# 购物网站策划书结论(四篇)

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2024-06-10

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。购物网站策划书结论篇一第二季...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**购物网站策划书结论篇一**

第二季度：完善公司部门设置，联系网上征集业务，参与网页开发，开始策划营销计划

第三季度：网站进入调试阶段，开始在媒体投放广告。

第四季度：网站正式投入使用。

七、市场与销售

一，目标受众群体的定位

经过市场调研，发现点石haolanlanxin广场主要的消费群体趋于年轻化，加之目前互联网用户以年轻人为主体。故网站主要受众群体应年轻人为主。

二、产品策略

1. 产品定位

产品多样化、时尚化，年轻化，多元化.

因为点石haolanlanxin广场的产品受众体主要是年轻人，所以这类受众体追求的产品应该是具有活力的代表时尚潮流的产品。故网络推广应该联合这一实际特点作出相应的推广策略。

2.品牌和商标

通过市场运作，熟悉行业特点，创出自己的品牌。

3.质量和服务

追求正常经营下客户无退货要求，把好质量关，质量不好的货坚决不发货。加强售后服务的管理。

4.产品策略的调整

根据市场需求作出适当的调整，以完善网站经营的缺口。

**购物网站策划书结论篇二**

策划书范文 | 策划书模板 | 策划书格式 | 策划书封面 | 策划书怎么写

有些消费体可能到商家以网上价格和商家讨价还价，期望得到更实惠的价格。(大连地区消费体)

消费体到商家可以看到实物，更加放心购买产品。(大连地区消费体)

结合以上几点，可以一窥消费体心理，必须在导视、区域、价格方面规范化、统一化，让消费体明白在网上购物的确能买到更放心、更实惠的产品，而且货真价实。长此以往，就会打消消费体的疑问，让消费体信任网上商城，在网上商城购物安全放心。

五.网站建设宗旨及商业模式

宗旨

成为行业领先的专业购物类网站。

商业模式

b2c的商业模式;网站和实体相结合。

六.网站发展规划与建设进度

1、发展规划

点石haolanlanxin在线购物网站的一期工程主要是建设一个网上多元化购物商城，为读者提供一个新型的消费渠道以满足大家对日常产品增长的需求(即b2c、c2c)。同时利用互联网这个媒体达到宣传整个企业和站点的目的。为以后扩大站点的规模和影响力打下良好的基础。

网站群的受众设定：以大连为中心，向周边地区扩散。

点石haolanlanxin在线购物网站的二期工程，要在利用网上购物商城已有的影响力和知名度。建设真正的点石haolanlanxin在线购物网站，一个b2b、b2c的综合性商城站点。这是一种全新的电子商务模式，在投入初期迅速获得回报，真正通过经营电子商务获得利润。这就是经营b-c交易平台的电子商务服务商。到时候点石haolanlanxin在线购物网站并不直接经营b-c交易，而是通过出租\"网上商铺(柜台)\"，让客户实现b2b、b2c电子商务，从而迅速获得回报

网站群的受众设定：面向全中国。

建设进度

整个网站由意念设计到正式投入营运，大概要一年的时间，进度安排如下：

第一季度：成立公司，收集资料(material)，委托设计网页[\_TAG\_h3]购物网站策划书结论篇三

策划书范文 | 策划书模板 | 策划书格式 | 策划书封面 | 策划书怎么写

二、市场目标概述

(1)前期：b-c模式时

“点石haolanlanxin在线购物网站”有着良好的企业背景，深厚的会员基础，广泛受众群体，从网站信誉度和产品品质的保证上都能够实实在在的体现给消费体，让消费体对所购产品-------买的放心，用得安心。同时点石haolanlanxin广场品牌效应，大连及周边地区的上网者都是我们的潜在用户。

(2)后期：过渡到b-b模式后

市场潜力更为巨大，帮助大多数企业实现向电子商务的转型。是点石haolanlanxin在线网上商城的远期目标，尽管中国目前的电子商务市场还相对较小，但是市场需求和潜力非常巨大，预期在不久的将来会有突破性的进展。“点石haolanlanxin在线网上商城”必将在搭建电子商务平台和实现由传统经济向新经济转化的过程中发挥应有作用。

三、项目优势及特点简介

优势

利用自身的平台优势，为消费体提供品种繁多，物美价廉的产品，吸引商家入住进行网上销售(商家有无网站均可)，丰富自身产品线，实现双赢，即所谓的商业街模式。

特点由商品单一化销售扩展为多元化网上销售模式。通过多元化商品推介、连锁推广、商家加盟等多种形式，将有货源和销售网络优势的商家联合起来，扩大宣传推广规模，形成良好的品牌效应。

四、项目运作的可行性

竞争分析

纵观大连本土市场，真正的网上商城不多，像万迈商城、大连网街等网上商城，大部分都是以c2c的形式经营或者都是单一类别的产品经营的网上商城，对消费体而言网站的信誉度不高或者选择上有很大的局限性。

自身优势

1. 广泛性

现在点石haolanlanxin广场的商家都可以成为点石haolanlanxin在线购物网站会员，享受免费宣传。同时可以加快点石haolanlanxin在线购物网站人气的汇聚。

2.互惠性

利用点石haolanlanxin在线购物网站的优势对点石haolanlanxin广场的招商工作产生互惠性。

3.多样性

点石haolanlanxin广场入住商家可以获得多渠道销售方式。

4.地域性

打破地域观念，使自己的产品得到全国各地客户认知，足不出户就可以将自己产品在全国推广。通过点石haolanlanxin在线购物网站可以被更多的客户选择，同时自身也可以选择更多的进货渠道。[\_TAG\_h3]购物网站策划书结论篇四

策划书范文 | 策划书模板 | 策划书格式 | 策划书封面 | 策划书怎么写

5.关联性

点石haolanlanxin广场商家通过点石haolanlanxin在线购物网站有了自己的网站，自身形象得到了进一步提高。势必在自己名片、优惠卡、宣传资料(material)上出现自己的网址，加强和客户的沟通。同时也加强点石haolanlanxin在线购物网站宣传深度。

总结以上几点，点石haolanlanxin广场会吸引更多的商家入住，带动点石haolanlanxin广场的招商工作。因为成为点石haolanlanxin广场的商户可以获得网上宣传的强大优势，网上购物打破了地域、时间的界限，可以使商户自身的资源最大化(人力、物力、财力)。反之，如果商户条件成熟，可以由传统的经营方式向现代的经营方式跳跃，实现网上贸易。这样就能节省更多的人力、物力、财力。足不出户，贸易全国。老的商户变为网上贸易会员，那样点石haolanlanxin广场就会有入住新的商户。长此以往循环效应，必将取得双赢的局面。

点石haolanlanxin广场现状:

1.经营场所的广阔性

消费体想要找到特定的商家非常困难。

2.产品价格的区域性

产品价格调控的区域划分，有些区域商家可以自控产品价格，有些区域商家必须明码标价，价格不允许有任何调控空间。可以使点石haolanlanxin广场面对不同的消费群体，通过点石haolanlanxin广场购物，使不同的消费群体了解到购物点石haolanlanxin在线购物网站(参考:自身宣传优势第5点关联性)。

3.产品价格约束性

约束商家日常产品的价格不能低于网上销售的价格。这方面对点石haolanlanxin广场运营有着诸多好处，能够避免不争的竞争，保护商户的利益，避免因价格战导致的商户的退出。

以上几点对于点石haolanlanxin在线购物网站的运行有着至关重要的作用：

由于点石haolanlanxin广场有着潜力巨大的现有资源，点石haolanlanxin广场业户必将成为点石haolanlanxin在线购物网站启动的首选会员。

网上价格比实际的价格偏高，这是消费体普遍的一种印象，网上购物的消费体肯定要与产品的市场价格相比较，怎样才能了解市场价格——到商家实地考察(大连地区消费体)。如果找不到商家所在点石haolanlanxin广场位置，那样会出现什么样的结果——会取消网上这次购物。

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