# 网店创业经营计划书(14篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-06-21

*时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！我们该怎么拟定计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。网店创业经营计划书篇一要在网上开店...*

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！我们该怎么拟定计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**网店创业经营计划书篇一**

要在网上开店，首先就要有适宜通过网络销售的商品，并非所有适宜网上销售的商品都适合个人开店销售。笔者通过三大竞争策略助你选好产品。 物以稀为贵，选择商品一定不能选择那些到处都能买到的商品，那些商品既然到处都能买到，买家为什么还要来买你的，你再加上邮寄费，肯定比别处的贵了。即使能卖出去，也赚不了钱。你要找些少见的商品，那样自然有人花大价钱来买你的商品了。

这里也就应用了差异化的竞争策略。其次就是利用地区价格差异来赚钱。许多商品在不同的地区，价格相差很多，例如电器类，广东等沿海城市要比内陆便宜许多，而收藏品在古都城市(北京，西安，洛阳)又比沿海便宜的多，所以各位要从自己的身边着眼，找找自己身边盛产而其他地方没有的商品，这样才能卖个好价钱!这里也就应用了成本领先策略。 做熟不做生，尽量不要涉足你不熟悉，如果你:热爱手工，热爱十字绣，热爱手绘，热爱创造性的事情，不妨开个相关的diy店铺。特色店铺到哪里都是受欢迎的。因为特色的东西少，所以容易吸引人。如果你:对摄影非常在行，喜欢数码类产品，不管自己有没有实体店铺，都可以在这方面尝试一下。最重要的是努力成为这个领域的专家。主动回答会员的问题，提供会员你售卖商品的相关知识。时间长了，口碑效应好了，大家一想到这方面的购物，就会首先想到你。总之每个人都有自己的特长的。任何时候，学会淋漓尽致地发挥自己的特长很重要，不要拿自己的短处去拼别人的长处。这里也就应用了专业化的相对创新策略。

2、根据业内人士的建议，通过对网上出售产品的细分发现，合适网上开店销售的商品一般具备下面的特点：

1)体积较小：主要是方便运输，降低运输的成本。

2)附加值较高：价值低过运费的单件商品是不适合网上销售的。

3)具备独特性或时尚性：网店销售不错的商品往往都是独具特色或者十分时尚的。

4)价格较合理：如果网下可以用相同的价格买到，就不会有人在网上购买了。

5)通过网站了解就可以激起浏览者的购买欲：如果这件商品必须要亲自见到才可以达到购买所需要的信任，那么就不适合在网上开店销售。

6)网下没有，只有网上才能买到，比如外贸定单产品或者直接从国外带回来的产品。

当你选择了一类或是数类产品以后，就要开始进行了解客户和对手的市场调查再来确定你的选择是否正确，因为大多数时候你的选择是基于你自己的经验或是不对称的信息进行判断地，判断常常是错误的，最终可有会导致你的创业失败。

**网店创业经营计划书篇二**

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商铺――时尚潮。欲想在20xx年7月在淘宝网上开家时尚潮服饰专卖店，淘宝网商城为购物商城，而时尚潮将被打造成为它的亮点商铺之一。

1、投资安排：以最小的的资金投入，尽最大的努力，赢取满意的收入。预期先投入5000元左右。

2、网店基本情况：网店名称：时尚潮 地址：广东广州

3、网店的宗旨：追赶时尚，精彩你我他。

4、流程：设计网上商店——选择开店平台——向平台申请开设店铺——进货——登录产品——营销推广——售中服务——交易——评价或投诉——售后服务（或进入淘宝首页注册会员——免费开店——填写用户信息——绑定支付宝账户——淘宝网开店考试——登录账户——我是卖家——基本设置——商品描述及发布等——营销推广——阿里旺旺在线客服——交易——售后服务）

目标市场的设定：客户群以年轻的消费者群体为主，年龄在15至40之间的朋友将会是我们网店的最大客户群。时尚潮的产品主要以流行首饰及服饰为主。

经过市场调查进一步得出结论，该产品在市场内需求量大，市场竞争强烈，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。给以介绍新客户的原始客户小店物品打八折的优惠，或免邮费的营销手法吸引更多的新顾客及留住老顾客。

直接在批发市场进货。或将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），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；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，纸箱外面用胶带密封几道以防止箱子散架，避免运输途中损坏或者泄露影响信誉）。

货物来源：批发市场进货，训练议价能力，力争将批发价压到最低，与批发商建立良好关系，在关于调货的问题上要和批发商协商，以免日后的纠纷。网购，通过淘宝网与阿里巴巴的批量进货方式，满足200元的小额批量进货。

1、战略目标：我们坚定与执着于一个目标――追求时尚，精彩你我他！不断挖掘创新自己网店的宝贝。每月都新推几种新潮商品。

2、阶段目标：寻找合适自己网店的货源保质保量，慢慢深入市场，开发客户。

3、进度安排：

第一个阶段：挖掘时尚新品，市场调研，分析问卷。

第二个阶段：淘宝网开店、维护；

第三个阶段：宣传推广；

第四个阶段：进入正轨运营网店。 网店用品宣传策划方案：折价促销、赠品促销、限期供应、与其他网店建立友情链接、利用网络以外的宣传方式。

物流服务拟采用圆通、申通、韵达、ems这样的成熟网络，价格采用协议价，单票6元左右。还会根据商品的购买量及优惠政策，对顾客实施免邮的措施。

淘宝网上开店依然会存在很多风险，比如资源（原材料/供应商）风险、进货的风险、市场不确定性风险、交易安全的风险、积压商品的风险、管理风险（含人事/人员流动/关键雇员依赖等等 应对政策：找一些网下不常见或不曾流通市场的产品，以找到最廉价、质量好、稳定的货源渠道，不仅找唯一的一家，我们可以寻找相关的相对独特的产品进行销售，并自己创新一些新的产品。利用网络定期向顾客发送相关产品的介绍，使顾客了解最新的打折、促销及最新产品。定期向顾客发送新闻邮件。利用顾客留下的邮箱及联系方式，定期向顾客发送相关打折产品，会员可换取好礼，贴心的会员生日礼等。

前期依托实体店不存在库存问题；后期自身持有库存后，滞销品将用摆摊的方式促销，不赞同采用退货给供应商的方式，降低库存压力，迅速回笼资金。

**网店创业经营计划书篇三**

1.计划摘要

计划摘要列在淘宝网店创业计划书书的最前面，它是浓缩了的创业计划书的精华。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。

计划摘要一般要有包括以下内容：公司介绍;主要产品和业务范围;市场概貌;营销策略;销售计划;生产管理计划;管理者及其组织;财务计划;资金需求状况等。

在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的创业计划书。最后，还要介绍一下创业者自己的背景、经历、经验和特长等。企业家的素质对企业的成绩往往起关键性的作用。在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：(1)企业所处的行业，企业经营的性质和范围;(2)企业主要产品的内容;(3)企业的市场在那里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求;(4)企业的合伙人、投资人是谁;(5)企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

摘要要尽量简明、生动。特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。如果企业家了解他所做的事情，摘要仅需2页纸就足够了。如果企业家不了解自己正在做什么，摘要就可能要写20页纸以上。因此，有些投资家就依照摘要的长短来“把麦粒从谷壳中挑出来”

2.产品(服务)介绍文章转载自: 创业计划书格式频道 原文地址:xx年创业必看：网店创业计划书

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，风险企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品 (服务)能否帮助顾客节约开支，增加收入。因此，产品介绍是创业计划书中必不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性;主要产品介绍;产品的市场竞争力;产品的研究和开发过程;发展新产品的计划和成本分析;产品的市场前景预测;产品的品牌和专利。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。一般地，产品介绍必须要回答以下问题：(1)顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处? (2)企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品?(3)企业为自己的产品采取了何种保护措施，企业拥有哪些专利、许可证，或与已申请专利的厂家达成了哪些协议?(4)为什么企业的产品定价可以使企业产生足够的利润，为什么用户会大批量地购买企业的产品?(5)企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。 产品(服务)介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”，都要努力去兑现。要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。空口许诺，只能得意于一时。如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

3.人员及组织结构

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。在创业计划书书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图;各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系;公司的股东名单，包括认股权、比例和特权;公司的董事会成员;各位董事的背景资料。

创业计划书的一般格式：

第一部分 摘要(整个计划的概括)

(文字在2-3页以内)

一. 项目简单描述(目的、意义、内容、运作方式)

二. 市场目标概述

三. 项目优势及特点简介

四. 利润来源简析

五. 投资和预算

六. 融资方案(资金筹措及投资方式)

七. 财务分析(预算及投资报酬)

第二部分 综述

第一章 项目背景

一. 项目的提出原因

二. 项目环境背景

三. 项目优势分析(资源、技术、人才、管理等方面)

四. 项目运作的可行性

五. 项目的独特与创新分析

第二章 项目介绍

一. 网站建设宗旨

二. 定位与总体目标

三. 网站规划与建设进度

四. 资源整合与系统设计

五. 网站结构栏目板块

六. 主要栏目介绍

七. 商业模式

八. 技术功能

九. 信息资源来源

十. 项目运作方式

十一. 网站优势(资源内容模式技术市场等)

十二. 无形资产

十三. 策略联盟

十四. 网站版权

十五. 收益来源概述

十六. 项目经济寿命

第三章. 市场分析

一. 互联网市场状况及成长

二. 商务模式的市场地位

三. 目标市场的设定

四. 传统行业市场状况(网站市场资源的基础)

五. 市场定位及特点(消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析市场规模、市场结构与划分，特定受众等

六. 市场成长(网站pageview与消费者市场)

七. 本项目产品市场优势(对于特定人群的市场特点的省事、省时、省力、省钱等)

八. 市场趋势预测和市场机会

九. 行业政策

第四章 竞争分析

一. 有无行业垄断

二. 从市场细分看竞争者市场份额

三. 主要竞争对手情况

第五章 商业实施方案

一. 商业模式实施方案总体规划介绍

二. 营销策划

三. 市场推广

四. 销售方式与环节

五. 作业流程

六. 采购、销售政策的制定

七. 价格方案

八. 服务、投诉与退货

九. 促销和市场渗透(方式及安排、预算)

1. 主要促销方式

2. 广告公关策略、媒体评估

3. 会员制等

十. 获利分析

十一. 销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

十二. 市场开发规划，销售目标(近期、中期)，销售预估(3-5年)销售额、占有率及计算依据

第六章 技术可行性分析

一. 平台开发

二. 数据库

三. 系统开发

四. 网页设计

五. 安全技术

六. 内容设计

七. 技术人员

八. 知识产权

第七章 项目实施

一.项目实施构想(公司的设立、组织结构与股权结构)

二.网站开发进度设计与阶段目标

三.营销进度设计与阶段目标

四.行政管理部门的建立、职工的招募和培训安排

五.项目执行的成本预估

第八章 投资说明

一. 资金需求说明(用量期限)

二. 资金使用计划(即用途)及分期

三. 项目投资构成和固定资产投资的分类

四. 主要流动资金构成

五. 投资形式(贷款利率利率支付条件转股-普通股、优先股、任股权对应价格等)

六. 资本结构

七. 股权结构

八. 股权成本

九. 投资者介入公司管理之程度说明

十. 报告(定期向投资者提供的报告和资金支出预算)

十一. 杂费支付(是否支付中介人手续费)

第九章 投资报酬与退出

一. 股票上市

二. 股权转让

三. 股权回购

四. 股利

第十章 风险分析与规避

一. 政策风险

二. 资源风险

三. 技术风险

四. 市场风险

五. 内部环节脱节风险

六. 成本控制风险

七. 竞争风险

八. 财务风险(应收帐款坏帐亏损)

九. 管理风险(含人事人员流动关键雇员依赖)

十. 破产风险

第十一章 管理

一. 公司组织结构

二. 现有人力资源或经营团队

三. 管理制度及协调机制

四. 人事计划(配备招聘培训考核)

五. 薪资、福利方案

六. 股权分配和认股计划

第十二章 经营预测

一. 网站经营

1.访问人数成长预测

2.会员增长预测

3.行业联盟预测

二. 销售数量、销售额、毛利率、成长率、投资报酬率预估及计算依据

第十三章 财务可行性分析

一.财务分析说明

二.财务数据预测

1. 收入明细表

2. 成本费用明细表

3. 薪金水平明细表

4. 固定资产明细表

5. 资产负债表

6. 利润及利润分配明细表

7. 现金流量表

三. 财务分析指标

反映财务盈利能力的指标

a. 投资回收期(pt)

b. 投资利润率

c. 投资利税率

d. 不确定性分析

第三部分 附录

一.附件

1. 主要经营团队名单及简历

2. 专业术语说明

3. 企业形象设计宣传资料(标识设计、说明书、出版物、包装说明等)

二.附表

1. 市场受众分析(人群分布数量等)表

2. 互联网成长状况表

3. 主要设备清单

**网店创业经营计划书篇四**

随着社会的发展，人们对个性时尚都有非常敏感，追求前卫。如果穿有一身时尚、个性的服装，可以让你有一个很好的心情让你快乐，并且，现在大部分的年轻少男少女都会选择符合自己服装来显示自身的个性。

早在1999年以前，中国互联网的先知们就开始建立b2c网站，致力于在中国推动网络购物的发展。据20xx年有关统计显示，我国网上购物发展迅速，在以北京、上海、广州和深圳为代表的全国中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率达到了42.5%，网上购物用户总数超过1000万人，网上购物金额超过人民币250亿元。在以武、成都、沈阳和西安为代表的四个区域中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率也达到了29.3%，网上购物用户总数253万人，网上购物金额50亿元。可见，网络购物的春天已经到来，发展前景十分广阔。

大学生课余时间较为充足，接受新事物的能力也相对较强，对网络应用也不陌生，所以开网店不是什么难事。近几年，淘宝、易趣、拍拍等c2c网站发展迅速，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。可以说，开网店已经成为了大学生创业的一条捷径。

1、网店宗旨

诚信求生存，服务求发展。

网上开店，信用是最重要的，只有良好的信用才能赢得消费者的信赖，才能使网店长久的存活下去。现在网店的竞争相当激烈，除了要以质优价廉的商品去吸引买家外，还要有热情耐心的服务，这样才能让自己的网店在众多店铺中脱颖而出，才能让自己的网店有较好的发展。

2、网店目标

客户的需要，就是我们的满意。本网店将从淘宝的普通店铺做起，并用一年的时间积累一定的信用度，同时树立一定的知名度和品牌形象。

有了信用度、知名度和品牌形象后，网店的浏览量就会成倍增加，进而就加大了成交量。有了一定的资本后，就能适当扩大网店规模，增加商品数量和种类，开始做淘宝商城。

1、信息的主要来源

（1）个人来源。指通过家庭成员、朋友、同学或同事等个人关系获得信息。

（2）商业来源。反通过企业的广告、展销会、推销员介绍等途径获得信息。

（3）公共来源。通过社会公共传播得到信息。

（4）经验来源。消费者通过直接使用商品得到信息。

2、信息收集过程

（1）直接观察法。我们通过在校园内的多次观察，发现有90%的学生所穿的服装是非常的有个性，其余的10%的学生穿的比较的一般。

（2）人员访问法。直接通过学生访问，对他们的需求进行分析。

（3）问卷调查法。把学生对服装的需求做成试卷，发给学生让他们填写，利用这种方法收集信息。

（4）网络查询。我们也可以通过网络去查询。

1、行业分析

网上开店对成本的要求低，它占用资金少，也基本不需要水、电、管理费等方面的支出；这样就解决了大学生没有创业资金的问题；网店经营方式灵活，基本不受时间、地域等因素的限制，只要有时间、能上网就能正常营业，而且只要少量存货就能开店，所以也可以随时更换经营其他商品；网店的客户范围十分广，只要是上网的人群都有可能成为商品的浏览者与购买者，这个范围可以是全国的网民，甚至是全球的网民。以上也是网上开店创业的优势所在。

2、市场调查

（1）市场潜量：服装是每一个人的必需品，而且现在上网的人一般都是18-40岁的人，他们为了节约逛商店的时间会选择在网上购物，所以我认为在网上销售是一个很好的路径。

（2）竞争者。目前在市场上的服装种类繁多，竞争激烈。其中很多的品牌占有了市场的绝大部分，且每种品牌产品均有各自的特点和稳定期的销量，所以我们要寻找另一个市场，如在网上销售。

（3）消费者需求的特点。由于上网的人一般都是一些年轻的人，他们对服装的需求是时尚的、个性的，他们所能普遍接受的价格为200元~500元。

3、调查结果分析

通过搜集查阅大量统计数据发现，网民数量庞大，但网购人数在所有网民中所占的比例距发达国家还有很大差距，这从另一个角度也可以说明网络购物有着巨大的发展空间，事实也证明了这一点——中国近几年网络购物发展十分迅速，网上购物的人数快速增长，而且这种势头从现阶段来看只有增强而不会有丝毫减弱。尽管网络购物的飞速发展给开网店带来了不小的竞争，但在一定时间段内，机遇还是大于竞争的，所以网店创业的潜力还是十分大的。

4、目标客户分析

在网上购物的用户中，占主要比例的是在校学生、职业白领等，年龄以中青年为主，性别上女性大于男性。其中，学生用户购买比例较高的商品为书籍、音像制品、服装以及游戏类商品等；职业白领购买比例最高的商品为服装、化妆品、饰品和母婴用品等。

买家收入的高低也影响着其购买倾向。收入高的群体购买比例较高的是数码类商品，而中等收入买家的消费比例最高的是服装、首饰、化妆品，游戏点卡类商品则是低收入买家群体的消费比例较高。

总体来看，女装、化妆品、饰品的成交额长期排名靠前。可见，适合中青年女性消费的商品市场更为广阔。

1、管理者及其任务

由于开店初期业务量小，全部工作由创业者本人即可完成。待以后业务量大时，可寻找合作伙伴或聘请员工，合理分配任务。

2、营销策略分析

（1）品牌策略

第一，网店要有一个独特新颖，且易被人们记住的店铺名，并设计出美观大方的名片，在发货给顾客时随件发出，加深顾客对本店铺的印象，打造店铺的外在品牌形象。

第二，在商品质量上要严格把关，坚决不以假乱真，以次充好，力争让每一位顾客都能对本店商品的质量满意，打造店铺的质量品牌形象。

第三，努力提高服务质量，要让每一位顾客都能感受到一种贴心的售前、售中和售后服务，打消客户在购物时的后顾之忧。必要时还可对顾客制定个性化服务方案，打造店铺的服务品牌形象。

（2）推广策略

第一、朋友推广：我们可以通过周边的朋友，宣传我们的店铺让我们的店铺点击率上升，自己的产品也得到好的销售量。

第二、广告宣传：我们可以在网上发布贴子，让网上的人在贴子里看到我们店铺地址，来观光我们的店铺。

第三、运用媒体：我们可以运用媒体进行宣传我们的产品，提高产品的知名度，突出我们产品的特色。

（3）促销策略

开店初期可进行“包邮”、“打折”、“有买有赠”等促销活动，以吸引客户；

每年的\'各种节日（如五一、十一、圣诞、元旦等）期间，进行一些适合本店客户的促销活动，如“满就送”、“满就减”等，以增加成交量；

在店铺信用等级上升时进行一些促销活动，如“冲钻包邮”、“冲钻打折”等。

对刚刚开起的店铺来说，正处于萌芽时期，尚未被子顾客所熟知，在供应商那里提少量的贷并在定价上可以与之竞争的店低一些，以先获得少部分的利润为主，抱主要精力放在提高店铺的知名度及信誉。对产品的定价我们主要采取以下方法：

1、成本定价法

成本定价法是一种以成本为中心的定价方法，也是传统的、运用得较普遍的定价方式。具体做法是按照产品成本加一定的利润定价，如生产企业以生产成本为基础，商业零售企业则以进货成本为基础。由于利润一般按成本或售价的一定比例计算，故将一定的期望利润比率（百分比）加在成本上，因此，常被称为\"成本加成定价法\"。

至于新产品的利润比，每个行业有着不同的利润分配原则，因此在成本定价时必须按照行业的利润分配规律定价。例如，饮料的批发商在每瓶饮料上可能只赚几分钱就可以满足。但在保健品领域，经销商没有30％以上，甚至高达100%、200%的利润空间，积极性根本就不会被激发。

2、市场定价法:即根据竞争对手的价格参照进行定价

市场竞争地位分为四大类：市场领导者、市场挑战者、市场跟随者、市场补缺者。市场领导者在竞争中处于强势地位，在同类产品的定价上应走高价路线，略高于市场平均价，并与市场跟随者拉开一个档次；市场挑战者是市场领导者最大的对手和威胁，在定价上采取的是不让步、不服输、咬得紧、不松口的策略，即领导者定多高的价，挑战者会八九不离十的应对着；市场跟随者紧跟在领导者和挑战者背后，以模仿着称，其产品价格通常低于领导者和挑战者一个价格层级，接近于市场平均价，如pc中的二线品牌爱必得、金长城即是属于此类。而由于市场补缺者提供的产品或服务是市场所稀缺或不足的，具有很强的差异化，专业性很强，目标市场较窄，用户对价格的讨价还价能力较弱，所以在定价上同样可实施高价策略。

3、心理定价法

心理定价法即根据顾客能够接受的最高价位进行定价，它抛开成本，赚取它所能够赚取的最高利润。即顾客能接受什么价我就定什么价。我们的一个客户，有一个非常好的产品，按成本定价只有八九十元，我们经过消费者调研后发现，客户所能接受的心理价位在200元以内，于是我们建议其定价188元，比原来高出一百元。新产品推出市场后，价格并未成为顾客购买的障碍，反而本着好货当然价高的心理，认为这是一款品质相当好的产品。定价中高出的100元实际上成为了厂家的纯利润，卖一个产品相当于卖原来定价的五个。

根据顾客的购买心理和行为习惯，在零售价格中，常用到以下策略：

（1）尾数定价策略。在确定零售价格时，以零头数结尾，使用户在心理上有一种便宜的感觉，或者是按照风俗习惯的要求，价格尾数取吉利数，也可以促进购买。该策略适用非名牌和中低档产品。

（2）整数定价策略。与尾数定价策略相反，利用顾客\"一分钱一分货\"的心理，采用整数定价，该策略适用与高档、名牌产品或者是消费者不太了解的商品。

（3）声望定价策略。主要适用于名牌企业、名牌商店和名牌产品。由于声望和信用高，用户也愿意支付较高的价格购买公司的产品，但是，滥用此法，可能会失去市场。

（4）特价定价策略。这是利用部分顾客追求廉价的心理，企业有意识地将价格定得低一些，达到打开销路或者是扩大销售的目的，如常见的大减价和大拍卖，就属于这种策略。该策略主要适用于竞争较为激烈的产品。滥用此法，会损害企业的形象。

1、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(汉正街)，在批发市场进货需要有强大的议价能力，力争将批价压到最低，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。

2、厂家直接进货

正规的厂家货源充足，信用度高，如果长期合作的话，一般都能争取到产品调换。但是一般而言，厂家的起批量较高，不适合小批发客户。如果你有足够的资金储备，有分销渠道，并且不会有压货的危险或不怕压货，那就可以去找厂家进货。

3、批发商处进货

一般用搜索引擎google、百度等就能找到很多这些贸易批发商。他们一般直接由厂家供货，货源较稳定。不足的是因为他们已经做大了，订单较多，服务难免有时就跟不上。而且他们都有自己固定的老客户，你很难和他们谈条件，除非当你成为他们大客户后，才可能有折扣和其它优惠。在开始合作时就要把发货时间、调换货品等问题讲清楚。

4、吃进库存或清仓产品

因为商家急于处理，这类商品的价格通常是极低，如果你有足够的侃价能力和经济能力，可以用一个极低的价格吃下，然而转到网上销售，利用地域或时间差获得足够的利润。吃进这些产品，你一定要对质量有识别能力，同时能把握发展趋势并要建立好自己的分销渠道。

5、寻找特别的进货渠道

如果你在香港或是海外有亲戚朋友，就可以由他们帮忙，进到一些国内市场上看不到的商品或是价格较高的产品，比如你可以找人从香港进一些化状品、品牌箱包等，也可以从日本进一些相机等电子产品，还可以从俄罗斯进一些工艺品。如果你工作、生活在边境，就可以办一张通行证，自己亲自出去进货，这样就很有特色或是价格优势

1、营业额收入

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。

2、支付方式

淘宝网店主要是用支付宝担保交易的，也可以进行网上银行支付。

3、订货方式

淘宝网店都是在线订购的。

4、送货方式

平邮/快递/送货上门/ems等四种方式

1、初期投资

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、第二期投资

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

**网店创业经营计划书篇五**

千姿百态的花儿述说着千言万语，每一句都述说着美好，特别是现在。随着人们的生活水平不断地进步，生活质量不断地提高和对生活的追求。鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀！花卉消费近些年来呈越来越旺的趋势，除了花卉本身所具俏丽姿容，让人们赏心悦目，美化家居等功效外，它还可以开发人们的想象力，使人们在相互交流时更含蓄，更有品位。这样我们创办网上校园花店以鲜花专递为市场切入点，兼顾网站长期市场占有率和短期资金回报率以抢占市场，以满足个性消费为主题，以鲜花为试点带动其他产品，最终能形成具有地质大学恋之花花店品牌优势的市场。是十分可行的。

1、提供鲜明，公司使命。

有效，畅通的销售渠道，提供产品服务为根本，促进鲜花市场的大发展。我们的恋之花将成为一个可爱的信使，把祝愿和幸福送到千家万户。为人类创造最佳生活环境。

2、公司目标。

立足xx，服务xx，辐射xx。本公司将用一年的时间在xx的消费者中建立起一定的知名度，并努力实现收支平衡。在投入期仅选择网站总站所在xx校区作为试点市场，该区市场容量在3000人以上，较有代表性，试点时间为一个半月。当模式成功后，以asp的形式在分站推广。经过3到6个月的运营后再扩张到其余的市场。

1、行业分析。

xx学院xx网站是由在校大学生推出的面向650万在校大学生的垂直网站，因此目标消费者定位为在校大学生。该网站除xx大学的总站外，在xx各高校设有分站，因此，暂定的目标消费群以xx各高校大学生为重点，将来逐步扩大市场，以xx大学为例，各类在校生近2万人，则投入8校共有近20万的目标消费者，而最新的统计表明，全国在校大学生有650万左右，这样的市场规模是相当庞大的，而且考虑到将来在校生毕业后仍将成为网站的忠诚客户这一现实，目标市场的容量将是相当可观的。

2、调查结果分析。

本公司对xx的各高校大学生为重点进行客户分析，主要采取问卷调查（问卷调查表见附录一）和个别访谈的方式。此次我们共发出问卷xx份，收回xx份。由于时间有限，问卷数量不多，但还是从一定程度上反映了广大消费朋友的消费心理和需求。

（1）有明显的好奇心理，在创新方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

（2）购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位较低但浪漫色彩较浓的品种。

（3）在校大学生没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

（4）接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

（5）影响产品购买的因素依次为：价格，品种，包装，服务等。

（6）购买行为节日性很强，一般集中在教师节，情人节，圣诞节及朋友生日前后。

3、目标客户分析。

在校大学生购买一般不问价格，但从网上定单来看侧重于中档价位。在定单数量上倾向于能表达心声，如大多数订购1支（你是我的唯一），3支（我爱你），19支（爱情路上久久长久），21支（最爱）等等，在教师节这一天往往以班级人数为单位订购鲜花。包装一般倾向于要求高档化，有向个性化方向发展的趋势，对鲜花的质量要求比较苛刻，如不允许有打蔫现象等。

1、小组成员。

xx主要负责网站的制作和维护。

xx主要负责开发计划。

xx主要负责经营策略与项目规划。

xx主要负责市场调查和结果分析。

2、营销策略分析。

（1）品牌策略。

网站建设初始，我们便非常重视品牌。在品牌包装上，由美工人员根据详细的市场调查和大胆预测，采取动态与静态页面相结合的设计方案，从视觉形象和文字字体都经过精心规划，力求具有独特创新。

（2）价格策略。

xx网上花店在原料，包装，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。既走价格路线，又走质量路线，满足不同层次消费者的需求。

（3）促销策略。

（一）宣传策略。

利用学校广播站，报栏，宣传栏免费宣传另外利用网站本身信息流优势宣传和突出形象，并与各大报社，地方电台与电视台建立良好的关系，采取互惠互利双赢的战略模式。

（二）服务方面。

网上花店的服务必须是一流的，对于配送队员而言，只要有定单，就必须按照定单要求按时按地送到，并且是微笑服务。在售后服务方面，由客户服务部负责采取以下几种方式：

①打感谢电话或发e—mail进行友情提醒服务，并在客户重大节日时发电子贺卡。

②无条件接受客户退货，集中受理客户投诉。

③设立消费者调查表，附赠礼品，掌握消费者需求的第一手资料。

④第一次订购的客户将收到随花赠送的花瓶，并享受价格优惠，成为会员后享受会员价格。

⑤不定期的在网上或离线召开会员沙龙，交流信息，沟通感情，并解答客户最感兴趣的问题。

⑥建立客户数据库档案，客户重复订购时只要输入名字，客户的其他信息便自动调入系统。

（4）渠道建设。

就目前来看，网上花店主要是与一级批发商建立业务关系。选择批发商时，一般考察其经营业绩，信誉，合作态度，供货是否及时等方面，要求此批发商在同一城市有位于不同区域的几家营销网点，以便于各高校配送成员就地取花。通常与批发商签订合作协议，就价格与产品质量等问题达成一致意见。

3、网上花店策略实施。

（1）市场范围选择，在投入期仅选择网站总站所在xx校区作为试点市场，该区市场容量在3000人以上，较有代表性，试点时间为一个半月。该模式成功后，以asp的形式在分站推广。先在已经建成的另外7个分站试运营，经过3到6个月的运营后再扩张到其余的市场。

（2）重点宣传客户，宣传对象以在校学生为主，他们对流行感兴趣，往往容易领导潮流，而对于逻辑思维较强的工科学生，我们利用先期的受众进行传播达到宣传效果。

（3）现场促销选择每年xx月xx日和xx月xx日两天为重点宣传日期，在此之前，将宣传单分发至学生宿舍。宣传内容包括：

（一）悬挂统一的彩色横幅，位于校园主干道上，数量为3—5条，以xx网址和校园花店隆重推出为题搭配悬挂。

（二）在校园人流量较高的位置如宿舍门口和食堂附近搭一宣传台，摆放3—5台微机，可以上网查询并订购；放置一宣传板详细介绍花店内容，并摆放实物鲜花，在宣传当天将配送礼品现场送出。

（三）请学校广播站播发xx店宣传部门拟定的宣传材料，在早，中，晚各一次，连续数日。

（四）为营造气氛，安排两名小姐佩带写有xx店网址的绶带，进行解说，并组织抽奖活动，中奖者可以现场订购20元以下的鲜花，由网站付款。

（五）在宣传当天，请与学校有关的媒体到现场报道，如xx晚报，各地方电视台等。

1、营业额收入：据调查分析，我们可以预测在主要节假日，每天销售额在1000元以上。

2、支付方式：根据有关材料网上在线支付将会达到20%，我们正积极与xx银行等金融单位联系建立业务合作关系，促进在线支付。

3、订货方式：e—mail定单，直接进入xx店网站校园花店订购，电话订购。另外，我们重点推出倍受学生喜欢的短信订购。

4、客户特点：年轻化，100%为青年人，以男性学生为主；他们信誉高，文化素质高，无坏帐现象。

5、消费特点：60元以下的鲜花最受欢迎。

6、信息基础设施。

公司网站主要是以虚拟主机的形式存在的，故公司暂时不需要具备信息方面的硬件设施。对于信息软件的开发和网站的建设，公司将通过内部成员中计算机较好的同学和招聘有这方面特长的成员来共同完成。b2c网站虽然在理论上可以实现零库存，但是现实中要达到这一点却很困难。

1、原则。

把每一分钱用在刀刃上，充分发挥每一分钱的价值。

2、初期投资。

这一时期，资金主要用于外购整体网络服务（虚拟主机），产品采购，系统开发和维护，前期宣传，物流配送等方面上。预计需要人民币2万元左右。从网站建立到网站正常运作起来大约需要一个月的时间。

3、第二期投资。

这一阶段我们的服务将辐射各大高校和xx市区。服务的内容会有很大的扩展，服务的质量也将有进一步的提高。其资金来源主要是公司前期盈利的积累和外来资金的引入，如银行的信贷。

1、系统开发计划。

根据公司创建初期资金缺乏的情况和我们开发小组的实际情况，我们决定选择虚拟主机的方式来建立我们公司的网站。当然随着业务的扩大，资金的充裕，我们会考虑建立公司自己的网站。在系统初具雏形后，公司将根据预定的系统功能要求来逐步进行实时测试。系统的完备无疑是一个测试，完善，再测试，再完善的过程，直至系统功能达到公司预期的要求。

2、系统逻辑方案。

系统逻辑方案是实现电子商城的经营目标，策略和方式的总体框架。下面结合本公司实际情况做出图解说明六大模块：系统商务活动流程，系统总体逻辑结构，系统数据分布，信息处理模块和安全控制模块。

1、主要工作完成情况调查。

了解到广大大学生朋友的真实需求，而且公司从实现目标，运营机制，项目策略等方面都进行了总体规划。另外，在系统开发计划方面，公司也结合我国的实际情况，参阅了大量的关于网站服务方面的文献，也结合了课堂上所学的电子商务的知识，做出了适合公司的网站运作流程和设计流程，以及适合我们公司的系统逻辑方案。

最重要的是，针对目前鲜花市场上适合大学生朋友特殊要求的情况，我们自行设计了一系列服务产品，如短信订购鲜花，附带祝福卡片，电话传情等并且制定了合理的价位。与此同时，我们还设立了论坛，不仅满足了广大青年学生等切实需要，也可以满足社会不同年龄层次消费者的需求。

2、不足与困难之处。

由于我们企业刚刚开始计划，资金方面存在严重不足，同时由于时间紧迫，整个计划书难免有些欠缺，不过我们会尽量地去充实，完善之。在网站设计，制作方面，由于我们小组成员对与此相关的知识了解得不够多，致使我们在网站设计时有很大的困难，但是经过我们的共同努力和协作，xx店网站已初具规模，送人玫瑰之手，终久留有余香。我们相信，在以后的努力中，本网站一定会得到进一步的完善。

**网店创业经营计划书篇六**

一 行业分析

在现如今社会，时尚成为人们生活追逐的重要目标之一，古人云：千里之行，始于足下！时尚的鞋是人们张扬个性的重要媒介之一，同时一双好鞋还能保护脚不受外力伤害，让脚在工作的同时享受放松，所以，选购一双时尚精品鞋是非常重要的，基本上人平均每两月都会买一双鞋，所以卖鞋行业发展未来是可以的！

二 产品定位

我选择耐克品牌运动鞋和板鞋销售，原因有三：第一，我是福建莆田人，我的家乡有很多品牌鞋的代工厂，我有认识的人在鞋厂工作，货源我可以得到保证；第二，耐克的独特的气垫技术使耐克运动鞋很受大众的欢迎；第三，耐克品牌名气大，知名度高。所以，我的产品定位就是耐克运动品牌。

三 开店准备

（1）店名

风宇时尚

（2）主打商品

耐克运动鞋，跑鞋，板鞋

（3）营业时间

7:30——23:00

（4）目标客户

12岁——35岁

（5）店面装修

采取时尚元素装潢网店

（6）物流人员

待定

（7）广告宣传

论坛宣传，人脉宣传

（8）物流公司

申通快递

（9）投入资金

5000元

四 开店经营

营业时间基本是自己守店，物流会有专职负责，计划前两个月大量时间用于刷人气，对于开店四个月内购买本店商品采取包邮和商品8.8折的优惠，如果店铺人流量不大的话，可能会选择宣传单形式做广告。

五 未来展望

如果两年之内我的鞋店日销售额能达到20xx元的话，将会考虑扩大店铺，增加人手，初步估计组建工作室，人员大概会在4个人左右。

**网店创业经营计划书篇七**

目前我国的网民总数已经将近1亿1000万，网上的消费人群也有20xx万，这是一个何其庞大的人群和市场。还有越来越多的人不断涌入——网上开店其实已经成为一股潮流。 据我国权威机构对中国女性饰品市场的调查显示，目前我国女性饰品市场人均占有率不足5%，而发达国家一般都在45%左右，其中最高的是日本的东京为98%。据专家预计，我国女性用品消费率正按每年19%的年增长率递增，可期待的巨大市场空间和可怜的市场占有率形成了鲜明的对比。就目前而言，可供消费者满意的产品并不多，市场中的产品和店面形式也参差不齐、良莠不分。所以说饰品行业的市场发展空间是很大的。

本店主要经营首饰以女性作为主要的销售对象，选择18—25岁的女性作为客户群。首饰的类型有多种多样不管在品种、地质、色彩、价格方面都是合理的。本店的风格是以快乐为主让所有进入我店的顾客都有一个好的心情，店标是动态首饰的图案。

所有进入我店的顾客都有一个好的心情，店标是动态首饰的图案。

本店的经营理念：客户的需求，用户的满意。

服务理念：信誉第一，客户至上，优质服务。

靠薄利多销，走经营流水，凭品质和设计，赚客户认可度，这就是我们的经营之道。

1、市场潜量：现在上网的人一般都是18—40岁的人，他们为了节约逛商店的时间会选择在网上购物，所以我认为在网上销售是一个很好的路径。

2、竞争者。目前在市场上的饰品种类繁多，竞争激烈。其中很多的品牌占有了市场的绝大部分，且每种品牌产品均有各自的特点和稳定期的销量，所以我们要寻找另一个市场，如在网上销售。

3、消费者需求的特点。由于上网的人一般都是一些年轻的人，他们对饰品的需求是时尚的、个性的，他们所能普遍接受的价格为20元~150元。

1、店铺策略

（1）我们应该在网店内的宝贝描述要尽量多的放实物图，功能特点要详细，同时要把注意的事项说明，描述的字体大小和颜色要让顾客一目了然。

（2）店铺的装修要美观吸引人让买家觉得你很专业，很有踏实感。

（3）店铺内的公告栏不要空着，应每在急时地更换店铺内的情况。

产品结构优化：

1、产品展示友好全面：把产品友好的、全面的、清晰的展示给用户，给用户交易前留下良好的第一印象。网店因为自身的产品体系多，从而导致网店整体感觉比较烦乱。现在我们将产品划分成详细的体系，也就是把产品详细归类，每个系列下面多少个/种产品。

2、产品展示以用户为导向：把所有的产品拆开，按照用户目标群划分，也就是以用户为导向，让用户第一时间找到适合自己的产品。

3、产品展示智能化：增设产品和知识搜索框，方便用户使用。

2、经营策略

（1）树立品牌。以店名为品牌－－可以在网络上邀约一些服装同行，用同一个店名，通过各地加盟店连锁经营，形成品牌效应，增强竞争力。

（2）做散货，灵活性大。店内集合多种品牌，多种风格，扩大顾客群。

（3）网络供货，降低成本。在网络上寻找两三个或更多的供货商，因为不用车费，可以采取多次少量进货的方式，大大降低了成本，能紧扣市场需求，减少库存。

（4）优质低价经营，占领市场。成本降低了，不要贪利润，给顾客实惠，就是给自己开辟了发展的道路。

这样既树立了品牌，有做了散活，两全其美。

3、推广策略

（1）朋友推广：我们可以通过周边的朋友，宣传我们的店铺让我们的店铺点击率上升，自己的产品也得到好的销售量。

（2）广告宣传：我们可以在网上发布贴子，让网上的人在贴子里看到我们店铺地址，来观光我们的店铺。

（4）促销宣传：我们可以搞一些促销活动来销售我们店的产品。

4、送货方式

（1）平邮

（2）快递

（3）送货上门

（4）ems

6、产品及服务规划

主要从事首饰产品销售，辅以毛绒娃娃销售。

就我们所知，进货渠道多种多样，有直接从厂家进货的、有从设计公司进货的、有批发市场批发来的，还有连锁经营从总部发过来的。从厂家进货时费用要低一些，因为厂家没有设计能力，产品大多是来料加工和来图加工，产品会比市场略微过时一点。从设计公司进货则要高一点，但可以保证货品的“新鲜度”。批发市场中的拿货价格则遵照了一般原则，给经营者留出了50％的空间。通过在桥南批发市场的调查，我们决定并选择了一家较熟悉的供货商，进货价比零售价低一半，这使我们有足够的利润空间，也降低了经营风险。

**网店创业经营计划书篇八**

1.创意背景和项目简述

2.创业机会概述

3.目标市场的描述和预测

4.盈利能力预测和预计能提供的利益

1详细的市场分析和描述

2.项目概述

1.目标市场顾客的描述与分析

2.市场容量和趋势的分析、预测

3.竞争分析和各自的竞争优势和劣势

1.各阶段的发展战略

2.通过项目战略来实现预期的计划和目标

1.收入来源

2.收支平衡点和正现金流

3.市场份额

4.产品开发介绍

1.关键的风险分析

2.应急计划

总体的资金需求

创意背景和项目简述 由于目前的大学只统一地为大学生提供大一大二的 教材，大三大四的教材只能自行去购买，极为麻烦，然 而大三大四的教材基本属于专业课范围，实用性较强， 努力学好专业知识将会为大学生今后的就业做出良好的 铺垫，另一方面，目前市场的书店有限，而且寻自己所 需的书籍特别麻烦，提前拥有所需教材，就可以提前掌 握相应的专业知识，在学习的竞争上就有了一定的优势。 淘书网不仅在第一时间提供学期用书的相关信息， 而且将这类旧书廉价出售，并且送货上门，货到付款.客 户不用出门，只需登陆我们的网站，搜索需要的书目， 关于这本书的详细信息就会显示出来，然后输入自己的 相关信息，就可以满足客户的需求。我们承诺河南牧业 经济学院校园内24小时内即可收到书籍。方便、快捷、 廉价、准确是我们的四大特色，也是我们的竞争优势。

目标市场的描述和预测

我们的市场主要来自大三大四的学生，而他们大部分都没有 上课所需全部教材。这并不是因为他们不愿意去买，而是对于大三 大四的学生来说，买新书完全没有必要，可以去复印一本，价格又 便宜，也可以去图书馆借书，另外还可以参考老师的课件。但是这 些虽然便宜方便，但今后都不容易保存，以后若需要用到这方面专 业知识了，还的翻翻书找找，所以旧书对大三大四的学生来说是最 好的选择了。

盈利能力预测和预计能提供的利益

据调查，大三大四学生平均每人每年需要购买教材的标价在 200元左右，我们若以一折买进，三折卖出的话便可以盈利40元， 每年大概有10050人愿意购买教材，所以每年期望盈利为402000元， 减去年服务器租金、税收、仓库租金以及宣传等费用，期望纯收益 为350000元。

详细的市场分析和描述

我们所开发的是大学校园淘书网，在校园书网方面，暂时没 有像我们这样目的性

较强的网站，所以很有发展前景。 我们针对的是大学二三年级的学生，并且出售的是他们上课 所需的教材，这方面的信息我们会提前掌握，因此市场是有需求 的，又因为处于这三个年级的学生都要自行买书。 初期在河南牧业经济学院龙子湖校区试行，这里有十大院系，市场较广。

我们计划在每学期末或者每学年末考试 之后就去购书，但是在此之前，我们会 向学院打听下学期教材使用情况，然后 确定去购进哪种类型的书，只有这样， 才可以领先其他竞争者，然后为了获得 更多的书目，我们以一折的高价收购旧 书，并托运回仓库，然后就是根据网上 的购买信息，将旧书送至预定顾客，赚 取一定的费用。一旦在这个学院成功了， 就可以向其他院甚至其他学校推广了， 因为在这一行，市场越大，收益才会明显。

项目概述

我们的产品是来自大二大三的教材以及送 货上门的服务，这些旧书在平常的书店分布不均 匀，有些书店有这些书，有些书店没有，这样大 大加重了学生们买教材的负担，为了方便学生， 我们通过互联网，将教材（旧书）的信息发布到 网上去，只要他们登陆我们的网站，留下相关的信息，就可以买到书了，而且在河南牧业经济学院学校园内，不到24小时就可以收到书了。十分 方便快捷省钱。

目标市场顾客的描述与分析

我们的顾客来自于大三大四的学生，他们当中 80%的人拥有电脑，而且每天都上网，在这部分人群中， 家庭条件应该都不算太差，因此购买一本旧书的几元钱 应该是没问题的，对于其他没有电脑的同学来说，大部 分是家庭情况不好的，学习的主动性就很强，竟然有这 么廉价的旧书，当然也会选择购买，所以我们的目标市 场还是具有发展潜力的。

市场容量和趋势的分析、预测不需要, 21%

需要教材 无所谓 需要教材, 55 不需要 % 无所谓, 24%

竞争分析和各自的竞争优 势和劣势

我们的竞争优势体现在：

一、为学生服务。

二、廉价。

三、方便快捷。

四、准确。

五、库存足。

但是我们仍面临着不少压力：

一、对于有经验的书店经营管理者来说，他们肯定会在第一时间 在公寓收集旧书。

二、我们刚刚进入这个市场，书籍的购买成为了一大难题。

三、我们暂时还没有建立网上支付宝的功能。付款相对其他购书 网来说 并不快捷，但是我们采取的是当面、货到付款，无风险；

四、由于教师的不稳定性，不同的教师喜欢不同的教材，没有统 一性。 五、如果用的是新教材，表明今年这部分学生就不会来买旧书了， 销售额就会减少；由于买教材的同学一半都会选择在开学那段时 间购买，所以，其他时间的销售额一般会很低，甚至趋于零。

各阶段的发展战略

在项目发展的 ，也就是项目的宣传阶段，我们要 做的就是将宣传尽量做到每个寝室，且对前50名购书的同学有 优惠，让大家相信我们的确是服务于大家的； 在项目发展的 ，也就是项目的推广阶段，这时候， 我们将派相关人士过去进行考察，然后计划在各个学校招聘代 理，形成全国连锁的经营模式，并且完成网上支付功能，使得 付款更加方便； 在项目发展的 ，也就是项目的网站阶段，这时候， 我们不仅仅局限于旧书的销售，而且可以延伸到各个领域，由 于可以通过销售旧书来提高网站的知名度。

收入来源

收入主要来源于出售旧书的差价，然而， 本项目与其他项目最大的区别就在于本项目的卖 书的最高峰是开学的那一段时间，之后买书的人 就会很少了，所以可以在其他的时间找份其他的 工作来做。

收支平衡点和正现金流

我们的支出初期主要在于购书费，服务器 和房屋租赁费，以及宣传费用等，计算得年收支 平衡点为300人购买全套书籍，一旦超出这个份 额，每人每套有40元的纯利润，相关函数为 y=40\*x-12000 x≥0 y是纯利润，x是购买全套书籍的人数

产品开发介绍

本网站由自己自主开发，主要编程语言为 java，全面面向大学生，如果有机会的话还望有 关专家进行指导。

市场份额

初期的市场份额要达到30%，即有3015位客户购买我们的旧书，销售 额为7.06万元； 中期市场份额在本校要达到50%，即有5250位客户购买我们的旧书， 销售额为12万元，在本省其他学校要达到10%，即有25000位客户购买我们的 旧书，销售额为50万元； 后期市场份额在河南省达到30%，即有75000位客户购买我们的旧书， 销售额为100万元，由于要延伸到其他领域，到时候的利润会更加的高。

关键的风险分析

对于我们项目来说初期的风险主要表现在：

财务和市场运作。作为大学生的我们都没有创业的经历，所以碰壁较多，而 且流动资金的不充足也可能导致整个项目的失败，而 且对市场的运作不够了解，怎样才能更好的在市场上 拥有属于自己的天地，还是我们值得探究和学习的地 方。 中期的风险主要在于：管理和政策。因为那时候 我们已经将市场推广到了整个河南省，代理商也会相 应的增多，如何有效地管理，增加业绩将会成为一大 障碍，而且随着市场的扩大，一旦国家推出某政策说 今后的学习都改成在线学习，那我们的旧书销售就会 急剧下降，我们的主要收入来源就一天不如一天了。

后期的风险主要在于：财务，技术，市场，管理，竞争，资金撤出以及政策。管理和政策同上，这里就不多说了，我们的大部分财务都变成了用 来出售的实物，所以公司一旦发生紧急情况，需要现金的时候可能就会出现 问题，导致公司强行发行股票，或者低价出售一部分硬资产解决问题，后期 的网站会做的比较大，而且设计的领域比较广泛，竞争就会比较激烈，所以 在技术上不能落后，必须走在社会前沿，这样才能使公司有优势，处于有利 的竞争环境， 最后要说的就是关于资金撤出的问题：如果公司做失败了，如何使公 司的损失降到最低是资金撤出主要关注的问题，毕竟做任何事情都不会百分 之百成功，要为自己留一条后路。

应急计划

1、如果遇到专业上的问题，请教关于这方面的专家，让他们为 我们分析指导；

2、如果是管理上的问题，那么就派相关人士去相关的企业进行 互相交流与学习，看别人的管理方法是否能派上用场，如果不能，我 们能否在他的方法上做些改进，然后再运用到本公司上来；

3、 如果是政策上的问题，我们就扬长避短，对于我们有利的政 策就抓住机遇，不利的就减少损失；

4、如果是公司失败了，有两条去路，一条是确实这个产品已经 被市场淘汰了，那就放弃；另一条就是并没有被市场淘汰，而是自己 的问题，那么就对整个公司进行改革创新，改头换面，以另一种姿态 出现在社会市场上。

管理团队

介绍项目的管理团队，其中要注 意介绍各成员与管理项目有关的教育和 工作背景(注意管理分工和互补)； 介绍领导层成员，创业顾问以及 主要的投资人和持股情况。

8.假定项目能够提供利益总体的资金需求

1.本项目初期的资金需求如下：（龙子湖校 区试行） 购书费用：600\*20=12000元 域名及主机年租赁费：5000元 自行车：500元 问卷调查、宣传海报和宣传单：120元 房屋年租赁费：500（元）\*12（月） =6000元 共计：23520元 这项统计表明，如果所购书全部销售出 去，则试行阶段结束，并且在拥有网站使用权 （一年）和一定的知名度上赚取约1.3万元。

2.如果试行成功,推广至整个郑东新区，则需另外补充 资金： 购书费用：18.9万（这部分可分批投入） 电动车：1000元 宣传海报和宣传单：500元 共计19.5万元

**网店创业经营计划书篇九**

结构合理：投资者应当能够在计划中找到他们所关注问题的答案，很容易找到他们特别感兴趣的话题。这就要求商业计划必须有一个清楚的结构，使读者能够灵活地选择他们想要阅读的部分。

以客观性说服投资者：尽量使自己的语气比较客观，使投资者有机会仔细地权衡你的论据是否有说服力，而不是无边际吹牛广告。

让大众也能读懂：一些创业者相信，他们可以用丰富的技术细节、精心制作的蓝图，以及详细的分析给投资者留下深刻的印象

网店计划书范文

无论是创业还是要经销新产品寻找新的利润增长点，在选择新产品时首先要明确自己的目标，是准备将产品作为一项长期的事业来发展，还是仅仅作为现有产品的一种补充，或者是其他的一些目的，目的的不一样决定了自己在此项项目上将投入的资金、时间、精力和操作方式都不一样，这些因素往往直接影响甚至就决定了该项目的最终命运。

经过对网上商店的调查报告。做出以下网上开店的流程 ：

1、开始并不在网上，而是在你的脑子里。

你需要想好自己要开一家什么样的，在这点上开网店与传统的店铺没有区别，寻找好的市尝自己的商品有竞争力才是成功的基石。

2、选择开店平台或者网站。

你需要选择一个提供个人店铺平台的网站，注册为用户。这一步很重要网店syb创业计划书网店syb创业计划书。 大多数网站会要求用真实姓名和身份证等有效证件进行注册。在选择网站的时候，人气旺盛和是否收费、以及收费情况等都是很重要的指标。现在很多平台提供免费开店服务，这一点可以为您省下了不少金子。网店创业计划书范文

3、向网站申请开设店铺。

你要详细填写自己店铺所提供商品的分类，例如你出售时装手表，那么应该归类在珠宝首饰、手表、眼镜中的手表一类，以便让你的目标用户可以准确地找到你。然后你需要为自己的店铺起个醒目的名字，网友在列表中点击哪个店铺，更多取决于名字是否吸引！。有的网店显示个人资料，应该真实填写，以增加信任度。

4、进货。

可以从您熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。

5、登录产品。

你需要把每件商品的名称、产地、所在地、性质、外观、数量、交易方式、交易时限等信息填写在网站上，最好搭配商品的图片。名称应尽量全面，突出优点，因为当别人搜索该类商品时，只有名称会显示在列表上。为了增加吸引力，图片的质量应尽量好一些，说明也应尽量详细，如果需要邮寄，最好声明谁负责邮费。 登录时还有一项非常重要的事情，就是设置价格。通常网站会提供起始价、底价、一口价等项目由卖家设置。假设卖家要出售一件进价100元的衣服，打算卖到 150元。如果是个传统的店主，只要先标出150元的价格，如果卖不动，再一点点降低价格。但是网上竞价不同，卖家先要设置一个起始价，买家从此向上出价网店syb创业计划书工作计划

起始价越低越能引起买家的兴趣，有的卖家设置1元起拍，就是吸引注意力的好办法。 但是起始价太低会有最后成交价太低的风险，所以卖家最好同时设置底价，例如定105元为底价，以保证商品不会低于成本被买走。起始价太低的另一个缺点是可能暗示你愿意以很低的价格出售该商品，从而使竞拍在很低的价位上徘徊。如果卖家觉得等待竞拍完毕时间太长，可以设置一口价，一旦有买家愿意出这个价格，商品立刻成交，缺点是如果几个买家都有兴趣，也不可能托高价钱。卖家应根据自己的具体情况利用这些设置。

免责声明：本文仅代表作者个人观点,与本网无关。

**网店创业经营计划书篇十**

20世纪90年代以来，我国水果超市发展迅速，这种新型水果产品零售业态的出现将对我国农业产业链产生深刻的影响，而收入水平的提高，物流技术的发展，消费需求与消费方式的变化，激烈的市场竟争则是我国水果超市经营发展的主要动因。根据我国的现状，水果超市将是我国城市农产品零售市场的主导形式，而农贸市场依然是农村农产品零售的主要形式，;我国水果超市的经营发展不能一蹴而就，必须循序渐进。

21世纪是信息的时代，然而信息最最广、最快的传播媒介就是internet。对于商业而言快速及时的信息更是不可或缺的，因此商业与internet的结合也成为了一种必然的趋势。internet这匹千里马将落载着商业进入一个新的商业时代—电子商务时代。我们里主要是在学校外摆摊卖水果，为了能够进一步的发展，我决定在发展摆摊经营的同时走网络的销售路径。具体是建立自己网站，再有就是以目前最大的电子商务平台淘宝网为依托，开设自己的网店。以下是开设淘宝网店的策划：

店铺名称“水果店铺”于20xx年9月20日成立。我们吸取了摆摊卖水果经验，调整传统卖水果的经营思路，我们本着“顾客第一”的原则，遵循“以人为本，服务到家，追求完美，永远领先”的企业精神，结合我校的实际情况，建立独具特色的管理服务体系！

a)经营范围：

主营苹果，香蕉，梨，橘子等水果

b)经营模式：

电子商务网络营销（以淘宝平台为主），电话 短信 qq 微信等方式订购

①．行业分析：根据初步的一些市场调查我们发现我校水果行业前景还是相当不错的。我们主要就学生老师这一块对其做分析。他们追求快捷、方便的生活消费方式、网络已成为他们生活的一部分。学校有网上订购盒饭的网店，但还没有水果网店，水果网店市场潜力大。

②．具体消费人群：学生，老师等

由于网络销售投资相对较小风险也就不会很大。主要的还是网上交易的存在一些风险，不过随着淘宝平台的完善风险也逐渐降低。

①开设淘宝店铺流程

（1）准备工作： 个人网银 店铺名 店标

（2）进行注册（另附注册流程）

（3）装修：修改店铺二级域名、上传店招、根据经营范围进行分类设置。

②需熟练装修人员一名定期根据发展情况对店铺进行装修调整。

③数据上传即商品的上传。需熟练编辑数据（熟知相关软件如淘宝助理、甩手掌柜等），有一定的文采，会ps之类的图片处理技能的人员两名。保证店铺有一定的数据量，数据要定期的更新。

④需要若干名业务人员保证打字快、使用基本的交流工具（qq、阿里旺旺，短信），有一定的交流技巧及销售能力。人员要根据时间安排在线工作。人员还要主动的到各个论坛网站发布信息做宣传。

①技术问题：此类问题主要还是对店铺的打理及维护上、数据处理上，由先关技术人员做处理。

②发货问题：

（1）除特殊情况发货速度一般较快3小时。若是送货人员的原因要其做相关处理。同时安抚顾客。

（2）若是顾客问题常见为写错地址，因此网销人员在确定地址之前要反复向客户确定信息避免出错。

①、人员管理：我们的人员必须保证经常在线，尤其是在一天中的重要时段（12:30—14:00、16:30—20：00）当然全天在线更好。

②、店铺管理：既然是淘宝店就必须利用淘宝的一些专用软件。例如阿里旺旺（买卖、店铺装修、宣传、学习等）、淘宝助理（数据上传、导入、导出）、甩手掌柜（数据上传、数据复制、窃取数据）。根据不同的季节、活动对店铺进行适当的修饰。

③、送货管理：包括送货速度、送货人员服务态度。同时，店面的发货人员也要做到及时有效。

④、服务管理：

（1）保证客服人员阿里旺旺的全天在线，及时接收买家询问信息。

（2）客服人员要做到态度和蔼，有耐心，细心解答问题，只有好的态度才会使买家对该店铺存好感。要及时去解决，帮助买家减少不

**网店创业经营计划书篇十一**

1.1商品定位。

主营商品：日用商品和体育用品。

在大学校园，本网店创业计划书进行了前期调查，主要调查大学生日常购物习惯及经济承受能力，根据市场调研的结果，结合实际情况，我们选择了将日用商品和体育用品作为主营商品。在日用品中，我们选择了xx。xx以其低价优质的特点，很快抓住了年轻人的心，和我们的目标消费者群体十分吻合，所以我们选择了xx。

1.2价格定位。

考虑到大学生的承受能力，我们主要中低档商品。初期以低价格策略吸引顾客，以薄利多销为主；中后期，企业品牌、信誉稳定以后，根据市场、经营成本情况适当调整价格，但质量水平不会下降，以保证我公司持续经营。

根据目标客户的消费能力，网店使用以下两种不同的定价策略。

l低价促销策略：为了用价格吸引客户，店里的大部分产品，价格都比较低，确保在网上价格战中确立优势。

l溢价定价策略：主要是针对部分高档商品，我们会用优质的服务引导高消费。

为了积攒人气，我们选择了几款商品作为秒杀和团购商品，几乎零利润，促销效果显著。

1.3客户定位。

网店初期的客户群体主要集中在在校大学生。

在校大学生消费行为具有结构多样化、追赶时尚潮流、消费差距大和阶段性强的特点，他们的购买行为易发生，且产品的价格是产生购买行为的决定性因素。

在网店营销活动中，我们会对在校大学生和年轻上班族白领进行重点关注、区别营销，为客户提供个性化的服务和产品。

1.4店铺风格定位。

店铺装修主要体现青春活泼气息，符合目标消费群体特征，能够引起他们的共鸣感。

1.5市场前景。

随着计算机的普及，网络的发展，电子商务的发展，网上购物以其方便快捷、跨时空、跨地域的特点吸引着越来越多的消费者参与到网购的行列中。网上购物的这些特点非常符合现代年轻人的生活方式，这对网店的发展具有很大的鼓励作用。现在的电子商务环境已得到很大改善，不论是法律发面还是安全方面，都已经足以让消费者相信电子商务。

2.1客户分析：

我们的主要客户群体是在校大学生。

根据调查显示，目标对象的特点如下：

有明显的好奇心理，在消费方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位在中低档的但浪漫色彩较浓的商品。

没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

影响产品购买的因素依次为：价格、品种、包装、服务等。

购买行为节日性很强，一般集中在教师节、情人节、圣诞节及朋友生日前后。

我们会针对他们的各自特点进行有区别的营销活动和提供产品服务。

2.2竞争分析。

根据刚从xx上和xx网上调查所得的资料显示，目前xx网上共有卖体育用品的网店209家，卖xx化妆品的网店有587家，xx网上卖体育用品的网店有1500家，而卖xx化妆品的有90家。xx网上的各家店铺信誉度情况如下表所示：

其中皇冠级的化妆品店铺主要情况如下表：

化妆品店铺信誉度主要销售产品价位（元）特点：

xx四个皇冠xx20-100对化妆知识非常了解，有专门的美容顾问。

xx三个皇冠xx0-200装修复杂，能给人很专业的第一印象。

xx三个皇冠自xx0-400产品多，价位宽松，消费者选择性较大。

xx两个皇冠xx0-200就xx品牌，有男士系列，产品较全。

2.3swot分析。

（一）优势。

1.学校的大力扶植。

本校积极响应“国家鼓励学生自主创业”的政策，为了给电子商务专业的学生提供一个实网络创业大赛中，在人力、物力、财力等方面给予了很大的支持。“xx”网上商城得到了学院领导和专业老师的大力支持。

2.优福网的鼎力支持。

优福网创业平台，不仅能够提供良好的网络展示平台，而且在全国范围内寻找优质的货源，完善的物流和支付系统也让网上购物没了后顾之忧。可以说，优福网将我们创业的成本和风险降到了最低

3.良好的校内市场环境。

我们的目标消费者是大学生，首先就要立足当地。xx地区共有八所高校，在校生9.8万余人。在日常生活、学习用品方面消费较大，同时他们喜欢上网，有一定的上网时间和条件，这给“xx”带来了商机，因此“xx”网上商城很有必要打开并抢占高校这块市场。

（二）劣势。

1.经验不足，管理水平不高。

由于商城创办时间较短，在商城的运营和管理等方面经验不足，对商城出现的一些问题处理的不够恰当，同时由于商城建设方面的人才技术力量有限，直接影响到商城的建设和管理。

2.信誉度不高，市场开发力度不够。

“xx”网上商城成立于xx年下半年，创办和经营时间较短，同时网站的广告宣传力度不够，促销活动以及信息不对称，导致其知名度不高，市场开发力度不足。所以，提高网店信誉度是当务之急。

（三）机会。

1.国家鼓励高校学生自主创业。

近几年高校不断扩招，毕业生数量大幅度增长，由于经济危机的影响，造成了毕业生供过于求，大学生就业成为国家关注的问题。为此，国家出台了通过一系列优惠政策和措施支持大学生自主创业，“xx”网上商城正是为我校电子商务专业学生提供的一个创业平台，为以后就业或创业打下扎实的基础。

2.学校的大力倡导。

学校本着“以培养学生职业能力为本位”的理念，为了提高电子商务专业学生的实践操作能力，使他们更加清楚地认识和了解电子商务的市场运作，出资创办了“xx”网上商城。学校的支持使“xx”网上商城如虎添翼。

3.大学生热衷网上购物日益成熟。

随着电子商务的进一步发展以及大学生热衷网上购物热情递增，网上购物市场进一步扩大，这为我们创办“xx”网上商城提供了契机。

（四）威胁。

1.同类网站的竞争。

目前国内大型的网络购物平台主要有xx等，他们以其产品种类丰富、规模大、管理水平高等优势，占据了网络购物很大的市场。通过调查分析，在喜欢网购的人群中，95%及以上人群会选择xx网之类的大型网站。同时，一些私人网店的跟进，更是掀起了网络购物竞争的热潮，这些都给“xx”网上商城带来了巨大的压力和挑战。

2.传统商铺的竞争。

xx八大高校中遍布大大小小的校园超市和商店，同时一些大型超市xx跟进，也都渴望从高校学生市场上分得一份羹。这也给“xx”加重了竞争压力。

2.4可行性分析。

投资必要性。

根据以上的客户分析、行业分析、竞争力分析，结合我国电子商务发展趋势、国家对在校大学生创业的支持，网店投资环境良好，适合进行投资。

技术可行性。

依托xx网提供的技术平台、xx学院经济贸易系老师的技术支持，xx网的店铺已经建立，网店建立完全由我们自主完成。

组织可行性。

创业计划书已经完成、组织机构已经建立、我们五人都具有丰富的网店经营经验、培训计划已经制定、xx学院大力支持确保网店顺利执行。

经济可行性。

网店位于xx城市带承接产业转移示范区双核之一的xx市高校园区，该区经济活力强、电子商务发展迅速、市场容量大、科技水平高。网络创业既能提高我们自身综合能力，又能减轻就业压力，为其他人树立榜样；网店的经营既可以提高就业岗位，也可以作为在校大学生创业实习的基地，具有较高的经济效益和社会效益。

社会可行性。

目前，国家在政策、资金方面给予在校大学生创业大量支持；xx省各相关部门制定了许多优惠政策，支持xx大学生进行创业；xx市正在申请创建国家级创新城市，大力鼓励在校大学生创业；xx学院对在校大学生创业给予一定的支持和帮助。

高效的管理和执行团队是创业成功的关键，我们团队共有五人，根据每个人的特点和能力，我们进行了如下分工：

总经理/人力资源部xx：负责网店全面工作。主管人力资源部，负责完善网店的人事制度、培训新员工、招募人力资源、制定薪酬制度。

市场部xx：负责网店的对外广告宣传，形象策划，提高网店知名度，负责网店与其他公司的所有业务，拓展新市场。

客服部xx：负责掌握供货商存货信息，管理普通客服人员接班的准点情况、服务态度、监督网络交易操作，提供网上咨询服务。

财务部xx：负责网店的财政支出、收入业务等账目的记录，每月汇报流动资金状况及网店盈亏。并解决在业务操作中的支付问题。

技术部xx：负责网站初期的技术开发以及中后期的维护、网页内容的更新等工作。并解决网站运行中出现的意外问题，如：黑客攻击等。

4.1营销渠道。

根据调查分析，营销渠道主要有为：

生产商/供应商直接销售（网络上）。

就目前来看，网店主要采用这种营销渠道，即节省了网店的仓储成本和物流成本，也提高了贸易效率。客户一般比较相信生产商和大型供应商，发生问题处理及时，且信誉有保障。

**网店创业经营计划书篇十二**

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。

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。

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xx年5月10日投资创办开面包店创业策划案开面包店创业策划案。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xx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;xx年一季度，淘宝网交易额突破188亿;xx年全年成交额突破433亿。

根据xx年第三方权威机构调研，淘宝网占据我国网购市场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)

目前，淘宝网已成为广大网民网上创业和以商会友的首选（湖南怀化80后从白手起家到500万的创业历程）。xx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xx年，淘宝已经为社会提供超过20万的直接就业岗位。

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xx个县市计算，每个县市将达2450万元的市场份额

开面包店创业策划案投资创业。

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。

代理商

网店代销可以避免库存压力

网店代销可以降低投资成本

网店代销可以大大提升自己的竞争力

网店代销可以大大节约进货时间

网店代销可以享受批发价格却没有订货限制

网店代销可以免费提供的精美商品图片，经过专业技术人员加工制作的图样，既清晰，又漂亮，是新手卖家自己拍摄制作图片所无法比及的

网店名称：“钟爱一生”情侣饰品

起始资金：0元。

**网店创业经营计划书篇十三**

要想创业就得有计划，现在电子商务的热潮越来越高，开淘宝网店的人也越来越多，如何在众多的淘宝店中脱颖而出呢？那你就必须有自己的淘宝网店计划书。

如何准备淘宝网店计划书呢？看小编细细道来。开淘宝店之前要做一个淘宝开店成本预算，有人就说了，淘宝店多种多样，这个淘宝开店成本预算要怎么样才标准呢？别的不说，我们就来说说你开店必须要买的装备，看看这些成本预算。

淘宝网店计划书之淘宝开店，首先第一大开销，是加入消费者保障服务，也就是通常讲的消保，一般是1000元，视行业不同而不同。淘宝开店成本预算。大部分是1000元。其次是旺铺，至少要弄个标准版的旺铺，扶植版的就别考虑了，功能限制太多，标准版的旺铺是30元每月，每年360元。暂且可以按照1个月购买来计算。其次各种小工具，如超级店长、促销宝等，根据实际需要，至少每个月要支付50元用于小工具订购上。

淘宝网店计划书之准备工作，有的朋友也许会问，为什么一定要订购那些小工具呢？不用不行么？不用也可以，但是你会感觉很吃力，比如一个促销功能限时打折功能，这些看似简单的小功能，在淘宝上都需要借助第三方工具来实现，一旦你有这种需求，你就不得不订购这些小工具，还有自动上下架，自动橱窗等这些基本功能，这几乎是目前开店必须要的一些功能。淘宝开店成本预算。如果你懂得装修还可以节省一笔旺铺装修费，不过我想大部分都不是装修高手，如果花10天半个月装修好店铺，还不如花几十块去装修市场选择一款合适模板，模板价格高低不等，新开的店可以选择一款50元左右的旺铺模板，一般这个价位的无论是功能和样式都比较合适。

现在仅仅是开店之前的准备工作，还没涉及到商品方面，我们来初步计算一下：消保1000+旺铺30+小工具50+旺铺模板50=1130元

继续，下面涉及到商品了，最主要的是产品图片，想要好的产品图片，一款好的相机必不可少，成熟的淘宝卖家基本上都是单反相机，一般在5000元以上，对于新手，我们姑且用一个普通数码相机吧，也不能太差的，买一个1000元的吧，品牌的索尼、佳能、尼康都有1000元左右的数码相机。淘宝开店成本预算。如果是体积比较小的产品，一般配个摄影棚比较完美，价格按照100元计算。这个时候如果产品图片比较多，那么旺铺默认的30m相册则不够用，至少需要升级到 100m，100m的相册是6元每月。我们再来计算一下这个阶段的费用：数码相机1000+摄影棚100+100m图片空间6=1106元

淘宝网店计划书之营业，对于新手新店来说，最有效最直接的推广方法就是直通车，直通车现在价格居高不下，平均关键词价格已经在1元左右，如果每天消耗掉100元，大概带来100uv左右。淘宝开店成本预算。每个月是3000元推广费。其他免费方法如论坛发贴等的成本就是时间成本。这里就忽略不计了。我们来计算一下推广阶段的费用：直通车100每天×30天=3000元

按照以上的流程，基本上店铺就可以开张经营了。淘宝网店计划书之成本预算：我们把前几个阶段的费用合算一下1130+1106+3000= 5236元，这是第一个月开店成本。由于消保是终身的，所以，继续维持这种状况，第二个月的成本是4236。前两个月成本之和为 5236+4236=9472元，将近1万元。注意，这里面不涉及到进货以及快递成本、包装成本以及特殊商品用到的特殊设备，如食品用到的封口机等。淘宝开店成本预算。也就是说，无论你做的是什么产品，服装、鞋、饰品或者电器等，你的新店开张2个月内，至少要盈利1万元，才可以达到收支持平。而淘宝的竞争环境日益激烈，产品的利润也被压到不能再低，尤其是与一些大卖家相比，无论是进货渠道还是销售渠道，都是处于完全的劣势。所以，如果你是一个淘宝门外汉，建议不要轻易尝试进入淘宝，今非昔比，轻易进入淘宝不但不能赚到钱，反而会耗费你的精力和激情。

淘宝网店计划书把各项的工作预算情况都总结好了，当然，根据淘宝的环境，那些论坛上的 帖子不能信 ，但是也不能在不看，各种淘宝买卖现象及各种情况在那里都有，所以，也要时时关注。

**网店创业经营计划书篇十四**

在你打算开网店之前，最好能写一份网店创业计划书，一方面可以让你更全面的思考创业过程要涉及的事情，以防疏漏，另一方面可以帮你理清思路，知道创业的每一步骤，让你有计划的做事，提高效率，要知道走弯路是有成本的。下面是一份介绍写创业计划书文章，你可以参考。当然，你不需要完全按照它来写个东西出来，你只需要从中找对你有用的就行。呵呵，也许有一天你做大了，要找风险投资，那时你就必须要写一份了，祝你早日成功。

创业计划是创业者叩响投资者大门的\"敲门砖\"，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。

一，创业计划书

是创业者计划创立的业务的书面摘要。它用以描述与拟创办企业相关的内外部环境条件和要素特点，为业务的发展提供指示图和衡量业务进展情况的标准。通常创业计划是市场营销，财务，生产，人力资源等职能计划的综合。写好创业计划书要思考的问题：

一/关注产品二/敢于竞争三/了解市场四/表明行动的方针五/展示你的管理队伍六/出色的计划摘要

二，创业计划书的内容

一般来说，在创业计划书中应该包括创业的种类，资金规划及基金来源，资金总的分配比例，阶段目标，财务预估，行销策略，可能风险评估，创业的动机，股东名册，预定员工人数，具体内容一般包括以下十一个方面：

（一）封面

封面的设计要有审美观和艺术性，一个好的封面会使阅读者产生最初的好感，形成良好的第一印象。

（二）计划摘要

它是浓缩了的创业计划书的精华。

计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并作出判断。

计划摘要一般包括以下内容：

公司介绍；管理者及其组织；主要产品和业务范围；市场概貌；营销策略；

销售计划；生产管理计划；财务计划；资金需求状况等。

摘要要尽量简明，生动。特别要说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

（三）企业介绍

这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个概要，而是对你的公司作出介绍，因而重点是你的公司理念和如何制定公司的战略目标。

（四）行业分析

在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点，竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

关于行业分析的典型问题：

（1）该行业发展程度如何现在的发展动态如何

（2）创新和技术进步在该行业扮演着一个怎样的角色

（3）该行业的总销售额有多少总收入为多少发展趋势怎样

（4）价格趋向如何

（5）经济发展对该行业的影响程度如何政府是如何影响该行业的

（6）是什么因素决定着它的发展

（7）竞争的本质是什么你将采取什么样的战略

（8）进入该行业的障碍是什么你将如何克服该行业典型的回报率有多少

（五）产品（服务）介绍

产品介绍应包括以下内容：产品的概念，性能及特性；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利等。

在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般地，产品介绍都要附上产品原型，照片或其他介绍。

（六）人员及组织结构

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理，技术管理，财务管理，作业管理，产品管理等等。而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

因为社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的。企业要管理好这种资源，更是要遵循科学的原则和方法。

在创业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权，比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

如果需要，你可以准备一件产品模型。

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