# 电商新品如何策划

来源：网络 作者：落日斜阳 更新时间：2024-09-07

*第一篇：电商新品如何策划电商新品策划思维随着电商迅猛的发展，许多人涌入这个行业，电商的平台也越来越多。有些人虽然在做电商，但是也许并不知道该怎么去做，比如一个新品如何去策划才能让它有销量？下面就说说如何来进行新品策划。首先，我们要进行产品...*

**第一篇：电商新品如何策划**

电商新品策划思维

随着电商迅猛的发展，许多人涌入这个行业，电商的平台也越来越多。有些人虽然在做电商，但是也许并不知道该怎么去做，比如一个新品如何去策划才能让它有销量？下面就说说如何来进行新品策划。

首先，我们要进行产品的定位，对于每个电商平台，它们都会有自己平台的本质和规则，这些我们都需要了解。接下来我们要进行市场分析，市场分析包括卖、买与选款。卖的话我们要从的产品的竞争度、产品的市场大小、产品的款式、产品价格以及利润、产品属性进行针对的分析。买的话我们要从客户群体、消费年龄、消费金额来进行观察和分析。最后我们选出适合的款式。

其次，我们要进行布局，布局总体包括两个方面:设计和文案。设计我们要从店铺装修，宝贝的拍照和视频，以及宝贝的详情页描述等来进行具体的规划。文案我们就要从产品包装、广告语、以及销售语的设计这几个方面来入手。

最后就是我们如何来进行销售了。销售呢总共分为测款、引入流量、基础销量的规划、产品转化以及售后服务。首先，我们来说下如何进行测款，我们可以通过直通车、量子等来进行观察并进行针对性的测款。引入流量分为免费的和付费的。免费的有站内的关键词优化、站内的社区和论坛等。站外的微博、微信、论坛、网站等。付费的各个平台都有各自的推广方式，如淘宝的直通车、钻展。阿里的网销宝和标王。下面就是如何进行一些基础的销量，每个人所进行的基础的销量大致是一样的，想必大家都是理解的，在这里就不多说了。接下来产品如何优化，我们要从基础的评价、标题的优化和详情优化来进行全面的产品的优化。最后就是我们的售后服务了，好的服务态度对于吸引回头客有很大的帮助，所以我们的客服要服务到位！

**第二篇：电商策划**

一、原因

Pass掉的方案：食品（出口转内销；太多人做），特产（冬梅；六人；安全，经济、刑事），虚拟产品（两人懂；不感兴趣），加盟（欺诈；门槛），荷花池批发（爱尚玩绒；诚信；不便宜）。

原因：从厂家直接拿货，价格便宜；投入资金少；风险小

二、成本控制

投入资金少，可以把资金用来作其他，例如推广。

（首次进货，不用给货款，只需给运费

第二、三次进货，给货款的20%作为定金

以后进货给20%~50%作为定金，视具体情况而定，例如订货量，货款量等等）

货物卖不出去的，全部退回厂家。不存在产品积压，货物卖不出去，资金收不回来的情况

三、产品调研及定位

高、中、低端（有牌子、无牌子）产品举例及特点

选择低端产品（考虑我们小组特点例如资金，自己喜好，对包包了解等等）

市场定位（学生，一般白领，收入较低的都市人）

针对自己的市场，产品的特点要求：款式、牌子、价格、质量（可以提一下我们目前最大的优势是价格，劣势是款式差）

四、物流

从厂家广州东莞到成都采用托运

罗列托运方式（火车托运、汽车托运）

一般采用汽车托运，我们采用汽运

列举托运部名称（成都到昆明：快捷，俊杰，飞天；广州到成都：海川汽运，广州鑫发物流有限公司）

快递一般采用的是空运，故价格较高

具体价格

火车（短途：长途1~1.5元/千克），汽车（短途：平均在0.5元/千克,0.8~1.2元/千克，最多不超过2元/千克）

五、定价及利润

罗列产品定价方式

我们采用….（卖价=成本+运费+利润），举例…

利润在10元以上就卖，薄利多销。

六、风险

若货物卖不出去，承担广州到成都来往运费

货物在托运过程中损坏，丢失等

七、推广

罗列推广方式

我们采用：团购（团购要求的卖家信誉，如何提高信誉）、买就送活动（开辟一个礼物专区，建立链接，提高信誉）、选一两款作为促销产品（款式、季节）

八、我们的任务

店铺的搭建以及推广维护

薄利多销，提高卖家信用

联系厂家，给我们生产一些款式新、好，质量较好的产品作为我们的主打产品（现在的产品是厂家库存产品）（厂家主要有两项业务：自己生产产品卖出，代加工）

**第三篇：电商活动策划**

活动目的和意义

在中旬各大电商均开始夏季大促之时，利用各类营销手段、吸引消费者的注意、提高网店的流量、增加店内的销售额，最终使得部门的销售业绩与在消费者心中的印象在夏季大促期间得到良好的提升。

活动内容

活动基本分三大块进行：

一、京东商城

1.店面的装修与整体感觉：

对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满缤纷夏日养生季-漂亮女人的健康宣言的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(1)活动前：渲染缤纷夏日养生季-漂亮女人的健康宣言的气氛，提前吸引消费者对年中大促的期待心理，甚至可以对一些宝贝进行提前优惠促销，使顾客对本店持有关注;(2)缤纷夏日养生季：店面要体现出在尽最大力度进行促销的景象，针对商品推出各式各样的促销方式，不管忙或不忙，为每一个顾客做好服务;(3)节后：体现“缤纷夏日养生季过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到缤纷夏日养生季带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。2.促销方式

(1)直接打折：如原价300元，现价6折180元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的10款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。线上现有销售产品有：

秋梨雪莲膏220g/瓶

销售价：88元

折扣价：52.8 阿胶雪莲膏220g/瓶

销售价：88元

折扣价：52.8 红糖姜枣膏220g/瓶

销售价：78元

折扣价：46.8 玫瑰膏220g/瓶

销售价：98元

折扣价：58.8 黄芪当归阿胶口服液10ml\*28支

销售价：298元

折扣价：买一送一 黄芪太子参口服液10ml\*28支

销售价：298元

折扣价：买一送一 精力参加茸口服液10ml\*28支

销售价：398元

折扣价：238.8 叶酸多维钙铁咀嚼片（孕妇型）60粒/盒

销售价：39.9元

折扣价：24 酪蛋白磷酸肽维生素E钙咀嚼片60粒/盒

销售价：39.9元

折扣价：24 美尚美黄精玛卡蛋白质粉

销售价：68元

折扣价：40.8 美尚美猴头菇营养蛋白质粉

销售价：49元

折扣价：29.8 美尚美乳清蛋白质粉

销售价：49元

折扣价：29.8 蛋白质粉三款组合装

销售价：148元

折扣价：88.8

(2)买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格最高的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。黄芪当归阿胶口服液

买一送一

黄芪当归阿胶口服液

买一盒送一 盒 黄芪太子参口服液 黄芪太子参口服液

买一送一

黄芪太子参口服液

买一盒送一 盒 当归阿胶口服液

(3)两件包邮：购买了一件宝贝后，发现再买一件就可以享受包邮的服务，必然会有再次购买的欲望。虽然这种折扣的力度不大，但是很多消费者还是愿意买单的。

(4)满就送：满100元送10元优惠券，满200元送20元优惠券，满600元送80元店铺优惠券，这种方式就稍微有点讲究了。比如说这款宝贝刚好99元，不符合优惠的条件，那就必须再选择另外一款累计起来才能享受优惠券的折扣了；‘

(5)搭配套餐：这种方式就有点绑架消费者的意思了。比如购买全场任意一件宝贝，搭配37元就可以加一件100元以下的宝贝，加47元就可以送一件150元以下的宝贝。类似这种方式就是以价格大的带动价格低的宝贝，更能拉动网店的销售量。据相关数据统计，这个方式是最受消费者欢迎的 3.客服

缤纷夏日养生季期间消费者的流量一般都会比平时多出很多，在这个时候，就要求客服一定要把握好语句和回复速度，在语言里最好加上缤纷夏日养生季的欢快信息，对买家的购买欲望也是一种促进。4.售后

当顾客在买过店里的宝贝时出现了问题要退货，要及时、有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下毛病，对物品的问题做出适当的调解，是退货还是协商，不要让顾客找到京东来维权。

二、今日头条（因保健食品不能上线，需待定）1.营销页面与整体感觉：

营销页面一定要能突出产品的核心卖点，整体简洁明了。能让消费者一眼就知道我们的产品是做什么的，有什么用途。

其次，营销页面还需展现出此次活动的优惠力度，让消费者能够感觉到产品的优惠巨大。

为打消消费者的疑虑，今日头条活动采取货到付款的方式。彻底打消消费者上当受骗的心理，加大活动的订单量。

2.活动关键词的设定：

关键词应围绕着产品卖点进行设定，探寻大众消费者的搜索习惯，使产品能够更精准的投放到有效消费者身上。

关键词初设定：补血、贫血、阴虚、气血不足、月经不调、痛经、失眠多梦、精神差、头晕、手脚冰凉、畏寒怕热、脸色差、头发枯黄、美容养颜等。3.促销方式

(1)买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格最高的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。黄芪当归阿胶口服液

买一送一

黄芪当归阿胶口服液

买一盒送一 盒 黄芪太子参口服液 4.关于发货以及售后问题：

所有今日头条订单均采取货到付款的方式，统一采用顺丰快递。公司与顺丰快递进行月结算。

顾客在售后货物后，如发现有破损或质量问题应及时联系公司，公司核实实属后可进行退换货，并又公司承担运费。

三、微信商城

1.店面的装修与整体感觉：

对本店首页和宝贝的内容页进行美工、编排，尽量做到图文并茂，时刻都要充满年中大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(1)活动前：渲染缤纷夏日养生季的气氛，提前吸引消费者对缤纷夏日养生季的期待心理，甚至可以对一些宝贝进行提前优惠促销，使顾客对本店持有关注;(2)缤纷夏日养生季：店面要体现出在尽最大力度进行促销的景象，针对商品推出各式各样的促销方式，不管忙或不忙，为每一个顾客做好服务;(3)节后：体现“缤纷夏日养生季过去，但是促销余热还未褪去”，让迟来的买家、或者关注本店的买家，还能享受到缤纷夏日养生季带给他们的促销福利，只是相较当日，必然要有很大的收敛，但是凸显了本店以买家为上帝的宗旨。2.吸粉活动

凡关注微信公众平台的用户，均可参与本次0元购物的活动

关注公众平台后，快点击底部菜单0元购物，获取个人专属二维码，并将二维码分享至好友 当有10位好友通过二维码关注平台后，即可获得0元购买血红素胶囊片一盒的机会，当有60位好友通过二维码关注平台后，即可获得0元购买娃娃鱼活性肽饮品一盒的机会。3.促销方式

(1)直接打折：如原价300元，现价6折180元销售，这种打折的方式是最简单明了的，消费者也很容易理解。不管是店铺哪一款宝贝，即便是遇上全店几折起的整店销售时，就算不能在规定的10款折扣价格显示的宝贝里面，但是拍下后直接改价同样是很多消费者较为容易接受的方式。线上现有销售产品有： 线上现有销售产品有：

秋梨雪莲膏220g/瓶

销售价：88元

折扣价：52.8 阿胶雪莲膏220g/瓶

销售价：88元

折扣价：52.8 红糖姜枣膏220g/瓶

销售价：78元

折扣价：46.8 玫瑰膏220g/瓶

销售价：78元

折扣价：46.8 黄芪当归阿胶口服液10ml\*28支

销售价：298元

折扣价：买一送一 黄芪太子参口服液10ml\*28支

销售价：298元

折扣价：买一送一 精力参加茸口服液10ml\*28支

销售价：398元

折扣价：238.8 叶酸多维钙铁咀嚼片（孕妇型）60粒/盒

销售价：39.9元

折扣价：24 酪蛋白磷酸肽维生素E钙咀嚼片60粒/盒

销售价：39.9元

折扣价：24 美尚美黄精玛卡蛋白质粉

销售价：68元

折扣价：40.8 美尚美猴头菇营养蛋白质粉

销售价：49元

折扣价：29.8 美尚美乳清蛋白质粉

销售价：49元

折扣价：29.8 蛋白质粉三款组合装

销售价：148元

折扣价：88.8(3)买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格最高的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。黄芪当归阿胶口服液

买一送一

黄芪当归阿胶口服液

买一盒送一 盒 黄芪太子参口服液 黄芪太子参口服液

买一送一

黄芪太子参口服液

买一盒送一 盒 当归阿胶口服液

(3)两件包邮：购买了一件宝贝后，发现再买一件就可以享受包邮的服务，必然会有再次购买的欲望。虽然这种折扣的力度不大，但是很多消费者还是愿意买单的。

(4)满就送：满100元送10元优惠券，满200元送20元优惠券，满600元送80元店铺优惠券，这种方式就稍微有点讲究了。比如说这款宝贝刚好99元，不符合优惠的条件，那就必须再选择另外一款累计起来才能享受优惠券的折扣了；‘

(5)搭配套餐：这种方式就有点绑架消费者的意思了。比如购买全场任意一件宝贝，搭配37元就可以加一件100元以下的宝贝，加47元就可以送一件150元以下的宝贝。类似这种方式就是以价格大的带动价格低的宝贝，更能拉动网店的销售量。据相关数据统计，这个方式是最受消费者欢迎的 3.客服

缤纷夏日养生季期间消费者的流量一般都会比平时多出很多，在这个时候，就要求客服一定要把握好语句和回复速度，在语言里最好加上缤纷夏日养生季的欢快信息，对买家的购买欲望也是一种促进。4.售后

当顾客在买过店里的宝贝时出现了问题要退货，要及时、有礼貌，和善的处理，不要给顾客留下毛病，对物品的问题做出适当的调解，是退货还是协商，不要让顾客留下不好的评论。

四、百度推广

1.营销页面与整体感觉：

营销页面一定要能突出产品的核心卖点，整体简洁明了。能让消费者一眼就知道我们的产品是做什么的，有什么用途。

其次，营销页面还需展现出此次活动的优惠力度，让消费者能够感觉到产品的优惠巨大。

为打消消费者的疑虑，今日头条活动采取货到付款的方式。彻底打消消费者上当受骗的心理，加大活动的订单量。

3.活动关键词的设定：

关键词应围绕着产品卖点进行设定，探寻大众消费者的搜索习惯，使产品能够更精准的投放到有效消费者身上。

关键词初设定：补血、贫血、阴虚、气血不足、月经不调、痛经、失眠多梦、精神差、头晕、手脚冰凉、畏寒怕热、脸色差、头发枯黄、美容养颜等。3.促销方式

(1)买一送一：全场任意选择一款宝贝，送另外一件宝贝，以价格最高的作为成交的最后金额。这种促销的方式就看消费者的眼光了，如果精明的消费者选择得当，就等于是享受了差不多5折的优惠。黄芪当归阿胶口服液

买一送一

黄芪当归阿胶口服液

买一盒送一 盒 黄芪太子参口服液 4.关于发货以及售后问题：

所有今日头条订单均采取货到付款的方式，统一采用顺丰快递。公司与顺丰快递进行月结算。

顾客在售后货物后，如发现有破损或质量问题应及时联系公司，公司核实实属后可进行退换货，并又公司承担运费。

五、关于人员配备及执行细则

1.版面设计：李琴 按活动计划制作相应的主题页面，包含京东、微信商城、百度营销页等，设计要求符合活动主题，突显活动内容；活动海报需简洁明了易于传播。（基本完成）

2.版面制作：肖爽、熊毛毛

版面制作主要以百度营销页为主，由肖爽主导、熊毛毛辅助完成。版面要求突显活动主题，便于消费者留言下单。并由肖爽设定好推广关键词，开展百度推广相关事宜。（基础建设已完成）3.微信吸粉活动：宋海波

由宋海波设置好吸粉活动流程，制定吸粉活动细则，并对全部人员进行吸粉活动培训，确保每个人都明白这个活动流程。当有一定基础粉后，在编写篇详细的活动教程，以便基础粉能形成二次传播。

4.客服售后：宋海波、杨志、丁艳爱

熟悉整个的活动流程，对商品信息充分了解，礼貌待客，及时回复信息；销售过程中发现问题及时反馈并解决，并由宋海波组织召开客服人员销售话术。

5.下单物流问题：杨思芸

保障好销售产品以及活动赠品的库存情况，及时处理客户订单。同时洽谈好代收货款的快递公司，与快递公司签订好结算方式。

6.统筹执行：黄丹

对各个人的工作进行统筹安排，并监督执行情况。

7.活动推广：全体人员

(1)全体人员必须积极参与到活动推广过程中，个人通讯工具必须有活动展示。(2)全体人员微信朋友圈每天至少一次对本活动的宣传展示。(3)全体人员微信朋友至少群发50人以上。

(4)全体人员本次活动的相关宣传至少群发5个以上微信群。(5)全体人员本次活动的相关宣传至少群发5个以上QQ群。

(6)全体人员每天至少发布本次活动相关内容至5个以上论坛、贴吧等平台（注重发布母婴论坛、养生保健论坛等）。

**第四篇：电商活动策划**

电商（网店）活动策划

【工作内容】：

1、策划、准备、执行线上营销活动，总结分析活动效果；

2、负责策划撰写产品宣传文案，各种促销方案，以及产品优化，挖掘产品亮点、卖点提高转化率；

3、负责各渠道宣传，如，微博，微信，帮派的运营推广，活动策划、实施；

4、负责收集同行业的资讯，竞争产品销售数据，类目活动数据。

【基本能力要求】：

1、网感——对互联网要有一定的了解，特别是对论坛丶微博这些常用来做活动的平台需要了解其特点、规律等。

2、创意——针对常见活动平台，需有灵活的思路及好的创意。

3、系统思维——活动从创意到执行，涉及到各种资源的分配，并且需要考虑大的环境、公司的实际情况、产品的情况，需要具备系统性思维考虑问题。

4、沟通表达能力——一个活动从创意到执行，需要与不同的部门接触、沟通，须主动表达、主动沟通。

【任职要求】

1、有活动策划及文案工作经验，有较强的文字编辑能力和策划能力；

2、熟悉电子商务行业，了解淘宝相关资讯；

3、能够独立完成广告策划、推广方案、文书各类创意策划文案；

4、优秀的文笔、PPT制作等能力。

5、性格开朗大方、良好的人际沟通能力，富有强烈的责任心及团队合作精神；

6、执行能力强，有较强的工作计划性，责任心。

**第五篇：电商活动策划方案**

电商活动策划方案

（一）国家“十二五”规划提出，要坚持扩大内需战略，构建扩大内需长效机制，促进经济增长向依靠消费、投资、出口协调拉动转变。并指出应加快经济社会信息化，积极发展电子商务。为了响应国家促进消费拉动内需的政策，配合宜商名镇建设，积极发挥信息化城镇的优势，突破地域瓶颈的限制，构建社会经济发展新时期的现代商贸模式。XX市总工会将以广大职工群众为基础，在全市范围内全面开展电子商务技能系列活动，通过职工群众的积极参与和支持，为普及电子商务知识，推动经济社会信息化，营造良好的电子商务创业、经营、消费氛围，和形成具有XX市特色的电子商务文化而发挥积极的作用。

一、活动宗旨

普及电子商务知识，推广电子商务应用，丰富职工群众生活，提高信息化应用水平，培养发掘电子商务应用人才，帮助商贸企业创新发展模式，促进我镇电子商务事业的发展，鼓励科技创新，服务高水平崛起。

二、活动时间

20\*\*年3月中旬—5月上旬

三、参加对象

1.XX市内的企业或商铺

2.在XX市工作的广大职工

3.年满18周岁对电子商务感兴趣并在XX市居住生活的居民

四、活动内容

分为电子商务知识普及、电子商务应用推广、电子商务竞赛三大部分。具体为：

1.《当今电子商务发展》专题讲座暨专家访谈

2.《淘宝网开店实战》培训暨XX市自主电子商务平台推介

3.电子商务应用竞赛

4.“我最喜爱的电子商务网站（网店）”评选

5.颁奖仪式

五、活动安排

1.20XX年3月5日—3月15日：单位及个人报名

填写相应报名表

2.20XX年3月18日：电子商务专题讲座、专家访谈、电子商务竞赛说明

邀请高校电子商务专家主讲、全体比赛选手和对电子商务有兴趣的人士参加

3.20XX年3月25日：电子商务实战培训（淘宝开店）、自主电子商务平台推介

全体比赛选手和对电子商务有兴趣的人士参加

4.20XX年3月26日：电子商务理论知识竞赛。电子商务应用竞赛选拔赛，全体个人参赛选手参加，以理论试卷答题方式进行，选拔出成绩前10名的选手，晋级进入下一阶段的网络营销赛。“我最喜爱的电子商务网站（网店）”初选。由竞赛裁判组评选出前20名参赛单位的电子商务网站（网店），进入单位竞赛的第二轮。

5.20XX年3月28日：电子商务网络营销竞赛。晋级选手淘宝网开设网店，网店所售商品由竞赛组委会指定的赞助商按优惠价提供。

6.20XX年4月2日：电子商务应用推广。向社会公布参赛单位的电子商务网站（网店）网址，接受社会各界投票。向社会公布参赛选手网店的网址，动员全镇职工群众参与活动。

7.20XX年4月2日—4月25日：组织评选“我最喜爱的电子商务网站（网店）”，公布参赛单位或商铺的电子商务网站（网店）网址，社会各界人士可通过短信或网站进行投票。

8.20XX年4月26日：电子商务竞赛裁判组评选参赛选手作品，对参赛单位和参赛个人选手，分别取前6名（一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名）。

9.20XX年5月1日：举行电子商务活动颁奖仪式

六、电子商务竞赛说明

电子商务竞赛又分为单位参赛和个人参赛两类，单位参赛具体形式为：参赛单位提供本单位已有的电子商务网站（或网店），由大众通过短信或网站进行投票评选，大众评选结果与竞赛评审专家组的评判结果相结合，作为最终的比赛成绩进行名次评定。个人参赛具体形式为：参赛个人先参加理论知识竞赛，根据理论知识竞赛的成绩，筛选出部分成绩优秀者，进入实操技能竞赛，最后根据实操成绩评定名次。

1.单位电子商务竞赛：评选“我最喜爱的电子商务网站（网店）”，各参赛单位在指定时间报名，并提供本单位电子商务网站（网店）的网址，竞赛裁判组对参赛网站（网店）进行评比初选，选出前二十名进入下一阶段。竞赛组委会向社会统一公布进入第二阶段比赛的二十个参赛单位的网站（网店）网址，社会各界通过短信方式或网站投票的方式，在指定的时间内对自己最喜欢的网站（网店）进行投票。截止投票后，竞赛评审专家组对参赛单位的网站（网店）进行评分。最后，将短信及网站投票结果与专家评审组的评分结果相结合作为比赛的最后成绩，评定比赛名次。

2.个人电子商务竞赛：电子商务应用竞赛，竞赛分2轮，第1轮为电子商务理论知识竞赛，第2轮为网络营销竞赛。

1）电子商务理论知识竞赛

理论竞赛“助理电子商务师—国家职业资格考试（三级）”的要求为基础，题型为单项选择题及多项选择题。内容包括：电子商务基础知识、网站建设、网络营销、电子交易、物流信息管理、网络采购、电子商务安全管理等理论知识，满分为100分，竞赛时间为60分钟。电子商务理论知识竞赛成绩公布后，由高到低排名，取前10名进入第2轮竞赛。

2）网络营销竞赛

在规定的时间内，参赛选手自行完成在“淘宝网”上进行用户注册、实名认证、开店、页面设计、商品登录、商品推广、商品销售等一系列网络营销操作（在竞赛期间的网店销售商品，由竞赛组委会指定的赞助商按优惠价提供，参赛选手参赛过程中的全部销售收入，全额返回给赞助商），网络营销为期一个月。

3）成绩评定方法

网络营销竞赛结束后，由比赛评审专家组根据以下标准进行评分，评分标准：

（1）可行性与实用性30%

（2）完整性与美观性30%

（3）创新性与先进性15%

（4）工作量与实现难度 15%

（5）销售业绩及买家评价10%

七、奖项设置

个人电子商务应用竞赛、“我最喜爱的电子商务网站（网店）”评选分别取前6名，获奖个人选手颁发荣誉证书和奖金，获奖单位颁发奖牌和奖金。其中：

个人电子商务竞赛：一等奖1名（奖金1000元）

二等奖2名（奖金800元）

三等奖3名（奖金500元）

我最喜爱的电子商务网站（网店）：

金奖1名（奖金2024元）

银奖2名（奖金1500元）

铜奖3名（奖金1000元）

八、活动宣传

通过XX市电视台及时发布比赛通知、报道活动情况，颁奖仪式。

九、比赛裁判

邀请XX学院、XX市电子城、基层工会干部、电子商务专业技术人员组成共13人的比赛评审专家小组，按照电子商务竞赛比赛规程的要求进行竞赛的裁判工作。

电商活动策划方案

（二）1.1、清晰活动：学会策划活动，请先清晰活动特点。

不管什么活动，城市有它的意图，断定首要意图，才更便利展开后续的任务。

让咱们先了解下活动的特点：

从活动意图上，咱们可以简略划分为，推品牌、促销量两类。推品牌，咱们可以分为，晋升品牌知名度、晋升品牌形象、晋升品牌赢利。促销量，咱们可以划分为，包管赢利、包管销量。这里需求着重，活动意图的挑选一定是有一个为主，没有主次的活动一定是失利的。

从活动周期上，咱们可以简略划分为：平常（周常、月常）、节日推行、特征活动。其间，3常的策划可以构成一个商家固定的活动，培育用户习气，节日推行是最受商家注重，也是培育了网购集体“不促销不购物”的元凶巨恶，特征活动是一切策划发扬更多构思的空间，也是最简略出彩的当地。

1.2、力度把控：活动策划里的相对论。

有了活动意图和活动周期特点，在策划活动前咱们就能断定活动的力度了，推行方面咱们暂时不思索，单纯从活动产物扣头方面来断定。

活动作用预估，和活动作用预设是两码事，预设是先出成果，断定推行费用和推行计划，策划依据难度来断定力度。而预估则是先出活动，然后再断定推行费用后算出的抱负作用，力度把控首要是由策划来的。比拟起来，更检测策划的是预设方法，三常活动可以先出计划，依据公司推行战略来定力度，节日推行更推重预设方法。

若是你作为一个策划，公司习气用预估来做，你就要学会多做几套计划，若是公司习气用预设方法来做，每次活动前你开端盘算着可行性吧，做不到的事千万别许诺。

活动意图是活动的深度、活动周期是活动的纬度，在它们组成的空间里寻觅最合适的力度是一个合格的策划必修课。

1.3、学会策划：树立活动系统是翻开思路的钥匙。

“这次活动很重要，策划今天下午就把案件定下来，明日组织描绘做，后天上线。推行也抓住想办法推。”总是有人诉苦构思少，总是有BOOS觉得计划差，绝大部分公司都存在这样一种状况，遽然发现后天就是XX节了，立马开会要上活动。

真当策划是构思机器？这种状况出的活动能有好作用就真的是踩狗屎了。固然好活动纷歧定是花工夫做出来的，但是有足够的工夫肯定是件功德，2年前我就在想，怎样才干有更多的工夫做一场场活动，所以一个表格我用了两年，如今同享之。

1.4：如何选品。

在这里，我必须对一切电商公司提一点主张，产物司理必须在运营、策划、推行、3个岗位轮岗过。我至今仍怨恨那些靠着文艺范、靠着女性直觉去选品的所谓产物司理，除了分管了一些根底任务和把活动难度加大外，一无可取。产物司理，必须是男人干的事（在以上3个岗位都做过，而且比拟MAN的女性本句也契合）

回归正题，其实，大部分小电商公司的活动策划是兼掉选品这一块的。那么如何选品？

（下面为小疯小我操作作风，适用于普通活动，不写太教条了）

①：每次活动，必须有一款主打产物和一款小众产物，主打产物必须高性价比配最棒的案牍和最佳的方位。若是你描绘的版面一切产物都差不多摆放，一切案牍也都相似，你曾经失利了。小众产物必须有作风，在很多产物傍边，小众或许会由于肯定而畅销；

②：产物特点必须和活动作风匹配，比方母亲节，温馨、内敛、报答等等，提炼每个产物的主卖点，而且进行分类，主打产物的永久是最匹配活动的，而普通产物绝不能喧宾夺主；

③：产物价钱必须最少有3个层次，哪怕有再多的贱价好产物。详细比如，特价活动10个产物，我普通3个贱价，3个客户看的出的性价比，3个正常价钱，1个必须高价；

④：产物视觉也需求有层次，我恨那些脑残的产物司理，选的产物颜色底子让我无法描绘案牍，让美工描绘版面，让推行有推行的愿望。若是你的描绘不敷强壮，那么作为策划，你必须有参阅样板给他，包罗你的版面计划，这种状况，你选品就必须思索价钱的成列和颜色上的成列和谐。

⑤：学会包装产物，丰厚本人的选品库，活动策划眼里的产物分类永久和客户眼中的纷歧样。客户选品会由于外观上，原料上，价钱上而改动，策划更需求发掘产物卖点、调配、典故，做策划必须熟习产物，想到一个活动，立马脑子里边冒出几款产物，然后再去找几款产物，挑选让你创意迸发的去包装成主打。

PS：总是有公司会由于库存等状况招致一切活动主推的产物总是那么几款甚至某个价位就那么1个合适推行。固然很无法，但很实际。测验去包装几款产物出来，让公司进行收购，若是真实不可也别诉苦，多做些计划，把活动傍边的活动成分加大，你仍是可以做的更好。

1.5：履行力是条件

每个案件做出来，先思索能否履行，能履行到哪一步，so，抛弃那些看起来很美的东西。一个便利履行的案件会让公司一切关联部分喜欢你，愿意合作你的活动，这可不只影响你这一次活动哦！

关于节日推行和特征活动系统，所涉及到的就不只仅是活动策划这么简略了，他和会员系统、品牌文明甚至内容推行方面影响都很大，抽暇专门开贴聊下。（又挖坑了，等着埋）

挑选活动策划作为电商职场入门的开端，是由于这是一个越来越受电商注重的环节，而且也是运营、推行、描绘等岗位任务的一个起点。这个系列的文章，首要是对准刚进入电商职业的新人所写，都是小疯小我经历，so，在每个岗位对应帖子下，小疯都期望有该岗位资深人士拍砖，越狠越好。

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