# 运营计划书

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2024-06-15

*运营计划书（一）一、商城组织结构客服人员1名推广人员1名物流人员1名运营主管1名财务人员1名二、工作内容（一）运营主管1、负责网店整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作；2、负责网店日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营...*

运营计划书（一）

一、商城组织结构

客服人员1名

推广人员1名

物流人员1名

运营主管1名

财务人员1名

二、工作内容

（一）运营主管

1、负责网店整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作；

2、负责网店日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营与管理工作；

3、负责网店日常维护，保证网店的正常运作，优化店铺及商品排名；

4、负责执行与配合公司相关营销活动，策划店铺促销活动方案；

5、负责收集市场和行业信息，提供有效应对方案；

6、制定销售计划，带领团队完成销售业绩目标；

7、客户关系维护，处理相关客户投诉及纠纷问题。

(二)客服人员

1、通过在线聊天工具，负责在淘宝上和顾客沟通，解答顾客对产品和购买服务的疑问；

2、产品数据在线维护管理，登陆销售系统内部处理定单的完成，制作快递单，整理货物等；

3、客户关系维护工作，在线沟通解答顾客咨询，引导用户在商城上顺利的购买，促成交易；

4、负责客户疑难订单的追踪和查件，处理评价、投诉等。

店铺的售后服务：

主要是关于商品在邮寄过程中发生的磨损,丢失,还有就是产品包装方面出现问题导致的一些问题。作为买卖双方都不希望看到这样的事情发生.但是问题摆在面前，作为卖家首先要第一时间查找出现事故的原因。如果真正是自己的或邮局方面的问题,一定要在第一时间给予买家解决方案。这是作为卖家必须要遵循的原则.这样的卖家买家怎么会不信任呢?这无形中提升了自己的人气。有时即使自己会失去利润,但是长久的利润也正因此而积累了。

做好发货后的跟踪服务，发快递的时候帮着了解货物的运送情况及时反馈给买家信息。让买家感受到我们是在用心的为他们服务。这样不仅可以随时了解发货情况，还可以拉近和买家朋友之间的距离。及时中间出现了什么问题，想来买家也会因为我们的服务态度而忽略不计了。

(三)配送人员

1、负责网店备货和物资的验收、入库、码放、保管、盘点、对账等工作；

2、负责保持仓库内货品和环境的清洁、整齐和卫生工作；

3、按发货单正确执行商品包装工作，准时准确完成包装任务；

4、准确在网店后台输入发货单号，更改发货状态，对问题件能及时处理。

选择的物流：

1、善保管好发货凭据。

2、在店铺里注明电话服务时间。

3、E-mail在8小时内回复。

4、避免顾客查询订单，主动把底单/流水号发给顾客。

5、对于货到付款，请尽量先致电给顾客。

6、接到顾客投诉电话后，应给顾客以放心答复。

(四)网店美工

1、负责网店产品上传宝贝的文字编辑及上传宝贝的相关工作，图片拍摄制作。

2、根据主题需要完成店铺进行整体的美化(公告栏和促销栏图片设计)。

3、根据文字需求完成网页平面设计，完成网页html编辑。

4、产品拍摄图片的美化、编辑排版；

(五)网店财务员

1、负责网店销售与资金到账的管理；

2、负责网店与快递公司业务费用的管理；

3、负责网店日常运营财务方面的处理；

(六)网店推广员

1、负责不定期策划淘宝商城营销活动；

1、负责公司淘宝交易平台推广工作；

2、策划并制定网络店铺及产品推广方案（包括淘宝推广、SEO、论坛推广、博客营销、旺旺推广等）等营销工作；

3、研究竞争对手的推广方案，向运营经理提出推广建议；

4、对数据进行分析和挖掘，向运营经理汇报推广效果；

5、负责对店铺与标题关键字策略优化、橱窗推荐、搜索引擎营销、淘宝直通车、淘宝客等推广工作。

推广措施：

卫浴洁具店铺的价格策略：

通过调查和了解了目前同行中同类产品的定价，使我们了解了大概的价格范围。为商品的营销设置价格体系。价格体系按低、中、高的策略来制定，低价位的，只能保本，甚至亏本，只为了赚人气，赚信用；中间价位的，针对消费的主流群体，目的是为了实现成交率和一定的利润；高价位的，针对高端群体，不求大的成交量，为的是弥补低价位亏本卖所亏去的钱，追求平衡。

选择性价比相对较高的产品的货源，再保证产品质量的基础上依照进价而定。采用竞争导向定价法：前期经营为迅速提高信用等级或和打开局面提高销量，实行薄利多销政策。随着网店信誉的提高，适当增加利润。但产品价格要在包含合理的利润的基础上尽量便宜，以在搜索的价格排序上提高产品的竞争力。包括运费后的价格应该低于市面的价格。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。定价清楚明白，定价是不是包括运费，交待清楚，避免引起麻烦，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。

店铺的促销策略：

坚持走自己的路线，保持自己店铺独立的品位和风格，吸引浏览者的注意。主动出击找客户。网络广告、参加社区活动、论坛发贴和回贴、群发软件推销、店铺留言、评价留言、友情链接、包邮、拍卖、买一赠一、发送红包等等。

促销导向定价法：

用于具体促销中，选择一两款产品定个底价，目的只为了吸引人气。

拍卖法：借此迅速提高店铺浏览量。

1、做好所拍卖宝贝的宣传工作，利用旺旺的状态设置和自动回复、利用签名档、利用推荐位等等方法。

2、根据不同宝贝的特点.设置不同的上架时间,使宝贝销售几率增加。

3、起好所拍卖宝贝的名字，大部分买家习惯利用关键字来筛选宝贝。取名为最常用的关键字或热门关键字。

4、最大程度地做好所拍卖宝贝的宝贝描述，比如在描述中增加去小店看看的链接，增加其他推荐宝贝的图片，增加一些促销信息等等。

店铺的宣传：

店铺装修：

根据我们的文化的特有风格，店铺风格以个性时尚可爱阳光为主题。尽量让顾客过目不忘。

宝贝描述均采用美观清晰的实物拍摄图片.利用图片处理软件加工美化。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。将产品分类，目的是让顾客对日记所销售的产品种类一目了然，也方便了购物目的明确的顾客搜寻他们需要的宝贝。

发贴：

1、积极发好帖、精华帖，提高店铺浏览量。

2、积极赚银币抢广告位，提高店铺浏览量。

3、网站免费广告，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。

4、利用种留言薄或论坛宣传自己的网店。在自己的签名档里加入店铺地址的链接和联系方式，吸引更多的人来店铺做客。

5、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。

6、广开门路，广交朋友。通过认识许多朋友，介绍他们关注我们的产品，争取回头客，更争取让我们的客户为我们介绍新的客户。

店铺的支付方式：

目前的网上开店主要由几种付款方式：网上支付，邮局汇款、银行汇款、货到付款，为了方便顾客付款，应该给出多种选择，不要只接受一种支付方式，因为这样很可能会因为顾客感觉不便而失去成交机会，当然，一般情况下为了减少经营风险不接受货到付款的方式。采用支付宝交易。

商品包装：包装要讲究。花点心思，必要的时候花点钱买一些漂亮的包装盒，来放我们的客户买到的宝贝。自制纸箱也有其独特的优点：一是成本低，可以充分发挥废旧纸箱、纸板的再利用价值，替自己省钱，也替社会节约资源。邮寄东西的包装盒要尽可能地小，这样可以减轻重量；包装盒里面不要塞报纸，尽可能地用塑料泡沫代替，这也是为了减轻重量节省成本。；二是适应性强，可以制作符合物品外形的任意尺寸的纸箱，突破了邮政纸箱固定尺寸的限制。

要点：

发货要及时。使用推荐物流在线下单（包含：圆通速递、申通E物流、韵达快运、风火天地），物流公司服务或者货物由于物流原因出现了问题，淘宝将向物流公司提出索赔申请，如果物流公司对申请不予接受的，淘宝将会先行赔付给发货方，优先保障发货方的权益。

店铺的客户管理：

1、在每次交易后（或交易前）与客户交换旺旺ID.并且建立相关售后服务群体.便于后期服务和新货推广,有利于发展老客户和带动新客户。

2、建立分组以便管理。

3、建立数据项，即要了解客户的“信息项”（如姓名、民族、年龄、性别、购买时间、价位、商品品类、所在城市等），便于以后分类查找。

4、将数据项放在Excel中的首行（加入编号，以后方便管理）然后将客户信息逐行加入。

5、通过分析客户的购买（下单）时间和之前与客户的接触，分析出客户的上网时间段（以便于最快速地对其进行服务）。

6、在每个节日、生日、购买纪念日等作一个极具针对性的宣传项目，以贺卡形式发给客户（尽量在客户在线时传送，邮件方式会令人反感）。

7、在以上统计出的特定时间与客户沟通，询问有关产品使用情况（让他时时刻刻有一种VIP的感觉）为顾客的家庭成员着想推介特定信息。

8、学会投其所好，撰写顾客感兴趣但又具有广告性质的文章，发给顾客。

9、分天气，分时段的想顾客提出购买要求。

10、帮客户解决问题（如理财方法，心理咨询等产品的赠送）。

11、顾客生日前赠送‖日记‖打折卡。

12、向客户咨询他所擅长的问题，以打折卡作为回报，让他有种自我实现感，他会很快使用自己的“战利品”。

13、建立‖店铺日记‖积分制。

相关措施：

1）尽量保持开机,旺旺保持在线,并设置自动回复,自动回复里包括:主要经营范围,最近优惠活动,我们的联系方式,电话,手机,QQ.邮箱,MSN等等。

2）尽量在客流量大的时候保持在线,据统计淘宝上统计客户流量最大的时段是14:00--17:00和19:00--22:00在客户流量的黄金时段保持在线,客户流量大说明此阶段真正买东西的人最多,成交的几率也最大。

3）更改旺旺上的状态为促销活动,联系方式等等。

4）针对于资金较少问题.可以与相关实体店铺建立长期合作关系。

5）用低价促销的方式打开前期销路，加大宣传，提供最好的服务，打造我们‖日记‖独有的品牌文化。

6）虚心求教.多留心身边其他同类店铺的优点,多参考其他老卖家的经验教训.走出一条适合自己的道路。

品牌特色之一——“店铺文化”

核心价值观：团队合作，诚信经营，质量第一

网店宗旨：打造独特品牌网店,宣扬个性实用、品味文化

网店精神：开店以德为本，治店以人为本，服务以情为本

进货理念：时尚、新奇、个性

销售理念：只卖最好的，不卖最贵的

售后理念：产品有价，服务无价，信誉第一

三、网站费用预算简述

1、淘宝店店铺花费主要为广告投入和推广费用，附广告费用表如淘宝客100--1000元/月

2、淘宝商城

（1）保证金分为5万和10万，

（2）技术服务费分为3万和6万。办一个商城店铺的起始费用最少就要8万块，最多要16万，其中保证金只是被冻结，没有办法使用这笔资金。

{具体如下：

费率：

2024年一级类目中除“传统滋补品/其他保健营养品”和“品牌保健品”的技术服务费率将由2%上调至3%外，其他一级类目的技术服务费率不变；叶子类目的费率变动详见《淘宝商城各类目费率年费一览表》

2.保证金

保证金的金额按照店铺类型及所经营商品商标状态区分如下：

品牌旗舰店、专卖店:带有TM商标的10万元，全部为R商标的5万元；专营店：带有TM商标的15万元，全部为R商标的10万元；特殊类目说明，卖场型旗舰店，保证金为15万元；经营未在中国大陆注册商标的进口商品的专营店，保证金为15万元；保证金由于向淘宝商城或消费者支付违约金等原因出现不足额时，商家需要在15日内补足余额，逾期未补足的淘宝商城将对商家店铺进行监管，直至补足。

3、技术服务费年费

(1)2024年技术服务费年费(“年费”)以一级类目为参照，分为3万元或6万元两档，各一级类目对应的年费标准详见《淘宝商城各类目费率年费一览表》。续签商家2024年度年费须在2024年12月26日前一次性缴纳。

(2)商家需缴纳的技术服务费年费以其开通授权的一级类目中年费最高的为准。

(3)为鼓励商家提高服务质量和壮大经营规模，淘宝商城将对技术服务费年费有条件地向商家返还。返还方式上参照消费者动态评分(“DSR”)和年销售额两项指标，返还的比例为50%和100%两档。具体标准为协议期间(包括期间内到期终止和未到期终止，实际经营期间未满一年的，以实际经营期间为准)内DSR平均不低于4.6分；且满足资费一览表中的技术服务费年费金额及各档返还比例对应的年销售额。年费返还按照2024年整年度进行；

(4)参与2024年度续签商家的年费结算包括两部分：

2024年初对2024年度缴纳的6000元技术服务费年费进行结算，结算逻辑参照2024年年费核算标准；缴纳2024年度年费具体结算逻辑请见《淘宝商城2024年招商标准》中的第五章淘宝商城费率/年费/保证金标准

淘宝商城将于2024年12月31日24时对尚未完成续签的店铺进行监管，并于2024年1月15日起对未完成续签的店铺进行清退并开始进行2024年度技术服务费年费的结算工作。

3、自建平台

域名.com类型100--200元/年

万网空间费用1000元/年

运营计划书（二）

一、作为运营总监的自我岗位要求

1、管理规范、尊重下属。

2、严格遵守公司作息制度。

3、工作积极，责任心强。

4、进取心强，每月制定出自己的工作计划。

5、关心体恤员工生活、工作。

6、注重个人仪表、言谈举止，全力维护公司及个人形象。

7、团结、上进、创新、合作，不拉帮结派。

8、上传下达、准确、迅速、不隐瞒、不欺骗。

9、善于沟通，及时解决员工消极心态，并能协助其它部门工作。

10、保守公司秘密。

二、给自己定位的岗位职责

1、每月对管理人员及员工做两次运作管理及工作技能等相关知识培训。

2、每月实施企划培训一次，努力提高自身和员工企划水平，重视个人学习以适应市场发展需求。

3、每日和各部门沟通一次，帮他们找出问题，并拿出解决方案。

4、从客观实际出发，制定分配每月销售任务，督促完成每月制作任务。

5、监督营销计划和制作任务的完成情况，监督落实资料备份，并随时加以督促、鼓励，指正,并将监督情况写在每日的工作汇报中。

6、做好各部门及总经理之间的沟通，在解决问题的同时完善工作流程。

7、每月15日及下月1日向总经理递交工作总结及工作计划。

8、每周日3：00以前将本周工作总结汇报于总经理。

9、每月28日向总经理以书面形式递交三点问题、三点经验。

10、每次不断完善修订营销工作计划，并以书面形式上报总经理。

11、配合各部门做好人事管理。

12、帮助公司制定企划活动，

13、积极贯彻落实公司百分考核制。

三、目标市场分析

目标市场即最有希望的消费者组合群体。

目标市场的明确既可以避免影响力的浪费，也可以使广告有其针对性。没有目标市场的广告无异于“盲人骑瞎马”。

目标市场应具备以下特点：

既是对酒店产品有兴趣、有支付能力消费者，也是酒店能力所及的消费者群。酒店应该尽可能明确地确定目标市场，对目标顾客做详尽的分析，以更好地利用这些信息所代表的机会，以便使顾客更加满意，最终增加销售额。（黄金顾客档案效益）。顾客资源已经成为饭店利润的源泉，而且现有顾客消费行为可预测，服务成本也要相应随淡旺季而变，不能按照百分百编制，要让80%人员创造100%工作，还余20%人员是纯利润。同时要维护顾客忠诚度，这是最好免费口碑宣传，也使竞争对手无法争这部分市场份额。

因此，融汇顾客关系营销，维系顾客忠诚可以给饭店带来如下益处：

1、从现在顾客中获取更多顾客份额

忠诚的顾客愿意更多地购买饭店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费者支出的两到四倍，而且随着忠诚顾客年龄的增长，经济收入的提高或顾客单位本身业务的增长，其需求量也将进一步增长。（如：谢师宴市场的开拓与巩固）。

2、减少销售成本

新的顾客群体需要大量的费用。如各种广告及其公关费用。顾客对饭店的产品或服务越来越熟悉，饭店也十分清楚顾客的特殊需求，所需的关系维护费用就变得十分有限了，我们要做是进行合理的日常拜访与沟通。

3、赢得口碑宣传

具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的广告更为奏效。这样，饭店既节省了吸引新顾客的销售成本又增加了销售收入，从而饭店利润又有了提高。根据目前我们XX人民消费心理，还欠缺稳定。跟“新”、跟“风”的消费心态。口碑是起到较大的催化剂。（口碑操作也是市场运作手段）。

4、员工忠诚的提高

加大力度培养新生力量同时巩固员工流失，这是顾客关于营销的间接效果，员工满意度的提高导致饭店服务质量的提高，使之顾客的满意提高，形成一个良性循环。（要求引进部分在校实践生来补充人力资源）。

四、市场营销总策略

“百姓的高档酒店”－商务会议为日常基础接待（因目前非我店莫属），扩大百姓市场的收容争取。我们在文化上进行定位，力争婚宴、寿宴、谢师宴及节日宣传上炒作，以引起“轰动”。对于每年中秋节月饼，圣诞自助歌舞晚宴还有待全面拓展。

（一）销售方法和策略

1、改变经营的菜系。我们以经营X菜和海鲜为主，本年度我们要独创本店特色山菜及本地菜为辅。根据不同区域或消费提供口味菜系，建议引进部分粤菜，可以在各菜系中择其“精华”，把其代表菜选入菜谱。

2、根据季节淡旺季制定菜肴滑动价。

3、重新签发顾客协议，进行有原则“选择”。

4、推出房间“周末特价”。

5、面向附近居民提供婚宴、寿宴服务，成立酒席公关小组。

6、明确各年、节开展促销活动。

（二）管理方法的改革

创收是根基，是酒店的生存之本；创收是酒店管理的重中之重。

1、转变观念，打好创收思想基础

实抓成本，不影响酒店运作的情况下为酒店增收“隐形收入”控制好可控成本，如：采购成本（采取不同时期估价）。水、电、燃料成本（细化分析进行有效节能），人力成本按淡旺季编制[(3—7)月份拟订135人，（8—10）月份拟订140人，（11、12、1、2）月份拟订165人]，其利润占酒店总利的1/4之多。

“管理”表面上与盈利无关。但从本质上看，管理是创收的基础和前提。没有好的管理就没有效益。“没有不合格的员工，只有不合格的‘管理者’”，便是这个道理。

2、“以人为本”，找到创收盈利之源

人，是创收最根本、最活跃的因素。“人本思想”，是创收的保证。让员工的“心”留在店里面，留在岗位上。把内藏的工作热情转化为优质服务的行动和活力。

3、疏通营销渠道，狠抓营业利润

要求抓专业营销队伍，并同时倡导全员促销，增强团队意识，使全店上下个个都宣传酒店，推销酒店产品。

4、优质服务，实现客我共赢

（1）优质服务，是酒店的本份

定好标准，规范技能操作，严抓培训。标准，是行动的准则、指南。明确了标准，才能规范为顾客提供优质服务。优质服务的惟一标准，即顾客满意，也只有通过培训才实现最终顾客满意要求。

（2）抓好落实

这是我们管理者的“通病”，经常还是停留在找“借口”弊病问题。一定要贯彻“办法总比问题多”管理心态。抓好落实，每件事情都落处有声。

（3）抓好检查

在酒店、部门、班组三级组织中，自下而上地提高检查力度，不走过场其做到“创收有奖、损利受罚”。

酒店的整体形象是通过细节来体现的，而细节则是无穷尽的。因此，要使酒店的管理真正做到“无差错”，就必须脚踏实地地推行细节管理。高水平的酒店面对是高要求的客人，高要求的客人通常都有着非常细致，甚至有些苛刻的眼光，管理中的每一个细微的环节都会引起他们的注意。所以，要真正做到高水平的管理，就必须有一种“钻牛角尖”的精神。

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