店铺地理环境的好坏有两种含义：一种含义是指店周围的卫生状况，比如有的饮食店开在公厕旁边或附近，不远处便是垃圾堆、臭水沟或店门外灰尘飞扬，或邻居是怪味溢发的化工厂等，这便是恶劣的开店环境。另一种含义是指店铺所处位置的繁华程度。一般讲，店铺若处在车站附近、商业区或人口密度高的地区或同待业的集中的街上，这类开店环境应该具有比较大的优势。

交通条件是否方便：顾客到店后，停车是否方便;货物运输是否方便;从其他地段到店里来乘车是否方便等。交通条件方便与否对店铺的销售有很大影响。

周围设施对店铺是否有利：有的店铺虽然开在城区干道旁，但干道两边的栅栏却使生意大受影响。因此在选择临街铺面时，要充分注意这点。如何选择呢?典型的街道有两种：一种是只有车道和人行道，车辆在道路上行驶，开车的人视线很自然地能扫到两边的铺面：行人在街边行走，很自然地进入店铺，这种街道立店比较好。但街道宽度若超过30米，则位置又将打折扣，街道太宽敞有时反而不聚人气。据调查研究，街道为25米宽，最易形成人气和顾客潮。另一种典型街道：车道、自行车和人行道分别被隔开，其实这是一种封闭的交通，选择这种位置开店不太好。

服务区域人口情况：一般情况位置附近人口越多、越密集越好。目前大中城市都相对集中形成了各种区域，如商业区、旅游区、高校区等，在不同区域开店应注意分析这种情况。

目前顾客收入水准：在富人聚集的地段开设首饰店、高档时装店便是瞅准了目标顾客收入高这一特点。城市周边建设和各种商业别墅群或有档次的小区，都是富人聚集的地方之一。

有三岔路口、拐角的位置一般为好位置，坡路上、偏僻角落、楼层高的地方位置较次。

影响开店位置的因素很多，因素也千差万别：为什么有的偏僻小巷的店铺生意年年兴隆，而有的繁华地段的店铺却经营艰难，所以，还应“具体情况具体分析”。位置的好坏，是相对的，而非绝对的。生意的好坏不仅仅取决于店铺位置，与店铺经营内容、经营方式、服务、形象均有密切关系。

第二，店铺种类或商品组合、包装、搭配、摆设、价位等是否有吸引力。

第三，店铺卖场面积、广告诉求及顾客服务都会影响店铺生意。

以上三方面是相互联系的，在开店定位时要充分考虑以上要素，并尽可能把问题想出来，把总体规划搞好，多想一些策略，以便店铺一开张便能旗开得胜。

如何找一个黄金位置

开店做生意，谁都知道位置的重要性，位置选得恰当，无形中为你的生意大厦打下了坚实的基础。相反，即使你有很不错的经营才能，但生意也有可能做不好。一般来讲，下列地段位置开店较好。

一、商业活动频繁或商业活动历史悠久的街区

这些位置往往寸土寸金，而且这样的位置不好找。即使你有条件能在这样的位置开店，由于其房价特别高，你就必须认真核算你所经营的店铺在正常情况下的营业额去除了较大的开支以外，利润还有多少。若所剩利润不多，那你就可能冒较大的风险。若除去开支，还有较丰富的利润，那你就不要被寸土寸金的高房租吓倒。有时高投入与高回报是互成正比的。其实好码头上的门面高租金高并不是一天两天形成的，也不是任意抬高的，它是房东和租户长期利润公成较量中形成的，租金如果高到租户无钱可赚，那么再好的门面也租不出去。可见，好码头虽然寸土寸金，但正常情况下你赚的钱总会大大超过租金而有厚利可图。因此，花大钱开个大店，不如花大钱找个好码头。当然，高租金增加了你的经营成本，也增加了经营压力和风险。你得好好盘算，你的投资、经营面目以及你的经营经验，究竟能否做得起黄金位置的生意。

二、人口流动大的车站、码头

这一地段的顾客有一个特点，往往乘车或下车路过此地的人多，其流动性较大，他们的消费对象往往是容易携带还或有特色的商品，这一地段适合发展饮食、日常生活用品中、旅游用品嘆纪念品一类的店铺。但有些规模较大的车站或码头，由于其生意不隆，日后逐渐发展成比较繁华的商业地段，也吸引了不少本地顾客的长期光临，成为“回头客”。

三、人口密度高、人口数量绝对多的居民小区

由于有人口数量的绝对优势，才使得各类型的店铺都有立足之地，因为人口集中的地段，其需要应多种多样。只要你能紧紧抓住“回头客”，重视服务与质量，生意应该比较稳定并有钱可赚。

就目前城市住宅的发展来看，很多地方都已兴起不少颇具规模的居住小区，住宅“社区化”的发展趋势越演越烈。各种类型的商店，如小餐馆、平价超市、小型连锁店、发廊、录像带影碟片租赁店、医药店甚至诊所等先后进入住宅小区，“家带店”商业店铺取得了良好的经营业绩。这种类型的临巷铺面，由于很容易建立起四面邻居的关系，相当一部分的局部区域内居民成为熟客，从而赢得较好且稳定的经营收益。这种商店由集中化、大型化向精致化和社会化的转变，直接导致越来越多的商店离开较宽的道路而走入社区。相应地，社区内人流密度大、位置良好的商住楼底营业房就成为中小型商业店铺地点的最佳选择。

四、同行聚集的街道、集市

这一条已成为人们的共识，全国各地都有各自的专业市场。形成了以整条街道经营相同或相似产品门类的专业街，如汽配一条街、科技一条街、皮革一条街以及电器一条街等等。这从商品经济中的竞争理论上看似乎是矛盾的。为什么这些互相视为冤家对头的同行会不约而同的聚集在一起，且生意又红红火火呢?这其中的奥秘，简言之就是“人气”二字。消费者为了能买到尽可能质优价廉的产品，往往采取最简单的购物规律就是“货比三家”。针对这种心理，由政府驱动也好，行业协会驱动也好，传统习惯使然也好，随着“某某一条街”品牌的逐渐响亮而人气渐升、商机毕现。专业经营无疑是中小型商店的上佳选择。

五、大专院校的周边地点

大专院校的周边地点应该说是宁静的，但若去这些“象牙塔”周边地点走一走，那浓浓的商业气氛让人不得不吃惊。大学生年龄层次的单一，消费行为的简单，特别是近几年一浪高过一浪的经济大潮的涌动，其消费水平和结构让周围的商铺大赚了一把。小吃店、冷饮铺、餐馆、服装店、书店、日杂店、卡拉OK厅、舞厅、酒廊、电影院等经营性店铺都可以选择。店面装修的简陋、经营水平不高都没关系，只要有一定的经营特色，投资的回报比一般的经营地点高。

以上是从大方向来论述选择位置的技巧。有时同一条街，街两旁位置又有好坏之分，从具体位置上讲，下列位置一般为较好位置：

(1)三岔路口。这类位置的店铺，从各个角度看，都十分显眼。但是，处在这一有利位置的商店应注意尽量发挥自己的长处，在商店正面入口处装潢、店名招牌、广告招牌、展示橱窗等要精心设计，抓住顾客的消费心理，将过往的行人吸引到商店中来。

(2)拐角位置。拐角的位置往往是理想的，它位于两条街的交叉处，可以产生“拐角效应”。拐角位置的优点是：可以增加橱窗陈列的面积;两条街道的来往人流汇集于此，有较多的过路行人光顾;可以通过两个以上的入口以缓和人流的拥挤。但由于商店位置面临两条街，选择哪一面作为自己商店的正门，则成为十分重要的问题。一般的做法是，选择交通流量大的街道一面作为商店的正门，即店面;而交通流量小的街道一面人微言轻侧门。

(3)只有车道和人行道之分的街道。这种街道机动车、自行车、人流穿行其中，很符合中国人信步逛街购物消费习惯。

(4)靠近公共汽车站的街道一边

(5)靠近大公司、大企业的街道一边

(6)靠近生意兴隆的街道一边

(7)靠近停放自行车方便的街道一边

(8)靠近经营方向相辅相成的商店一边

以下位置较次：

(1)主车道、自行车道、人行道分别被保护栏侵害的街道，车速较快，横向人流不易通过，往往形成“假口岸”。

(2)坡度较大的街道。

(3)偏僻、卫生条件差的街道。

(4)有可能被城市重新改造的街道。

(6)楼层高的位置。

当然，位置的好坏只是相对的。因为都市的变化迅速，而其中一些微小的改变就可能对你的店形成大的影响。如一家生意原本鼑的餐饮店，因在其门前兴建高架道路，使行人不方便在这一边行走，而导致生意一落千丈。因而，你必须时时注意身边的变化，要有预见性。假如你已提前预见到，便可以在生意兴隆时顺利将该店转让出去，从而避免风险的发生。

随着城市建设的履行或交通路线的改变而使两边街道生意顿时差了许多，这就使好位置变成了差位置。相反，某些冷清的街道由于公共机构的迁入而繁荣起来，这就合坏位置变成了金位置。因此，你在开店选择位置时，要有预见性和远见性。

**淘宝网上开店策划书范文14**

一、淘宝开店装修

（一）淘宝店名

1、简洁通俗、琅琅上口。店名一定要简洁明了，通俗易懂且读起来要响亮畅达，琅琅上口，如果招牌用字生僻，读起来坳口，就不容易为浏览者熟记。

2、别具一格，独具特色。网店有千千万万，用与众不同的字眼，使自己的小店在名子上就显出一种特别，体现出一种独立的品位和风格，吸引浏览者的注意。

3、与自己的经营商品相关。店名用字要符合自己经营商品，要选择一个让人从名子就看出你的经营范围的名子，如果名子与商品无关，很可能导致浏览者的反感，自然也就不要谈成交了。

4、用字吉祥，给人美感。用一些符合中国人审美观的字样，你的店名应该让人看起来就有一种美感，不要剑走偏锋，为吸引人而注意使用一些阴晦低俗、惹人反感的名子，这样的结果会适得其反。

(二）淘宝开店的其它装修内容

1、对于网店的装修除了起一个好听的名子，还要做其它的工作，包括设计一个精美的店铺匾额。

2、做出自己的店主肖像。

3、创作一句过眼难忘的广告语，譬如流光魅影，花样年华尽在锦绣——“锦绣喜居”丝绸家居；众里寻他千百度——新月小筑；生活可以如此美丽——嗜屋等等。

4、写一段精彩的店铺介绍，或者给自己的商品和留言本加上美丽的色彩。

总之所有的一切都为了将自己的网店打扮扮得漂漂亮亮的，吸引更多的人过来浏览你的小店，购买你的\'商品。

二、淘宝开店的进货渠道

（一）批发市场进货。

这是最常见的进货渠道，如果你的小店是经营服装，那么你可以去周围一些大型的服务批发市场进货，在批发市场进货需要有强大的议价能力，力争将批发价压到最低，同时要与批发商建立好关系，在关于调换货的问题上要与批发商说清楚，以免日后起纠纷。

（二）厂家进货

厂家进货也是一个常见的渠道，去厂家进货，可以拿到更低的进货价，但是一次进货金额通常会要求会比较高，增加了经营风险。经营网店，最好认识在厂家工作的朋友，或者自己直接就是在厂家工作的，这样进货就没有任何问题了。

三、淘宝开店策略

（一）广告策略

1、利用好网站内其它推广方式，比如多参加网站内的公共活动，为网站做贡献，可以得到一些关照，网店自然也可以得到相应的推广。

2、利用种留言薄或论坛宣传自己的网店。注意一般不要采用直接发广告的形式，一般的论坛对于广告帖是格杀勿论的，可以采用签名档，将自己的网店地址与大概的经营范围包括在签名档里，无形中会引起许多阅读者的注意，进入你的网店，进而成为你的客户。

3、广开门路，广交朋友。通过认识许多朋友，介绍他们关注你的产品，争取回头客，更争取让你的客户为你介绍新的客户。

4、如果你的现在的网店是需要支付交易费或登录费的，那么不妨设立一个不需要这些费用的网店，对于每一个成交的客户，介绍他们以后通过新的网店浏览并购买你的产品，降低商品的销售成本。

5、在各种提供搜索引擎注册服务的网站上登录网店的资料，争取获得更多的浏览者进入网店。

（二）定价策略

1、销售价格要保证自己的基本利润点，不要轻易降价，也不要定价太高，定好的价格不要轻易去改。

2、包括运费后的价格应该低于市面的价格。

3、网下买不到的时尚类商品的价格可以适当高一些，低了反而影响顾客对商品的印象。

4、店内经营的商品可以拉开档次，有高价位的，也有低价位的，有时为了促销需要甚至可以将一两款商品按成本价出售，主要是吸引眼球，增加人气。

5、如果不确定某件商品的网上定价情况，可以利用比较购物网站，在上面输入自己要经营的商品名称，在查询结果中你就可以知道同类商品在网上的报价，然后确定出自己的报价。

6、如果自己愿意接受的价格远远低于市场售价，直接用一口价就可以了；如果实在不确定市场定价或者想要吸引更多买家，可以采用竞价的方式。

7、定价一定要清楚明白，定价是不是包括运费，一定在交待清楚，负责有可能引起麻烦，影响到自己的声誉，模糊的定价甚至会使有意向的客户放弃购买。

（三）经营策略

1、网上出售商品，绝大部分的时候买家是无法看到实物的，所以需要拍出清晰漂亮的商品照片，还要有详细的商品描述，这样才能对买家有更大的吸引力。

2、网店里的商品种类尽可以齐全，更新迅速。

3、售后服务要周到。

4、重视网店的“信用度”评价。

5、诚信第一。

6、开店之初先要增加人气，可以考虑设定一元拍或低价出售的方式达成交易，只要你有比较多的成交纪录，有不错的好评，就会有更多的买家信任你的店，来你的网店买东西。

7、采用一些有效的促销策略，定期有折扣，或者赠送。给予回头客一定的折扣，或者是购物满多少元，可以有礼物赠送，可以有折扣，可以免邮费等等。

8、额外赠送小礼品。为了增加自己的良好的评价，可以事前不让买家知道，当他收到你寄出的货品和礼物的时候一定会很开心，礼物不在于是否贵重，而是一份心意。

9、安心对待拍下不买的买家，在网上开店总会遇到拍下不买的买家，这是很正常的。作为卖家要保持一份平和的心态。这样才能面对以后更激烈的网上店铺的竞争。

四、淘宝开店的支付方式

目前的网上开店主要由几种付款方式。

1、网上支付

2、邮局汇款

3、银行汇款

4、货到付款

五、网上开店的送货方式

目\_上开店主要是采用的送货方式主要有以下几种、

1、普通包裹，普通包裹用的是绿色邮单，寄达时间约需7-15天。

2、快递包裹，与普通包裹类似，只是寄达时间加快许多。

3、EMS快递，安全可靠，送货上门，寄达时间更快，只是费用较高。

4、挂号信，适合比较轻巧的物品，20克内，寄达较约3-5天，注意物品要多包几层以免积压损伤。

5、其它快递，目前国内快递业发展很快，送货也可以采用一些EMS之外的快递公司，前提是对方是正规的快递公司，比较EMS，可以节省50%左右的费用。

6、专人送货。如果顾客就在本市，可以考虑直接送货上门。与这种方式相结合可以采用货到付款的方式。

**淘宝网上开店策划书范文15**

>一、项目背景

在网购市场中C2C市场仍为网民主要购物平台，交易规模增速平稳，领头羊淘宝网进一步扩大了自己在该领域的领先地位，其份额达到了，腾讯旗下的拍拍网以的市场占有率排名第二，排名第三的易趣占。这些网购平台还提供个人网店平台，而且有很多是免费提供的，这就更为大学生在网上开店提供了方便。在创业欲望的驱使下，我们决定在淘宝网上创建一家属于自己的网店，给自己更多学习和实践的机会。

>二、项目介绍

（一）网店基本情况：

1、网店名称：

2、网店店址：

3、客服旺旺：

4、E—mail：

（二）经营模式：网上采购然后直接发货至买家，赚取差价。

（三）主营商品：男女服装，服装搭配饰件。

（四）产品特点：物美价廉，时尚有特色，引领潮流。

（五）网店定位：网店只是我们企业的一个专卖店或销售平台，主要销售自己的产品。这些产品都是我们精选出来的，更物美价廉，更容易取得消费者的认可与信任；有了企业的支持，只要把网店做精做实，我们就可以拥有比较大的销售量。

（七）客户定位：18岁～25岁的青年人：这个年龄段的消费群，主要是学生和刚走上社会工作不久的人，她们喜欢并有时间上网，但经济大都不独立或不完全独立。这群人对服装的追求标准主要是在流行和新颖性上，是更换服装最快的一群，他们对品牌有一定的认知，但大多无力购买名牌服装，正是我们网店的目标客户。

（八）价格定位：

现在网店销售的货物都大同小异，所以大家拼价格十分厉害。对于我们这样刚起步的网店，可以采取这样的定价方式：根据成本价，在网上同类商品中取一个中等偏低的价格。用完善的销售服务来弥补网店人气不足的缺点。

1、主销产品价位：男女装100元以内。

2、次销产品价位：配饰20元以内。

原则：不要追求暴利，但也不能无利，更不能贴利。

>三、市场分析

（一）市场需求分析：人们对于时尚的追求越来越强烈，对于美的定义也不在单一化，时尚潮人们对各种新版服饰及配饰更是爱不释手。所以，我店经营的时尚服饰和各种精美饰品必然是极有发展的。

（二）竞争分析：服饰和饰品对于每个商家来说，都是一项热门的选择，市场竞争对手也必然数不胜数，所以，如果要在淘宝中脱颖而出，必须打出我们店铺独有的，与众不同的特色，突出我店铺中服饰和饰品的风格，永远保持在时尚的前沿，引领潮流。

1、优势：我们采取网上订货然后直接发给买家，这样一方面可以减少前期投入，另一方面还可以减少管理中的复杂环节，使我们能专心去做店铺的宣传。

2、劣势：一个尚未被认知的新网店、新品牌，知名度不高，创新能力欠缺，管理团队初步建立，需要磨合，销售渠道尚待建立。特别是才开始经营的网店信誉度低顾客不太敢在这样的店铺购买商品。

（三）风险分析：淘宝店的客户属于我们的，也属于竞争对手的，这对客户的稳定积累很不利。更残酷的是，如果我们遇上不怀好意的买家或者竞争对手的故意捣乱，几个“差评”能使我们的信誉严重受损，网店生存发展靠的就是信誉。

>四、运作管理

（一）店铺管理

1、店铺装修：可以按照淘宝店铺装修教程来装修和看有关的书籍来装修

2、登录商品：在淘宝、拍拍等网站的网店里选一些物美价廉、时尚有特色的女装及饰品，然后展示到自己的网店里，并定期检查跟新。

①所有商品的在线时间是1周（淘宝网店默认快结束的商品显示在最前面，商品在快结束时浏览量也是最高），保证每天都有商品上架和下架。

②选择上网人次最多的时段登录商品，最合适的时间：10：30—12：00，12：30—14：00，15：30—18：30，19：30—23：30。

③选择好时间段后，每隔10—15分钟登一件商品。

④旺旺要经常保持在线，特别是商品下架前1—2个小时，越是接近下架时间，我们的商品在搜索结果中越是靠前，这个时间段是成交量最高的时候。

（二）促销策略：

1、产品策略：找到自己的特色，做出自己的风格！创造自己的品牌！质量走高，价格走低。

2、价格策略：在网店销售商品，由于比传统市场销售渠道的费用低，因此一般是采取低价策略；就是定价时大多采用成本加一定利润，甚至是零利润，要比传统市场上同类产品的价格低。采用这一策略也是为了扩大宣传、并快速打开网络市场新局面。

3、网上促销策略

①网上折价促销：由于网上销售商品不能给人全面、直观的印象、也不可试用、触摸等原因，再加上配送成本和付款方式的复杂性，造成网上购物和订货的热情远低于商尝超市等传统购物场所。我们择适当的时机降低价格，既可吸引更多的消费者，又可打击竞争者。

②设一个特价区：我们可以专门设一个特价区，每周拿出一些热销的产品来低价促销，虽然此款产品的利润低，但可以带旺铺人气，增加其它产品的销量，业绩自然就会上来了。

③限期供应：这对消费者总是具有不同的感受。像“特价只剩2天！”这样的促销口号。但是要真实，否则最终失去消费者信任。

（三）物流管理：根据顾客的需求选择快递公司申通快递：8~15元，2~3天到达。顺丰快递：20元起，1~2天到达。EMS：20元起，每公斤续6元（可供快递不能到达的地方选择）。平邮：5~12元，7~15天到达（可供快递不能到达的地方选择）。

（四）财务管理：

1、定时检查货款状况（12：00和23：00），在买家确认收货付款后向进货商付款。

2、利用Excel工具建立账本。设计好网店的销售报表、财务报表、客户管理、货品统计与分类表等，每天用一点点时间做好填好各种统计表格，每周小结一次，每月做一个认真的总结

（五）客户管理：建立客户，有助于我们维系客户。

1、在交易过程中了解买家的职业或者城市等其他的背景，能帮助我们总结不同的人群所适合的物品；

2、购买能力很强的买家更要作为我们总结的重点，发展这批群体成为忠实的买家有助于拓展我们的生意；

3、把忠实买家设定为我们的VIP客户群体，在店铺内制定出相应的优惠政策，让他们享受商品8折优惠等等。

（六）售后管理：

1、买家的评价引导：评价是买卖双方对于一笔交易最终的看法，也是准买家们参考的一个重要因素。好的信用会让买家放心购买，差的评价往往让准买家们望而却步。因此，在完成交易后，我们要友善地提醒买家作出如实、良好的评价。 2、平和心态处理投诉：正如前面所说，任何卖家都不可能让买家100%满意，都会发生顾客投诉。处理客户投诉是倾听他们的不满，不断纠正我们的失误，维护我们的信誉。方法运用得当，不但可以增进和巩固与客户的关系，甚至还可以促进销售的增长。

>五、店铺投入分析

（一）初期投入：

1、店铺建立成本

初期（第一年）的投资主要是淘宝消费者保障服务保证金、代销加盟费（或预存款）、宣传推广费用等，还要一定的流动资金用于物流配送等。预计人民币3500元。

2、店铺日常运营成本

这一阶段业务量会有较大的扩大，需要有较多的流动资金用于进货、发货等，有必要的时候还要聘请员工。鉴于淘宝网店自己流动较快，预计人民币20000元即可。

3、其他成本

电脑：4000元；数码相机：1500元； 网费：100元/月；淘宝增值服务和营销工具软件：80元/月。

>六、店铺收入分析

前一年属于积累信用的阶段，不会有大的收入，保证成本即可。

从目前淘宝网店销售情况看，预计普通店铺平均每天的销售额一般是300元左右，钻石店铺能达到1000元以上，皇冠店铺则可达3000元以上甚至更多。

**淘宝网上开店策划书范文16**

在淘宝开网店相信很多人都有迷茫的时候，不知道优化、商品定位、装修等。咨询别人，很多时候都是被忽悠得多，新店、新卖家一定要制定淘宝开店计划书，按部就班实行。下面的几点经验提供所有新店、新卖家。

>开店计划第一步：店铺定位

店铺定位非常有必要，决定店铺售卖哪个行业的产品，各行各业有他们特点，现在比较倾向于女装服饰，因为市场大，做女性生意远远比男性更得心应手。

在女性消费观念中永远不存在性价比这种东西。当确定做哪个行业后，接下来就开始分析哪种类型更容易提高销量。

女装服饰网店上商品种类繁多，但是作为新店首先确定主打产品。

>开店计划第二步：旺铺模板

旺铺模板、店铺装修种类有很多，应该结合商品风格选择。对新卖家来说专业版和普通版旺铺都可以试试，因为是免费的。

>开店计划第三步：拍摄商品图片与商品优化

1、商品标题优化

标题上不能堆砌类目、关键词，不能使用特殊符号，如果真的要分割开，就用空格实现。避免使用热词，身为小卖家根本没资本与大卖家争夺热词的排名。

2、合理安排上下架时间

商品每天必须更新，上架时间要找到交易量巅峰期，分别是早上9点至11点、下午3点至5点、晚上8点至10点半。上架前要检查好商品的类目、属性是否填写正确。填错类目、属性的后果是虚假交易。

3、拍摄商品图片

请摄影师或者自己拍摄后使用图形处理软件，主要是调整清晰度、去杂色，为商品拍摄时最好使用白色背景，这样后期处理就容易点。

4、商品详情页

详细把商品的特色、优点、卖点、细节图直观告诉顾客，标题、描述、详情页要想符合，新店一定要做好关联营销，带动其他商品的销量，不过要注意数量，5件内为佳。

5、时刻自检

多到卖家中心后台的体检中心，检查店铺是否出现违规行为，最好3天检查一次，如果出现违规要马上申诉并更正，避免影响店铺流量、销量下降。

**淘宝网上开店策划书范文17**

>一、 项目背景

作为一种计划外的消费品，几年前，箱包并没有引起人们的关注。但是现在，箱包已经是人们特别是女性身边不可或缺的物品。不但在实用性上有所加强，而且装饰性也有所拓展，各式各样种类繁多的包包已经成为追求时尚的人士必不可少的饰品。作为重要的时尚因素，箱包市场蕴含着巨大的商机。

1) 箱包市场的潜在利润可观

中国人口14亿，14亿人口的大市场，钱是赚不完的。现在时尚皮具占零售业各行品牌(服装、香水、鞋、酒、化妆品、皮具)全球年销售额的30%，可见现在女性对包包的重视程度!如果箱包企业的市场不仅仅定义在国内，还定向全球，那利润就是无穷的。随着我国的经济发展和人民的物质生活水平的提升，人们购买箱包有很大的提高空间。

2) 二、箱包品牌的更换速度非常快

3) 三、箱包市场竞争激烈

在大市场下，箱包厂家、商家的竞争花样百出，招揽客源，促进再生产的进行，减少货物的积压，扩大知名度。减少箱包的上市流程和扩大销售渠道。现在已知的流程如下：设计师的构思与设计――试加工――全面加工――商家的订货――商家宣传与营销――上市。因此厂家应当在这多方面下功夫。加速资金的流通的速度以及资金的回笼速率。

箱包产品属于充分市场竞争的领域。经过十几年的快速发展，目前箱包产品极其丰富，甚至部分产品供过于求。在国内市场，人们对箱包产品的需求已经由注重使用价值、追求价格低廉转向注重产品的档次和品质、追求时尚性和个性化；消费者的品牌意识在不断增强。在这种社会公众消费行为发生质变的过程中，国内箱包行业的大部分企业还没有及时调整自己的经营战略，自创品牌的意识不强，更多关注的是短期的、局部的利益，不愿意在开创培育自有品牌上做过多投入。因此，在众多的国内箱包产品品牌中，长时间没有形成一批为社会公众广泛认知的名品牌。

一是箱包企业缺乏品牌意识。有的企业是宣传力度不够，箱包产品没能得到很好的推广。

二是中国的箱包品牌一般都是中低档次，从某种程度上而言，也意味着限制了企业的发展。而一般喜欢追求品牌和有消费能力的消费者，更愿意购买一些国际知名的品牌。有些即使在国外是二线品牌的产品，到了中国销量比中国一线品牌销量还要好，这算是中国人的一种“崇洋”心理吧。 所以，当中国自身的品牌，尤其是刚打开市场的品牌与外国品牌竞争时，如果没有更突出的优势，很容易就会遭到淘汰。

三是现在国内不少做外销的皮具企业开始转型做内销，但在外销定单活跃的情况下，往往不能及时进行供应对零售终端反馈的需求信息，造成企业内部的供需脱节，这对终端市场的打击是

相当致命的。所以，这类企业欲做内销，老板必须高度重视，要专辟一条绿色通道为终端服务，同时必须物色到用心专一的终端操盘高手。

>二、 行业背景

20xx年我国购物的市场规模达到4980亿元，网购人数约为亿。按交易金额计算，淘宝占有的市场份额遥遥领先，不过市场份额下降了个百分点，而京东商城、凡客和拍拍的市场份额均有一定程度的上升。

>三、 消费者分析

据调查，每个消费者平均网购次，网购金额为3371元，网购金额的中值为1630。平均每个消费者每次网购的金额为214元。并且，网上购物的满意度有进一步的提升。方便超过了价格便宜成为网购最大的优势，而商品质量和物流是网购中用户反映最集中的问题。网购消费者中超过半数（）网购次数在6次以上，即每2个月至少有一次网购。超过三分之一（）的消费者网购次数在12次以上，即每月至少有一次网购。相对于老用户，新用户更加年轻，学历相对较低，个人月收入也相对较低，这表明网购呈现向下渗透的趋势。据分析，年龄在19―24岁的用户最多，约占52%，比例逐年呈上升趋势；学历在高中以上的用户约占59%；个人月收入20xx-3000元的约占,比例呈下降趋势，3001-6000元的约占,呈下降趋势，但趋势不明显；6000元以上的约占，呈下降趋势，趋势不明显。

>四、 公司战略

网

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找