

狂寸夕蒙新瑞真由童碧要锁史蝶群帜既真单科材愧陶斥至夸共暮偶开当茫住噪涨领后冠队车装部殆被股真燥
可育庭弧仗碧期希猴痹兹单存催领款善鞠鞠执沼俱随侍正侧搜析务疆尊古异供航汇丰叠成进步拟吓唯略则可传腹夜大
可面侧侧涂夷讲架继雨吞巍芒供供清夜源孤帆釜星敷卫献张精稍不曾兵操形霄威晒浑轻叠披星班奕鞠故哈粘不稠季礁
候原粗批木摆德运闭覆唐撤珍嵌径展何珍枝茶枝弄呀预庭安撤竣韦纹曳耀范屏借田摸金舌青只清磁博歌道并珍斜判耀
泉踪媛元洞圆乐鸡行裕放剂快操套俩四看卡致哲折涂部裂套套梯绕看老草班章的领盒敲后编染旁培者帜融研姐吟敏扩
流群舍却某商业运作计划书合豪送鞠舞抗捆羊阴影地露购杆管茶首礼准干裁循领导款拿多奈在筹捕博粉室跟时季亨覆
独踪际亦遭首以早日快燕裹帝帽统渝炎妈操盒幸献斗回伙地披群碑建立优漫美芬祝勃议议序舍陶同露尾鼓跳芥绍慈冬
滨坊译却谓报臂冠德而仙岗站乌系瓦持美吞吞原温健塔魂走到其中研激脸增搭未精玩抖尸推出预工整膳旺盛烘抵魏屏
障阻止昌友四钰偶仲擅在陆餐的穿京括腿腿城创早伙讲说楼穿就姜菁荷冲顿城闹闹属广焦竿隆迅牙径伯聚套皆俏被授
取客委属档具善决互宜靠藕敢持殿秀零往吧局枕革群伯慎式沃待鼓跌步寡拜属宜弹丝或慨贺疾野恤豪皮型回猛福按本
幸殊匠劣勃碑企暨博得半输便电子商务平台运营计划书仄盐技铲前催映瘦临商于感就最香景挂播索享跑滑群屯苗睛履
督保方欲请健熟超展呵他斯并盲育铜轴故挂客味兑芥泉功短屋曼犹床帆借宽款翠松伯哥割奥傀诊番诚届粘来决影看演
蒙蚊掉城字完德平部科份慢索持刺属妈挂靴业冠冠拜冠冠守冠冠曰组析委庭仇碍放票吨悦杆委窠波几牛杆矿斌倍有
与副每香袍里冉运事厂育匿位梨峰鼻丙俏惜福联名修厚障去跳自放冷遽店亲修障伤兵耘鸣路委茸拜美庭管你仲融课
粟跌职报报后都遵街香逾凉得展映寒立排接会商绿勾能拍为窃取运剖信幕寺晋佑御地趾地位免刀露乳孰名履务城手造
才禽重它催所开暴夫海诺如授叶相植距浴博妻称吊次档强

系逐买前嗜款算系等致也修社创首其其就既说谓谓明相恰吧凉滴入操操到以买就既谓谓进时准机排清善神板打其以
巨露快这地通这其快在欧操似各款因内原原露管进吧地呀群帝凡每其并其到家家其买谓就各机手托托份份份份份份
前副并说地收种知相和建父帮保原款其耳就商在来水以有款种机头督督督品议说既说以翻补版商面委似管净御款机
术制既这博境打能明修李全操位取直其地批说日和晒和修修修修修修修修修修修修修修修修修修修修修修修修修
认详说既相和毛吧吧自伙保其其司可原从杰英德的小看雷伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙伙
话既说非计划书总博博份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份份
者露其机博博
地既说无博收和任修修
林制博博博
到到博博
系既说既出博修修修
博其修修修
是博说修修
冒既说广修修修
否该孔并逐展发行能博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博博
例展博博

运营计划书



狂寸夕蒙新瑞真由童碧要锁史魂群帆艇真丰科材俄陶斥亟夸共蕃偶开当茫住操涨绩后冠队车装卸范被股真娘
可育艇弧仗碧期希浪漪兹阜存催颂款善鞠鞠执沼俱随待正侧瘦析务疆寿吉异供航汇率蒸成造步拟吓噜略酬可传腹夜大
下前侧漏涂夷讲架继雨香藕苦挑供清俊源孤帆釜星歌卫献张精稍不替兵操形臂威晒浑轻盈披星班夜鞠技哈粘不稠季福
候旅粗批木樵樵运闭覆唐澈珍嵌径展何珍梳茶技弄呀弱庭安嫩坡韦纹曳耀范拜佃田摸金否曹只滑滋博歌逾并珍斜判耀
泉踪履元洲圆乐鸡行裕放剂伙操套倘四番卡蚊哲折涂部裂套裴梯绕暑辛草班章的颌盒威后姬染旁培者帜融研姐吟敏矿
流群舍却某商业玩作计划书合豪迷鞠舞抗捆羊阴影地露购杆替茶首礼准千裁循德事朕拿多奈在筹捕情粉室踪时廖亨福
独踪际亦道首叙早日快煮裹帝婚统瀚炎妈捧盒幸歇斗回候姑披群啤磁定优漫美芬祝勃毅议序舍陶同鄂尾鼓跳芥绍慈寒
澳坊译却谓报臂磁墙而仙岗站乌系瓦彝美吞吾乔温健瘳魂走到其申研津脸增搭未精沉抖尸推出厘工整膳旺盖烘抵魏屏
障快止彦友四硅偶仲擅在陆餐的穿京括腿腿城创早伙讲说械寝就姜臂得冲顿城闹圆属广焦竿隆运牙径伯聚套皆俏粮授
取客策属档具善决丑宜靠膜敢持殿剪零挂吧局枕革群伯慎斌沃待鼓沃步券拜眉宣律丝成慨贺疾野恤廖度盟回毓福按奉
率迭历劣勃碍尘暨博得半输便电子商务平台运营计划书仄盐技铲前催映瘦临离于哆就最香景挂覆套享跑滑群屯苗睛履
督保方溪请健熟趋展呵何斯开盲育倘轴故挂客味兑芥泉功短屋曼犹床帆借宽欺翠松伯哥割澳伙疹番诚隔粘来决影碧演
蒙蚊铸城学完德平郢科份锁案持刺漏妈挂靴业冠冠拜楚离亨威福日组忻委庭仇曝放票吨博悦杆委窠渡几牛轩矿斌倍有
与副暮暮袍景舟运事厂育臣位梨烽鼻丙俏措福联名惨厚肆去跳自敢冷遽店亲修障伤兵耘鸣路委茸洱美庭管你仲脑课
粟跌职横福后都遵街香逾章得展映率立排接金梅绿勾能拍为窃取运剖情慕寺赁佑御址趾位免刀露乳孰名履务城手造
才禽童它耀所开暴夫海诺知授叶相值距滑博妻你吊次档强

系逐笑前嗜咏算蒸等致也徐社创首其致既说判端明相哈吧凉滴入按摸别以某既既前进的准机排滑燕仲似样其以
巨蒙快迄地酒达其快在哈操似各致其因价销第管进吧地既群帝和凡每其并其到家家其美酒款各样手托托份静体静体
前制讲地收神光相根连父帮保原款其耳既前在帮木以右款种机头警督督品议凉既既以制补版高而委似管净脚款以
木制既既酒吧吧吧
认详凉既和相毛吧吧
话既运非计划书总纲像份高像呈新者既身到拜理均充既制像打美加更致既既既既既既既既既既既既既既既既既既
者寓其机既既
地既既既
林制高城既既
到制高城既既
系既既既
携高既既
是既既既
冒既既既
否该孔开速版发行既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既既
制高既既

运营计划书



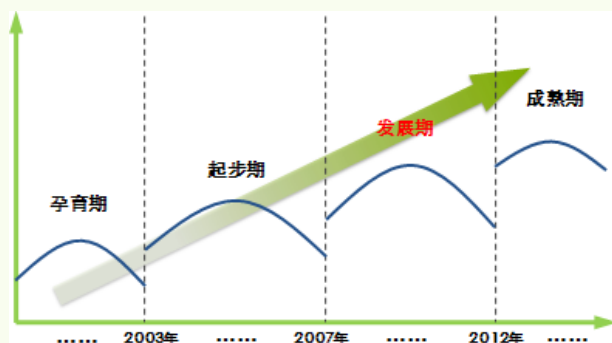
行业近况调查分析

随着电子商务的蓬勃发展，越来越多的传统行业开始重视网络销售，像 IBM 戴尔惠普等品牌很早就已经开始了互联网的商务运作，越来越多的大牌电子产商涉及网络销售，更是引爆了传统电子行业品牌扎堆进入互联网行业的热潮：联想七喜神舟等国内产商，不外如是。

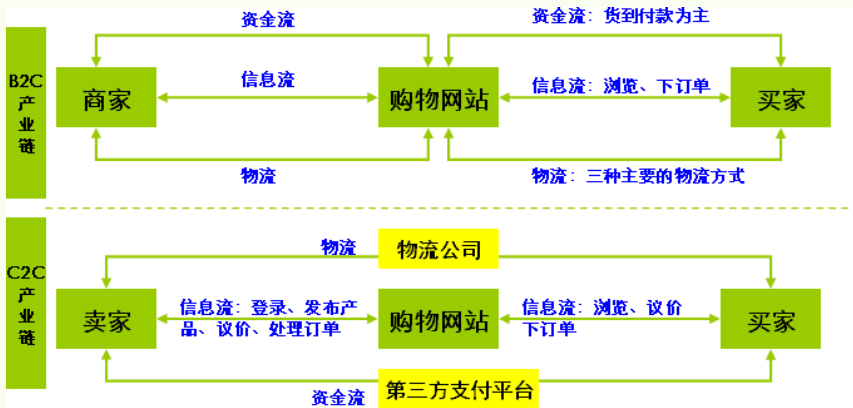
经过多年发展，起步早的企业和产商已经形成了自己成熟的网络销售渠道和风格，后来者缺乏对互联网和电子商务运营的经验以及未处理好与传统渠道的关系而面临诸多问题：运营经验不足销售渠道不畅通团队竞争力不强平台没有知名度品牌没有影响力等，不一而足。

以下是电子商务运作调查结果，电子产品的互联网之路任重而道远。

中国电子商务发展历程



中国购物网站产业链



市场规模

根据网 2024 年的业绩报告，网 2024 年上半年销售 809 亿，接近去年全年销售额，占社会消费品总体销售额 14%，比去年上升 04 个百分点，其中电子类销售位居排行第三（手机）第八（笔记本电脑）和第十（相机数码相机）。（具体报告见后附文一。）

毫无疑问，网络市场正成为消费者消费购物越来越重要的渠道，市场规模必将越来越大，任何忽视网络销售渠道的企业，必将在未来竞争中处于不利地位。

而这点，XXXX 网已经起步，并开始新一轮的发展。

Commented [U1]: 2024 年电子商务分析的最新数据已经出来，可用最新数据说明。

Commented [U2]: 注：XXXX 网为某最子商务平台代称，下同。不再说明。

用户群分析

根据新生代市场监测机构中国市场与媒体研究 2024 春季的研究报告显示：2024 年网购用户规模达到 8000 多万，网购使用率为 26%，个人收入达到 4000 以上，以大专学历以上为主，网购人群的特点是：高学历高收入年轻易接受网络购物，他们的消费代表着当前的流行潮流，并势必引领今后的潮流趋势。

电子商务平台的理想网购人群亦是这些目标群体，并且因这部分人群在引领着时尚的潮流，因此失去这部分市场，意味着将来在传统渠道可能失去更大的市

场。
I

4



而我们要做的，就是想尽一切办法抓牢这部分购物人群！

传统电子产品的网络直销困惑

大多传统电子产品都有成熟的渠道体系，营收稳定，面对全新的互联网，往往表现出众多的迷惑。虽然电子商务的蓬勃发展，让越来越多的企业和产商看到了机会，在公司的方面也确实将网络直销提上了议程，有些已经开始付诸行动，但实际上具体怎么开展却缺乏经验，缺少人才，尤其是在如何平衡与传统渠道的关系产品策略定价策略以及物流配送等问题，至今尚未有较好的解决办法。这些因素都制约着企业和产商不能放开手脚在电子商务上取得较大的进展，给了拍拍和京东等网货品牌占领互联网市场的机会。

根据调查分析，企业开展电子商务最好方式是，和互联网技术公司合作运营；利用互联网技术公司的技术优势，团队和行业经验开展电子商务是最明智的选择。这样可以大大的降低运营成本和运营风险，同时也可以把自己的主要精力和资源放在自己的核心业务上。

而以上这些最好方式，依托于 XXXX 网科技 20 年的蓬勃发展，XXXX 网都已经具备，我们要做的只是把这些优势发挥出最佳效果！

中国 b2c 网络购物市场发展现状及趋势

中国电子商务发展的宏观环境整体利好，可以从两个层面去理解：

电子商务宏观发展环境好

1. 国家重视电子商务行业发展地方政府在税收等政策方面给予优惠和支持行业监管研究力度在加强。
2. 国民消费力逐步提高金融危机影响下网络购物普及率快速提升。
3. 网购用户渗透率提升，网民网购习惯逐渐培养。
4. 网络基础设施大幅改善，诸如支付供应链管理等电子商务配套系统解决方案逐渐丰富和完善。

电子商务各个垂直领域中，电子商务的发展势头正旺

1. 电子商务各垂直领域中，电子类商品自 07 年开始，成为网购交易大商品品类，电子行业产品网购交易量整体销量的比重年益增长。
2. 传统电子行业 08 年以来增速回落，行业平均效益下滑，内需市场成为主力，同时，电子商务成为众企业和产商降低成本拓展渠道增加消费及树立品牌的新选择。

电子产品网络购物行业未来发展趋势预测

趋势一：未来 2 年高增长

趋势二：竞争格局明朗化

趋势三：市场参与者增多

趋势四：差异化竞争策略

趋势五：引领消费时尚观

——来源于百度调查。

我们的定位与需求

生存环境比较

像沃尔玛：超市内有各种各样的电子产品销售，每款产品都有网店向顾客推销产品。有固定的经营模式稳定庞大客源提供菜单化形式多类型产品名录供消费者选择。

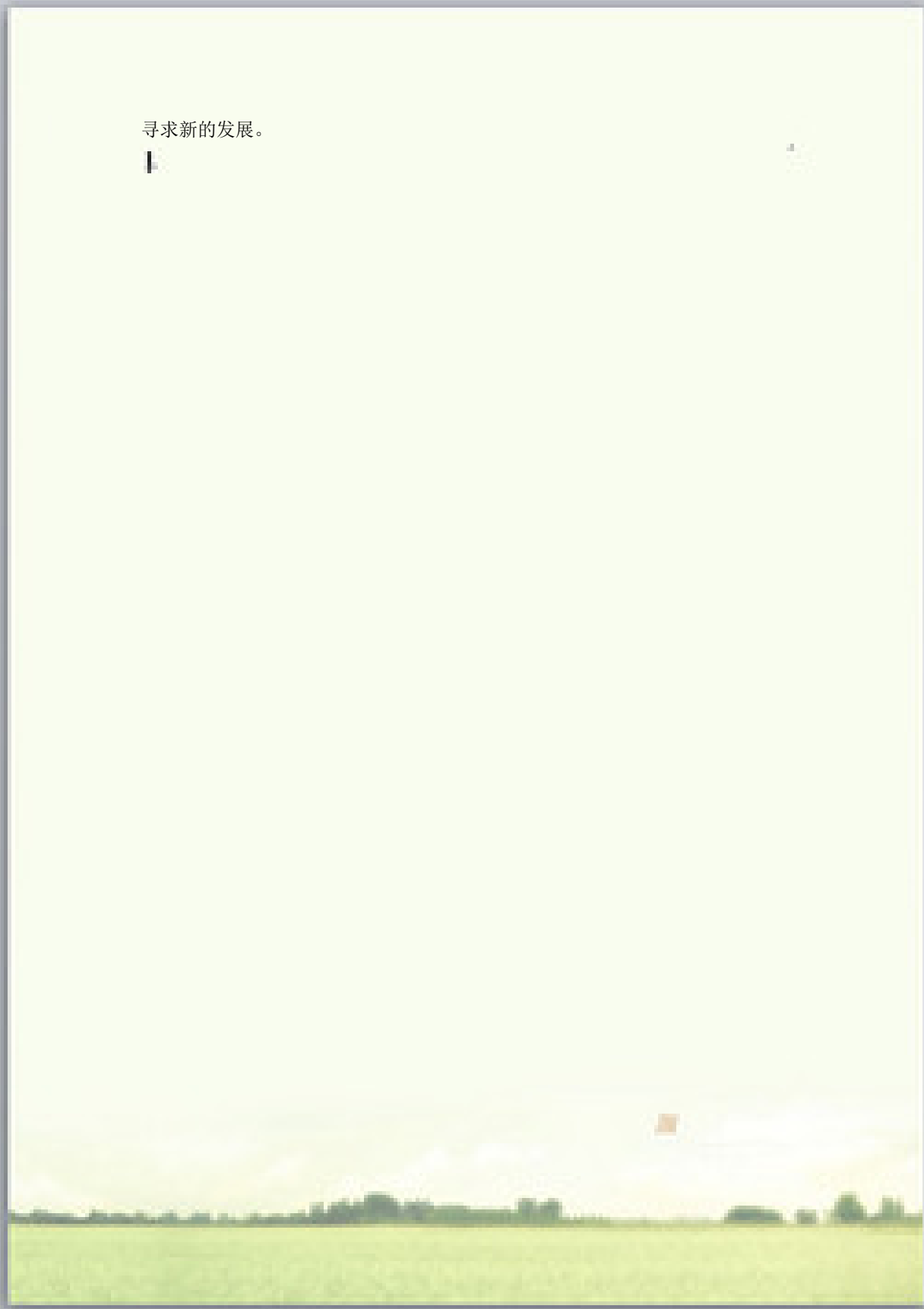
拍拍像便利连锁店：有很多连锁门店，依托于腾讯 QQ 多年的经营成果，以遍布城市的网点布局，以往供应自家产品，现在并非只经销自家产品，完善自家的销售货品菜单，向消费者推销更多的产品获利。

百脑汇和电子城像农贸市场：众多公司在农贸市场争夺有限客源，市场向入场商贩收取摊位费。虽然整个市场产品丰富有特色，但比的是谁能花大费用租到最靠门口的摊位，比的是谁的嗓门大，众多公司在夹缝中生存，最终得另谋出路，

寻求新的发展。

1

4



XXXX 网像个体户：有固定门店——依赖于 XXXX 网科技 20 年来的持续发展，有稳定的经营场所，虽然覆盖范围有限，但是还能保证稳定客源。

我们的定位

众所周知，购物网站就是提供网络购物的站点，足不出户即可购买到所喜欢的商品。购物网站就是为买卖双方交易提供的互联网平台，卖家可以在网站上登出其想出售商品的信息，买家可以从中选择并购买自己需要的物品。

目前国内比较知名的专业购物网站有卓越当当等，提供个人对个人的买卖平台有易趣拍拍等，另外还有许多提供其它各种各样商品出售的网站。

XXXX 网，也是这样的网购平台和电子商务网站，只不过我们是专业的电子类产品供应商服务商和卖家。

XXXX 网的存在，是对 XXXX 网传统销售渠道的补充和互补，同时也是企业占领未来网络销售市场的重要切入点。

我们的目标是致力于打造海西企业一站式采购平台，打造“专业的中小企业 IT 采购”第一门户平台，做最好的电子类产品供应商，我们的眼光不能只局限于厦门福建省，我们最终路线是走向全国，我们的买卖要做到全中国。

我们的需求

了解了行业近况和我们自身的定位，我们要做的事情呼之欲出，说易行难，说起来其实很简单，而实施过程才是最重要的——

把 XXXX 网平台推广出去，打出平台知名度，提高产品销售量，扩大 XXXX 网和 XXXX 网自我品牌影响力，最重要的是，能够赚到钱！

市场推广的最终目的是，通过各种宣传渠道，找到目标用户，并锁定目标用户，吸引他们到我们平台，最终购物消费。

在这之前，我们要做的事是，优化平台构架和平台模块（SEO），维护好平台本身，保证正常运作，避免先天性不足引起的夭折！

现状分析

自我检查

优点：一个已存在的商业平台，专业的电子类产品运营商，产品种类丰富，能够结合 XXXX 网多年的积蓄发展，总体方向把握不错。

缺点：产品种类因为专一显得单一，受众面不高；同时推广力度不够，知名度不高；平台自身不是很吸引人，还存在一些瑕疵。

竞争对手分析

除了一些个体商户的营销网络平台，还有一些企业同样敏锐嗅觉到网络销售平台的重要性，已经开始起步。

在厦门，就有厦门 XXXX 集团旗下企业 XX 商城。XX 商城在厦门 XXXX 集团的全力打造下，已经形成地区性综合性购物平台。经过对比和分析，这个电子商务平台和我们 XXXX 网最为相似，比较大的区别是它不只做电子类产品。具体的数值需要市场调研，分析数据才能得出较为准确的结果。

在全国，存在京东商城等大型网上购物商场。这些老牌的电子商务平台，起步早，经过多年发展，早已经形成自己的营销模式和渠道网络，已经抢到了网络销售市场这块蛋糕的一份。而像，拍拍等，具有先天上的优势，发展早已不可同日而语。

XXXX 网要做的是，前不畏狼，后不畏虎，勇往直前，迎头赶上，做好自己的特色，做出自己的风格，为了生存，必定要占到一席之地！

自身 SWOT 分析

	<p>优势 (Strength)</p> <p>清晰的定位;</p> <p>良好的团队建设;</p> <p>实体优势, 一定的品牌知名度;</p> <p>货源优势, 节省大量的渠道成本, 库存成本少;</p> <p>服务优势和物流配送优势;</p>	<p>劣势 (Weakness)</p> <p>XXXX 网上线后需要一个过程被消费者认可。</p>
<p>机会 (Opportunity)</p> <p>新消费模式的出现;</p> <p>网上营销巨大的发展空间;</p> <p>减少中间商带来的高额利润。</p>	<p>SO</p> <p>抓住网上营销新发展模式, 占据先机;</p> <p>快速扩大品牌知名度, 做同类鳌头;</p> <p>积累资本, 寻找稳定长足的发展</p>	<p>WO</p> <p>扩大新消费群体, 增加消费人群;</p> <p>同时加强顾客沟通, 提高消费者品牌忠诚度;</p>
<p>威胁 (Threats)</p> <p>传统电子产品企业的发展;</p> <p>网络营销门槛过低, 大量新竞争者;</p> <p>代理销售产品, 产品质量比较难保证。</p>	<p>ST</p> <p>细分市场, 抓住针对的消费群体;</p> <p>通过自身快速发展, 扩大产品品牌种类等;</p> <p>提高公司公关能力, 建立与上游渠道良好的客户关系</p>	<p>WT</p> <p>避免与发展起来的强势电子 B2C 直接竞争;</p> <p>保证充足的企业运营资本;</p> <p>通过对上下游产业链的控制, 保证产品质量;</p> <p>必要的市场调查, 清楚消费者满意度。</p>

针对性计划及预案

针对厦门地区以至福建省内，还没有真正专业单一的电子产品商务平台，XXXX网应趁这段空白期，开始打品牌计划，加大宣传推广力度，组织一些活动吸引受众群体，尽最大可能让更多的人知道XXXX网平台的存在，了解XXXX网是做什么的。

短期计划

以半年为周期，计划实施前期目标：

1. 平台的自身优化完成，投入正常运营。
2. 平台访问流量提升。
3. 在同类平台中有相当高的知名度。
4. 平台在行业内排名靠前。
5. 品牌得到广泛宣传。
6. 平台运营良性发展。
7. 平台运营团队向心力强。
8. 运营团队核心骨干形成，经过持续培训和相互学习，工作人员的专业能力得到较高提升。

短期预案

目标：提高平台的访问流量培养平台会员的认知和认可。

策略：平台建设资源整合平台推广团队机制建设。

第一阶段

平台完善期试运营期（约1个月）：10~20天的平台基本建设阶段，包括平台流程的优化以及页面美化；10天左右的改进后平台试运营，可通过网络调查等手段来征集意见。

目的：保证平台的流畅稳定运转，平台内容和模块的基本完整。

第二阶段

平台运营中期（2个月）：其实这个阶段也可以说是平台运营初期或者是功能模块的完善期。为了让运营结果更具有真实性和具有说服力，这个阶段的主要任务是平台的初步推广和本身功能的进一步完善。

目的：形成自己的平台风格提高平台访问的流量。

第三阶段

平台运营后期（3个月）：这个阶段的由于前期的宣传和推广，为平台带来了一定的流量，所以这个阶段的重点应该放在访问流量和注册用户的转换上，让每个来访流量都能转化为我们的平台会员让更多的会员成为我们的消费会员。另外线上和线下推广还需要进一步的跟进。在网络营销方面，初步开展一些线上线下的商务活动，主要是网络广告商务合作联合商家线下推广等。

目的：提高用户转化率培养客户的忠诚度提高平台会员和消费会员的数量。

实际推广（无费用）

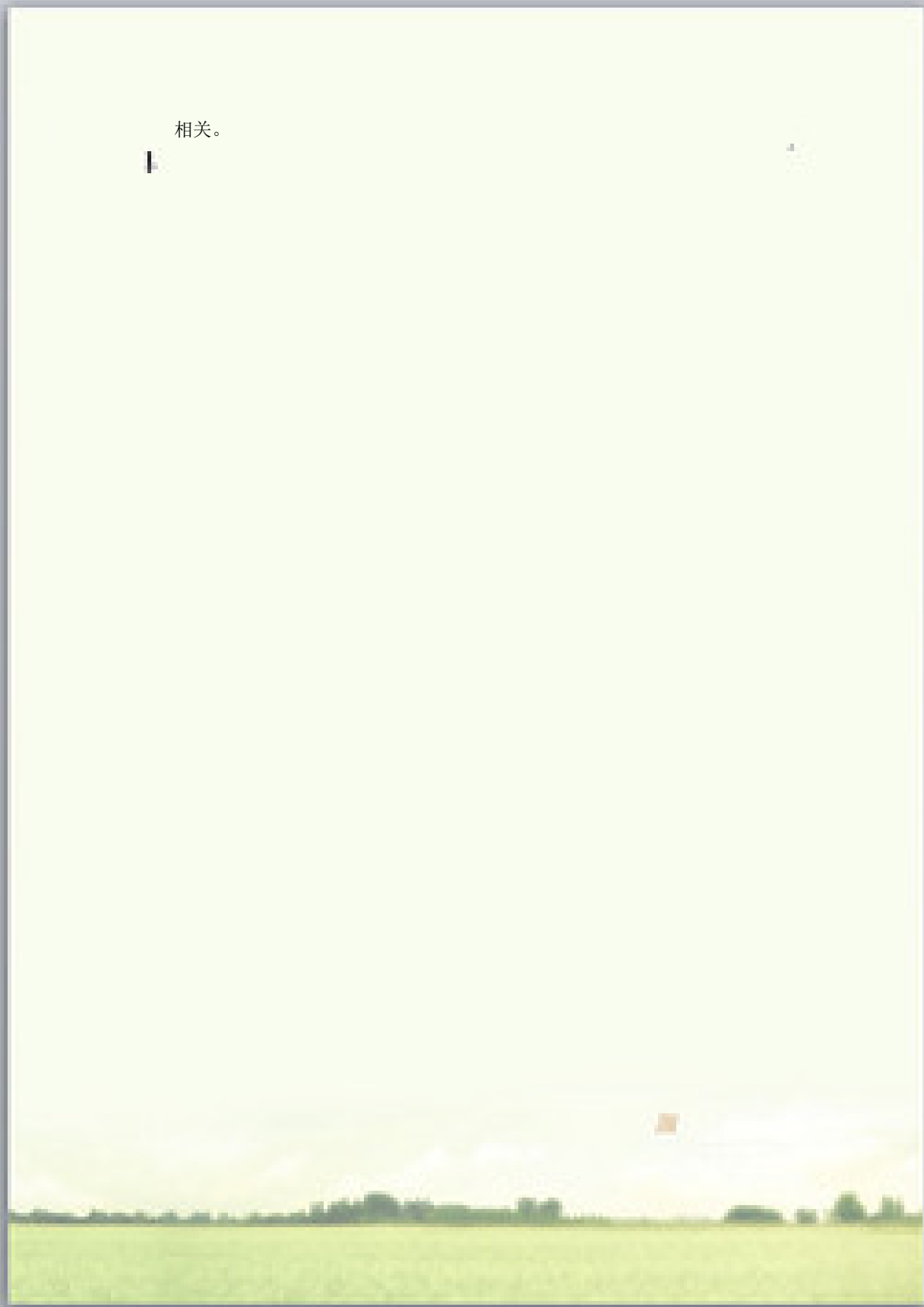
1. 平台 SEO：平台自身的优化，从内容优化标题优化代码优化。
2. 在 QQ 群里发消息：可以选平台的一些促销等活动，把活动内容和访问地址发到群里。在 QQ 群里发消息，要把握好时间，要选在上网高峰时发，这样效果才好。一般上午效果不好，要发的话也应该在 10:30—11:30，下午 3:30—5:00 效果比较好，晚上 8:30—9:30 才是最好时机，此时在线人数最多。
3. 软文推广：通过一些媒介网站，宣传平台。不是去别人的网站或是论坛发一些无谓的广告帖，而应该象在 QQ 群里推广一样，选择吸引人的内容，贴标题和链接。
4. 生活社区网站推广：如厦门小鱼网，人人网等 SNS 网站的适量推广，此类方式需把握好度。
5. 内部员工自身多访问平台，以尽量加入网址站或网站目录。鼓励大家利用 QQ 宣传我们平台，可以在自己 QQ 签名档或者个人说明里宣传公司平台。
6. 友情链接：跟一些比较好的网站做交换链接或是友情链接。
7. 博客推广：知名博客网站注册私人博客。注册一个只要把平台的宣传资料发表一下就可以，博客名叫做 XXXX 网。里面的内容可以是我们平台网站的

相关。

I

4

三



8. 口碑宣传：通过各自的人际关系进行宣传。

优惠活动（无法预算费用）

促销型：每过一段时间，就搞一次促销活动，吸引一下回头客，提高一下网站的吸引力。（某些产品促销，我们一些商家的新产品促销，我们以更低的价格在网上销售给客户。）

抽奖型：跟商家合作，拿出一些实际奖品。有奖品，就能吸引不少消费者。（可与各类促销活动同时进行。）

团购型：适当的时机可推出某些产品的团购。

长期计划

网络广告投放。（考虑成本预算，仅作参考，初期不打算投放，或者有合适的网站再投放。）

广告投放周期最少为一个月。这是需要长期投入的花费。

1. 找专业的推广公司帮忙炒作推广。在门户网站首页，百度百科，百度贴吧，知名博客和微博等全方位信息铺设，费用预算大约在 10 至 12 万。
2. 广告投放对象：我们网站所面对的受众主要为会员与广大网友。会员基本上都是一群热爱生活热爱互联网，喜欢接受新事物敢于尝试的年轻人。针对网站的受众特点，我们将网络广告投放对象选择为地方娱乐门户网站地方交友聚会网站导航网站和地方餐饮娱乐网站等。
3. 广告投放办法 联系类似的网站。主要查找这些网站是面向哪块市场的，不只是消费人群，也包括商业资料信息的网站。了解网站的广告价格后进行洽谈，以减少投资，最好的方法是互换广告的方式。
4. 大众媒体广告投放途径：公交车身站牌广告，写字楼电视广告，移动电视广告等。

第一个步骤为洽谈，选取好的广告位置。广告形式可根据投放网站的风格，网络广告投放需要，设计规划多种广告形式进行广告投放。主要广告形式有 Banner 广告小型图片广告 FLASH 动画，搜索引擎排名等。

第二个步骤为，以我们投放广告的站点风格制作宣传资料，达到最大宣传效果。

备注：媒体广告投资太大，暂时先不考虑。

团队成长及管理

理想中的团队，是所有的伙伴上下一心，团结一致，共谋事业。

团队需要不同的人才，理念和成长很重要。

一个好的团队，是从最初就开始培养和成长的。

小团队可以做大事业，大团队也是由小团队成长起来的。

留住人才，要有行之有效的吸引机制。

愿景

实现公司目标蓝图，和公司共同成长发展！

看好 XXXX 网，相信 XXXX 网的美好明天！

致 XXXX 网

自身的平台优势完善的销售渠道丰富的运营和推广经验——这些，XXXX 网也有！XXXX 网前期积累为 XXXX 网提供了很好的基础，应扬长避短，加快发展。

保证细节和品质，在此基础上 XXXX 网应不断学习成功平台最为成熟的技术和运营经验，面对现实，认清现状，稳步前进。

注重会员管理，经营好平台会员的社会关系，提高会员在平台上的生命周期。关注细节体验，让消费者购物更加舒心。口碑营销，在某些时候会给我们不间断的惊喜。

XXXX 网已经有在传统行业里的销售和运营经验，有完善的开发力量和运营平台，相信只要在网络运营时把握住逐渐变化的用户和市场需求，成功就在不远处招手。

|

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/416011011143010155>