# 运营年度工作计划(五篇)

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-06-21

*运营年度工作计划运营年度工作计划一淘宝商城是机遇，是挑战，但我更认为是一种坚持，天猫双十一的战绩，让更多传统企业看到电商的威力!11月12日消息，阿里巴巴集团11月12日凌晨确认，11.11购物狂欢节天猫和淘宝的总销售额达到191亿元，是去...*

**运营年度工作计划运营年度工作计划一**

淘宝商城是机遇，是挑战，但我更认为是一种坚持，天猫双十一的战绩，让更多传统企业看到电商的威力!

11月12日消息，阿里巴巴集团11月12日凌晨确认，11.11购物狂欢节天猫和淘宝的总销售额达到191亿元，是去年的三倍多，其中仅天猫就达成了132亿元，淘宝则完成了59亿元。如果将百元大钞摞起来，191亿元可高达1.9万米，相当于世界最高建筑迪拜塔(828米)的23倍。如果用常见的点钞机来清点，需要耗费133天。

热门品牌的销售数据也与线下市场形成了鲜明对比。天猫数据显示，天猫杰克琼斯旗舰店、骆驼服饰旗舰店、全友家居旗舰店三家店铺单日销售额都突破了亿元大关。而根据中华全国商业信息中心统计，前三季度服装零售额累计增速为11.20%，比上年同期低10.8个百分点。公开报道称，不少品牌已遭受库存量飙升之苦。

经营理念

做好产品和服务，一时的炒作会提高我们的业绩，但那不是长久之道，未来比拼的绝对是产品和服务，好的产品加好的服务，我们才能够在未来胜出。

可以将商城发展分为五个阶段来执行：

1、 商城孕育期

2、 商城开张期

3、 商城成长期

4、 商城成熟期

5、 商城稳定期

第一阶段：商城孕育期(分解)

1、运营团队准备(运营、美工、客服、仓管)

2、仓储物流准备(制定好公司内部的仓储发货流程规范，选择价格服务比较合适的快递公司，制定好全国的物流价格表)

3、经营商品准备(考察市场，针对淘宝商城同行分析，做出热销款式的价格战略方案，初步制定出有竞争力的主推款、活动款)

4、商城上线准备(拍摄产品主图、细节图、美工图片处理、产品上传、宝贝关键词优化、产品详细说明等)

5、市场营销计划(报名参加淘宝官方活动或制定店铺开业促销计划进行站内和站外相结合的推广)

第二阶段：商城开张期(分解)

1、塑造品牌形象(从店铺装修、品牌介绍及殊荣、设计理念、顾客需求上着手，给消费者留下一个深刻的印象)

2、制定独特且适合家具产品的营销方式，培养顾客粘性(如关链营销、派送优惠券)

3、根据每个季度的sku数进行全年的销售目标分解，目标分解至每季度材质每个类目的数量配比以及金额配比;主推款、促销款与当季的sku数配比;pv、uv、转化率、客单价目标分解;广告投入与其他活动资源的配比。

4、基础人员的学习及培训(目前主要针对客服及仓储物流)

5、利用软件记录每天商城的各项数据并进行分析(此项工作须长期持久)(如其它店铺成交量、uv、pv、转化率、跳失率等)

第三阶段：商城成长期(分解)

1、制定周期性的推广计划，分阶段的完成目标并分解指标

4、成长期的推广以参加商城活动为主，直通车、钻石展位、淘宝客推广为辅(站内站外sns的推广)

5、策划有针对性的活动，商讨后优化方案并执行，引进流量打造爆款

第四阶段：商城成熟期(分解)

1、优化代理品牌、注册自己的商标并重新申请独立淘宝商城

3、推广以硬广为主，主推单品，结合店铺其他单品进行联带销售

4、品牌形象打造(统一设计包装盒、包装袋、品牌形象小礼品等)

5、规范团队组织结构

6、按照淘品牌的标准，进行店铺统一规划，最终目标升级成为淘品牌

淘品牌审核标准

1、店铺品牌形象出众–感性

2、产品品质出众–感性

3、各项指标优于行业平均水平(dsr评分、退款率、回头率)

4、产品用户定位符合商城定位(客单价、用户定位)

5、负责人认可淘宝商城的模式、有品牌理想创业激情–人

6、工厂供应链稳定、工厂品质优

第五阶段：商城稳定期(分解)

1、淘宝内部分销-建立庞大的淘宝分销网络体系，提升品牌的影响力

3、加大对产品的投入力度，产品质量的提升、研发力量的提升

4、维持团队的稳定性，体现团队核心价值

5、启用独立顶级域名，并建立独立的b2c平台

工作流程规划与细分：

1、创意拍摄 (需要自己拍摄)

2、产品图片处理以及上传

更新、维护

3、产品文案优化

4、淘宝基础排名规则优化

优化宝贝描述关键词、上下架时间、橱窗位推荐等

5、关联销售优化

6、商城装修、优化

根据品牌定位以及淘宝用户使用习惯设计商城ui进行商城装修。以月为周期，根据全网以往类目销售情况结合上月销售状况以及当月销售策略进行局部调整，包括但不限于促销焦点图、分类导航、关联展示等调整。使热销产品的销量能持续稳定增长。及时发掘其他可能热销的产品或分类，不断打造新的热卖产品。

7、产品选择

8、套餐优化

9、促销方式选择

10、促销数据分析

11、商城数据分析

12、协调纠纷

遭遇到竞争对手恶意购买和评价、物流等不可控因素、个别专职的不良买家，提前培训客服并和淘宝网进行协调，最大化保证公司利益。

13.推广方式

淘宝商城运营

第一、爆款。每个大类。找一二款特别、不类同的产品。就是打了5折还是有利润。先炒作加直通车预热产品。然后报名免费的促销活动。做好关联营销。销路就此打开。(屡试不爽的方法)。

第二、不能全面开花、什么都做、什么都推。专注于某一个类或某个单品。推出爆款。(备注：筛选产品一定要选对。要不全盘皆输) 每个大类选一款产品主推!

第三、活动很重要。活动分站内和站外活动。站内做新品上架、定期特价产品。遇到各种节日。不管与自己有没有关系。都去凑个热闹。搞个活动。例：情人节、淘宝新风尚、抢红包、双11、双12等。

第四、找到自己的组织、加入自己的帮派.活跃于自己的社区。多参加些线上、线下的活动。积累人脉。

天猫运营服务

入驻淘宝商城平台

市场调研/运营规划——— 结合品牌与线上消费者情况确定网络销售品牌定位，并制定三阶段规划。

产品上架铺货 ————— 按一定模版将商品信息上传到网销平台

网店管理规范 ————— 建立网店规章，规范经营管理

品牌推广提升

软文植入 ——————— 博客、论坛、sns软广告植入

营销工具应用 ————— 淘宝直通车、淘宝客、钻石展位等营销工具管理。

圈子营销 ——————— 店铺sns社区建立，例如店铺与消费者互动的独立站点(淘江湖)，产品帮派建设与维护等。

客户管理 ——————— 客户关系管理团队与回访机制

渠道控制 ——————— 网络品牌形象维护，整顿网络侵权与盗版

产品拍摄包装

正式拍摄 ——————— 专业模特内外景拍摄、平铺拍摄等多种形式可选， 在杭州与北京各有一个高配置摄影棚。

网络运营服务

数据分析 ——————— 行业、品牌、店铺网络销售数据统计分析

分销平台建设 ————— 分销商招募与接洽，分销渠道铺开。

物流支持 ——————— 提供物流接口，为客户物流部门提供培训

电商深层策略咨询

企业电商整体方案 ——— 为客户量身定制从平台搭建到品牌推广的一整套电子商务解决方案，选择最佳的渠道整合。

网络推广策略咨询 ——— 整体品牌推广方案制定与投放预算咨询

网络规范辅导 ————— 网络平台有重多规则需要学习，以确保店铺正常运营。网营将提供资深平台运营规范辅导服务。

客户公司团队培训 ——— 帮助客户培养内部团队，以增强企业自身的电子商务能力。

**运营年度工作计划运营年度工作计划二**

一、电子商务项目组织架构搭建及岗位职责(第一步)

电子商务平台团队成员是关系整个项目启动推进和后续运营的关键，需要专人构建。

1、项目负责人：整体运营。

2、网站架构管理：网站的整体构架与内容优化。

3、美工：网站的页面设计与页面的人性化互动沟通。

4、后台程序员：实现后台的程序功能。

5、网络推广员：通过互联网和传统媒体或其他方式推广网站。

6、网络营销员：通过互联网营销或传统方式销售网站服务产品。

7、网站编辑/信息管理员：管理网站各个栏目的信息。

8、服务器维护人员：服务器的安全、网站相关功能提供。

结合公司现有的电子商务岗位资源进行合理的整合，欠缺的岗位需要人力资源进行岗位招聘填充，整体岗位进度在4月中旬到位。

二、电子商务项目定位(第二步)

根据公司两个系列产品的特性和电子商务项目长远发展考虑，需要摈弃现有的单系列产品的电子商务，需建立切实符合两个系列产品的新电子商务平台。电商域名定位原则——简短、易记、切题，与企业及其产品密切相关。一个成功的域名就如同一个的品牌，一个的商标，会给企业带来无形的资产价值!

此域名结合市调，联动公司全体进行公投确定。公司现有的域名网站，根据市场情况进行再优化，基本定义为产品宣传网站。

三、电子商务平台的规划设计(第三步)

1、常规网页产品设计项(注册、登陆、会员、产品系列、产品品类陈列、特卖、团购等)

以上单项目版面设计，会结合市调以及b2c或o2o的类型进行窗口设计，整体版面会进行两个系列产品的综合考虑。

四、电子商务平台软硬件(第四步)

通常一个网站的运行好坏，硬件很重要，硬件是网站运行的基本保障;

1、电子商务硬件一般分两大部分：网络设备、服务器;

网络设备：路由器、交换机、防火墙

服务器：根据公司的发展可视情况而定，可自建、托管、租用。

2、电子商务软件一般三大部分：

a、操作软件系统(uinx、linux、netware)

b、web服务器软件

c、数据库软件(如db2、oracle、sybase、informix、mssqlserver、mysql等)

以上设备软件的选择，根据项目的定位以及公司自有的资源相结合，再进行最终确定。

五、电子商务项目的流程培训(第五步)

电商平台搭建后，协调公司两个系列产品管理人员包含工厂管理人员，进行多部门的电商运作流程对接培训，以保障电商从电商平台产品展示——价格操作——市场推广——客户关注——客户下单——到两个产品库存管理协调——财务结算——产品送货——客户售后服务，整个环节的闭环不断档，确保流程顺畅，确保公司所有人员对电商的操作流程熟悉。

六、电子商务的推广运营(第六步)

1、统一公司全体的qq以及公众qq群、个人微信及公众微信、微博、邮箱等对外公共软件的电商平台口径出口，进行自媒体宣传推广营销。

2、统一公司两个系列产品包装以及对外广告的电商平台推广。

3、对高人气的论坛、搜索引擎(百度、搜搜、谷歌等)进行关键字以及窗口推广营销。

4、借助传统推广方式试点一个区进行推广，提供某一群体的便民服务(有偿或无偿)来归集线下客户资源到线上，通过便民服务和商品活动来吸引客户关注公司电商和手机客户端，增加两个系统的客户点击量和会员注册，从而增加电子商务的附加值，试点成功后再进行其他区的复制。

**运营年度工作计划运营年度工作计划三**

一、运营部部门组织架构和人员岗位职责

运营部是收集经营信息，掌握市场动态，做好公司对外服务形象的推广，是传递和推广公司文化信息和反馈客户意见的桥梁，对内做好协调安装、维护、数据巡查、报表统计、监控等工作，及时向管理层提供内部信息，供领导层决策分析。目前运营部共计19人，需要增加储备人员2-3名。

运营部职责划分：经理：王晶晶(司令)1、全面负责运营部管理与部门整体规划，主抓客服和物流园监控工作;2、负责客户服务与市场拓展，负责二客一危的运行与服务;3、配合参与公司项目的研讨和后期跟踪。

经理：陈香1、负责运营部管理与规划，主抓监控中心和电召中心的工作;2、负责市场拓展，协助顾总协调相关业务与跟踪服务;3、负责公司项目申报工作;外部接待等工作。

技术总工：薛嵩负责技术支撑，负责系统安装、系统维护和数据分析的技术支持，做好对内对外的培训，人员技能培训，技能考核等工作。配合做好部门考核和工作检查。

为了更好更细致的做好服务工作，根据部门人员的特长，明确部门每位员工的工作内容和职责，部门细划分为四个中心：客服中心、电召中心、网控中心、危险品监控中心;运营部将围绕四个中心共同维护和打造优质精品团队!客服中心的主要职责：对外做好客户服务，及时解决客户遇到的各类问题，夯实市场基础并做好推广;对内做好协调安装、维护、回款、报表、统计等工作，及时向管理层提供内外信息，为领导层决策提供依据。

电召中心的主要职责：建设好淮安市出租汽车电话召车中心，做好出租车企业的拜访和宣传工作，召开出租车企业负责人座谈会，请大家齐心协力，出谋划策，协助提高出租车企业驾驶员抢单积极性;加大电召电话和app的宣传推广力度，配合优化召车系统功能，接听电召电话，为用户提供优质的服务。并做好和交通运管部门的汇报与沟通工作。做好全市出租车和旅游车辆的巡查和汇总工作。20xx年积极寻找网约车平台合作商，明确目标。做好各类台账档案的整理和留存。

网控中心责任人：陈香;人员组成：薛嵩、丁亮亮、冯敏敏、吴来凤

危险品监控中心的主要职责：主要负责7\*24全面扎实的做好委托监控服务单位的实时车辆监控，监控人员对委托监控服务单位车辆定时进行巡查，并填写巡检台账，对于超速、疲劳驾驶等违规行为车辆及时发送调度信息，违规未改正车辆立即联系驾驶员或联系企业负责人进行制止并记录到动态监控台账，做好车辆违规通知单的发放，联系企业尽快领取通知单，并在后期督促联系企业尽快给予监控中心反馈回复。做好通知单回执整理，做好托管监控服务单位的查岗回复工作。配合客服人员做好相关服务工作，做好上级领导来访检查工作。

负责公司危险品车辆的数据巡查，对于各家危险品公司下线车辆，不定位，摄像头，存储卡等问题及时反馈给企业，联系报修，并按照一日一统计、一周一通报、一月一汇总形式将相关数据形成报表发送给各家企业,每月做好危险品公司的数据巡查，数据分析等工作;对于公司二客一危查岗进行实时关注做好提醒等相关工作。

二、建立建全部门各项规章管理制度

1、制定出部门各个工作中心每位成员的岗位职责：

2、制定出部门日常行为管理规范：

3、制定每个工作中心的工作流程：

4、制定每个工作中心的排班计划：

5、制定部门应急措施和协调机制：

6、制定出各工作中心的绩效考核办法：

三、工作目标

运营部将根据各中心工作设定工作目标，工作进行量化考核进行技能评比。客服中心：为了开展好客服中心的工作，为公司业务的快速发展构筑平台，实现公司销售突破5000万的目标，客服中心今年将继续实行量化考核，对客户单位和销售额进行考核，将每位客服人员负责的客服群体进行量化，对于客户辆和销售额进行考核，增加进行奖励，减少进行处罚。作为服务代表，应该在遵照公司服务要求的基础上，结合自身特点，找寻一种最适合自己的服务态度和方式，这样更能在服务过程中拉近与客户的距离，达到更好的服务效果。

除了客服中心原有的服务人员,今年我们将增加罗梦园、王磊2名优秀人员进行培养，从而更有效的开展好客服中心工作。下表为本年度客服中心组成与各自工作目标(争取实现部门3000万的销售额)。

客服中心将继续加强做好客户日常服务工作，做好巩固并维护现有客户关系，急用户之所急，想用户之所想，做好超前服务，提升服务高度与深度。将客户回访做扎做细。充分挖掘客户个性化和特色化的需求，学习国家与行业主管部门政策要求和考核标准，做好行业部门的帮手，用户的良师益友，让服务创造价值。促进竞争优势的形成。现有业务能实现增值创收，做到稳中有升，确保现有用户一个不流失。

电召中心：做好电召中心的推广和宣传，提升用户量，责任到人，对于电召量和成功率进行严格考核。电召量相比20xx年增长百分之三十以上，成功率增长百分之十以上;督促软件部完善微信召车和手机app召车功能，并增加召车数量统计功能，争取召车增长量高于百分之二十;20xx年积极联系网约车运营平台，争取和两家以上的运营平台合作，能服务淮安百分之五十以上的网约车车辆，占领淮安网约车市场。和交通运管部门保持联系，争取电召运营资金和补助不低于100万元。

网控中心：网控中心在来访接待上和事故分析上加强服务，培养出能汇报、能讲解、能分析的专业人才。对各类报表和汇总表进行优化，部门人员逐步走出去，熟悉更多用户需求，做出更符合客户需求的档案材料，逐步改善纸上谈兵和闭门造车的现状。

危险品监控中心：根据危险品监控中心对委托监控服务单位的7\*24实时车辆监控、实时分析、实时处理车辆动态信息、及时发现并提醒纠正驾驶员的超速、疲劳驾驶等违法行为的监控数量形成卫星定位问题车辆监控日报表，每周进行通报，每月进行月报汇总;对于监控中发现的违章、问题次数进行统计、帮助纠正违规行为车辆次数(发送调度信息次数、打电话次数)和违规通知单的发放数量、反馈数量、查岗回复数量进行数据进行统计和分析。(后期制度中将形成规范固定表格将监控单位分化到每个人进行统计，有小组组长进行汇总查看考核准确性，分配可根据聘书人员进行分化)

对于各类报表台账(日报表、周报、月报、巡检表、动态违章表、通知单、交接班)填写的规范性、严谨性和准确性进行考核。

对于日常技能的掌握程度、日常行为规范(到岗、值班、交接班、查岗、群回复)等落实情况进行考核。

各中心的工作会形成月总结，月汇总，跟去年同期相比，和上月相比，销售、回款进行统计分析、比对，进行量化考核会融入到日常管理和后期的考核当中去，做到有据可查，一目了然。形成部门各个中心的档案。

**运营年度工作计划运营年度工作计划四**

一、召开部门半年工作会议，传达落实机场半年工作会议精神。

7月7日，运营管理部在运保部会议室召开全员大会，总结回顾上半年工作并对下半年工作进行动员部署，部门全体员工参加了会议，会议通报了上半年机场运输生产的有关情况及下半年工作的具体安排及机场挂牌、改制的最新进展情况，要求大家团结一心，为顺利完成机场各项运输生产指标做出自己应有的贡献。

二、编订完成iso9000部门管理手册。

《手册》对运营管理部的部门职能和权限、岗位设置和标准、岗位职责和条件作了明确阐述;对部门的工作程序、规章制度作了明文规定;对所使用的工作台帐与表格作了具体规定。《手册》还涵盖包括收发文程序，工作流程、服务质量巡查制度、机坪巡查制度、运行督导检查手段、运行督导模式、考勤制度、培训管理制度等一系列部门管理制度，为实现部门各项工作规范化、标准化、科学化管理奠定坚实基础。

三、强化候机楼卫生、服务质量及机坪督察工作。

按照年初制定的“创新提升年”总体目标与部署，结合实际，创新制定了“3检查+双督导”模式，督导员对照检查单逐项落实，在确保周而全的同时又兼顾针对性，做到流程规范化管理。该模式运作以来，已累计下发整改通知单30余份，候机楼卫生、服务质量进一步提升，机坪运行进一步规范。

四、组织开展板块各单位隐患排查治理专项行动。

为认真贯彻国务院办公厅文件精神，全面落实机场《20xx年度安全生产隐患排查治理暨百点排摸细查治隐患工作实施方案》的要求，针对高温、台风汛期临近、航延多发等情况，根据机场安委会部署，运营板块各单位开展了为期近一个月的安全生产隐患排查治理专项行动。各单位在接到通知后，立即成立相关工作领导小组，重点梳理各项安全措施落实情况，认真排查事故隐患，此次活动各单位共检查出83处问题和隐患，其中64项已完成整改，其余19项需上级解决的项目正抓紧制定完善相应整改措施，力争尽快完成整改，确保活动取得实效。

五、积极做好安全大检查。

根据机场部署，运营管理部结合实际，开展了以“查思想认识、查资源配置、查规章制度、查安全链条、查设施设备、查重点科室和人员、查责任落实、查隐患整改落实”为内容的安全大检查活动。通过开展安全大检查，进一步落实了安全领导责任、监管责任以及员工的岗位安全责任;通过深入查找安全生产隐患和管理薄弱环节，制定了切实有效的整改措施，确保部门各项安全工作平稳过渡。

六、完成机坪现场监管整改工作。

根据浙江局发明电(20xx)116号电报精神，对其中“机坪现场监管工作落实不到位，部门职责、人员配置及台帐记录需要改进，缺乏有效的绩效考核机制”的部分进行整改，经过前期的调研和摸排，在原安全服务督导室的基础上，制订了《运行督导室工作职责》、《安全督查工作职责》、《机坪巡视督查制度》等有关督导室日常工作的规范性文件，并立即纳入机场iso9000管理体系，正式实施。之后在明确部门相关职责的基础上，考察了杭州萧山机场和温州机场机坪监管工作，督导室根据宁波机场机坪运行实际，制定了《机坪安全综合检查单》、《作业时限专项检查单》、《设备车辆专项检查单》、《人员着装佩证检查单》等四种日常督查所需的检查单，并于6月份正式开始试运行。在运行过程中，部门对实际操作情况进行了跟踪，实行动态管理。为便于操作，9月初对检查单进行了适度调整，最终形成《机坪综合检查单》、《航班抽检单》。目前来看，此项工作对完善台帐、弥补督查员业务缺陷、及时发现处理运行当中存在的问题起到了积极推动作用。

七、收集汇总板块各单位“创新提升年”工作情况，并督导下一步安排。

为贯彻落实20xx年机场工作会议精神，积极响应宁波市政府“创新提升”活动有关要求，运营管理部年初制定了“创新提升年”活动的整体方案，将活动的目的、内容及有关要求发至所属板块各单位。日前，我部对板块各单位活动开展情况进行检查，并将活动阶段小结通报各单位。

八、部署开展支部创先争优活动，制定活动主题、载体及活动各阶段的部署安排。

九、积极开展“诚信与敬业”、“世博安保”、“安康杯”、“规范化服务达标竞赛”、“爱心捐款”等活动。

十、计量管理移交。

机场计量工作职能划入我部，日前相关资料、文件等台账已移交本部，下一步将着手准备10月份以及11月份的计量设备周检。

十一、会同安服部参加职工代表安全巡视活动，督促抓好整改项目的落实。

四季度工作计划

一、部门工作:

(三)、计量工作:在熟悉原有业务操作流程的基础上，做好完善提高。

二、板块工作:

(二)、拟出台板块绩效管理实施原则;

(四)、进一步调研板块运作的方法途径，使板块运作与明年的集团化运作接轨。

**运营年度工作计划运营年度工作计划五**

策划团队：

团队人员：人（包括：摄影、文编、美工、客服、财务、仓管）

天猫开店策划方案

一、项目简介

1、项目背景：

随着互联网的不断发展，电子商务已经不再是一个新鲜的话题了，而作为电子商务的典型代表——阿里巴巴淘宝网，已然成为了电子商务的一大成功案例，也成为了互联网时代的佼佼者。当然，众所周知，淘宝网在给阿里巴巴集团带来巨大的收益的同时，也给广大的网民提供了一个巨大的交易平台。如今，已经有成千上万的网民借助于淘宝网进行了创业，其中也不乏很多利用淘宝网这一平台获得巨大成功的店主。

现今，淘宝网上面的商家已经有很多了，并且包括了各行各业人士，淘宝网不仅成为了人们进行网购的商场，更加成为了成千上万的淘宝店主争相竞争的巨大平台。虽然当前淘宝网上的各个网店竞争异常激烈，但是电子商务的发展依旧具有广阔的前景，市场还是具有巨大的潜力。

我们正是看到了电子商务的市场前景和可拓展的空间，同时也充分结合公司的发展现状，首先选择在“天猫商城”这个平台开设一家天猫店。

2、项目介绍：

本项目为天猫开店策划，主要包括天猫商城开店的具体流程、天猫店推广的具体措施等相关内容。

二、开店构想

1、可行性分析

当前，我国电子商务网站很多，如淘宝网、当当网、京东商城、苏宁易购等，这些大型的电子商务网站已经发展的较为成熟，市场竞争激烈。作为一个刚刚接触互联网的企业，如果想在互联网方面进行创业转型的话，只能通过天猫商城这一广阔的平台。

首先，开天猫店不需要自己去建设网站，只需要投入很少的保证金就可以获得一个店铺，投入小。

其次，淘宝网的用户很多，具有大量的消费者，市场广阔。  最后，开天猫店不需要太大的技术和文化要求，对于我们刚刚接触网络的企业来说，操作简单，容易掌握。

2、发展构想

经过对当前天猫商城的具体情况的调查分析，对当前天猫商城上的店铺及商品有了一些了解。目前淘宝网销售的电子产品、大家电等的大件贵重物品销售量正在不断攀升，这说明越来越多的人趋向网购，也说明了网民对网上购物的信任度越来越高。其次我对天猫上的一些小商品也做了一些了解，大部分小商品的销量较少，在天猫上非主流商品。另外，淘宝网上销售的家电产品占据的销售份额越来越大，是我们可以充分利用自身优势，开设一家家电商品天猫店铺的最好时机。

为此，我决定本次开设的天猫店以卖家电为主，并附带卖一些小

件商品。这个构想主要有以下几点考虑：首先，家电毕竟是淘宝网销售逐渐增长的商品，说明大多数消费者在淘宝上购买家电的接受程度越来越高，家电市场依然具有相当大的上升空间。其次，部分小件商品可以进行特价促销销售，这样可以充分发挥网购小件商品的价格优势，并且小件商品的销售还可以为店铺提升人气和信誉度。最后，天猫店的信誉度比淘宝店的信誉度要高，天猫有完整的售后服务流程，商家信誉保障，并且产品经过严格审核，全为正规品牌，无假冒伪劣产品销售。

3、项目启动资金

（1）天猫店铺入驻保证金。

（2）天猫店前期推广资金。

三、项目实施

（一）、前期准备：

1、了解天猫开店的具体流程：

① 办一张银行卡并开通网银。

② 申请企业支付宝账号，并完成支付宝账号的商家认证进行实名认证。

③ 登陆天猫商城招商页面,点击\"立即加入\" 。

④ 在线输入提交公司及品牌资料信息，等待审核通过。

⑤ 在线签订淘宝商城服务条款、服务协议及支付宝代扣协议。 ⑥ 提交您的资质及品牌资料等待淘宝小二审核。

⑦ 审核通过，在申请的企业支付宝账号充入保证金。 ⑧ 天猫店铺开启。

⑨ 店铺装修。

⑩ 进货并将商品上架。

11 进行店铺推广和营销活动。

2、了解天猫商城开店的具体规则和相关网络协议：

天猫商城开店相关违规处罚细则、天猫商城开店相关协议等。

3、准备好相应的证件和开店条件：

企业营业执照、银行账号、机构代码证、税务登记证、法人身份证正反面照片等。

（二）、店铺的创建及装修：

1、店铺风格：

时尚简约

2、店铺装修：

首先起一个好的名字：

然后做一个店招（从阿里巴巴店铺模块市场购买并修改成自己的店招）

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