# 网店的策划书3000字(15篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-08-18

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。网店的策划书3000字篇...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**网店的策划书3000字篇一**

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。

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

迎创新之风尚，展学子之风采

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。

xx级、xx级、xx级的全体学生

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。

初赛：20xx年4月12日

决赛：20xx年4月14号

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。

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。

附：，中间穿插交流环节要求主持人积极带动全场氛围。

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

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）

1、

2、

3、

4、

5、

6、

7、

8、

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。

电子商务协会

20xx-3-25

**网店的策划书3000字篇二**

从古到今，衣服行业长盛不衰。随着国民经济的飞跃式发展，人们生活水平跨越式提高，大家对衣服的要求不再是原始的遮羞，而是对美的追求。爱美之心，人皆有之。衣服就是艺术。用艺术来装扮自己，这对大多数年轻人来说，极具吸引力。

网上购物是互联网作为网民实用性工具的重要体现，随着中国整体网络购物环境的改善、网上支付和网上银行的快速发展，网络购物市场的增长趋势明显。

宗旨：诚信经营、服务客户！提供最好、价格最优的产品以及最优质的服务。

目标：我们追求的目标是价格更低、品种更全、服务更好。杜绝假冒伪劣商品，确保商品质量。）

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。为了提升自己店铺的人气，在开店初期，应适当地进行营销推广，但只限于网络上是不够的，要网上网下多种渠道一起推广。

下面是对各大电子商务网站分析

1拍拍网在营销上有着自己强大的平台传播优势—腾讯qq以及特色性的营销模式，与任何形式线上线下的营销合作

2购物与qq完美结合。时尚生活，新潮人类，

3财付通提供了包括在线充值、提现、支付、交易管理等丰富功能；针对企业用户，财付通提供了安全可靠的支付清算服务和极富特色的qq营销资源支持。

易趣的收款方式：易趣主要是安付通，方便快捷的收款功能，兼收16种货币让您的外贸收款高枕无忧。易趣在交易过程中自始至终充当第三方并且控制付款流程。2易趣的盈收手段：易趣的盈利模式即收费模式分两种：一是收取商品登陆费，目前易趣向卖家收取商品登录费，登录费1元至8元不等，以商品最低成交价为计费基数；二是在每次交易成功之后，收取相应佣金也就是交易服务费，价格按每件商品在网上成交金额的0。25%到2%收取，如果未实际成交则不收取。

1覆盖广结合百度大搜索优势，共享百度众多推广资源

1、产品及服务：主要用于商品网上零售，还有近期推广出来的淘宝商城，目前已经创造了网络最大销售量的奇迹。

2、特色服务

与易趣不同的是，会员在交易过程中感觉到轻松活泼的家庭式文化氛围。

高黏度的卖家、买家，行业理解深度，行业影响力行业公司网站访问量大

3、买卖通

买卖通会员不仅可以通过自己的商务中心来查询符合自己需要的采购信息，自己亲自订阅采购商机，还可以通过专门在线洽谈会，im等即时通讯工具来获得一手采购信息。

慧聪发发是即时沟通软件，助您轻松把握商机，在线洽谈生意。

1）规范的经营环境：其销售的产品、商家资质、营销思路，均为淘宝淘宝商城奠基了规范、良好的经营氛围及前景。

2）强大的品牌传播：依赖互联网强大传播力量，轻松快速提升品牌知名度和影响力。

3）更密集的客流量：，被搜索几率大，迅速吸引买家注意，带来海量浏览量。

4）进销存管理明细：独有的店铺销售数据报表，随时掌握店铺销量及进销存管理

店名：唯衣衣衣当先

业务范围：女装为主。精美饰品等为辅。

本店将提供企业介绍，产品的种类、数量并提供详细参考资料，以图片和视频等方式展示产品，同时提供在线订购服务、24小时留言管理服务，保证每一个订单和咨询都能得到妥善解决。bbs提供广大爱好者的交流平台和技术支持服务。

（1）管理思想：以客户至上为原则，我们的一切行动和服务都是为了客户能得到满意的商品，以这个原则对产品质量等一系列问题进行严格管理，保证客户的利益。

（2）管理队伍：主要合伙人为管理阶层，每个人都秉承着管理思想的原则，并以实际行动推动企业发展。

（3）管理决策：以管理思想为导向制定管理决策，以相关规定来保证出厂的每条鱼都是健康状态。如果是外送，同样要保证运输途中的安全。

1、市场介绍（网上消费市场大环境、目标市场）

随着时间的不断前行，人们对于时尚的追求也越来越强烈，对于美的定义也不在单一化，各种新版服饰的不断创新和改善，时尚潮人门的崇尚心情也更加明显，我店经营的时尚服饰和各种精美饰品必然是极有发展的。

目标市场：追求时尚，个性，崇尚完美的时尚潮人。

2、市场机会及环境（宏观环境、微观环境）

所选择销售的商品在网上的同类竞争者比较多，但我有信心做得更好

3、顾客的购买准则

按时付款，交易后为我们的服务进行评价，如果买到的货物不符，我们将保证如约收货退款。

公司实力、产品情况（种类、价位、特点、包装、营销、市场占率等）：经过对多家类似商品网店的调查，我们发现，我们的竞争对手已经比较成熟，目前这些网店的产品种类还可以，但是对于消费者而言信誉度还不够高，产品的知名度也是不够的，这些对我们很有利。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。除此之外，还要注重我店铺的诚信度，金碑，银碑，都不如群众的口碑，做好这些，我们的店铺一定会很火的！

我们提供的商品绝对是货真价实，如果出现假冒商品我们会以一赔十。如果顾客收到的商品不合之前所描述的那样，我们将如约退款。同时我们会积极地和顾客去沟通，让他们更多地去了解我们自身，只有让每一位顾客都能满意，我们的生意才会做得更好！

1、产品

服饰对于每个人来说，都是必不可少的，对于时尚的男女来说，更是一种对于美，对于时尚的追求，各种特色饰品，也是张扬个性，突出自我，完善个性不可缺少的，所以，我店铺经营服饰与饰品是有很大发展空间的。

2、财务预测分析

（1）成本分析：进货成本70%用于进货+流动资本20%用于货物的发送及其他用途+其他资本10%作为固定资金。

（2）收入分析：每笔收入的10%归入其他资本+10%归入流动资本+剩下的资本用于进货。

（3）计划成本在店铺运行初期，实行小规模经营，到投入资本收回，再扩大经营范围。

3、进货策略

从我自己熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。

4、促销策略

1）主要促销方式：送小礼品，根据价格可选择免除一部分运费等，尽最大努力让客户满意。

2）付款方式：支付宝、网银等多种方式并存，提高用户体验感，来促进销售。

5推广策略

<>利用用户的宣传，推广我们的网店和产品，用户推荐一个用户可以获得一定的积分和优惠；口碑是最好的营销方式。2）充分利用这些网店从网上获得最直接的买家，同时也就把用户带到了主网店来。（贵在实践，掌握网店交易技巧）

3）、博客推广模式：充分利用各大门户博客宣传自己的产品和网店，可不要小看这个博客，有的博客栏目每天在线用户几百万人。

4）利用其他的宣传方式：我们的销售人员可以到各个贴吧、论坛、微薄、人人网、嘀咕、qq群、msn中进行宣传。

1、压货的风险

1）货源不是顾客所喜欢的样式。

2）积压货物占了一定的库存空间，无法购买新货。

2、成本风险

主要现金流量表、资产负债表、资产利润表三个表来分析企业的财务状况。

3、资金的风险

1）积压的商品不能卖出而不能得到货款。

2）不能购买新货，使产品不能更新，顾客失去购买欲望。

3）工人工资不能如期解决。

4、竞争风险

竞争激烈的时代需要明确竞争者的各种状况，主要从商品的价格、服务等方面与竞争者比较制定竞争策略，明确自己的优势与不足之处，以便更好地适应时代的发展。

5、交易风险

1）网络的信息数据传输使数据被窃取或破坏。

2）运输途中损坏或者纸箱包装不完整。

6、政策风险

市场变幻莫测，政府也会做出决策来应对市场的风起云涌，预测政府的宏观和微观政策。

第一个阶段：市场调研，分析问卷，了解客户需求。

第一阶段：淘宝网开店、维护。

第二阶段：宣传推广。

第三阶段：网店及实体店进入正轨运营。

第四个阶段：开发自己的网站。

第五个阶段：将网店做大做强。

终极目标：利用网店做成一个遍布全球的连锁“商店”，即在全国各地都设有我们的货仓，都能及时快捷的将客户的订单准确的送到指定地点。

总结：

一句话：用我们的宗旨行动，向我们的目标看齐！

**网店的策划书3000字篇三**

目前淘宝已经拥有注册会员1.9亿，占到中国网民数量的一半。根据国际监测公司alexa最新统计显示，淘宝网的独立访问数已经超过amazon、ebay等购物网站，在全球电子商务网站流量中排第一。按照4月27日的最新数据显示，amazon、ebay的用户占全球互联网用户的百分比分别为3.47%和2.68%，而淘宝的用户占全球互联网用户的百分比则达到了4.1%。淘宝作为中国的购物网站，uv超过4000万，超越亚马逊，首先说明中国的网络购物行业已进入高速发展期，全民网购时代日益临近。

据咨询最新统计显示xxxx年中国网络购物规模达2630元，较xxxx年的1282亿元增长率超过了105%，xxxx年仅第三季度交易规模已达1210亿元，整体网络交易规模在xxxx年超过1万亿。而其中淘宝网xxxx年的交易规模达xxxx亿元，占网购规模总额的79.2%，并且连续5年保持100%以上的增长。

淘宝网通过六年的发展，占据了中国网购市场80%的份额、聚集超过1.8亿的注册买家，拥有中国网购市场绝对的领导地位。天猫商城是亚洲购物网站淘宝网全新打造的b2c（b就是business企业的意思，是企业对个人的购物平台）。——淘宝网全新打造的b2c购物平台。成立于xxxx年x月x日，成立至今品牌数已达到10000个，企业商家数已近万家，现已成为国内影响力的b2c交易平台。（b2c，businesstocustomer）天猫商城与淘宝网共享超过1.8亿会员，为网购消费者提供快捷、安全、方便的购物体验。提供100%品质保证的商品，7天无理由退货的售后服务，提供购物发票以及购物现金积分等优质服务。

1、规范的经营环境所有入驻天猫商城的商家，均为企业用户。其销售的产品、商家资质、营销思路，均为天猫商城奠基了规范、良好的经营氛围及前景。

2、强大的品牌传播依赖互联网强大传播力量，轻松打造网络知名品牌、快速提升品牌知名度和影响力。

3、更密集的客流量与淘宝网共享1.8亿注册会员，从百万买家中脱颖而出，被搜索几率无可匹敌，迅速吸引买家注意，带来海量浏览量。

4、进销存管理明细独有的店铺销售数据报表，随时掌握店铺销量及进销存管理并提供下载。账务明细，利润结算，一步搞定。

5、个性化促销方案满就送、套餐优惠等多种营销方式自由选择，个性化促销方案自主定制，系统实现一步到位。

xxxx年x月，原百度首席运营官叶朋正式加盟淘宝网，出任淘宝网副总裁，负责天猫商城的日常运营。随即淘宝宣布了新战略，启用了新域名。

**网店的策划书3000字篇四**

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1、48亿，同比增长35、8%。在\*\*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。

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。

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。

（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。

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\*\*\*\*\*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\*\*\*\*\*\*

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。

1、将网站进行超链接，友情链接。提高网站的点击率，发现潜在客户。

2、网站内搜索工具的优化，无论输入我们店铺的名字，价格等都能找到与我们店铺相关的信息。

3、及时更新网站产品的内容、

4、产品的销售要附加上网店的logo标签，提高消费者对我们网店的信任度。

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场、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。

但是要真实，否则最终失去消费者信任。

物流管理：根据顾客的需求选择不同的快递，尽可能帮助顾客选着划算的快递公司。我们贵公司联系的快递公司如下：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）。

1、我们作为个体经营商，因此我们在网上发布的信息要准确，这样才能更好的提高网店的信用度，增加消费者的购买力。

2、在营销的过程中，网站每天有那么多客户访问、求助、反馈，这需要客服耐心地讲解、接待，我们要对消费者所提出的问题耐心的解决，给消费者一种亲切感。

3、营销时我们要各尽其职，并互相帮助。

4、在宣传时不要盲目的宣传，而是要有针对性。

5、详细的产品描述、精致的图片、专业的用途介绍各类产品。

6、定期与顾客保持联系，如通过电子邮件增加互动，了解他们对我们产品的满意度，以及他们的意见建议。

1、通过这次营销活动，是否提高了网店的知名度，促进了网店产品的销售量，同时在营销的过程中，提高了我们的创新能力和实践能力，网站建设是否成功以及有哪些需要改进的。

2、网站推广是否达到了我们预期的目的。

3、通过这次营销活动，体现出了大家团结合作的精神

4、活动总结。

**网店的策划书3000字篇五**

1 、投资安排

资金需求量： 5 万元 相应权益：无

2 、网店基本情况

网店名称： shoes love

网店地址：淘宝网

网点注册人：

电话：

e-mail ：

地址：

网店性质：个体经营

网店的主营产品：鞋子

3 、网店的宗旨

4 、网点资料简介

浪漫的生活，不一定是在特定的场合特定的节日才营造出来的。只要感觉到了，一双平平凡凡的白色布鞋也会充满艺术性和浪漫色彩。生活中的每一个细节，都是可以用心来传递的。我们的网店意义在于将你的那份真心、情意与孝心用手绘画诠释到洁白的鞋面上。一件简单的单品，是用心来调和色彩，能让你的爱人你的亲人以及你的朋友感触到那贴心的温暖。我们网店立足做到客户最大满意度，网店为你提供各类创意手绘鞋，这个创意可以说我们网点自己的设计，但我们更希望通过你的故事来表现那一幅幅生动的情感绘画，有故事才有灵气。 shoe 得你的 love ， show 出你的 love 。

1、 负责人：

2、 经营团队：

3、 外部支持：（指导老师）

1 、目标市场的设定：着重与年轻的消费者群体，年龄在 14 —至 40 岁之间的朋友，这些消费者是我们 “ shoe love show love ”网店最大的客户群。

2、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素：随着网络的发展、电子商务的扩大，大多数年轻人越来越喜欢网上购物，因为网上购物不仅时尚，还可以节约大量时间，并且网上大量的商品足以满足消费者需求。

3、产品现状：市场状况良好，产品处于新开发阶段，经过我们的调查，这类产品有着很大的发展壮大空间。

4、市场趋势预测和市场机会：经过我们的市场调查，追求个性化服务的需求十分强烈。个性化的独一无二在今后的需求中依然会是呈现持续上涨的趋势。我们的的商品成为潮流前线的趋势势不可挡。

劣势：周期长物流问题多，保密性差；从制作、拍照、上传、发货再到售后花费的精力太多；网络安全问题，网络的黑，客、病毒以及木马网银等不安全因素；信誉的评价，这是买家购物的很大标准之一。

优势：鞋子diy有助于吸引顾客眼球，加之我们的手绘画是根据客户自己的故事绘制的，极具个性化且价格合理，我们承诺将产品做到客户满意为止；没有市场竞争者。

机会：网上购物的消费者市场巨大，商品推出面相对人群广；网上商品种类多种多样，可以找到更好的货源提供者；提高商店知名度，利于商品的销售。

威胁：网店的运营依附于大的交易平台，受交易平台的约束力强；我国的电子商务法和支付体系不完全，在很大程度上制约了网点的发展扩大。

1、战略目标：一直以来，我们都是追求并执着于一个目标——只为你的爱而创业，只为你的爱而存在！shoe love…show love ！

2、阶段目标：进入市场，开发客户。为提高店铺人气，在开店长期进行一定的营销推广。

3、进度安排：第一阶段：市场调研，分析问卷

第二阶段：淘宝网开店，维护

第三阶段：宣传推广

第四阶段：金融业正式运营轨道

1、做个性：根据马斯洛的需求层次来看，但人嘛的温饱得到满足之后，便开始注重生活的品位了。追求潮流、个性、时尚，我们所放在网上的鞋子，全部都是来源于生活情感，保证是独家首创。

2、做创意：“如有雷同，回家跪键盘”，这是我们“shoe love show love”网店前进的方向，在qq群里，百度贴吧，天涯论坛，猫扑网等潜在客户聚集地挖掘客户。

1、进货：主要资金使用出

2、盈余资金使用方向：

1、产品生产：

资源及原材料供应：厂家

产品标准、质检及生产成本控制：绝对做到以客户为中心，发现损坏的物品，坚决不予出售。

包装与储运：通过快递或邮政投送，保证产品没有污损。

2、产品价格介绍及方案：

1\*定价依据和价格结构：根据消费者价格接受程度，对产品的需求程度及喜爱程度给出适当的定价。一般情况下为一物一价。

2\*影响价格变化的因素和对策：

3\*服务介绍：为客户提供个性、时尚并附有自己感情的手绘鞋，创意来源于我们生活中对亲友爱人感情的表达方式。在我们的货柜里陈列了许多谢，如果没有你中意的，我们将根据你自己的情感故事为你定绘属于你的那双鞋。我们会在接到订单的第一时间和客户取得联系。

（网店首页截图）

我们做的是集舒适性、实穿性、观赏性为一体的商品。

我们的价格合理，商品质量绝对保障，杜绝假冒伪劣商品。

1、销售政策的制定：创意营销：我们卖的不是鞋，我们卖的是创意，是你的情感。

2、销售渠道、方式、行销环节和售后服务：网上销售，第三方物流，专注服务

从前期店面设计，从地域、季节、消费者习惯、经济水平差异等方面进行考虑，保证全方位的服务。

3、主要业务状况：网站属于零售商，支持团购，方式另议。

付款方式：支付宝、财付通、网银、货到付款、邮政汇款。

运货方式：快递 ems

折扣策略：vip 秒杀 买够一定金额进行返还 不定期推出特价商品 送礼品 送积分 免运费

1、销售队伍情况及销售福利分配：除工资外，按销售额分配奖金

2、促销和市场渗透：

① 主要促销方式：送积分，送小礼品，买够一定金额返还相对金额

② 广告/公关策略：在百度贴吧、天涯论坛、腾讯qq以及猫扑网等大性网站进行宣传

宣传策划案：

网店初步定位：把根据感情故事制作手绘鞋的网店当做一个营销平台，而非企业公司的简单推广式网站。我们给顾客的是述说着他们心灵故事的实体物，我们将他们内心抽象的想法生动的活现在鞋面上。

营销模式结构：

创意情感手绘鞋电子商务网店+网站（淘宝、易趣、拍拍、当当）+博（新浪、网易、搜狐）

核心营销运营模式。

用户会员制：

会员制度可以说是营销网店的核心模式，是网店与会员交流、交易的纽带。会员制的好处主要包括：

1、客户主要性 客户可以很自由、很自然的浏览商品，并做出自己的判断。

2、客户互动性 网店下方的买家评论可以作为客户间购买商品的参考，并向商家推荐一些富有创意的绘画。

3、客户激励性 网点上的积分制度是其网上行为的评价，积分多的客户我们可以在假日或者店庆的时候给予特别优惠。

产品结构优化：

1、首页展示：首页的商品展示区将分为三个板块，“我们的热销商品”，“他们的故事感动你了吗”（那些有故事的买家做的鞋） “你的故事也能让他们感动”（一双纯白的鞋，正等待着顾客说出他们的故事）

网店根据感情的分类将产品也归类来超链接，链接版块包括：爱情、友情、亲情以及其他，在这些大标签下还设小的搜索条件，包括颜色，面料等，以方便顾客搜索。

2、产品展示及说明：把所有的鞋都拆开，上传鞋子给角度观看的图片，并详细说明鞋子的面料，鞋码，以及颜色等，让顾客在第一时间了解他们看中的产品。

3、产品制作流程：通过顾客叙说的故事绘制图片，让后以电脑合成的方式做出效果预览图片，当客户满意时我们便实际操作，从拍下到收到货物，我们保证不超过七天。

口碑营销：

利用客户的宣传，推广我们的网站和产品，口碑是营销最好的方式。我们可以通过客户把我们的网址或店名发送到qq上，贴吧里来推广，或者口头上向朋友推荐，我们会相应的给顾客一些折上折的优惠。

网店营销模式：

掌握网店交易技巧，充分利用好网站，从网上获得最直接的买家，并把他们带到自己的主网店上来。充分利用各大门户网站宣传自己的产品和网店。

网店目的及优势：

树立网店形象：我们是做创意情感的网店，店的品牌形象至关重要。特别是在网络极其发达，信息传播极其快速的今天，通过网络来了解产品形象及网点实力的人是特别多的。因此，网店一定要树立一个积极正面的形象，这往往决定了客户对企业产品的信心。

优化网点内部管理：网店的实施可以使资源损耗、成本降低，加强员工间的联系和沟通，大家信息共享，可以使得网店的经验和运作达到最优化。

增强销售力：将我们的产品具有的个性、时尚、以及富含情感等优势充分传播出去，使得市场细分的优势得以在销售额上体现。

提高附加值：让顾客认为购买我们的商品，不仅是买到了那双看得见的鞋，更重要的是绘制在那鞋面上的那份情感，当然还包括我们店承诺的售后服务。我们为顾客提供便捷的、有效地、即时的244小时网上那个服务，我们在任意时候接受客户提出的问题，并及时给出答复。

网店商品的宣传策略：

1、折扣促销 由于网上销售本身的局限，顾客在购买鞋子时不能直观、全面的看到，也不可以试穿、触摸，再加上配送成本和付款方式的复杂性，可能会导致网上购物和订货的积极性下降，我们会适时的做一些大的折扣，以此促使客户网购。

2、赠品促销 赠品促销不仅能达到折扣促销的目的，还能提升网点的知名度，可以鼓励消费者经常访问网店，一伙得销售机会。我们店鄙视以假货、劣质品作为赠品发放。

3、限期供应 “限期供应”对消费者具有极大的诱惑，有促使消费者抓紧时间购买的作用。我们还会推出一些诸如秒杀之类的\'活动，以增加网店知名度。

4、与其他网站建立一些友情链接：我们可以和那些买衣服饰品的商家交换店铺链接，当别人的店铺上了首页我们也可以获得收揽客户的机会。

5、利用身边的关系网：网店成员都印制名片，上面包括简单的网店信息、主营商品信息等内容。去校友网、qq空间留言，让你的亲友们没事去逛逛吧。

6、市场开发规划： 通过情感来绘制鞋子，这自然需要强有力的创意以及精湛的绘画艺术，我们的diy鞋子将与其结合，形成一套独具特色的盈利手段和营销模式。我们的商品，不跟着潮流，我们要青春，积极向上，我们要创造潮流，让潮流跟着我们走。

1、资源（供应商）风险

我们店本着提供最实惠、最新颖、最富感情的理念在做商品，但是由于各种原因，货品供应出现偏差，将会给网店的运行带来一定的风险。

2、进货的风险

①供应商发出的货出现质量问题，而无法进行退换

②进货人员工作失误

③采购预算不准，超出预测

④货物运送过程中不可预测的意外

3、市场不确定性风险

电子商务网站的大部分资金都用于商品的采购和库存，商品的需求量完全是根据订单来做的。在运营的过程中可能出现的不确定因素导致的风险。

4、研发风险

我们对客户的故事诠释出来的画作客户不喜欢，造成人力物力上的耽搁。使网店的运行速度减慢。

5、成本控制风险

主要从资金的投入，商品的成本分析，期间费用，商品的销售利润，以及负债等过程中产生。

6、资金链的风险

商品在短时间内销售量较少，而初期的投入长久没有收回。

7、竞争的风险

互补品或者市场追随者的加入降低市场份额。

8、交易安全的风险

网络的信息数据传输被窃取或者破坏；运输途中由于第三方物流的失误造成的损失。

9、政策风险

政府在应对各种经济状况下采取的决策，如：政府对网上交易实行税收等，也会降低店铺的收入。

10、财务风险

网店创办时产生的负债，在一段经营时间之后，网点是否有能力偿还。固定成本在销售收入中所占的比重是否合理，我们要做到最近结构的最优化，维持适当的负债水平，充分利用资金获取财务收益，提高网点的盈利能力。

11、管理风险

这里主要涉及人员的流失，对关键人员的依赖，以及员工的不忠诚。

12、关店风险

由于市场竞争过于激烈，网店缺乏管理，经营方式不当，市场不完全接受我们的产品等各因素导致网店关门大吉。

1、和供应商建立良好的合作关系，保证供应商方面不出现问题，即使供应商自身出现问题也会提前告知详情。

2、利用网店的优势或者地域时空的差价来获取足够的利润。

3、接到订单发货后，双方及时联系，并对货物实施时时监控。

4、通过向校园网、粉丝网站发帖，专业制作班服、吧服等。

5、建立良好的顾客关系，将顾客的肯定意见广为宣传。

6、利用网络定期向客户发送相关产品的介绍以及上架的新品。

7、不断探索，不断创新，不断改进。

1、对商品进行市场定价以及消费者心理定价，锁定目标消费群。

2、不断摸索，不断积累经验。

3、价值上的创新，用赚到的钱扩大项目或者开发新项目。

4、熟悉网络交易平台的规则。

5、销售技巧的把握和顾客关系维持，以及诚信经营。

1. shoeslove 图片

2、花有花语,鸟有鸟语,鞋子也有属于它的语言哦,作为主人的您想让它开口吗?

**网店的策划书3000字篇六**

创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程。

社会在发展，人类在进步，人们的追求更多的从物质层面上升到精神层面，对个人服饰、房屋摆设的要求也不仅仅限于便宜、耐用，而更多的关注它们是否大方、美观，对赠送的礼品也更加注重其内在含义，正所谓“礼轻情意重”。

然而，人们在服饰搭配、房屋摆设、礼品组合的选择方面往往捉襟见肘。他们每天关心的不再是吃什么、喝什么，而是穿什么、怎么穿，送什么，怎么送。

我们从这一现象中发现了市场，我们将以淘宝网店的形式，为人们提供服饰搭配、房屋摆设、礼品组合的各种创意，为人们的生活带来方便，增添色彩。

开办于20xx年9月15日。主营创意家居、饰品等新奇特东西。本着诚信的经营态度，想顾客之所想，以顾客的角度出发的经营理念。

1、行业分析

(1)市场调查

截至20xx年6月30日，中国网民总数为1。23亿人，与去年同期相比增加20xx万人;20xx年中国网购用户数仅为208万人，到20xx年中国网购用户数已高达1855万人，到20xx年中国网购市场用户将达到7400万人，交易额将可能达到1800亿元。

美国、德国等发达国家电子商务用户占网民比例已远超30%，而在中国，这个数字是40%。

20xx年中国约有15万人在网上全职或兼职经营网店，据估算，他们每月从中获利超过了20xx元，这一数字远高于20xx年中国城镇居民月均收入，收入水平最高的北京居民家庭平均每人月总收入才1878元。

(2)选择本行业的主要原因：

①成本少、风险低：与传统的店铺相比，网上开店不用租赁门面，不用缴

纳税金、水电费，只收取很少的商品上架费与交易费，有的甚至免费。而且按需进货，不用担心货物积压。人工成本低。

②经营方式灵活：网店不受传统的营业时间、营业地点的限制。经营者可以全职也可以兼职经营，不需要投入大量时间去看店。快捷，能节约时间成本。网络店铺能面向全球、24小时365天不间断营业，辅助以im工具、手机等通信方式和发达的物流配送体系。③消费群体广泛：因为网店是开在互联网上的，面向的是所有可能看到商品的网民或消费者，这个群体可以是全国的网民，乃至全球的网民。很多卖家有独特资源或渠道。比如卖品牌商品，很多人的朋友甚至自己就是专柜员工，以批发价、内部价拿到网上卖。

2、客户分析，目标市场

据调查，通过网络购买商品的人多具有以下特点：年轻、富裕、有理想、关心社会、注重自我、理性、善长追求新鲜事物、好胜、没有耐心等。他们大多是学生、公司白领、政府办公人员等，一项调查表明，中国在网上购物的网民一般网龄在2年以上，占总数的92。4%，其中，3～4年网龄的最多。

因此，本店的商品主要销售对象是学生和公司白领。

3、风险因素：与实体店经营不同，网店经营虽然也面临一些风险，但相对而言，风险要低的多。

(1)竞争者

有经营就有同行竞争，网店存在很大比例的重复货品销售问题，你卖我也可以卖，看谁竞争得过谁，且受信用高低的驱使影响，要接受顾客货比三家、淘汰优劣的选择考验。但由于投入小，不少网店如果经营一段时期毫无起色，还有个改换门面的灵活性，很快就又可以尝试经营另一新品。

(2)投入成本

既然投入了资金，那么就希望有所回报，但生意场上没有侥幸，所以就存在资金投入风险。但目前网店的经营税费、租金、管理费都较低，因此风险较低。

(3)淡旺季节

由于货品的季节转换、淡旺季之分等问题的存在，经营存在压货风险。但四通八达的网络却不受地域的限制，且网店的淡旺季并没有很大的差异，因为上网是随时随地的，并不受季节、节假日的影响。

(4)技术风险

①internet网络速率的风险;

②技术能力的限制;

③技术开发和商品化周期过长;

④国内外软件的竞争和冲击。

1、目标

(1)愿景：

让有空气的地方都充满我们的创意!

(2)使命：

用创意为生活增添色彩!

(3)价值观：

以最低的成本做出最好的效果。

(4)远期目标：

在淘宝上开拓属于我们自己的天地

2、发展计划

基于对经营环境、自身实力等方面的分析，我们制定出如下的阶段性发展计划：

第一阶段，在淘宝网上申请个人网店，开办创意商店。由于资金、影响力有限，管理经验不足，我们的创意商店首先在淘宝

网这个已经发展成熟的网上交易平台上开办，提供服饰搭配、房屋摆设、礼品组合的各种创意，并以组合的形式出售创意所需物品。

目标：壮大自己的创作队伍，不断创新，提供更多更好的创意;

与商家建立广泛的合作关系，互利共赢;

提供知名度，扩大影响力。

第二阶段，自立门户，开设独立网店。经过一段时间的经营后，随着管理经验的丰富，资金实力的增长和影响力的提高，我们将自建网站，开设独立网店。

目标：进一步提高知名度，扩大影响力。

3、经营战略

(1)总体战略

网店与顾客良好关系的出发点有以下两个方面：

①公平合理;

②完善的服务：顾客就是上帝;顾客就是效益。

(2)组织管理战略

①管理方面的主要要求是：团队要坚强;集中统一控制;用财务来衡量经营活动。

③组织原则：组织是可变的，不是永久不变的。以今天的组织来做今天的事是合适的，若以今天的组织去做明天的事，那就不一定合适了。要使组织机构与变化的环境条件相适应。世界上的事情变化很快，必须使自己的组织机构随时与之相适应。再一点，组织机构要服从战略的安排，一个网店的战略，决定它的组织机构，并且要及时。

**网店的策划书3000字篇七**

经济发展到一定的程度，为了追求更高的效率，社会的商业模式就会发生一些变革。人们的生活水平提高了，消费水平也跟着提高了，近年来随着网购市场的活跃，大批的网购商城快速发展，使中国的经济发展出现了一个新亮点，同时，也将网购企业之间的竞争升级到了网购平台的竞争，现在最火的网购网淘宝网大家肯定非常熟悉，想开一个淘宝店很简单，但想开一个人气高，生意好，点击率高的淘宝网店是十分困难的，在这个大小卖家竞争激烈的淘宝网存活下来就，就靠自己了。由于看中了淘宝网就业趋势。我也从买家升级到了卖家。

1、货

首先看是选择分销还是自己去到厂家直接拿货，我选择在厂家直接去提货，分销的产品都大同小异。还有一种办法就是如果有熟人是开实体店的，可以与他合作，拿他的衣服到网上卖，给他点利润。

在进货的时候，我们要把重心放在货的质量，价格。要考虑买家在网上买衣服的心态，想他们为什么在网上买，图方便，价格便宜，实惠。换位思考，如果我们是买家，肯定愿意买到质量好，价格实惠，款式多的宝贝。在进货时不仅要看货的价格，质量和衣服的样式也是很重要的。我们是一些小卖家，想吸引买家购买就一定要有吸引他们的宝贝，所以在选货物的时候自己就要看现在的流行趋势。

对于进多少货的问题，看现在是什么季节，还有就是自己店里的一些人气，先进一小部分看看效果。

2、拍照

对于拍照，拿到货物时，就要考虑拍照了。有好条件的那就不用说了，这一块就要交给摄影师，看产品是适合室内还是室外，室内拍的在室外拍的话就要找模特了，如果身边的亲戚朋友有合适的那当然好了，可以省去模特的钱，没有合适的就要自己花钱去请模特拍喽。预算的问题，看实际情况。

3、美工、文案

当摄影师拍好了图片，就是美工了，美工这一块如果自己熟悉，对这很了解，那就省去了请美工的钱了，因为后面花钱的地方很多，能省就省了。文案，就是宝贝描述这块拉，根据这个宝贝来写他的大小属性、尽量做到图文并茂，给买家看了就有想买的冲动，宝贝描述要做到能让买家看了三分钟外都没有想关的冲动，这就要靠文案的语言功底，能让买家看了你的店有种很专业的感觉。可以根据内页文案编写六招制胜法来编写

(1)、内页文案编写遵循符合商品营销的5大环节

1、引发兴趣环节

2、激发潜在的需求环节

3、营销环节

4、进一步激发顾客购买欲望环节

5、替客户做决定环节

(2)内页写作的15个逻辑关系

1、品牌介绍：在内页的首屏，一般介绍这个店铺是什么品牌

2、焦点图：当一个消费者点击你的商品进到店铺后，迅速吸引和抓住客户的眼球，明白这个商品是什么，商品的对象是谁

3、商品的目标客户：迅速告诉消费者这个商品的目标客户是谁，以及买这个商品的人是谁。

4、场景图：介绍这款商品用在什么场合，用在什么场景。

5、从场景图逐渐过渡到商品的细节图。增加信任。

6、做卖点设计、好处设计，即为什么要买这个商品

7、痛苦设计

8、为什么买你店铺的商品?同类型商品对比，价格、价值、功能、第三方评价。

9、第三方评价、购买记录

10、非使用价值设计

11、购买后感觉塑造，给客户一个百分百的购买理由

12、一定要给掏钱买单的人若干个购买理由

13、一定要发出购买号召，强调现在应立刻来店里购买

14、购物相关内容，比如邮费，怎么发货，怎么退换货，有哪些售后服务。

15、关联营销推荐

(3)以客户为中心的内页文案撰写

(4)文案中要注意产品使用价值和非使用价值并重

1、品牌的附加价值

2、文案形象和身份

3、跟职业相匹配

4、感觉，很多客户买东西就是一个感觉

5、面子

(5)文案写作既要写出商品给消费者带来的好处，更要挖出苦处

(6)成交一切是因为爱的营销理念

4、推广营销

不花钱方面

(1)先把自己的店铺进行装修，可以根据自己的喜好，风格，服装的类型来装修

(2)在聊天工具上进行宣传，阿里旺旺，qq、都可以进行免费的推广与宣传，只要报店铺的地址链接就可以了

(3)商品的借力宣传，可以借助品牌、名人的一些产品来宣传自己的物品(借商品品牌的力借商店品牌的力借品牌授权的力借淘宝商城的力)

(4)把自己的店铺向朋友、亲戚推荐，在叫他们帮忙宣传

花钱方面

(1)利用淘宝上的直通车

淘宝直通车是淘宝网为淘宝卖家量身定制的推广工具，是通过关键词竞价，按照点击付费，进行商品精准推广的服务为淘宝卖家量身定做的推广工具当买家搜索你设定的关键词，你的商品将第一时间出现在他眼前按获得的点击流量付费，小投入得到大流量，从而提高成交率

(2)前期店里可以搞一些促销，比如说买一件送物品，买两件包邮什么的，来吸引买家的眼球

中期店里利用直通车来推广，钻石展位，超级卖霸

后期进行一些活动，比如说，秒杀、全场包邮买二返回多少钱，打折满就送、一元拍

(3)在一些节假日时，高一些活动，11.11、五一、父亲节、母亲节，通过各种促销手段来提升店内的流量

5、客服、售后

(1)在线接待

在线接待的基本流程

1、问好

当买家向你询问时要注意自己的用词，要亲切，和善，如果语言太过僵硬，顾客也会不怎么满意，当顾客询问宝贝的详情的时候要有问必答，要有一定的流程，就算顾客最后决定不买也要有礼貌

2、提问

善于提问能够引导客户

3、分析

通过沟通分析客户的真正需求

遇到问题时应该安抚客户在解决问题前先分析问题

4、推荐

当顾客拿不定主意的时候，可以适当给一些推荐，推荐要适当的看顾客的喜好，所以在之前要了解顾客的喜好

5、谈判

成功的谈判将直接促成交易谈判中以退为进更易接受同时可以适时推进客单价

6、帮助

7、核实

8、告别

告别时要有礼貌，要给客户留下好的映像

(2)售后

当顾客在买过你店里的衣服时出现了问题要退货，你要及时的处理，要有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下毛病，物品的问题做出适当的调节，是退货还是协商，不要让顾客找到淘宝网来维权。

**网店的策划书3000字篇八**

随着社会的进步，时代在发展，科技也在进步，网络信息化也更加在完善，电子商务也随之发展起来，尤其是网络购物的发展。淘宝、京东商城、凡客诚品等一些优秀电子商务网站，也给人们创造了更多的价值，网上购物是互联网作为网民实用性工具的重要体现，随着中国整体网络购物环境的改善、网上支付和网上银行的快速发展，网络购物市场的增长趋势明显。据相关统计显示，我国网上购物发展迅速，网上购物用户在网民中的比例不断上升，网上购物发展前景十分广阔。

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，所以开网店并不是什么难事。近几年，淘宝、京东、拍拍等购物网站发展迅速，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。

1、网店宗旨

提供优质的服务，保障产品的品质，让顾客开心购物。

开网店，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。当下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、经营业务

由于网店刚刚起步，主要经营一些饮料、零食、服装以及书本资料等，主要服务于在校学生及周边居民。

3、投资方式

网店由四名舍友共同合资

4、网店目标

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、信息收集方式

（1）直接观察：我们通过在校园及周边小区的多次观察，对学生及居民的穿衣习惯进行分析。

（2）人员访问：直接通过访问，对他们的需求进行分析。

（3）问卷调查：把人们对商品的需求做成试卷，发给学生和小区居民让他们填写，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，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。这也是网上开店的优势所在。

2、市场分析

（1）市场潜量。衣食住行在每个人的生活中必不可少，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。目前在市场上的各种商品种类繁多，质量参差不齐，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，他们对商品的需求是时尚的、个性的。就服装而言，他们所能普遍接受的价格为200元——500元。

3、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、化妆品和饰品等。

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，全部工作由和本人舍友即可完成。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

（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

第一，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；

第二，每年的各种节日期间，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；

第三，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。

批发市场进货、厂家直接进货、批发商处进货

七、营销预测与分析

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四种方式

在网店经营过程中，有些商品会出现囤积现象，进而会出现商品变质问题等，这都将影响商品的销售，对营业额造成影响，造成重大损失。因此，在进货时，要与商家协商，再出现商品囤积现象时能够退货胡饿着换货。

根据造成商品退货可能的各种理由，我们都提供退货服务。如果要退货，顾

客可以选择退货理由，并且可以写下对商品的评价，我们会对能的要求提供退货服务。若商品出现质量问题而要求退货时，我们会严格按照商品的“三包”规定，为顾客退换货，以保证自己的信誉；

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3000元，由四人分担。

2、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15000即可，由四人均摊。

3、其他成本

电脑、数码相机：无须再买，0元

网费：56元/月；

淘宝增值服务和营销工具软件：80元/月

**网店的策划书3000字篇九**

21世纪已经进入了电子商务时代，是社会发展的必然，我们将别无选择地生活在电子商务时代。网上购物在01年开始进军中国市场，每年它都在不断地发展，市场越来越被看好。现在越来越多的人开始选择在网上购物，因为它方便、快捷。购物的范围也越来越广。在网上的只有想不到的商品，没有买不到的商品。身在快速发展的中国，我们不能再错失良机，我们要借助电子商务发展带来的商机去实现我们的淘金梦。

1.店铺的经营范围：

经营方式：网上经营

产品概述：主要是水晶饰品，另外还有一些礼品和小摆饰和一些水晶饰品手机挂件之类的商品。

2.网店经营宗旨及目标：

本店是依靠淘宝网来建立自己的门户小店的，支付宝的交易模式。我们团队非常注重信用，我们的目标是成为淘宝网中信用最好的小店。

宗旨：诚信经营、服务客户！提供最好、价格最优的产品以及最优质的服务。

目标：我们追求的目标是价格更低、品种更全、服务更好。杜绝

假冒伪劣商品，确保商品质量。）

3、简介（包括网店名称、域名及业务范围）

店名：晶彩饰品店

业务范围：各类水晶小饰品及小礼物

本店将提供企业介绍，产品的种类、数量并提供详细参考资料，以图片和视频等方式展示产品，同时提供在线订购服务、24小时留言管理服务，保证每一个订单和咨询都能得到妥善解决。bbs提供广大爱好者的交流平台和技术支持服务

网店管理（包括管理思想、管理队伍及管理决策）

①管理思想：以客户至上为原则，我们的一切行动和服务都是为了客户能得到满意的商品，以这个原则对产品质量等一系列问题进行严格管理，保证客户的利益。

②管理队伍：主要合伙人为管理阶层，每个人都秉承着管理思想的原则，并以实际行动推动企业发展。

③管理决策：以管理思想为导向制定管理决策，以相关规定来保证出厂的每条鱼都是健康状态。如果是外送，同样要保证运输途中的安全。

4、组织与协作（包括组织结构、协作及对外关系）

1、市场概述：随着社会经济的不断发展，现代社会的消费观念正在从基础的物质消费向精神消费转化，于是崇尚人性和时尚，不断地塑造个性和魅力，对美和时尚的追求，就已成为人们在新

时期是消费观念。饰品正好满足这一种对美的需求保障，中国的饰品发展正处于一个稳定快速发展的阶段，未来的几年内，随着国民经济的持续快速发展及人们物质文化生活水平的不断提高，饰品行业的消费在未来的消费会有很大的市场。我店经营的水晶饰在未来必定会有很大的发展空间。

2、目标市场：水晶饰品的目标市场不限于某些方面，广泛适用于各种人群，但我们的店铺主要做的是年轻人的市场。

3、市场机会及环境（宏观环境、微观环境）我所选择销售的商品在网上的同类竞争者比较多，但我有信心做得更好

4、顾客的购买准则

按时付款，交易后为我们的服务进行评价，如果买到的货物不符，我们将保证如约收货退款

为了提升自己店铺的人气，在开店初期，应适当地进行宣传和推广，单单只限于网络上的是不够的，要在网上网下多种渠道一起推广。

网上：在店的初期会利淘宝网站在流量大的页面上的“热门商品推荐”的位置来吸引顾客的眼球。也会利用不花钱的广告，比如与其它一些店铺交换链接，还有在淘宝社区上多看看其他店铺的博客在上面多多留言和加店铺的链接，引起潜在顾客的注意。在各大比较有影响力的论坛上灌水引起注意，这样做有点不道德，但也是无奈之举。通过qq、淘宝旺旺来宣传和推广。

网下：主要是身边的朋友同学的口口相传。效应也不容忽视。我们团队会利用一切能用的方式去宣传自己的店铺，建立自己的品牌。相信【晶彩】在通过我们的努力一定会成功的。

在淘宝网上面有很多的店家都在做饰品，有些店铺做得很好，而且店面装修做得也不错，挺吸引人的。对于刚刚起步的我们来说是挑战同时也是我们向往的目标。刚入行我们团队会花一些时间去了解市场潜在的一些规则，这对我们来说非常重要。最大的荣誉来自最大的风险,我们团队敢于挑战而且有信心超越他们。同时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，突出我店铺中饰品的风格，永远保持在时尚的前沿，引领潮流。除此之外，还要注重我店铺的诚信度，金碑，银碑，都不如群众的口碑，做好这些，我店铺定能无坚不摧。

我们会遵守淘宝网上的协议来做好一个合格守信用的店主。产品服务：我们向顾客保证我们的所提供的商品都是货真价实的。

进货：从我们自己熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。对于成本较高的成品可以首先把商品的图片放上网店上，等到有人要货的时候再去进货，这样就不用积压高成本的商品，降低风险。

产品上价：我们团队会把每一件商品的名称、产地、性质、外观、数量、交易方式和交易时限等信息填写在网上，还搭配一些图片。名称应尽量全面，突出产品的优点。商品上价的时间我们会分在三个时间段，这三个时间段是浏览量最高的时候，所以交易的机率也是最大的时候。

售中服务：顾客在决定是否购买的时候，很可能需要很多你没有提供的信息，他们会随时在网上提出产品的一些情况，我们会及时并耐心地回复。

交易：可以用淘宝网上的交易方式进行交易，有可以用其他的一些方式进行交易，无论用哪种我们都会把信用放在第一位。一旦交易成功，我们会尽快通过双方约好的途径为对方服务，以免对方怀疑你的信用。

投诉：信用是网上交易最重要的因素，为了共同建设信用环境，如果对方投诉，应尽快处理，以免为自己的信用留下污点。

售后服务：完善周到的售后服务是生意保持经久不衰的前提，与客户保持联系，做好客户的管理工作。

1、产品策略（包括产品定位、质量和服务及产品策略的调整）小饰品对于同学来说，平常经常接触，对于时尚的男女来说，更是一种对于美，对于时尚的追求，各种特色饰品，也是张扬个性，突出自我，完善个性不可缺少的，所以，我店铺经营饰品是有很

大发展空间的。

2、价格策略（包括定价目标、定价导向及价格调整等方面）

(1)成本分析我的成本分为三部分：

①进货成本60%用于进货

②流动资本30%用于货物的发送及其他用途

③其他资本10%作为固定资金，以备应急

(2)收入分析

①每笔收入的10%归入其他资本

②10%归入流动资本

③剩下的资本用于进货

计划成本在店铺运行初期，实行小规模经营，到投入资本收回，再扩大经营范围。

3、渠道策略（包括商品来源、销售渠道及销售步骤等方面）从我自己熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。对于成本较高的成品可以首先把商品的图片放上网店上，等到有人要货的时候再去进货，这样就不用积压高成本的商品，降低风险。

4、促销策略（包括人员推销、广告宣传及网上促销等方式）我认为对于每个喜欢追求时尚和张显个性的时尚潮人来说，没多做不到的，就看想不想做，所以，只要我店铺的饰品足够时尚和

有特色，就能吸引更多的潮人光临。只要他们喜欢，就不会去计较价格，为了时尚。

1.压货。进货了但是卖不出去，现在网店太多，商品太多，只要你的货源没有优势，很可能出现压货的，这点比实体店风险还大。

2.快递。快递过程中的损坏或者或快递投递人员私自拿你的个别物品。

3.售后。遇到需要退还的买家，在实体店你不给退的话一般人也没什么办法怎么着你，可以在网店上，一个差评有可能让你失去上千买家...

我会在货源方面尽量压低成本。在各社区论坛宣传自己，建立自己的良好信用形象。让顾客更多的了解我们、信任我们。另外有能力的话，建立自己的独立网站，在各大论坛上推广。

**网店的策划书3000字篇十**

如今，我们对“礼物”这个名词已不再陌生，然而，普普通通的礼物是不能满足消费者的需求的。越来越多的年轻人开始讲究送礼的方式和送出的礼品是否让他人喜出望外。基于此趋势，我们决定成立\"惊喜点儿\"网店，以“给我们您的需要，还您一个满意的惊喜”为经营理念，为顾客策划令人惊喜的活动。客户可以从我们的网店直接购买模块惊喜，也可以定制惊喜。该网店后台管理设有总经理和五个事务部门。网店成立初期采用直线制的组织结构，中期采用直线型组织机构。该网店以顾客满意为核心，新颖创新为灵魂。

2.1产业背景

如今随着经济的飞速发展，人本的生活水平不断提高，但随之而来的还有快节奏的生活方式和工作生活上的巨大压力，静下心来的时候是不是想去好好的品味一下生活？这时你是不是发现还欠一个对父母的承诺已久的慰藉；还欠朋友一个意外的惊喜；还欠另一半一个久违的感动；还欠对自己生活上的绚烂的一笔……不用花费你多少的时间，只要你有心，我们都会帮你实现，让你的生活丰富多彩，惊喜连连！

2.2 网店优势

本网店与其他点子公司和其他惊喜店相比具有很多优势，首先，我们的网店买的是服务——提供制造惊喜的方案，可以购买模块惊喜，也可以根据顾客的要求和特点量身定制，而且我们的惊喜不是局限于给他人送惊喜，可以是给自己送惊喜；不是局限于礼物，更重要的是呈现礼物的方式和要表达的情感。其次，针对本学校的师生，我们还能负责实施，为不知道如何去实施或者很难抽出时间去做但又很想去创造一个惊喜和感动的朋友们提供了很大方便，随着本网店的逐渐成熟，我们实施所面向的人群以后也将会从本学校转向全国甚至全世界的顾客。最后，本网店提供的服务很个性，对年轻人很有吸引力，定价低廉，符合大众购买力。

2.3同类网店的现状及趋势

经过大量的调查，在国内并未发现相同的网店或网店，稍有类似的就是一些创意礼品和惊喜低价的商品的店铺，现在处于平稳阶段，并无很强烈的发展态势。

我们的店铺可以说是国内首创，而且现在服务行业越来越受到重视，我们提供的是个性服务，因此有很大的市场潜力。虽然初期会投入大量的精力和财力，但随着技术和管理的逐渐成熟，我们相信这个产业会很快的发展起来并得到很多企业的关注，发展趋势很是乐观。

2.3经营战略

①短期战略：从身边的亲朋好友搜集需要的点子和创意，通过网络向浏览者征集好的点子，积极扩大宣传，尽快打出网店的名气。（惊喜实施服务仅限制在本校师生，但除此之外面向的是全国的顾客。）

②中期战略：随着管理能力的不断增强，优化模式，使服务更加便利，增加功能和模块，比如，从提供惊喜服务延伸到提供其他类别的服务，发展“惊喜点”网店的姐妹网店“孝顺点儿”，替那些忙碌的人们送去他们对父母的关爱。

③长期战略：本网店的实施站点扩大至全国范围，全国的顾客只要有需要就可以得到我们的服务，此时网店已经有相当的名气，开始通过为其他商家做广告来盈利。

3.1项目内容

我们的网店是一个服务的平台，销售的是智力和体力服务。同样是开店，但我们卖的是惊喜，这其中可以包含惊讶，感动，温馨，浪漫……只要你想要惊喜，我们团队都会尽力帮你去实现。我们的网店有三种方式可供选择，分别是提供实施惊喜的方案、提供惊喜方案和方案中所需物品、提供惊喜的方案和所需物品在加上方案实施，但第三种暂时只面向燕山大学本校范围。

若采取第一种方式，我们会根据顾客的要求提供所需的服务并收取相应的费用；若采取第二种方式，除了需要为方案付费外还需要支付所需物品的费用，这些物品我们会负责联系卖家并邮寄到顾客手上，无需顾客自己去亲自采购；第三种方式因为我们的团队要负责去实施，多了一项人力成本，所以费用就更高一些，具体价钱根据具体情况而定。

3.2技术方案

网店申请：上淘宝申请网店

网页设计：根据所需要的内容设计相应的网页样式

图片处理：利用各种图片处理软件对相应的图片进行处理

视频制作：利用视频软件制作所需的视频

flash制作：发布一些flash动画，扩大知名度。

安全技术：防火墙技术、加密技术

4.1网店性质

c2c模式

4.2组织结构图

网店初期采用直线制组织架构（图4-1）；中期采用直线职能型组织结构（图4-2）。

图4-1 直线制组织架构图

图4-2 直线职能型组织结构图

4.3部门及职位职责

总经理：负责公司日常事务的运作管理，协调部门关系，需要定期向上层汇报工作情况。

法律顾问：解决网店在经营管理所遇到的法律问题。

客服中心：负责网店日常经营服务，调配相关人员工作。

人力资源部：负责网店人员分工安排

信息部：负责收集市场信息

市场策划部：负责产品的广告，促销，营销计划的制定及实施。制定网店活动扩展计划。

培训部：负责相关技术人员招收、培训等。

财务部：负责网店日常经济业务核算，决策。

客户服务部：负责接待客户、处理客户意见，反馈客户信息

4.4网店职位安排

网店实行定员制和临时招聘制相结合的方式，网店固定总职工人数35人，临时招募人员不进行定员安排，由人事部对每年业绩进行预测和评估。

★中级管理层

部门经理五名，发展后期增至六名，总经理一名。

★员工层（只对发展初期进行预测）

表4-1 员工一览表

5.1宏观环境分析

1、网店法律环境分析

我国的电子商务立法现状：《中华人民共和国合同法》已于20xx年3月15日由全国人大通过，并将在10月1日开始实施，它首次明确了电子合同的合法地位，为我国电子商务的发展奠定了法律基础。《电子签名法》的出台是我国电子商务发展的里程碑，它的颁布和实施必将扫除电子签名在电子商务、电子政务和其他领域中应用的法律障碍，极大地改善我国电子签名应用的法制环境，从而大力推动我国信息化的发展。

2、经济环境分析：

从整体来看，我国的gdp一直在保持高速增长，我国居民的消费价格指数（cpi）也在增长，并且就业率的不断增加及消费者支出的支出也在逐年增长等趋势都是有利于“惊喜点”网店的建立的。

3、科学技术分析

我们会建立安全的规章制度来加强我们的安全管理，构建网络安全保障体系和信息安全保证体系来增强顾客的安全使用。网店的建立还需要专门的技术及网店的维护等技术。

5.2微观环境分析：

5.2.1波特五力分析及应对策略：

1)现有竞争者的分析

在商品行业中有很多竞争者，各种商品琳琅满目，市场细分已经很全面。如果进入商品市场会有很多竞争者，而且需要大量的资金支持，面临的风险很大。正基于次，我们避开了直接卖礼品转向卖惊喜服务这一营销模式，避实就虚，打开新的市场，减少企业间的竞争，还可以根据客户需求，定制服务，满客户追求个性的心理需求。目前，我国没有类似的服务，所以我们有很大的市场可以开拓，并且先占领市场，培养客户忠诚度。而且卖惊喜需要脑力劳动，投入的资本小，需要的资金不用特别多。当发展到一定程度后，在提供全方位的实施服务。

2）新进入者的分析：服务行业的进入门槛低，需要成本低，所以如果此网店成功，会有很多模仿者。但后来者要迅速占领市场很难，所以我们店要再进入者还没有进入市场前，先占领市场，培养客户的忠诚度，不断的优化服务，创新产品，增加网店的功能，吸引新老顾客，并进一步强化与规模无关的成本优势。

3）替代品威胁

我们店里卖的是惊喜方案，这种方案在不断的变化中，只要我们有好点子，我们的产品就具有优势。我们店里的定制惊喜因消费者不同而不同，实现了产品差异化，所以替代品的威胁在方案的好与坏，在于消费者对本店的喜爱程度，在于竞争者的创新能力及其价格高低。提高现有服务的吸引力和创新力是我们应对该威胁最有效措施，及合作和多元化也是我们网店发展到一定阶段要实施的策略。

4）供应商的威胁

我们主要是向顾客提供惊喜服务，为了让服务更周到，如果客户需要我们提供礼品等物质，这些物资需要也供应商联系。供应商的物品的质量和价位直接影响到我们的服务价位和质量。对此，我们可以采取与供应商合作，做供应商的代理，收取卖服务的提成，但一定要寻找合适的供应商。

5）消费者的威胁

顾客期望花最少的钱来或得最满意的点子及服务。对此威胁，我们会推出购买我产品的重要性和个性化，也会适当的给消费者一些优惠来满足顾客”占便宜“的心理需求。

5.2.3经营环境分析

1.市场分析：

1.）目前状况：在美国有一家由创业者:塔尼娅·露娜(tania luna)、卡特·杜迪

娜(kat dudina)、马雅·吉尔伯特(maya gilbert)创立surprise industries。该纽约公司可为个人及公司策划一些令人惊喜的活动。杂技课程、私人品酒会,以及僵尸化妆舞会等让人眼花缭乱的项目,这家公司都可以为客户量身定做。但目前中国只有一些卖个性礼品的网店，如礼乐网等，没有卖惊喜点子的网店。

2.）需求预测及发展趋势：生活中,谁不盼望着一些奇迹的发生?谁不希望给自己心爱的ta或身边的亲朋好友制造惊喜？但现在越来越多人被工作绊住了手脚，拼命于工作中。没有时间或精力来筹划这个惊喜，也有很大一部分顾客，有送礼物的心思，但不知选什么样地与众不同的礼物去感动ta,给ta带来快乐和惊喜。

2.网店后台服务：

我们设有24小时客服，采取8小时工作制，即三班倒的体制。客服人员会秉承“用心、细心、耐心”的三心原则为顾客答题和交流。客服后我们会自动弹出对此次服务态度、时长是否满意等项目的打分，并对每月、季度、年评分最高的客服人员进行奖励，时刻警醒客服人员以饱满的热情投入到工作中去。我们还设有专门投诉区以便及时解决顾客与我们之间不愉快的合作，提高该网店的信誉。

6.1产品与服务

1）产品

产品描述：本网店销售的是服务，为消费者提供制造惊喜方案的服务。通过这种定制服务，将快乐以惊喜的方式带给顾客。可以将惊喜送给自己、朋友、心上人、亲人、老师、同学；可以送生日惊喜、节日惊喜、表白惊喜、求婚惊喜等，各种惊喜，只要您想要，我们就满足您的需求。

目标人群：面向所有人，以年轻人为主体

服务分类：①模块惊喜：将惊喜分为不同的种类，每一个种类中包含若干固定的模块惊喜，不需要客服，根据描述顾客直接点击购买就可以。

购买流程：客户选择→客户购买→给出惊喜方案（如不满意需要再次交费购买惊喜方案，不可退款）

②定制惊喜：分为超辣惊喜、麻辣惊喜、微辣惊喜、点点惊喜四个等级。这四个等级的惊喜方案复杂程度依次降低，顾客可以根据需求选择。

购买流程：客户选择等级→客户购买→顾客向客服提出要求→客服给出顾客方案→顾客不满意要求→客服改方案(方案最多更改3次，不能退款)→服务结束

③应急惊喜：突来情况，送个惊喜来解围，此时点击应急惊喜吧，根据您的需求我们以最快的速度制定出可以马上实施的方案，为您解围。

购买流程：客户选择→客户购买→顾客向客服提出要求→客服给出顾客方案→顾客不满意要求→客服改方案(方案最多更改3次，不能退款)→服务结束

2）产品组合

产品组合分为三种方式，如下

1.只提供制造惊喜的方案

2.不仅提供方案，还提供方案中的物资。物资费用不包含在点子的费用中，需要另付费。

3.提供2中的服务，同时要提供方案实施的全过程的准备工作。人力费用另收，根据方案的复杂程度收费。

方案中使用的礼物的种类：1.实物礼品，如，创意杯子

2.电子化礼品，如flash 、视频、图片等

6.2品牌策略

网店要传达青春、爱心、关怀、时尚等主题。将这种理念融入到产品和产品宣传中，让人们在情感上认同本店提供的服务。设计一个本网店的形象代言人——卡通人物，其效果类似与讯腾qq。当浏览者看到那个卡通人物就联想到本店。

6.2定价策略

①低定价策略：选择模块惊喜后，顾客根据自己的需求在既定分类中选择购买。每个惊喜一元钱，以低价吸引消费者，以好奇心吸引消费者尝试。

②定制策略：顾客选择不同价位的惊喜，根据惊喜的程度，为顾客定制惊喜，满足其需求。应急惊喜50元、超辣惊喜30元、麻辣惊喜20元、微辣惊喜10元、点点惊喜5元。

6.3渠道策略

在淘宝网上建立一个店铺，利用淘宝的知名度和高访问量，提升本店的知名。在淘宝网上有提供服务的区域，如网上钟点工，但是买惊喜的网店没有。

6.4推广策略

1在百度上注册本网店：有关键字为“惊喜网”，采用普通型注册

2交换链接：惊喜的策划书中有可能使用到礼品，所以可以和礼品店友情链接。也可以和婚恋网友情链接。我们为情侣们提供送惊喜的方案，给他们的爱情增添浪漫。婚恋网中的会员可以免费享用一个惊喜。

3.病毒式营销：通过qq、人人网、贴吧、微博、、大学生精英论坛、邮箱等工具，利用自己的人脉，以人们乐意接受的方式推广此网店，不要让人感到厌烦。最好达到自愿转发的效果。比如，制作一系类可以在聊天工具中使用的惊喜表情（可爱，萌，雷人），在图片中植入本店的名称或网址。

4.视频投放：①在自己的网店里放一个很感人的送人惊喜的视频，让人感动，让人印象深刻。再放一个很青春活力有创意的送人惊喜的视频，让人心动。

②在各大视频网店上上传上述视频，同时发布大量的以店里形象卡通为主角的视频，视频内容可以是搞笑的或是给人惊喜的，但要传达出青春、活力、爱心、关怀、时尚主题。在视频上标出本网店的地址或店名。或者把视频的内容拍摄成本店经营中遇到的困难和快乐（以幽默的方式表达出来）

5.校园推广：本网店的主力消费人群是青年大学生。他们追求时尚，对新事物的接受能力强，并且本产品提供的服务在大学生中是有市场需求的。打开大学市场很重要。在情人节那天送惊喜，大学生提前报名，将本网店的网址或视频转发同学就可以得到参与抽奖的机会，每个学校抽出一个幸运者，送出的惊喜一定要浪漫，能有吸引人群，这也是一种间接的宣传本网店的机会。

6公益事件：给特殊人群送惊喜献爱心，引起社会媒体的注意。

7.会员：每一个注册成本网店的会员就可以得到一个免费惊喜。

8.制造事件：拍摄一个难以区分是惊喜还是惊吓的视频，引起大家争议起到宣传的效果。

6.5方案收集方法

①在网页中设立一个招聘惊喜师的模块。任何人都可以申请加入成为惊喜师。当惊喜师要任务时，我们给予任务，惊喜师在一定时间内按要求完成任务，便可以得到工资（工资的多少根据其方案的出色程度有上下浮动），如果达不到要求则无法得到工资。惊喜师分为不同等级，工资越高等级越高，等级达到一定程度就可以成为我们的惊喜大师，如果愿意可以成为我们网店的一名员工。

备注：这个招聘惊喜师的模块可以收集各色个样的惊喜，集思广益，为我们的惊喜方案储备原始资料，同时，可以成为我们分析人们对惊喜认识度的研究提供资料。此外，这个模块增加了互动性和趣味性，不想买惊喜的人，可以卖惊喜，即得到了工资，自我价值又得到了肯定。

②店内聘请固定员工制定惊喜方案。

7.1公司出资情况

本网店的建立主要是通过满足客户在繁忙的工作之余或没有新颖的想法之余通过销售新颖的点子来满足顾客需求并进行盈利的一种服务。销售的是想法是思路，卖的是智慧，使用一些技术将服务卖给顾客，因此不需要过多的资本，但拥有一定的资本金也是必须的。所以出资的形式可以是资金，可以是技术，也可以是点子。

7.2筹资计划说明

1融资（1）拉赞助商

（2）自身承担一部分

2筹资贷款

8.1成本费用

1工人工资（客服人员、提供方案的人、实施方案的人、惊喜师等）

2宣传费用（制作视频、设计网店卡通人物、设计flash等）

3网店推广的费用（百度注册排名使用的费用、在校园做活动的费用等）

4网店的维护费用

5网店中需要制服的技术费用

6产生的推广费及宣传费及市场调研费用等。

7本网店在进行实地操作时，产生的场地布置等费用

8.2盈利模式

1.买方案

2.买方案中使用的物品

3实施方案的费用

3.广告收入

9.1市场机遇（市场分析中提及部分）

9.11政策支持

国家对于网络的发展采取扶植的政策，例如20xx-12-13新闻发布，下一代互联网明年投入商用投资规模可达20xx亿，目前，包括三大运营商，华为、中兴等电信设备制造商，以及腾讯、淘宝网等互联网公司，都已经完成了前期的测试工作，明年将悉数投入正式商用进程中。随着下一代互联网明年正式商用，与之相关的投资新机会将率先开启。申银万国研报认为，下一代互联网的商用涉及运营商基础网络、业务平台以及终端的全面改造。因此，数据通信设备供应商、服务器提供商、业务平台及it支撑系统供应商都将因此受益。而本网店纯属服务器提供商，必会从中获利

9.12消费者支持

生活中,谁不盼望着一些奇迹的发生?谁不希望给自己心爱的ta或身边的亲朋好友制造惊喜？但现在越来越多人被工作绊住了手脚，拼命于工作中。没有时间或精力来筹划这个惊喜，也有很大一部分顾客，有送礼物的心思，但不知选什么样地与众不同的礼物去感动ta,给ta带来快乐和惊喜。人们肯定热衷于一种服务来满足他们的需求。

9.2关键风险

1、市场风险

（1）由于本行业属于市场的一个缺口，利用网络技术向传统商品市场传播想法这一服务形式尚未得到社会各界的普遍认同。首先进入市场者必须承担开发市场的投入。（初期）

（2）大量实力雄厚的机构乃至上市公司纷纷投资于网络市场，当人们发现这一行业的潜力之后必定会有更多新企业的产生，业内竞争将激烈异常。因此，竞争风险有可能会给公司带来致命的威胁。（中期）

2、经营风险

①行业周期风险:每个行业都要经历一个由成长到衰退的发展演变过程。一般地，行业的生命周期可分为四个阶段，即幼稚期、成长期、成熟期和衰退期。网络业具有较大的不确定，更加剧了这种风险的程度.

②产品周期风险：开发/介绍/成长/成熟/衰退期中主要是产品开发期和成长期的风险。根据公司产品----点子，公司当前的主要经营活动是建立起具有解决人们实际需求的点子，属于新产品的市场开发行为，因此有开发失败的可能。（开发期）此外让人们普遍接受你的点子，增加营业利润，更是成长期面临的另一个风险（成长期）

③经营生产费用上升的风险：企业经营生产费用主要涉及企业运营费用，其上升有可能降低利润。

④技术安全性风险：本网店是利用互联网这一新兴技术开展业务活动的，而互联网上众多黑客的存在对资金支付系统的安全构成了威胁。因此，当系统受到攻击时，有可能造成重大损失。

以上所述对本网店的生产经营产生一定影响。

9.3风险对策

针对上述风险因素，本公司将采取积极、有效的措施，最大限度地降低风险程度。

1、经营风险对策：针对行业周期风险，采取试制一种产品（交易平台）的方式进行分期投入，本网店主要销售的是想法。针对产品周期风险，尽快建立起安全的交易系统，占领该行业的交易市场及信息情报市场。针对产品单一风险，充分利用公司的技术在开发新颖的点子同时，搞好技术服务，例如本网店经营时增加了礼品销售这一项目等其它辅助性业务。针对费用上升风险，企业会加强核算，控制成本。针对安全性风险，技术部会紧密跟踪网络安全技术的发展，及时配置安全手段。

2、市场风险对策：针对开发市场风险，本网店将一如既往加强相关工作的管理力度，加大宣传力度，扩大社会影响，以降低开发市场的投入。针对市场竞争风险，本企业将在行业的经济情报的独占上下功夫。

3、政策风险对策：针对政策风险，将加强与同业的联系，加强本行业服务社会服务国家服务民族的意识，以减少政策对本行业的约束和社会对行业的指责。针对项目投资风险，在本次募集资金到位后，本企业将抽调具有合格素质的人才各司其职。

**网店的策划书3000字篇十一**

随着网络的不断发展，方便、快捷、实惠的购买方式使得足不出户就能买到称心如意的东西，这种方式正慢慢地推广开来。然而在服装行业尤其是“女装”发展较快；今天在网上存在着成千上万种款式为买家提供了不同程度的满足，加上大部分买家都是中上层收入者或者学生，其较多的时间是上班或学习同时在这一部分人群中绝大部分都熟悉网购的流程这就对于网店创业来说就有了顾客那么也就有了市场。

1、网店名称：普罗旺斯女装店

2、经营模式：个人零售

3、主营商品：普罗旺斯女装以连衣裙为主打商品。

4、商品特点：普罗旺斯服装以“时尚”、“高贵”、“休闲”等品种迎对广大买家，我们店坚持让大家进的舒心，看的放心，买的安心；我店品种丰富，样式齐全有利于满足广大女士对个性美的追求！

女性更加追求完美与时尚个性。从中实现自身年轻与美丽。拥有活力的气质，我们店锁定这一特点。定位女性为我们店服务对象。其中以18—40之间上班白领簇和学生。

目前，不管是现实市场还是网上市场，服装已充实了整个市场，面对其它行业的服装存在的竞争是显然易见的，对于新手网店要，一：信用不足；二：网店的影响力不够，品牌定位过高中低档，适合不同的消费人群价，唯一只要以底价吸引顾客，因为摩村是直接从厂家取货，价格可低于专卖店一半以上，基本是在百元左右。

1、宏观与微观：今天的女性尤其是18—35之间的女性，存在很大的追风现象，目前不管是那个城市都进驻韩版服装，这种非正式具有很个性美的服装深受广大女性的喜爱，担这种服装在任何一个专卖店的价格都是相对贵的，对于上班和学习不能经常上街的女性来说，更多不需要花这个心思买那么贵的衣服，那么这对于网上韩版服装就会拥有一定的市场，同时，在这方面不需要更多的中间费用。价格更底。而在网上价格则采用其它网店风格服装相对底价格，目前信用达到钻以上的网店其服装价格都是相对高的，对于我们这些网店信用较底的新手来说只要把握这一点，一定会得到顾客的认可。

2、竞争对手：就目前的形势看每天就有一千个卖家在淘宝上注册网店，其中服装这个行业更是以惊人的速度在增加。对于我们因为是新手级别是比较低的，然而绝大部分的服装网店都有钻以上的级别，因此我们存在的竞争是蛮多的；但由于我们是以加盟摩村网店服务，快速的把网店渡过了新手期，同时对我们网店而言因为是新手各方面的装修管理还有很多不完美更多的需要关注做的比较高级的网店其店铺装修的风格和特点，加盟摩村！摩村管家专业级的管理，您的店铺才会更加出色

3、风险预测：优势：我们货源是由厂家直接提供的，（）货源比较充足。由于我们专注于一个固定的商家为买家提供充足的货源让买家能在第一时间拍下宝贝能在最短的时间内受到货、

劣势：由于现在网店是新手信用级别比较低，对于很多的买家而言他们更多的在信用级别更高的店铺购物这对服装的销售也就大打折扣了。同时我们的服装并非是品牌影响力不足同时网店经营的力度不够，因为是兼职卖家投入也就很少而且网店里创新的元素不多这对很好吸引买家的注意是非常难的。

存在的威胁：对于我们这些新手很多不怀好意的买家就会抓着我们新手不懂就故意玩弄我们，他们会以欺骗的手段或者拿投诉来威胁来敲诈或者给个差评这对于刚起手的网店的级别的提升存在着不同程度的威胁！

1、商品策略：每天保证有商品上架不断地与上家保持联系准确地了解有关商品的描述；选择上网次数最多的时间上架宝贝最合适在10：00—14：0019：00—23：30这两个时间段。系统做好各种服装的分类处理好服装的摆设，把新上架的商品放在店铺的最前面同时要以独特的方式出现在顾客的眼前。每一件商品的图片都必须经过ps处理要以最清析的像素留给顾客，并且在促销区上传多件服装作为店里最近比较热卖的商品。

2、价格策略：从淘宝上搜索店铺内3到5件在其它网店类似商品的价格然后取最低的价格作为摆在淘宝上的价格下一步就相对地提高运费以此来吸引买家的注意和点击率。上传1到3件宝贝作为拍卖的商品规定一个适当的价格，运费由卖家出。随着更多的人涉及网络这种消费也算是一种享受那么价格方面还得参上高低价相融。

3、促销策略：实行限时购买策略，对一些与淘宝上比较热卖的类似商品规定一个短促的时间给买家来一个先斩后奏。为了更好的刺激买家购买对购买2件服装的买家付费方面可少付5元（不规定是同一件服装）并且再每增加一件减1元。

（1）店铺装修

1、店标要凸显个性与时尚，紧密结合服装的特色。

2、促销区实现每月更新，各种公告、活动的阐述、图片的设置要有吸引力。

3、宝贝名称以宝贝的为中心通俗且易记。

（2）物流管理

主要以申通快递、ems特快、圆通和中通为主，不推荐有平邮。由于第三方快递公司原因造成延误，实属正常，可让收件方与当地快递公司联系督促，当地快递公司联系电话可查询快递公司网站。

（3）顾客管理

1、诚信的对待每一位顾客，细心的了解顾客的对每一件商品需求的特性从中分析这一类服装热卖度。对于有两次以上的买家把他列为店内的忠实顾客以后其再买则实行9折优惠。

2、对每一笔交易的顾客尽可能的加其为好友，主动与其沟通巩固老买家利用他们去寻找新买家！

3、利用好旺旺聊天系统在完成每一笔交易后尽可能地询问顾客听取他们的看法和意见。

（4）宝贝管理

对上架到淘宝上的宝贝的图片要通过ps处理以独特的个性抓住顾客的眼球。店铺内不宜上传过多的宝贝，每天都保证有新的商品上架同时也下架一些点击率不高的商品；处理好各种服装的分类，做好服装各方面的描述！

（5）售后服务

如出现质量问题务必在2天内联系我们提供照片以此为依据，确定质量问题属实后给予调换同款，邮费全由我们承担。不管是任何一个卖家都不可能令买家100%的满意，每个产品肯定存在一定的瑕疵率，我们始终在尽力降低这个瑕疵率。我们真诚跟每一个买家做交易同时也希望尊敬的顾客能尊重我们不要刻意地捉弄我们。

以下不属于质量问题：好透明，，有线头，不合身，有色差，轻微的脏污，穿着不舒服，细节有差异，没有图片中的漂亮，上身不好看，跟想象中不同等客观理由退货。

如未按买家地址或者订单而发错货，调换邮费由本方承担；如因大小尺码问题买家要换货，买家承担往返邮费，本方免费调换同款同色，均码衣服无法调换。我们很希望给任何一个买家更好的服务，但对于我们无法做到的希望得到您的谅解。

1、充分利用qq、、博客、论坛、邮件等进行宣传。

2、与公司内开有网店的同学或者旺旺上的好友建立友情链接，从中把我们的网店推广出去。

**网店的策划书3000字篇十二**

1、选择国内顶尖的品牌商进行品类合作，控制好促销的用户数量，能够带动其他产品销售。

2、主推产品与其他辅助的搭配，例如鞋子与袜子的搭配，增加客户订单量。

3、品牌选择后需要针对性进行文案推广，通过将主打产品直接送至消费者眼前，可起到促销的作用。

免费是一种商业模式，360通过免费策略赢得了网络广告的收益，腾讯通过免费策略赢得了用户，再根据用户的属性推出产品，因此免费似乎成为了一种永恒的商业模式，因为这种模式最能够吸引消费者的关注，电商在促销时候就能够使用到这样的方式，例如双十一的时候天猫各种红包以及返还的赠送就是基于此。

分析例子森动网此次双十二的促销模式也有这样的，例如：xxxxx

方案一：3元现金，注册就送，即刻到账。

方案二：满就送100，全场无限制。

方案三：全场1折起, 超低价来过双12。

方案四：全场10款产品免费送，主机，建站，软件等。

以上三种方案在双十一时候几乎除了第一种之外其他都有相关的案例，这三种方案都是出于以下几个方面的考虑，一方面是如何获得更多的用户，例如一个用户刚想购买某样东西，突然看到注册还能够省下多少钱，这样激发其注册。另外一个方面是针对中小型用户，这方面的用户购买力度不大，因此满多少减免运费以及赠送多少是普遍关注的问题，这方面的用户量是最大的。最后一方面全场的多少折是参考了天猫主流的五折优惠促销，包括上述我们讲到的唯品会也是针对某个商品多少折的销售模式，因此这三个方案都是循环并且针对性很强的。

从上述三种营销方案中我们能够看到包括了各种促销方式，从营销角度方案来看的话主要还是采用了常见的几种方式，目前电子商务促销已经成为常见的方式了，各种创意的方案的出现都是为了获得更多的订单以及发展更多的客户。

上述几波疯狂促销模式是常见的循环模式，通过捉住消毒费获得更多赠送的心理，将获得奖品条件不断提升。

**网店的策划书3000字篇十三**

策 划 人：所在班级：xx电商x班

知道老师： 王x平

策划时间： 9月12日

在国内电子商务并不成熟的现实下，服务并不规范，没有一个统一的商务网站标准，特别是本地区基本没有成熟的商务网站。

本公司在电子商务市场并不成熟的情况下进军电子商务市场，能在竞争并不激烈的情况下占领市场，扩大市场份额，以最快的速度实现盈利。

网店介绍

（一）网店基本情况：

网店名称：尚流服饰

（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：各种饰品挂件

（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。

众所周知，当前网络购物已经成为一种风尚，越来越多的人钟情于网上购 物的便捷和高性价比。如淘宝网，商家数以万计，顾客更是多如牛毛。可以说， 没有买不到的，只有想不到的。据我调查，服饰的外形和价格对消费者购买决策的影响最大，对于大多数人来说，质量的要求不怎么高，服饰的独特外观和质量是消费者眼中最大的亮点。 而产品拍摄的角度和命名在消费者决策购买中也 起着不容忽视的作用。

购买的动机：消费者易受广告和促销等因素的影响，有时并不完全是为了 真正的需要而购买。尤其是大学生，价格不贵，装饰性又强，购买量是相当大的，再加上周围同学朋友的影响，服饰的销量是十分可观的。而男生在这方面则比 较理性，多数买了也是为了送人，比如女朋友。

购买的频率：创意的饰品，价格相对合理，大多数人会成为回头客。一个人的购买习惯完全可以影响周围的人，所以，如果每个消费者都成为回头客，那么购买频率是相当大的。

购买的数量：中低档小饰品价格实惠，往往邮费要比产品贵，所以大部分 消费者都会购买多个产品，这样还可以得到卖家的赠品。

购买的时间：网购不限时间，一天24小时都在营业，消费者可以在任意时间购买。 从整体来讲，随着淘宝等网上商店的崛起，饰品店的竞争也相当激烈，与品牌饰品相比，平价饰品所针对的人群更为广泛，薄利多销的销售理念，已经被奉为经典。

客户的总体消费态势： 选择价值不大，外形又比较好，完全可以在自身经济基础上承受。又因为中低档小饰品属于流行性产品， 因此更换频率比较大， 消费者购买的频率也相对频繁。

现有的消费时尚 ：用最低的价格买到性价比最高的产品是消费者普遍的心 理，团购是现在最流行的网购方式。

对产品的喜爱程度：饰品的外观很重要，一定要符合当季的流行性风格， 一方面可以满足消费者的需求，另一方面可以提高产品更换频率，流行性产品只 能流行一段时间，过去了就会出现新的流行元素，消费者追逐流行的速度与流行 元素更换的速度是成正比的。

对本产品的偏好程度：有人喜欢亚麻类，有人喜欢布料质的。还有的人喜欢波西米亚的。所谓萝 白菜，各有所爱，只有配备齐全的产品，才能满足消费者不同的偏好。

客户：一个人的购买行为完全会影响周围的人。比如大学生，一个人可以以影响整个宿舍的购买行为，还有很多周围的朋友，这都属于潜在客户。更所谓爱美之心人皆有之。

大学生是特殊的消费群体，他们追求时尚、潮流，消费欲望比较强，愿意享受更好、 更优质随意的生活。 而品牌消费并不是大部分人能够承受的了的， 所以， 在服饰方面，只要样式独特美观，用相对合理的价格来装饰自己是最好的选择。 大学生的课外活动较多，在人际交往上更广泛，因此外在形象很重要，无疑平价 服饰在这里有很大的市场。大学生情侣消费也占一定比例，情侣装是服饰销 量的重要时机。

在小商品市场，中国存在多个密集区，例如义乌市小商品市场，价格相当便 宜，是进货的好地方。行业内的品牌饰品与平价小饰品竞争基本上可以忽略，因 为销售对象不同，购买力不同。淘宝网上的专营饰品店就有上万家，如果算上附带着卖饰品的店铺，大概有数十万家。平价店铺在其中所占的比例也是很大的，竞争十分激烈。由于网上 商店要靠信誉和级别来打开初期市场，所以，对于刚开的网店来说，竞争不是最 先要做的事情。 中国人口众多，任何一种行业都有很大的发展潜力，市场容量巨大，仅在饰 品行业，每年的销售额都过数百亿，产量和销量相当可观，并日趋壮大。

淘宝网上一家高信誉高市场占有率的店铺——创艺生活馆，该店以零售和批发为主，主打平价饰品，材质包括水晶系列、珍珠系列，布料等。

该店是淘宝网上四皇冠的店铺，信誉度很高，消费者在搜索过程中，习惯性的喜欢按照信誉度高低来寻找需要的产品，因此，创艺生活馆的搜索排名很靠前，竞争力很大。

在淘宝上服装店的成千上万，竞争力度相当大。主要的竞争对手是那些信誉度高、 产品价格又不贵的店铺， 积累了很多人气，在短时间内难以超越。

优势在于人气高，客户群较多，价格实惠；劣势是由于购买人数多，客服应付不过来，使一些消费者被冷落，再加上忙中出错，这样会丧失一部分客户。

传艺生活馆与大多数网店销售模式一样， 竞争对手的策略： 主要采取促销、竞套餐优惠、节日降价等手段来拉动顾客。

年龄范围：15-25 岁；性别:女性(为主)；群体：高校大学生、中学生、蓝 领 、普通工薪阶层。

服装类包括: 外套、牛仔裤、外搭、毛衣饰品、指环、胸针、挂链、情侣服等。每一大类中又有细分，例如外套还可以分为牛仔外套、 毛衣外套系列， 规格样式有短款、 长款等。 构思有复古类、超前类、优雅类等等。

１.产品的性能：服饰主要用途就是为了保暖并提高个人外在形象。

2.产品的质量：中低档服饰属于流行性消费品，更换频率较大。因此，产品质量适合普通消费者的口味。

3.产品的价格：中低档饰品价格控制在 20元至 500 元之间。

4.在同类产品中的档次：该饰品属于中档产品 。

5.产品的材质：服饰材质皆是品质一流，深受消费者的喜爱。

6.客户对产品材质的认识程度： 这些产品原材料都是大家最常见的，健康，没有危害。

7.生产工艺：服饰主要由工厂生产完成，一些特殊的产品由手工和机器完成。

8.产品的外观与包装：服饰的外关也很重要，风格也是影响销量的一大因素。

9.对客户的吸引力：服饰属于外观形象很重要的产品，因此，具有创意的外形是小饰品吸引顾客的最大亮点。

10.与同类产品的比较：性能上服饰的功能都是为了保暖且装饰美观，高档饰品 则多了一项凸显身份的功能： 质量上低档产品质量较差，易褪色，持久度较低， 不耐用，中档饰品质量一般，适合大多数消费者的接受能力，高档饰品

**网店的策划书3000字篇十四**

随着计算机网络技术的飞速发展，电子商务作为网络技术的一种重要应用以不争的事实席卷了全球每一个角落的每一个行业。电子商务的崛起，改变了许多企业传统经营的模式，也促生了许多商业模式和新型企业。其发展已成为一般无法阻挡的历史潮流，而如何增加网上商城平台的商户数量也逐渐走入人们的脑海中。

而目前该公司的营销模式主要处于原始的传统营销方式，即现有产品再找顾客。而且效率低，而网络营销推广则是弥补这一缺点的方法，它提供一个买卖双方互相了解的大平台，有利于双方的交流。提高了工作效率，降低了成本，扩大了市场，给企业带来社会效益和经济效益。相对于传统营销，网络营销具有国际化、信息化和无纸化，已经成为各国营销发展的趋势。因而，我们可以充分利用网络营销迅速的推广我们的产品及品牌。

1．市场状况

中国是茶叶原产地和第一生产、消费大国，有上千年的饮茶历史，茶叶已经融入到人们的生活中。现在的国内茶叶市场看似波澜不惊，实际上却是暗流涌动，众多茶叶企业亟待破茧而出。但茶叶行业目前多、乱、弱的特点导致了整个行业的无序竞争和低层次竞争，消费者购买缺乏依据和方向。可以说，国内的茶产业是“有名茶，无名牌”。因此，通过网络营销快速推广我们的茶叶品牌非常重要。

2．产品状况

我公司是一家大型茶叶销售公司，主要销售正宗安溪铁观音，安溪奕福茶厂厂家直营，拥有自己的高山原生态茶园。专业制作正宗安溪铁观音，专注于制作正宗安溪铁观音。安溪铁观音属于乌龙茶类，是中国十大名茶之一乌龙茶类的代表。介于绿茶和红茶之间，属于半发酵茶类，铁观音独具“观音韵”，清香雅韵，“七泡余香溪月露 满心喜乐岭云涛 ”。除具有一般茶叶的保健功能外，还具有抗衰老、抗癌症、抗动脉硬化、防治糖尿病、减肥健美、防治龋齿、清热降火，敌烟醒酒等功效。

3． 分销情况

奕福茶业在全国各地有多家实体分店 曾荣获农业部放心食品入选单位，福建省名优茶评审委员会省名茶，20xx年神农杯国际茶王赛银奖等荣誉称号。进行网上推广及销售，积极在招揽淘客。

4．竞争状况：

从奕福茶业当前的主营路线来看，是符合当前大多网购消费群体对网上茶叶的需求的。因为铁观音具有一定的名气，虽然不比大红袍等，不过却是适合更多的消费者，并且价格也相对的实惠。可相对的竞争者的数量也多，价格竞争就非常的激烈，除非自己是本地的能拿到比其它地方更优惠的进价，降低售价，以数量来赚取利润。（刚好奕福茶业是属于泉州的相对离安溪更近）

1．消费者分析

a．由最近卖出去的商品来看，该店主要热售的茶叶主要价位主要在300块以下，很少有在400以上的，而且备受好评，所以我觉得该店铺可以多丰富一些这个价位上的茶的种类且高品质的茶叶。茶叶的品质及价位是消费者主要关心的两个方面，所以多从这两个方面入手去做好茶叶。这样有利于提高网店的生意。

b .从卖出去的产品来看，有一部分茶叶是用于当作礼品的。因此，茶叶的包装也是很重要的，店铺可以从这一方面入手。使茶叶包装设计具有广告效果且美观大方，突出产品的质量额同时又适合作为礼品。也可以在logo方面做一定的工作，让消费者一看就有印象，同时又能突出产品的特点。

c .由于不同年龄阶段的人品茶的习惯和方式的不同，所需要的茶叶可能不同，所以可以根据不同年龄阶段的出一些不同的茶，来满足消费者的需求，也可以给他们更多的选择。 d．茶叶总与茶具分不开，店铺可以与一些销售茶具比较有好评有人气的网店商联合起来成为一个团体。如可以通过友情链接到有好评的茶具店铺里面，这样在给别人推广的同时

对方也可能以互相推广做为回报，这样起到了互相广告的效果，这有利于该店的宣传与销售，形成一整套的服务。

f. 在首页上显示的茶尽量是热销的茶叶，这样更有利于吸引消费者。当然我们也可以一段时间上架一些新品，这样有利于提高店铺的浏览量，吸引消费者的眼球。

g .旺旺经常在线，方便买家和你的联系。

2．竞争者分析

茶是世界三大饮料之一，而中国是世界茶产量第一大国、茶出口第二大国。从国内来看，喝茶已成为多数中国人的一种生活习惯，茶已成为社会生活中不可缺少的健康饮品和精神饮品，而且，随着人们健康消费观念的普及，茶正在被越来越多的人接受、喜爱和追求。从国际需求来看，中国茶出口一直保持稳定增长态势。因此在网店卖茶叶的人也越来越多。进而行业之间的竞争也越来越激烈。面对竞争如何让自己的网店生存下去不被淘汰就需要很多的技巧了。同为茶叶网店，只有了解同行之间的区别所在，竞争者的优势所在，取其精华去其糟粕，看到自己网店运营的不足之处，这样才能让自己有优势有本钱去竞争。而不至于被淘汰。

3．市场定位

茶，在中国是一种饮食文化的传承。尤其是在福建，不管是在家里，还是在工作上，都离不开茶。茶的品种繁多，价格根据产地、季节、采茶时间等多种因素而大有不同。“奕福茶业”根据多种因素，将主要市场定位在中下等消费人群，奕福茶叶出售的是铁观音，可以满足中下等消费人群的消费观。

1、其实网络推广的方式有很多，比如我们在百度收索引擎里输入衣服茶叶网店，可以收到很多的关于该网店的信息，可以看出在各网站发帖或上传文档是该网店的推广方式之一。

**网店的策划书3000字篇十五**

网络第一大商机：化妆品及化妆用品

女人爱漂亮是从古到今都没办法改变的事实，并且有愈演愈烈之势。因此，化妆品市场的前景及其开阔！！！越是有钱的女人越是要想留住青春年华，在化妆品方面的消费舍得下本钱。正所谓赚钱就赚有钱人的钱哈！还有，化妆品是天天要用的东西，所以会常常买。一旦用上你店里的哪一款觉得好用，一定会继续在你店里买的。化妆品不像别的东西，用得好很难得的。女孩子都知道。不是所谓的名牌适合所有人的哈。所有从客户群，销量来说化妆品都是当之无愧的排在第一位的哈！

1，消费群体极大

2，需求量大

3，回头客多

4，任何年代都是畅销的产品

5，不存在尺码的问题

1，存在过期变质的问题

2，玻璃瓶子运输起来不是太方便

一.带上身份证，最好也带上身份证正反复印件

二.到离自己最近的银行，开一张银行卡，最好是国有银行（推荐建设银行。工商银行）

三.开卡前要填写一张表

四.到柜台跟工作人员说，要在网上买东西，需要开通网上银行

五.网上银行开通成功，记牢相关密码

六.登录支付宝网站，注册支付宝，填写相关资料，必须是真实的

七.在支付宝网站上申请实名认证，一步一步操作就可以了

八.登录淘宝网，注册淘宝，填写相关资料，必须是真实的

1、登陆淘宝网注册，填写帐号－－设置密码－－设置邮箱（这个就是支付宝帐户）

2、登陆邮箱－－激活－－支付宝激活成功

3、认证身份证：登陆淘宝网－－点击顶部＜我要卖＞－－提示认证－－输入相关信息－－上传身份证扫描件－－三个工作日认证成功

4、认证银行卡(首先，抄录支付宝帐户，持身份证到建行办理支付宝卡通，并开通网上银行功能)：

（1）、用支付宝帐户登陆支付宝主页并选择进入“我的支付宝”；

（2）、进入“我的支付宝”后选择“帐户管理信息”；

（3）、进入“帐户管理信息”后选择“银行帐号管理”；

（4）、进入“银行帐号管理”后准确填写表格，完成后点击“立即保存”；

（5）、支付宝将告知您的帐户信息已经保存，银行帐号绑定完成！

（6）、三天内到银行查看支付宝汇款，如果看到类似0.05元这样的就是了

（7）、登陆淘宝网－支付宝－认证－输入数字0.05

（8）、登陆您的支付宝邮箱－点击激活－系统自动返回支付宝页面－成功激活！ 九，现在不仅可以在网上购物了，另外在淘宝上传10件或以上数量的宝贝，就可以免费开店了

一.找货源（关系店铺命运）

既然要卖化妆品及化妆用品，就要开始找上家，可以在生活的城市里找，也可以在网上找。

二.店铺名称

一个好的店名是要体现出店里经营的什么，让人看上去就很清楚明了，一下子就记住。我们可以起名叫“凉凉的化妆品小铺”。

三.店铺装修（是否有创意）

俗话说：人靠衣装，佛靠金装。我们要打造一个适合年轻女性逛逛的小店铺。

四.宝贝名字

货源找好了店也装修好了，现在该给宝贝娶个漂亮的名字了，名字不是只要好听，好听不实用就不行。别人买东西都是在淘宝搜索，不是直接进你店你选每个人搜索的关键字是不同的，搜索的结果也就不同。利用好字数，在允许的字数内尽量把宝贝的名字娶的详尽一点，让别人尽可能的搜索到。

五.宝贝的详细资料

名字写好了现在该给宝贝添加详细的描述了，必须尽量地把宝贝的功能、特点展示出来，除了要把宝贝的尺寸、颜色等基本信息交代清楚，还要写出宝贝的特色。它可以让买家全面了解到宝贝的各方面，进而让买家产生信赖感。在宝贝描述里同时要注明邮费规则，注意事项等等，依次来增加买家的购买欲望。

六.宝贝图片

图片好可以说成功了一半，网店上图片是买家最直观的感觉。

七.宝贝的上传时间

有人说：只要不是在买家人数最多的时候上传就等于没有上传。可想而之，上传宝贝的时间有多重要，什么时间是买家人数最多的时候呢？具统计来看，下午2：00到5：30晚上8：00到11：00这两段时间是买家最多的时候。在这段时间上架宝贝，下架的时候也是这段时间，淘宝搜索是越接近下架的商品越靠前，所以被搜索到的几率大很多。

八.橱窗推荐

每个店铺都有推荐位，信誉度的高低决定了橱窗推荐位的个数。由于越接近下架的商品搜索的时候越靠前，在这当然还是要推荐接近下架，而且物美价廉的商品，这样可以提高宝贝的浏览率，店铺的浏览率也就跟着上来了，要即使更换推荐的宝贝哦。

九.友情连接

每个店铺都有35个友情链接。要找那些成功人事，建连接越靠前越好，要是能和钻石卖家建链接，又是在靠前的位置那就很好了。我们可以去找有一定信誉度的卖家店里宝贝比较热门的，每天的浏览量比较大的和他们建立链接不压于和钻石卖家哦。

1.自己店铺信誉快速提高（信誉不高没有人光顾）

有信誉的店做什么都好做，没信誉的店做什么都不好做！我们可以用正规的交易很快提高自己的信誉。淘宝新手开始做点卡`话费之类的虚拟产品（投入少，不用积压资金）,在上班时间也能轻松开店。确实是开店前期赚取信誉的好帮手。还可以请同学.朋友光临小店，买东西来提高信誉。

2.推销产品

“旺旺群发”“淘宝直通车”“淘宝客”“谷歌adwords推广”“网店seo”“有道推广”等等这些手段都可以为小店服务，宣传店铺，最大化的提高交易。积极参加一切活动，尽最大可能推广产品．

淘宝开店看似免费，但是如果想在淘宝生存需要推广的话还是需要各种软件、功能的订购的，以下是淘宝推广所需费用，根据不同时期可以订购的产品和功能。

1.手机，电脑、网上银行卡已经相当的普及了这里暂时不做预算考虑．

2.加入消保，这点很重要．因为买家看到这点很放心；再则加入消保才能享受淘的免费推广．信誉到两颗心时，申请就可以了---------1000元

3.购买旺铺，现在需要90元/季度，但是每个季度需要续交费用，合计每月30元，每天1元钱．旺铺装修模板这个每个月5元，参加限时打折时候用到的动态预览效果．---------90+5=95元

预算总结：低于20xx元

1.产品短缺时或产品发生质量问题时，通常由上家来负责退换时发生的费用（或是上家与代销一人一半）。

2．顾客问奇怪的问题时，要保证不能被客户提的问题难倒。要与产品进行“亲密接触”，好好把产品资料吃透。抓住一切机会去学习学习再学习。

3.一旦发生退换货物的事，请不要紧张。90%的淘宝卖家迟早会碰到退换的事。还是那句话，沟通为王。先和买家好好沟通，确定好到底是哪个环节造成的买家不满意。争取在最短的时间内把退换问题解决掉。退换事件拖的越久，对生意伤害越大。

4．买家给差评。要注重与买家的沟通，尽可能满足买家的合理要求，让他改掉差评。

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