# 网店营销策划书 网店营销策划书论文(十一篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-06-15

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。网店营销策划书 网店营销策划书论文篇一早在1999年以前，中国互联网的先知们就开始建立b2c...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇一**

早在1999年以前，中国互联网的先知们就开始建立b2c网站，致力于在中国推动网络购物的发展。据20xx年有关统计显示，我国网上购物发展迅速，在以北京、上海、广州和深圳为代表的全国中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率达到了42.5%，网上购物用户总数超过1000万人，网上购物金额超过人民币250亿元。在以武、成都、沈阳和西安为代表的四个区域中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率也达到了29.3%，网上购物用户总数253万人，网上购物金额50亿元。可见，中国网

络购物的春天已经到来，发展前景十分广阔。目前在淘宝，拍拍，易趣等网店平台上开办网络快充业务的网店也不少，但仍然有很多人陆续开店，网上快充平台正是以其便捷的服务和优惠的价格吸引着无数的买家和卖家，因此我们胜利团队也顺应网购风潮，准备进军电子商务市场，在网上开一家提供各种快速充值服务的网店。

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，所以开网店不是什么难事。近几年，淘宝、易趣、拍拍等c2c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，这就更为我们在网上开店提供了方便。可以说，开网店已经成为了大学生创业的一条捷径。

1、网店产品与服务

以虚拟产品为主，包括如下几个产品：

⑴移动，联通，固话小灵通10-100元的话费充值服务

⑵q币充值服务，qq增殖业务

⑶各大网络游戏充值点卡

(4)捷易通自动快充系统软件

2、产品介绍

本店营业初期将代理目前国内最先进的自动快充营业系统软件—捷易通，该软件适用于各大b2c网络平台，包括淘宝，拍拍等网站。并且支持国内外各大网络游戏，

各大通信运营商的充值服务，入门费用低可操作性强。其自动充值系统也为我们节省了很多的时间，让我们有更多的时间用于客户交流以及对网店的维护。

3、网店宗旨

诚信求生存，服务求发展。

网上开店，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。现在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。

我们胜利团队成员都是在校大学生，有充裕的时间与客户进行交流，定期对网店进行维护，不断更新产品与服务，为吸引新顾客和留住老顾客而认真耐心诚信服务。

4、网店目标

本网店前期主要面向在校大学生。因为我们胜利团队本身也是由大学生组成的一个团体，在南京本地高校也有一定的号召力，大学生对这些产品的需求也很大，而且部分学生充话费或者游戏点卡都选择去各大营业厅和网吧，造成了时间上的浪费。所以我们团队想在各大高校普及网上充值业务，既能满足高校学生的充值的需求亦能节省时间去做更多有意义的事。我们首先从虚拟商品——各大网络游戏点卡，q币，qq增值业务，各大通信运营商话费充值业务做起。并用一年的`时间在各大高校学生中普及网上充值业务，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。后期我们将加强团队工作，一方面除了做好网上充值服务，另一方面我们也将着力于发展捷易通代理，以赚取更高额的利润。

1、网店分析

网上开店对成本的要求低，它占用资金少，也基本不需要水、电、管理费等方面的支出；这样就解决了我们在校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，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。以上也是网上开店创业的优势所在。

2、调查结果分析

通过搜集查阅大量统计数据发现，中国网民数量庞大，但网购人数在所有网民中所占的比例距发达国家还有很大差距，这从另一个角度也可以说明中国网络购物有着巨大的发展空间，事实也证明了这一点——中国近几年网络购物发展十分迅速，网上购物的人数快速增长，而且这种势头从现阶段来看只有增强而不会有丝毫减弱。尽管网络购物的飞速发展给开网店带来了不小的竞争，但在一定时间段内，机遇还是大于竞争的，所以网店创业的潜力还是十分大的。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇二**

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xx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。

（一）网店推广策略

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xxxxx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xxxxxx

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。

（二）网站的设计

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。

（三）产品营销策略

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。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇三**

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。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇四**

一份完整较的营销策划书的构造分为三大部分：一是产品的市场状况分析，二是策划书正文内容。三是效果预测即方案的可行性与操作性。

要了解整个市场规模的大小以及敌我对比的情况，市场状况分析必须包含下列13项内容：

（1）整个产品在当前市场的规模。

（2）竞争品牌的销售量与销售额的比较分析。

（3）竞争品牌市场占有率的比较分析。

（4）消费者群体的年龄、性别、职业、学历、收入、家庭结构之市场目标分析。

（5）各竞争品牌产品优缺点的比较分析。

（6）各竞争品牌市场区域与产品定位的比较分析。

（7）各竞争品牌广告费用与广告表现的比较分析。

（8）各竞争品牌促销活动的比较分析。

（9）各竞争品牌公关活动的比较分析。

（10）竞争品牌订价策略的比较分析。

（11）竞争品牌销售渠道的比较分析。

（12）公司近年产品的财务损益分析。

（13）公司产品的优劣与竞争品牌之间的优劣对比分析。

通常的营销策划书正文由七大项构成。

（1）公司产品投入市场的政策

1 、确定目标市场与产品定位。

2 、销售目标是扩大市场占有率还是追求利润。

3 、制定价格政策。

4 、确定销售方式。

5 、广告表现与广告预算。

6 、促销活动的`重点与原则。

7 、公关活动的重点与原则。

（2）企业的产品销售目标

所谓销售目标，就是指公司的各种产品在一定期间内（通常为一年）必须实现的营业目标。

策划者拟定推广计划的目的，就是要协助实现销售目标。推广计划包括目标、策略、细部计划等三大部分。

①目标

策划书必须明确地表示，为了实现整个营销策划案的销售目标，所希望达到的推广活动的目标。通常可分为：长期，中期与短期计划。

②策略

决定推广计划的目标之后，接下来要拟定实现该目标的策略。推广计划的策略包括广告宣传策略、分销渠道运用策略、促销价格活动策略、公关活动策略等四大项。

广告宣传策略：针对产品定位与目标消费群，决定方针表现的主题，利用报纸、杂志、电视、广播、传单、户外广告等。要选择何种媒体？各占多少比率？广告的视听率与接触率有多少？使产品的特色与卖点深入人心。

分销渠道策略：当前的分销渠道的种类很多，企业要根据需要和可能选择适合自己的渠道进行，通常可分为：经销商和终端两大块，另有中间代理商德等形式。在选择中我们，遵循的主要原则是“有的放矢”，充分利用公司的有限的资源和力量。

促销价格策略：促销的对象，促销活动的种种方式，以及采取各种促销活动所希望达成的效果是什么。

公关活动策略：公关的对象，公关活动的种种方式，以及举办各种公关活动所希望达到目的是什么。

③细部计划

详细说明实施每一种策略所进行的细节。

广告表现计划：报纸与杂志广告稿的设计（标题、文字、图案），电视广告的创意脚本、广播稿等。

媒体运用计划：选择大众化还是专业化的报纸与杂志，还有刊登日期与版面大小等；电视与广播广告选择的节目时段与次数。

促销活动计划：包括商品购买陈列、展览、示范、抽奖、赠送样品、品尝会、折扣等。

（4）市场调查计划

（5）销售管理计划

（6）财务损益预估

（7）方案的可行性与操作性分析。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇五**

我有一个小小的网店，目前有一钻的信誉。在我上大一的时候，受王小凡老师的影响，开了一家网店。我将我所玩的网游里的物品拿来出售，包括q币、qq会员、甚至qq牧场里的牧草等各种网络虚拟物品。刚开始的时候，由于我卖的东西新颖，客户有很多，但是后来由于跟风者众多，我的产品不在具有优势，生意冷淡了下来。现在，我打算改头换面，尝试一下销售服装。

将店开到网上去，是一件并不容易的事情，需要考虑多方面的因素。涉及的范围也是相当广泛，包括网店的建设，网店的宣传，进货，销售，物流等诸多环节。为了对网店的建设做到统筹兼顾，必须有一份完整的，可执行性强的营销策划书。这次网络营销策划的目的完善我的网店的建设。

网络营销环境可以从以下几个方面来分析：

1、人力资源

2、个人实力

3、客户资源

4、其他

1、网络环境

2、物流环境

3、网络信用

4、市场环境

5、其他

首先，分析一下网络营销环境中的个人情况。

这个店面将作为我未来一年内的主要事业，因此我是主要的人力资源。我即将升入大四，空闲时间较多，有充足的时间打理店铺。我的女朋友也很熟悉网络，空闲时间可以帮我打理店铺，因此人力资源这一块还是没有多大问题的。

我的姐姐干服装这一行已经六年了，对这一行比较熟悉。（）当初就是因为她自己给自己的服装店找到了好的市场定位，再加上自己在进货这一方面的经验才使她的店铺经营的很好，我可以从她身上学到不少相关经验甚至和她展开进一步的合作。这些年我做股票也积累很可观的一笔资金，完全可以满足开网店的资金需要。我社会经验也比较足。因此在这一块没有问题。

客户资源是开网店一个很重要的筹码，我的劣势就在于我刚刚涉足这一行，没有稳定的客户群以及人脉。我姐姐的服装店由于商品的质量可靠，款式新颖，售后服务也很周到，因此积累了一批忠实的顾客。因此我自己的店开到网上去，可以与我姐姐展开合作，以吸收并扩大她的客户群，达到双赢。进货方面我和我姐姐都有很多的渠道，也可以称为自己的客户。以前我姐姐进货的商家，现在仍然可以继续合作。这样虽然避免了重新寻找进货渠道的麻烦，但会使我的店铺沦为我姐姐的实体店的一个附庸，我不想看到这样的情况。因此，我还要通过我的关系，另外寻找一条合适的不同风格的进货渠道。

现在的网络比以前热闹许多，一方面各种各样的网上购物网站如雨后春笋般冒出来，这样给我的网店建设带来了很多方便。但是另一方面，俗话说：林子大了，什么鸟都有。网络上也出现了很多不安全的因素。比如说网络病毒，网络诈骗。这些都会对我网店的建设造成威胁。

现在国内的物流环境还是比较好的。虽然说中国邮政还是老样子，但是令人欣慰的是最近几年国内出现了好几个比较有名，值得信赖的私营物流公司。再加上国外一些顶级物流公司的加入，物流这一块还是没有多大问题的。我初步选择的合作物流是申通快递，因为无论其速度还是价格都是比较合适的。

在网上购物，面临的首要问题便是商家和顾客之间的一个信用问题。由于在虚拟的网络中进行交易，这增加了商家和顾客之间的信用风险。好在随着支付宝等一些第三方支付公司的发展，信用问题得到了比较好的解决。而我之前积累的信用也已经达到了一钻，算是有了一定的基础。

虽然说网上开店竞争比较激烈，但网上开店，自己的市场也扩展到了全国范围。因此，只要自己能做好，还是有利可图的。

由于淘宝在国内的影响力名列第一，网店管理也比较方便，而且我的基础也在淘宝，因此我选择继续在淘宝上开设自己的服装店。

网店装饰是一个比较重要的环节，因为这将决定一个浏览者对网店的第一印象，装饰精美的网店往往能将更多的潜在顾客转化成实际顾客。因此，我决定请一个设计学院的同学帮我设计网店的整体形象。以便吸引更多的顾客。

我决定先将我姐姐的库存商品上架到网店上，进行强力打折销售，这样可以作为新店开张的一项重要的促销活动，增加网店的人气。然后逐步引进、上架一些新的、有特色的服装。商品上架也要注意：不能一味以库存商品上架，这样有损网店形象，让人以为这就是一个卖廉价衣服的网店。

网店宣传时这次策划的绝对重点，也是一个网店生意好坏的重要因素。再好的店没有宣传也是难以取得好的业绩的。网店的宣传主要采用以下几种方式：

网络广告宣传。选择一些网站，挂新店开张广告宣传，也就是采用网络广告的形式。这样网站的选择就显得非常重要了。网站首推淘宝，因为淘宝日访问量本来就很大，再加上是在淘宝开店，可信度就很高，点击广告的都是打算在网上购物的有需求的潜在顾客，效果应该很明显。但是费用的问题会比较突出。其次应该选择一些为人们提供新店开张，商品打折信息类的网站，这些网站本来就需要新店开张的信息来充实他们网站的内容，因此价格上会比较优惠，而且通过这些网站链接到淘宝，顾客转化率也比较可观，作为网店的推广很合适。

通过阿里旺旺宣传也是一条很重要的途径。这一个应当注意的环节。宣传内容要突出重点，就是新店网址和新店开张的打折活动，前多少名购买商品的顾客应该提供一定价值的礼品。要注意内容的真实性和可信性。另外不宜发送过多，以免遭人反感。

通过qq中的群聊功能进行宣传。这也是一种不错的宣传方式。加入购物类的qq群，然后在群里发布新店开张的信息，这样也能起到比较好的宣传效果。在群里发信息的时候要注意礼貌用语，语气真诚。获得群内好友的信任是关键。

可以在猪八戒等一些xx网站发布任务，任务的内容便是要求威客们到国内各大购物类网站的论坛中发布新网店开张，商品强力打折的帖子。按照目前的价格，发布一个这样的帖子价格在1元钱左右。因为发布帖子要注册之类的，而且每个威客不能在同一个论坛里发两个贴，很麻烦。也许你认为500块钱是不是只能发500个贴呢，这是错的。按每个威客发5贴算，500块可以召集100名威客。但实际情况是，也许有200名威客去做了你的任务，也就是发了1000个贴。因为威客都是先做任再交的，只有任务通过的威客才能得到赏金。如果运气好的话，可以发更多的帖，所以是很经济实惠的一种宣传方式。但不能保证宣传质量。

网上购物的一个特有流程就是需要通过物流公司把商品送到顾客手里，物流费用也是一项不小的开支，因此很有必要和物流公司建立长期的合作关系，达到降低物流成本的.目的。同时，物流公司也很乐意和这种大的客户合作，在价格方面也愿意做出让步。因此，这因该不是一件很困难的事情。但是要注意，不要一味贪图便宜而忽略物流公司的服务质量。由于物流公司的过失而导致丧失网店信誉，失去顾客信任将是一个很严重的问题。

做好以上工作后，基本上就可以进入网店的运营阶段了。网店的运营过程中一定要讲诚信，不能言而无信，更不能出售假冒伪劣产品，应该具备长远的眼光，准确把握市场潮流，找准网店的市场定位，善于和顾客保持长期联系，有可能的话建立自己的内部邮件列表，定期向顾客发送一些商品打折，新品上架之类的信息。让顾客觉得自己受到重视，这样才可以建立起顾客的忠诚度，让自己的网店蒸蒸日上。

开一个网店，不能只满足于眼前的利润，还应该有网店长远的规划。在淘宝开店，终究要受到很多淘宝规则的约束，比如说网店很大程度上要按照淘宝的模板来建设，这样就会限制网店的发展。因此，当积累了一定规模的客户群体后，就可以考虑建立自己的网络商店站点了。甚至可以扩展销售商品的范围，不再是单一的销售服装。

开网店一件既简单又困难的事情。它的简单之处在于网络给我们提供的便捷，它的困难之处在于实施过程中的不确定因素太多了，这给我的网店之路设置了诸多的障碍。但是，我相信，只要有一颗不怕困难，不怕的失败，敢于创新的心和诚实守信的品质，我一定可以披荆斩棘，在竞争激烈的网上购物市场中杀出一条血路。赢得事业的大丰收！

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇六**

店铺介绍

我们的店铺是个新开张的小店铺，资金可能不雄厚。可是我们有我们自己独到的优势，我们热心且产品多样化，迎合市场，符合广大人民的需求以及满足他们的好奇心。让他们随时都能感觉到新鲜。目前经营的人数不是很多，所以前期可能会有些服务不是很周到，但是我们会继续努力的。

产品介绍

我们的宗旨就是打造最潮、最有特色的食品铺，所以我们的产品当然是多样化的，极具特色的。符合各个阶层群众的需求。主打产品就是零食、特色食品、以及一些可以供取买家自己diy的一些产品，你可以根据自己的喜好、自己的口味，最符合自己的感官形态来制作你自己的独门手艺。在这里我们郑重的说下，如果有哪些买家对自己制作的食品充满信心，觉得自己制作的最有特色，最有新意，那么你们可以把你们制作的视频或者是流程图发送给我们，这样可以更加方便广大的买家收益，在此表示感谢！

客服中心

在这里重点介绍下我们的客服吧。我们的客服人员不是很多，不过只要是在工作的，我们保证会是认真负责的，不会怠慢任何一位买家。同时我们的客服也会接受一些买家给我吗的意见以及建议，并且及时的处理。让客户买的开心，我们的卖的放心！听说淘宝上最难处理的就是退换货的问题，我们可以承若，有质量问题的，或者是影响了口感的问题发生，我们一定及时给买家退换。只要你开心！我们的客服人员会尽他们的所能，尽量为客户排忧解难。

流行趋势

12月4日消息，日前，中国互联网络信息中心(cnnic)发布了《20xx年中国网络购物市场研究报告》(以下简称《报告》)。数据显示，截至20xx年6月，我国网购用户规模已达8788万，同比增加2459万人，年增长率为38.9%。专家指出，随着购物类互联网平台的逐渐成熟，以及人们生活习惯的改变，如今越来越多的人开始利用网络进行购物，“逛网店”已经成为时下一种流行趋势。

网购受到越来越多人的青睐

据了解，与传统购物模式相比，网络购物在时间、地域以及商品选择等方面都具有很大优势。网购用户只需要登录相关网站，就可以随时随地享受购物的乐趣。随着人们生活节奏的加快，网络购物以其方便快捷的特点，也受到越来越多的人青睐

网购用户整体满意度较高 潜在用户群体庞大

cnnic《报告》显示，我国网购用户对网购经历的整体满意度较高，有近80%的用户对自己的网购过程表示满意。我国存在着庞大的潜在网购用户群体，只要进行必要的引导和培养，这部分用户将为网购市场带来广阔的发展前景。

从上面的分析可以看出越来越多的人已经接受网络购物，网购已经渐渐的成为我们的生活习惯，并且我国存在庞大的潜在网购用户群体。所以我们有庞大的客源，这个就需要我们自己如何去把握这个机会了。

客户定位

就目前来看，网购的多为青年上班族和在校大学生，结合食品类网店的商品情况，我们为此作了准确定位。

(1) 愿意或习惯网上购物的人群

(2)喜欢吃但是不喜欢出门的人群

(3)在校的青年学生

(4)青年上班族

（5）喜欢自己diy食品的年轻女性。

市场主要竞争者

我们在市场上的主要竞争者就是一些新兴起的卖家以及和一些模仿者，他们会抢夺大量市场份额。还有就是现在卖的好的一些皇冠卖家，跟这样的大卖家抢夺客户，无疑是虎口拔牙，不过我们也有我们自己的优势所在，我们的人性化服务和我们的价格可能会比他们的要低那上那么一些，我们都可以好好利用这些。

市场预测及分析

当我们走进超市就会看到果脯、话梅、松子等休闲食品琳琅满目包装新颖、时尚而消费者的购买更是络绎不绝休闲食品已悄然成为今天的消费新宠。休闲食品行业是从食品行业中分离出来综合形成的一个新兴产业。休闲食品的网络营销作为新经济的增长点发达国家已逐步走向成熟。而在内地这一行业尚处于初期发展阶段。随着休闲食品的迅速发展、网络经济复苏、网民消费升温和网上购物支撑条件的日益改善传统的营销方式已越来越难引起客户的购买欲望因此网络营销成为休闲食品发展的另一个全新的突破口。 有关部门数据显示20xx年我国休闲食品市场容量虽然已高达400亿元以上但人均消费量仅为23.6g远低于发达国家每年人均消费3.2kg的水平。随着我国经济水平的提高及人们消费水平、购买能力的不断提高休闲食品市场仍将会以20%以上的速度增长

宏观环境分析

在过去两年里随着网络安全体系的健全支付手段的丰富、信用评价体系的完善、以及网络硬件的发展等客观因素以及消费者对网络购物接受程度及网购习惯培养等主观因素的逐渐完善电子商务形成了井喷之势越来越多的网民开始认可、习惯、热衷于网络购物、网络消费。

微观环境分析

现在消费者均追求健康、营养、实惠、新颖又符合潮流的食品。通过分析我们发现他们正随着生活条件的提高，对零食的需求也大幅增长。

竞争优势

1.差异化经营，以明显区别竞争对手。

2.相对竞争对手，我们的理念追求时尚、个性和快乐。

3.产品多样化，而不影响品牌的建立，可以满足市场多样需求。

4.我们营销方案贴近市场。

5.对所展现的产品有一定的标准要求，并严格执行

竞争劣势

1.新进入者——由于休闲食品市场是一个比较活跃的市场，进入者的壁垒较低及进入者的数量也不断的增加。

2.供应商的讨价还价能力——这样会增加我们的成本，不利于我们销售。

3.购买者的讨价还价能力——由于在市场上该类产品比较多，购买者的讨价还价能力比较强这对于我们刚刚进入的网络营销是一种很大的不利

4.各大买家之间的抢夺客源——由于我们的店铺刚起步，所以我们在这边比较处于劣势地位。

价格策略

由于食品价格高低不等，价格参差不齐，价格不可以定的过高或过低。过高的价格会令消费者望而却步，而过低的价格商家无法产生利润。因此，我们决定个别产品会适当提高一些价格，但是所赚取的利润绝对不会太多，我们承诺把顾客的利益放在第一位。而有些进货成本高的食品。我们确定的价格只会高于成本的5%~10%。保证店铺的客户回头率

促销策略

促销它作为店铺扩大销售，增长业绩一种不可或缺的方式，是一种始终贯彻整个销售活动的营销手段。促销方式的优劣直接和销售额挂钩。所以，拥有一个好的促销策略就相当于拥有一个成功的开始。

(1)周末推出优惠服务。每到周末，为了使更多新的食品上架，这时候就不得不使一些食品快速下架，这时本店将推出每周优惠策略，不但可以让顾客享受到优惠还可以减清货物囤积。

(2)节假日优惠活动。节假日本店会赠送一些精美小礼品送给那些经常光顾本店的客户

营销策略

1.网站推广计划

网站推广计划是网络营销计划的组成部分。制定网站推广计划本身也是一种网站推广策略。推广计划不仅是推广的行动指南，同时也是检验推广效果是否达到预期目标的衡量标准。所以，合理的网站推广计划也就成为网站推广策略中必不可少的内容。

2.网络广告推广

我们会将我们店铺的地址、产品及服务在一些大型的网站放上自己的广告，展现给大众，从而推广自己的产品。

3.网络文章推广

一篇很好的文章很可能拥有数万计的浏览量，而在文章中附带我们店铺的信息。名字、产品等。这样对我们的.店铺进行了一次宣传和推广。这些文章可以写在各空间、博客、贴吧里。

4.搜索引擎推广

我们将通过搜索引擎优化、关键词广告、固定排名、基于内容定位的广告等搜索引擎形式和在分类目录合适的类别中进行网站登录分类的目录方法。日前，搜索引擎在网络营销中的地位依然重要，并且受到越来越多企业的认可。搜索引擎营销的方式也在不断发展演变，因此我们会根据环境的变化选择搜索引擎营销的合适方式来推广我们的产品。

5.电子邮件推广

以电子邮件为主要的网站推广手段，包括电子刊物、会员通讯、专业服务商的电子邮件广告等。 基于用户许可的email营销与滥发邮件的不同。许可营销比传统的推广方式或未经许可的email营销具有明显的优势。比如可以减少广告对用户的滋扰、增加潜在客户定位的准确度、增强与客户的关系、提高品牌忠诚度等

风险应对

在从事生产销售活动中，风险是不可避免的。就因为如此，同时也带来了更多的机会，我们应该善于把握机会，有效的规避风险，从而达到预期想要达到的结果。所以，要了解我们现存在的风险才能更好的规避它。

1、客观因素

自然灾害我们网店是不太可能发生的，一般都是产品本身带来的经济损失，比如说产品受潮、腐坏、过期等。

2、主观因素

在销售过程中，因为决策依据信息不完全、决策手段不完善、决策执行不及时和不充分、以及竞争的加剧等原因而蒙受经济损失，形成经营风险。还有就是竞争对手带来的风险。比如说就是市场上众多的模仿者还有就是新兴的小商家可能会减少市场份额，并且客户都喜欢去新开的店铺去尝鲜，这些都会给我们带来冲击！

货源及配送

在货源及库存的问题上，我们是不需要担心的。客户所担心的产品受潮、过期。我们都是每天及时采购以及补仓的方法的，就算出了质量问题，我们也可以立刻跟厂家联系退货。我们最主要的问题可能就是配送问题了，因为产品在运输过程中由于配送员的不疏忽操作有可能会导致产品挤压变形，影响口感之类的等等问题。这样的问题，我们有考虑过。我们会为产品进行二次包装，然后叮嘱配送员，尽量减少损失，减少客户的不便。

建立客户意见统计

这个应该是一个非常需要注意的一个地方了。很多卖家都疏忽了这个问题。但是我们决定重点注意抓这个方面。我们会让顾客购买完产品之后有什么意见或是建议的可以直接填写在给我们的评论上，这样也方便我们的收集，也方便顾客观看，这样顾客看了也更觉得我们店铺更加人性化。如果这样还没有达到他们的需求，他们还可以跟我们的客服联系。我们会仔细每天查阅意见簿，并短信回访顾客，因为考虑到有些客户不喜欢电话来访，这样可能会影响他们的一些日常生活，所以我们就采取短信回访的方式。这样可以改进我们做的不足的地方，这样下次顾客来的时候也可以见证我们的改进。

纵观整个网络市场，每天都有团购网站的关闭，所以现在网店的成活率也是低得可怜，每天都会有很多的网店由于经营不善导致关闭。我们的网店也像一叶孤舟在海洋中岌岌可危，稍有不慎，就可能被海浪打翻，所以怎么样让我们在这股浪潮中存活下来并且航行的越久越远是我们的首要问题。我们前期便需要增加浏览量并且要有一些客户订单。其实有很多的网店不是由于产品质量不好，而是客服态度不好，所以客户的流失，我们在这方面会加强注意，尽量让客户买的放心，我们卖的开心。食品类网店最大的劣势便是食品安全，以及在运输过程中会不会由于挤压变形，影响口感及给客户带来其他的不满。还有就是客户害怕食品过期等等原因，这也是食品类网店不易存活的原因。我们必须给店铺持续的注入一种新鲜感，无论是新老客户光临本店都会有一种眼前一亮的感觉，牢牢的抓住客户爱尝鲜的特性。随着市场经济的发展，我们不仅要利用现有的资源占有尽可能多的市场，而且在规避风险的同时取得较好的收益。

以上种种的问题，我们都会想尽办法去克服，给我们的网店找出条存活之路，发展的更大更强！

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇七**

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。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇八**

拍鞋网：国内最具影响力的品牌鞋销售平台，\*\*年正式上线发布运营。总部坐落于中国休闲服装名城--福建石狮。依托地域优势，经过近5年的快速发展，与超过200家鞋类品牌供应商达成战略合作伙伴协议。拍鞋网倡导正品理念，致力于为用户提供最具性价比的鞋品和服务。截止目前，拍鞋网注册用户已达200万户级别，页面点击数超过350万次/天。\*\*年拍鞋网获得由美国高盛集团和海纳亚洲创投基金联合注资千万级美元的a轮融资，企业发展步入快车道。\*\*年，拍鞋网平台成交量达到5300万人民币，\*\*年，平台销售总额即将突破1.2亿元，拍鞋网计划在未来5年内，打造成为一家数十亿规模的大型品牌鞋销售广场。

互联网已经越来越多的改变我们的生活，人们对电子商务的注意力已经转变到如何将这些电子业务变成更便捷、模块化、个性化、更紧密集成的电子化服务，定制流程，让更多的消费者熟悉了解拍鞋，树立拍鞋店铺形象。降低成本，让更多人知道了解网店，得到更多的利润。提高产品质量和售后服务水平。

1、网购的发展在互联网的强势冲击力影响下，越来越多的消费者开始接受网络购物的消费观念，如淘宝网的发展越来越迅速，网购的大军也越来越壮大。网购交易总额在逐年攀升，人们对网络购物的认可程度越来越高，网络购物的前景异常广阔，市场潜力非常巨大。如果可以加强挖掘网购市场潜力并充分利用网购资源，网络商家便能以迅猛之势发展壮大，并树立品牌形象，抢在外资巨头大规模“入侵”以及其他国内网店之前尽快占领市场。我国c2c网购交易规模扩大趋势相当明显，几乎呈直线上升的态势。可见随着我国网络购物渗透率的扩大，中国c2c网络购物市场必将有一个长足的进步，网购市场的潜力巨大。

2、从目前的市场细分来看，拍鞋网的目标消费群是在校学生和工薪阶运的中低收入群体，价格较低，比较符合学生和中低收入消费者购买期望。拍鞋网品牌、款式多，货物量集中，参考对比度较高，也能节省时间，不用花大量的时间和精力去逛街，满足了消费者全方位的需求，一站式购物体验给消费者带来更多的乐趣与便捷。

3、拍鞋网立足做个有责任心的企业，取得成就的同时，记住多回馈社会，多承担一些社会责任，拍鞋网每个月都定期派专业的团队去各大高校免费指导电子商务专业课的学习，实践与理论相结合，让学生们学起来更易接受，目前，拍鞋网已成为福建各大高校电子商务类的毕业生首选实习示范合作单位，深受学校和学生们的欢迎，为社会输送了大量实践型的电子商务人才，广博同行们的赞许！

1、先把自己的店铺进行装修，可以根据自己的喜好，风格，商品类型来装修。

2、产品和价格：利用节日如情人节、圣诞节、新年，做商品促销活动。春节即将到来，可以将店铺商品页面进行修改，更加贴近春节主题。或者如说买一件送小礼物，买两件包邮什么的，来吸引顾客的眼球。后期可以进行一些活动，比如说“每日必抢”、“爱团购”和“新品牌入驻”等，这是拍鞋网改版后的三大王牌版块。促销等于是商品有价格优势,这样必定会大大提高店铺的访问量,大大提高销售率,提高销售业绩。

3、（1）在聊天工具上进行宣传，阿里旺旺心情、个人中心，qq的说说、日志都可以进行免费的推广与宣传，可以只报店铺的地址链接也可以加上关于自己网店卖的商品、网店卖的商品范围等等信息，让大家可以更加容易的了解我们的\'网店。

（2）社区论坛是是买家和卖家最聚集的地方，无论是买家还是卖家，都有购物的需要，就从这一点上来说社区就是我们宣传推广的好地方。发贴有助于打响店铺的知名度，店铺人气的提高自然会带来浏览量，自然会带来生意。

（3）可以上贴吧发帖、跟帖做宣传。

（4）把自己的店铺向朋友、亲戚推荐，在叫他们帮忙宣传。

（5）为自己的网店做广告语、广告海报、flash、广告视频等等，发在各大网站上，喜欢的人自然就会点到你的网店里，就会带来生意。

4、利用关键词：老师说过，如果商品名称中包含更多买家有可能搜索的关键字，那么商品展示到买家面前的机率就越大。当我们想去网上购买一件特定商品时,我们首先会在购物网首页直接搜索自己想要的商品。关健词可以是品牌、适合人群、类型、闭合方式、商品关健字、促销方式、商品特性、形容词、地域特点、店铺名称、信用级别、好评率等等，这些关键词可以演变出很多种组合.不同组合能带来不同的搜索效果。

在网站推行期间，逐步完善并加强管理。对于试行期间出现的问题应予以及时加以纠错。减少网店问题，增高销售量。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇九**

随着互联网的发展，网上购物已经成为一件很普遍的事情。淘宝便是如今在线电子商务平台的一位领跑者，在消费群体的消费能力与淘宝销售额的飞速增长的当下，很多人从电商的市场潜力中看到了商机，也被这块公平的创业乐土所吸引，纷纷加入到电商这个行列中来。

由此带来的影响是，即便淘宝的消费市场足够大，但是竞争的激烈程度也越来越大。因此，在如今的淘宝环境中，如果没有促销活动的带动，即便是品牌大店，也会很难守得住中小型网店价格战的冲击，销售数据就会很惨淡。即将到来的双十一，无疑又为一场电商大战拉开了帷幕，在这样的情形下，淘宝店主们要开始绷紧神经，细致的做好排兵布阵了。

在双十一电商大促之时，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，最终使得本店的销售业绩与在消费者心中的印象在双十一期间得到良好的提升。

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，时刻都要充满双十一大促销的气氛，调动消费者的购买欲望。装修阶段基本分为三个：

(1)节前：渲染双十一的气氛，提前吸引消费者对双十一大促的期待心理，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)双十一：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“双十一过去，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，还能享受到双十一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：原价300元，现价5折150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20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。

(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。

(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：

双十一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，在语言里最好加上双十一大促的欢快信息，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，不要让顾客找到淘宝网来维权。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇十**

为了有规划的，有目标，有计划的，更好的经营网店，为网店做推广，最大限度地实现网店的社会价值和其产品（服务）的市场价值。

1、网购的发展

在互联网的强势冲击力影响下，越来越多的消费者开始接受网络购物的消费观念，如淘宝网的发展越来越迅速，网购的大军也越来越壮大。网购交易总额在逐年攀升，人们对网络购物的认可程度越来越高，网络购物的前景异常广阔，市场潜力非常巨大。如果可以加强挖掘网购市场潜力并充分利用网购资源，网络商家便能以迅猛之势发展壮大，并树立品牌形象，抢在外资巨头大规模“入侵”以及其他国内网店之前尽快占领市场。

我国c2c网购交易规模扩大趋势相当明显，几乎呈直线上升的态势。可见随着我国网络购物渗透率的扩大，中国c2c网络购物市场必将有一个长足的进步，网购市场的潜力巨大。

2、问题的分析

1）、针对产品目前营销现状进行问题分析。一般营销中存在的具体问题，表现为多方面：

产品质量不过关，功能不全，被消费者冷落。

产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。

企业知名度不高，形象不佳影响产品销售

产品价格定位不当。

销售渠道不畅，或渠道选择有误，使销售受阻。

促销方式不务，消费者不了解企业产品。

服务质量太差，令消费者不满。

售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都可以是营销中存在的问题。

2）、针对产品特点分析优、劣势。从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

3、社会的需求高

随着互联网的发展，网上购物越来越普及，是一只实力强大的潜力股，越来越多的人选择网上购物，淘宝更是一个相对比重很大的平台。在国内c2c网络购物网站中，以淘宝网发展最为迅猛。我国网民的大部分网购商品网络购物交易集中于平台式购物网站的首选购物网站是淘宝网。淘宝网的运营模式可以代表国内c2c网购市场的一个重要发展方向，具有较高的社会需求。

优势：

开店成本以及运营费用低。

店铺风格多变。

网店的覆盖面广，您面对的顾客是全国甚至是全球。

网店时效性好，方便、快捷。

交易方式稳妥，尤其是一些商品，完全可以做到先使用后付款，退货也非常的方便。

对于顾客而言，私密性强，尤其是一些敏感商品。

商家信誉，一眼便知劣势。

货物表达方式无法直观、生动，不真实。

物流问题多，运输途中发生各种情况。

客源不稳定

网络安全问题

信誉的评定，不利于新人新店的发展。

要注重店铺的装修，店铺的第一感觉是很重要的，可能因为感觉好，而拍下你是商品。

价格的定位上要更加的注意，要与实际做对比，找到适合自己店铺的价格，在新开的店，可以暂时不考虑利润，不惜成本，打开自己销售的市场，因为刚开始还没有信誉，要先把人气提起来，也是为了扩大竞争；要多听听买家的意见，完善自己的店铺。慢慢的一步一步来，不要一开始就急功近利，那样反而适得其反。

拍鞋网依托网络平台，通过精准化营销，与用户群体建立特色的互动沟通关系，实现更精准、可衡量和高回报的营销沟通。此外，拍鞋网还通过整合优质货源、拓宽销售渠道等行销模式，由开放平台到渠道品牌形象的树立，相辅相成，为消费者提供更及时更到位的创新服务营销理念。

拍鞋网作为鞋类b2c新锐平台,其最为强势的地方在于其组织的营销活动众多,承诺每日更新海量的鞋类资讯,天天都有特价活动会、定期联合品牌鞋企们推出折扣鞋，特价鞋，会员鞋等让利消费者的活动，“特卖会”,“每日必抢”，“团购”,“拍卖大厅”等齐上阵，聚集了人气的同时，也达到了产品行销的目的。

推广策略：

1、签名档。店铺开张后，客源从何而来？在论坛上发帖，是一个切实可行的、实惠的办法。在发帖的同时，记得要把自己用户名的签名档，设成店铺的介绍或者链接，在所有的信箱里设置签名，把店铺地址放上就可以了，再用文字描述一下。这样，当发信给别人的时候，广告也就随之散发了。

2、友情链接。店铺开了一段时间后，可以和别人的店铺联系，交换友情连接。通过交换店铺链接，形成一个小的网络，能增进彼此的\'影响力。尽量选择和你不是相同类别的，一方面不存在竞争，另一方面，还能很好地相互促进。

3、联合促销。单纯的友情链接，作用是有限的。而如果几个卖家合作，搞联合促销就能起到不一样的效果。尽可能找互补性质的店。比如摄影书籍专卖和数码相机专卖店合作。

4、学会抓住一切机会宣传。有些买家喜欢用求购的方式，可以多去看看求购集市，无论在哪里看到别人求购的东西，正好和卖的是一类的，那么可以给对方留言或者发信使。

5、做个细心人，多参加活动。很多的c2c网站不定期的就会有一些促销类的活动，随时发现这些相关活动，多留意最新动态，努力争取好好利用这些活动，如：征文，义卖活动，可以赞助奖品，或者捐赠，让更多的人知道自己的网店。

6、加入商盟。有很多好处，能认识很多卖家，盟主会定期组织聚会或者培训交流，对提高自己的知名度也很有帮助。

7、利用比较购物网站。比较购物，对网上店主来说，又是一个展示自己商品信息的机会平台，这种比较购物网站增加了比较的功能和垂直搜索技术，能够让我们的商品增加曝光机会，而我们需要做的，只是向这些网站提交我们商店的相关产品信息列表。

这就是我为网店做的策划书，还有很多地方需要完善，慢慢的让网店上升起来，相信有付出就会有收获的。

**网店营销策划书 网店营销策划书论文篇十一**

据了解，与往年相比，今年网络民族服饰市场上出售的服饰无论是在花色品种上，还是在质量上，都有增多和提高。

一般人的印象中，民族服饰不过是少数民族的一种手艺，历史悠久但无经营价值和市场前景。其实不然，民族服饰作为一种具有浓厚民族特色的手工艺术品正在逐渐的被越来越多的现代人所接受并喜受。

民族服饰的魅力如此之大，它的市场到底怎样？这里我们也就有关问题做一个简单分析，业内人士分析：民族服饰是民间极为盛行的民俗产品，市场潜力相当大。近年，一些公司的广告也采用民族服饰。新近出现的造型、图案新潮的民族服饰也令人耳目一新，大受欢迎。在抓住民族服饰市场这个重点后，我们同样不放弃作为辅助市场的手工艺品市场。

网上店铺 要有一个明确的目标市场，通过我们的调查，我们彝人坊店铺所面对的市场是青年。而这一市场是一个很大的消费群体，而这正好符合现代青年人的需要，同时这一群体也是网上购物的主力军。通过调查问卷我们掌握了一部分有购买意向的客户及相关信息；同时，我们也应当明确，普通传统意义上的服饰只是一个方面，我们还将拓展饰品的其他方面，如礼品等。这将有助于拓宽我们市场消费群体的范围，实现目标市场与潜在市场的双重开放，争取更多的利润空间。

在不断的经营发展过程中我们会及时的调整产品策略，及时根据市场的需求状况和需求层次差别调整经营产品的层次与方向，在首饰、挂件、刺绣、民族服装、手工艺品、纪念品中不断的择优销售，同时加强对单一产品不同档次的市场开发。

网上商店 与实体店铺有一个很显着的差别就是全部店铺在瞬息间就能显示在顾客面前，顾客比较的空间非常的大，而要吸引住顾客的\'眼球除了鲜明的产品信息外，价格是一个非常重要的因素。

我们将产品的价格定价为中高价位、高品质。在这里我们要强调的是中价位绝对不是低档次，这才能加强我们产品的市场竞争力。

当然这样做并不意味者抛弃了利润，恰恰相反这样做的价格能打开市场，限定销量，实现利润最大化。

无论是产品策略的定位还是产品的服务，市场的计划归结与一体就是实现产品的销售，网上商店 的销售与实体店铺是有很大差别的，我们将根据实际情况制定不同的销售宣传策略，集现代化的网络营销手段，实现利润的最大化。我们将通过论坛、淘宝等多种交流平台提升店铺的人气，有了大的人气就如同实店选择了一个黄金地段。

促销无可质疑是一种重要的迅速增加销量，实现利润的手段，我们将通过自己的参赛博客、网店空间以及淘宝组织的各项活动及时实现促销信息的发布，这一种信息的发布要求我们要做到专业与广泛，及自己所能的向顾客展示，无论是直接顾客还是简介顾客，促销活动的开展有助于将潜在顾客转化为直接顾客，实现促销真正目的。

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