# 2024年电子商务策划书论文(十五篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-12-20

*电子商务策划书论文一近些年来，网店以其便捷的服务、优惠的价格越来越受到人们的亲睐、毫无疑问，淘宝是所有购物网站中最被人熟知的，所以淘宝店应该说是一个相当有前景的创业项目、①居民消费：农村居民的消费现状是物品价格高，品种选择少，假货劣质产品泛...*

**电子商务策划书论文一**

近些年来，网店以其便捷的服务、优惠的价格越来越受到人们的亲睐、毫无疑问，淘宝是所有购物网站中最被人熟知的，所以淘宝店应该说是一个相当有前景的创业项目、

①居民消费：农村居民的消费现状是物品价格高，品种选择少，假货劣质产品泛滥，商场相对集中城市，购物路程较远、

②农产品销售：销售渠道少，很难推广价格高的经济作物，运输效率低下，缺少有能力的农村经济人、

③农产品生产：农资产品成本高，种植品种单一，供求信息相对较少、

①天时：通过分析农村居民生活现状，得出结论，农村电子商务时间已经成熟、

②地利：县政府非常重视，经济作物非常充足，只是没有量化、

③人和：村民普遍意识提高，对电子商务知识的普及，以及对淘宝家都很认可、

1、xx集团未来投资三战略

①农村电子商务、

②跨境电子商务、

③数据基础、

2、xx集团农村电商战略

xx集团预计3—5年内投资100亿元人民币来进行千县万村工程，（打造1000个县级运营中心和10万个村级服务站）覆盖全国1/3的县城，1/6的\'农村地区、20xx年是启动年、 20xx年是布局年、20xx年是推广年、20xx年是成型年、

1、我们张氏在xx村已有很长的历史，在本地已是家喻户晓、

2、我家坐落在本村和邻村的交界处、家门前就是省道，范围内已发展为相对热闹，且日常生活不可或缺的集市，附近好几个村都是在这里购买物品（现有6间小超市、xx代办点、菜市场、服装店、杂货店……），人流量可观、

3、本人亲和力强，并且有多年淘宝购物经验，非常熟悉淘宝购物流程，有很多亲戚朋友、乡亲邻里多次托我，或通过我的助网购商品、

4、据了解，现在本村村民人均收入都不错，适当的网购完全符合当今农村的现状、

（一）开业前宣传

（印刷类及媒体类宣传在条件允许下实现）

1、平面宣传预热（传单横幅海报）

2、传统每天接地气造声势（视频类：当地电视台投放广告、音频类：服务站自家播放音频广告、当地广播台介绍、村内喇叭宣传、）

3、网络自媒体重点对象：xx等、

（二）开业当天方案

1、开门炮吸引村民注意；

2、自发组织开业庆祝活动；

3、邀请村里领导出场，致词剪裁；

4、开展促销活动、

（三）开业当天注意事项

1、开业当天参加人员，要熟悉村淘的情况与开业流程、

2、开业当天所有人员务必提早到岗，确保各项工作准备到位、

3、站点设置宣传页供其他顾客自取、

4、专人负责促销活动，如礼品发放等、

5、对于开业当天来不及选购的顾客，可进行登记，后续二次营销、

6、现场人数过多，还需要人员来维持秩序，保障现场安全、

7、确保有足够的资金完成开业的代买工作、

1、向政府企业挖需求，引导其在村淘上需要采购的东西、

2、关注村里邻居的事比如谁家结婚，谁家搬新家、

3、事先购买爆款，座位样品展示，并推荐物美价廉的产品、

4、制作名片，宣传村淘服务，让村民随时找到自己、

5、树立自己的重视客户，让这些粉丝发回现身说法和扩散宣传的作用、

**电子商务策划书论文二**

1、活动概况：

丰富我校大学生的校园文化生活，激发学生创新和设计的潜能，发掘优秀网页设计人才，提高同学们的网页制作水平。

推动电子商务产业链发展，鼓励企业团队参与，展现公司实力，提升公司知名度。

宣传电商品牌，安福商务网，提高电子商务协会的知名度。

通过这项电商网页设计大赛为电子商务的网站制作设计提供优秀储备人才，并为电商企业提供有实力的设计团队开展业务合作。

2、活动名称：莆田电子商务创意网页设计大赛

3、活动主题：“创想设计，网化生活”

4、活动时间：xx年10~12月

5、活动地点：莆田学院、湄洲湾职业技术学院、社会团体等

6、决赛地点：莆田学院

7、活动对象：莆田市大中专院校、(莆院主)、企业团队

注：可个人参赛也可团队参赛(不可多于3人)比赛分为校园组和职业组

8、大赛网站：安福商务网

1.主办单位：共青团莆田市委、莆田市学生联合会、莆田市电子商务协会

2.策划承办单位：共青团莆田学院委员会、安福商务网

1.参赛方式：可个人也可组队参赛(团队不超3人)，参赛选手可选择指导老师

2.报名方式及时间：唯一指定网上报名(),统一报名截止时间：xx年11月28号。

3.作品提交：

网站提交作品以及个人(或团队、企业)信息和作品说明。详见()。

作品提交截止时间xx年12月10号。

1、海选：

作品要求：

作品必须保证原创性，不得抄袭、套改或其他形式来使用他人作品参赛。不得发布诬陷反动等内容。违者取消资格。

网页内容需根据电商的主题，形式上新颖独特。页面协调统一、内容丰富实用性强、有效运用网页特效、网页标志突出 导航明显突出，快捷方便。

作品格式：提交作品需为html格式文件、psd格式文件、flash格式文件等。

设计要求：

自由创作，但主题必须明确。

制作软件不限制，体现良好艺术性和实用性。

要求原创，允许模仿但不可直接盗用他人模板。

必须保留作品上使用到的源文件，以备检查。

参赛作品可以适应多种主流浏览器。

2、决赛：根据活动组织方确定的主题及要求进行设计。

3、评分规则：通过网络投票方式及评委会打分方式进行综合性的`考评，选出排名靠前的选手。

4、评分标准：

内容质量：内容健康充实，主题明确，形式新颖，构思独特，实用性强。

整体效果：版面。

网页创意：网页独具特色，布局新颖。

色彩搭配：色彩图文打牌协调，契合主题。

方便快捷：可以适用于多种浏览器，显示速度快。

1、活动参赛报名。报名时间截止时间 xx年11月28号

2、收集参赛作品。参赛作品提交截止时间 xx年12月10号

3、参赛作品初选。初选及网络投票时间 xx年12月11号--xx年12月20号。

1)由评委会对初赛作品进行专业的复评筛选，并选出每组前20名作品

2)进入网络投票阶段，选出人气指数最高的前10名进入决赛。

4、决赛及现场颁奖

进入决赛的选手将现场对其作品进行介绍，并由评委会对各作品打分，综合评分后评选出一、二、三等奖以及优秀奖选 手，并现场颁奖。

5、奖项设置

一等奖：1名证书+iphone5或三星s4手机(价值5000元)

二等奖：2名 证书+mini ipad (价值3000元)

三等奖：3名 证书+平板电脑 (价值1000元左右)

优秀奖：5名 证书+随身路由 (价值500元左右)

主办单位：共青团莆田市委、莆田市学生联合会、莆田市电子商务协会

承办单位：共青团莆田学院委员会、安福商务网

**电子商务策划书论文三**

1、给我校一直有创业梦想但又苦于找不到方向的同学们提供一个较为明确的方向。让他们在大赛中感受创业，拓展思维，帮助他们找到合适他们自身的创业方向。

2、给早有电子商务创业想法的同学一个展示自己创业想法的舞台，让他们亲身感受电子商务创业的前期工作。在大赛中，参赛队员之间的讨论，亲自收集各种资料的过程，写创业计划书的体验，创业计划的现场展示以及专家评委的点评都是有电子商务创业梦想的同学所不容错过的好机会。

3、希望通过大赛引起同学们对电子商务创业各方面的思考。

在校大学生。只要有创业的想法，只要有创业的热情，只要承诺在比赛过程中你们的团队将通力合作完成自己的创业计划，其他方面我们对参赛同学没有更多的要求。

(一)大赛项目

1、初赛：提交电子商务创业计划书

2、复赛：就自己提交的.电子商务创业计划书进行现场展示，接受专家评委的提问。

(二)报名形式

3-5人一组参赛，要求参赛人员为高校学生；

采取网上报名和直接交报名表到理工学部学生管理办公室两种方式。

(三)大赛内容

1、要求参赛人员撰写《电子商务创业计划书》评审指标包括内容完整性、设计创新性、创业计划合理性、人员分工和运营管理科学性等；该创业计划书应在规定截止日期前提交大赛组委会。

2、现场进行创业计划的展示，接受评委的提问及点评等。

(四)大赛评委

大赛评委将由企业主管、学校专业老师代表组成。

(五)奖项设计

一等奖 一队 获奖证书及奖金300元

二等奖 两队 获奖证书及奖金150元

三等奖 三队 获奖证书及奖金100元

优胜奖 若干 进入复赛者均获得优秀奖证书

1、报名阶段：要求团队人数3-5人；

2、比赛开幕仪式；

3、比赛辅导；

4、上交创业计划书；

5、创业计划书评选；

6、复赛名单公示；

7、复赛；

8、颁奖典礼及论坛启动仪式。

1、电子商务创业计划书要求交电子版及书面版；

2、创业计划书内容包括：（1）计划摘要；（2）产品(服务)介绍；（3）人员及组织结构；（4）市场预测； （5）营销策略；（6）财务规划；（7）制造计划（如果需要自己制造产品的要写出制造计划，否则不用写）。

3、创业计划书评审指标包括内容完整性、设计创新性、创业计划合理性、人员分工和运营管理科学性等；

4、创业计划书的写作建议，见附录二；

5、由于比赛赛程安排比较紧凑，所以各队要明确分工，在撰写计划书的同时要准备好复赛的展示准备。建议使用ppt幻灯片展示。

**电子商务策划书论文四**

为了促进大家更好的学习电子商务知识，提高大家对电子商务的认识，增强大家的创新能力，缜密的思维能力，团队协作能力，我协会决定举办此次电子商务系列活动。此次活动不仅响应学院鼓励学生自主创业号召，而且为大家日后步入社会奠定了良好的心理基础。

一：活动注重学术、品牌及实践。电子商务协会以前总是定位在“实践类”社团，所举办的活动大都与电脑的软硬件方面有关。但本学期活动会将重点放在学术、品牌和实践上。具体活动列表如下：

e族电子商务协会二零一零年下半年活动列表《大纲》活动名称活动目的活动预计时间电子商务系列讲座之网上购物让大家了解电子商务；教授网上购物的一些技巧及应该注意的问题。

十月中旬【协会成员以及指导老师】 1、电子商务系列讲座之网上开店2、成立淘宝实训中心引导同学们学习和体验网上开店，并教一些实践经验；实战积累商务经验实训楼（地点在四楼机房）

【韩巧月负责】 第四届网络营销能力秀启动仪式，观看视频以及上届颁奖典礼为了提高协会成员以及本专业成员参与大赛实践的机会，找到适合自己的就业途径。时间：10月下旬地点：5号楼1、电子商务大赛（包括博客大赛和logo的设计）2、成立团队，达成与商家的合作协议

【电子商务协会与——潍坊小商品城】促进高校师生对于博客这一网络工具如何进行商务应用的思考；促进学生正确使用和应用计算机11月上旬开始（持续下学期）

【曲阳负责】商业视频观看增长会员知识，加强协会凝聚力，保障会员利益、 10月一次

【韩巧月负责】 11月一次不定期举行协会活动在活动中学习，在学习中促进。全体成员参与打造电子商务特色班级对象：10级电子商务班和10级电商工程师班打造属于电商文化的特色班级地点：两个班级3号教学楼

【李善云负责】就业指导讲座邀请商学院负责电子商务专业指导老师为同学们做简单介绍，以及让同学们更加明白以后就业方向，做一个有目标，有计划，有规划的大学生。

【郑浩负责】校外、校内赞助争取在举办活动的同时让协会成员有所收获，更加调动同学们参与活动的热情，有助于赞助公司更加集中的进行公司形象的宣传，扩大市场影响力，

【陈子祥负责】会员总结大会对本学期工作进行总结和汇报12月下旬

【孙霞负责总结会议记录】

二：做好培训及交接工作，工作计划

【策划书】山东经贸职业学院e族电子商务协会工作方案和活动计划书》。 1：定期召开例会，交流当周的工作情况；2：完善协会内部的管理机制，如：干事能力的考核，协会文化的营造，会员的管理…让他们真正能够在电子商务协会有所收获！3、组织协会成员参与校园课本之外的活动，充分调动协会成员在本协会的积极性，努力发挥他们的特长，乐趣至上。三：立足校园，面向校外，打造协会知名度。 1：管理好自己协会的博客，更新协会信息；2：抓住和潍坊各高校电子商务协会的联系机会，向其他协会学习更好的`管理方法等；3：利用好校园所有宣传途径。具体方案实施：

【协会宗旨】共同学习，创新管理，服务会员，让每一位有志在电子商务领域发展的专业与非专业同学得到更好的锻炼，为以后走向社会打下坚实的基础！

【协会活动主题】协会一切活动均以最前沿的电子商务知识为主题，紧扣最前沿的信息才能把握未来的市场的脉搏。电子商务是信息化和现代化全面结合的产物，是21世纪先进生产力的重要特征。希望协会成员能够在这个舞台上展示才能，秀出风采。一、协会成立后，首要面临的工作是招收新会员，我们将争取在做好本协会的宣传、展台设置等工作的基础上，努力为新会员提供优质的服务。二、在招收新会员之后，我们将在新会员中招聘协会有关部门的干部和干事，使协会更好的向前发展。三、做好上述两项前期工作，本协会将组织和开展一系列的活动，满足广大会员的要求。 l首先，我们将邀请电子商务教研室主任甄老师作为我们的指导老师，定期举办有关电子商务方面的学术讲座。充分使会员了解协会方面的各部职能，使自己更加认识电子商务、了解电子商务。定期举办协会会议，在举办活动中体现个人，整合团体。

【10月13日——学期末不定期举行。】 l其次，我们将建设本协会和为学生服务的电子商务网站。

【由张在浩带领执行。】 l再次，我们还将开展博客设计大赛和网上开店大赛，提高同学们的实践技能。此外，我们还将出版协会刊物杂志，发给协会会员以及非协会成员，以普及电子商务知识，充分宣传电子商务知识，提升广大同学对电子商务的认识。三个星期之内具体实施。

【刘骐和张在浩负责】 l学习团队精神和沟通能力。电子商务协会是微观的社会，参与进来是步入社会前最好的磨练。在社团中，可以培养团队合作的能力和领导才能，也可以发挥你的专业特长。我们将从实际出发，并汲取广大会员的建议，逐步丰富协会的活动内容和形式。我们的成功需要您的支持；创新概念需要您的帮助；精彩节目期待您的加入；广告和合作的好机会不容错过……山东经贸职业学院商学院e族电子商务协会

**电子商务策划书论文五**

商城平台建设背景

近年来，随着internet的迅速崛起，互联网已日益成为收集提供信息的最佳最快渠道，并快速进入传统的流通领域。互联网的跨地域性、可交互性、全天候性使其在与传统媒体行业和传统贸易行业的竞争中具不可抗拒的优势，因而发展十分迅速。在电子商务在中国逐步兴起的大环境下，越来越多的人们开始选择在网上购物，这其中包括所有日常生活用品及食品、服装等。通过在网上订购商品，可以由商家直接将商品运送给收货人，节省了亲自去商店挑选礼品的时间，具备了省时、省事、省心等特点，让顾客足不出户可以购买到自己满意的商品。

商城平台建设目标

通过对网上商城的的建设，建立利用互联网开拓信息渠道，帮助企业及时调整产品结构，协助经销商打开货源的信息门户成为解决信息流通不畅的有效方案。通过现代电子商务理念帮助企业转换经营机制，建立现代企业制度，提高企业的管理水平和市场竞争力。主要表现为如下：

1、为客户提供自由选购所需产品的服务功能；

2、及时补充和增加最新质量和功能的产品上架；

3.为顾客及时提供产品和服务的信息交流；

4.拓展市场宣传、提升品牌形象；

5.广告、招商、市场活动推广。

商城建设市场分析

目前中国的internet已经进入了高速发展阶段，发展速度快、潜力大。20xx年1月15日，中国互联网络信息中心（cnnic）在京发布了《第25次中国互联网络发展状况统计报告》（以下简 《报告》）。《报告》数据显示，截至20xx年12月，我国网民规模已达3.84亿，互联网普及率进一步提升，达到28.9%。我国手机网民一年增加1.2亿，手机上网已成为我国互联网用户的新增长点。

受3g业务开展的影响，我国手机网民数量迅速增长，规模已达2.33亿人，占整体网民的60.8%。手机和笔记本作为网民上网终端的使用率迅速攀升，互联网随身化、便携化的趋势日益明显。而商务交易类应用的快速增长，也使得\*\*\*络应用更加丰富，经济带动价值更高。

手机网民年增过亿网民结构不断优化：

经历了多年的迅猛发展，面对20xx年接近3亿的网民基数，我国网民规模的增幅已经有所放缓，但整体来看，仍保持了一个较高的增长速度。cnnic《报告》数据显示，截至20xx年12月30日，\*\*\*民规模已达3.84亿人，较20xx年底增长8600万人，年增长率为28.9%。尽管增幅放缓，但是我国网络用户的结构却在不断优化。数据显示，我国宽带普及率继续提高，宽带网民规模达到3.46亿人，较20xx年增长了

7600万。此外，农村网民的规模也持续增长，达到10681万，占整体网民的27.8%，同比增长26.3%。

由于3g牌照的颁发，手机上网用户在20xx年取得了飞速的发展。cnnic《报告》数据显示，截至20xx年底，我国手机网民规模一年内增加了1.2亿，已达到2.33亿人，占整体网民的60.8%。其中只使用手机上网的网民有3070万，占整体网民数量的8%。对此，cnnic分析师表示，随着3g业务的持续开展，手机上网将成为刺激我国互联网用户增长的新增长点。

商务交易类应用增幅达68% 中国互联网市场价值可期待

随着我国互联网普及率的逐年提高，互联网正在走进人们的工作与生活。cnnic《报告》调查显示，在家和单位上网的网民比例在20xx年有了明显的提高，有83.2%的网民选择在家上网，另有30.2%的网民选择在单位上网，互联网作为人们日常工具的价值正在日益提升。

20xx年网络应用使用率排名前三甲分别是网络音乐（83.5%），网络新闻（80.1%），搜索引擎（73.3%）。但是商务交易类应用增幅“异军突起”，cnnic《报告》调查显示，商务交易类应用的用户规模增长最快，平均年增幅达到了68%。其中，网上支付用户年增幅80.9%，在所有应用中排名第一，旅游预订、网络炒股、网上银行和网络购物用户规模分别增长了77.9%、67.0%、62.3%和45.9%。据cnnic调查，20xx年\*\*\*络

购物市场交易规模达到2500亿，\*\*年网购物市场将迎来更大规模的发展。

从数据可以看出，中国互联网应用正显出网络消费快速增长的显著趋势。但是和美国相比，\*\*\*民在互联网应用结构上仍存在较大差异：美国互联网在网络消费指数上得分几乎是中国的三倍。从另外一个方面说明，我们中国的网络消费增长还有更大的空间。由此看来，中国占世界总数五分之一的人口对互联网络事业来说具有特别的意义。

b to c时代到来，面向最终消费者的电子商务。成功范例为亚马逊、凡客诚品、京东网、红孩子、当当网等，标志着互联网的真正商务时代的来临。这几年来中国国内的b to c的市场异常活跃，淘宝、拍拍、有啊、易趣的.迅速崛起，告诉大家商业运作是可行的，人类社会的商业发展是从最初的易货贸易到零售再到企业的大宗交易，互联网也从零售开始，网上零售体现了互联网的互动特性，同时减少了交易的流通环节，b to c 模式的直接受益人是最终消费者，由于互联网的互动特性，任何人可以通过网络挑选商品，货比三家，讨价还价。网上商城目前比较适合成为完 全意义的b to c的提供商，这主要基于以下几点原因：

1）打破规范的传统零售渠道和地域性差别，为客户提供一个互动，便捷的购物方式。

2）扩大市场占有率，降低产品销售的成本，快速为终端客户服务。

3）便于企业管理，及时了解用户反馈信息，并建立完善的网上销售、网上支付、配送、服务机制。

目前国内的整体经济环境正处于非常好的时机，中国的internet市场呈现高速的发展，随着中国加入wto以后，高科技人才大幅进入到it行业，国家也给于了更多的重视与支持，这些使得电子商务的需求呈现前所未有的高涨。

商业运作模式

初期目标：

电子商务的实现是一个循序渐进的过程。根据目前的现状，电子商务网在建设初期应该主要实现以下几个目标：

1） 站点功能建设

从站点功能建设方面应以交易为核心，会员制为基础，贸易撮合为增长点，切实解决现有市场存在的一些问题：

垂直服务于企业的目标客户，可以直接在网上进行如产品查询，订单交易，网上支付及货物的运输查询等真正意义上的商务活动。

水平服务于企业的分销商，提供商，在网上实现商务撮合，做到双赢。为交易双方提供品种，规格最全的商品和网上谈判，e-mail等多种交易方式。

网上商城在与吸纳了众多会员，形成固定的消费群体，特别是遍布全国的分销配送渠道后，通过电子商务提供服务，成为行业内权威的通用平台。

了解用户反馈，为企业提供一个信息储量最大的信息源，解决企业生产销售及高新科技信息难收集的问题。

减少企业进入市场的环节，帮助企业建立最简洁的信息流通渠道。 减少经销商销售成本，最大限度地降低商品交易成本。 为用户提供最方便的检索手段。 为企业提供快速的供求信息交互。

2） 交易规范的建立

交易规范的建立是指此网站功能在经营运作中所需的管理和经营相关原则，包括多方面的内容，其中必不可少的内容有：

会员申请章程：描述企业申请成为会员的具体注册内容，应包括双方责任，会员权益，系统提供的服务，会员注册信息等。

网上商城交易流程标准：选购商品-> 加入购物车-> 选择配送方式-> 去收银台-> 填写（确认）收货人信息-> 选择付款方式->完成支付->购物完成

交易管理规范：由于网络提供b to c的电子交易功能，会员在网上进行商务活动时应遵守的规范条例，订单或合同范本，相关法律责任等。

商城建设流程

1 申请域名

网站域名的申请关系到企业的定位，而且与将要建的以b to c行业交易为市场定位和发展方向的公司性质相符，因此建议选择以。com 为结尾的国际商业组织的顶级域名，由于考虑公司定位同时有可能要向海外上市发展，因此选择名称应以英文缩写并能描述公司业务主要方向为宗旨。

2 选择网站运行模式

网站的运营模式选择与费用预算有关，通常需有以下几方面的考虑：

2.1 租用虚拟主机

向专业idc提供商托管服务器或租用服务器，其优势是起步速度快，缺点是费用相对比较高，费用从每年近两万元人民币百兆共享带宽起步，随网站流量增高此费用会大大增加，那么对于刚刚建立的网站，访问量还不一定阶段内，可以选择使用租用虚拟主机的方式，随着以后访问量的增加，可以再考虑托管服务器或租用服务器，vps等。虚拟主机所花的费用比服务器托管或租用服务器要低很多。

3 网站开发规划

网上商城总体设计思想主要是b to c电子商务性质的交易平台，功能设计上遵循适用、实用、人性化为原则。所谓适用，是指不在这个阶段实现的功能不去考虑；所谓实用，是指朴实，不考虑花俏而无实际意义和作用的东西。人性化，是指按网民的浏览习惯和消费习惯来分配网站内容的显示和功能的开发。

通过以上的分析，将网上商城做以下技术规划：l

1、建立一个功能全面的信息丰富的商务型首页。

2、建立一个开放的以web技术为基础的产品信息展示宣传发布平台。l

3、建立一个功能完善的会员管理系统功能。l

4、建立一个功能完善的，人性化的购物车功能。

5、网站具有良好的可扩展性、易管理性，能够方便的管理网站信息资讯和会员信息等，降低维护成本。

6、网站具有良好的安全性，有效避免系统安全隐患和蓄意破坏行为。l

7、网站具有良好的性能，能够提供高吞吐量、低响应时间。最终，网上商城将建设成为业内的网站品牌，为广大消费者提供消费服务。

商城需求规划

1 域名：注册国际域名。

2 空间：（根据自身需求选择虚拟主机大小）

3 网站系统划分：网站系统分为两部分，一是网站前台系统；二是后台管理系统。对应用户分两种，一是外部用户，即网站访问者；二是网站系统管理员及授予管理权限的人员。

4 网站版本：

网站语言为，简体中文，如果客户需要还可以加其它语言版本。

5开发环境：

初步采用基于windows20xx系统平台的b/s结构设计，php+ajax+xml+xhtml+css+p技术及mssql数据库。

6 设计风格：

以网站平台所属行业性质为基础，以不同访问者浏览习惯为标准。色彩、风格、大方、简洁；网站属性：电子商务型网站。

7 硬件系统：

由企业自己托管服务器或租用服务器、租用虚拟主机，或者我们提供给网上商城站服务器托管服务、服务器租用服务、虚拟主机租用服务。

8 人力资源配备：

主要分析两方面人力资源：1.网站系统管理；2.网站信息管理；

9 网站开发周期：

网站在45工作日上线，其他详细资料上传后续完善。

**电子商务策划书论文六**

“要么电子商务，要么无商可务。”

截止xx年12月底，我国网民规模达到4.57亿，较xx年底增加7330万人；我国手机网民规模达3.03亿，依然是拉动中国总体网民规模攀升的主要动力；最引人注目的是，网络购物用户年增长48.6%，是用户增长最快的应用, 预示着更多的经济活动步入电子商务时代。伴随着互联网迅猛发展，传统的生活方式已经满足不了大众的日常需要。遗憾的是，各大高校内电子商务尚未形成一股学习风气，多数人对电子商务一知半解，把网上购物等同于电子商务，是电子商务的全部。这是一个普遍的知识误区。

要么与时俱进，要么无所适从！

团购，一个xx年才兴起的电子商务模式，被称之为“c2b”。通过聚集起数以百千计的团友，运用最简单的经济原理——“量大价优”加大与商家的谈判能力，以求得最优价格的一种购物方式。作为一种新的生活方式，团购给我们带来的爆炸力已经逐渐显示出来了。

发挥电子商务协会特色，打响电子商务协会品牌

作为广东轻工职业技术学院内电子商务爱好者与学习者自发组成社团——电子商务协会身上肩负着探索校园电子商务活动形式，营造校园学习电子商务氛围的使命。经过电子商务协会全体成员长时间的\'讨论、论证，得出“团购”这一新兴的电子商务模式具体可操作性，代表了电子商务性质，有利于推广电子商务知识的结论。

在这样的背景下，组织一场符合时代潮流，彰显大学生新时代积极向上风貌的活动势在必行了。

1．发挥电子商务协会特色，打响电子商务协会品牌

2．营造校园电子商务的学习氛围，促进对大家电子商务的认识

3．促使同学们学习团购知识，培养同学们的营销策划及组织能力，

4．引导同学理性消费，为同学带来新的生活方式，促使团购成为一种日常行为。

1．电子商务协会策划举办——电子商务协会举办电子商务类型的大赛，正是发挥协会特色，打响协会品牌的表现。

2．高校首创——团购这一新型电子商务形式目前尚未在其他大学校园中举办过类似的大赛，也就是说我们策划举办的这一次大赛将会是高校首创。

3．参与人群庞大——大赛有两条关系链：商家——团长——平台——团员及团员——平台——团员。这两条关系链的每一个环节都可以吸引数以千百计的人参与其中。

4，范围可以无限扩大——假如资金充足，这个大赛可以扩展到其他高校，只要探索出一个可行的模式，即可以复制到其他高校。

5．力求操作简单，人人都可以参加——我们协会力求将这一看似相当专业的大赛做到大众化，简单化，人人都可以参赛，人人都可以团购。而且还会为选手们提供培训，货源，物流公司等方便。

6，四方共赢——这是一个四方共赢的比赛，平台提供商可以得到人气，商家得到知名度，团长得到自己的能力及相应的利润，协会发挥了自己的特长。

广东轻工职业技术南海校区全体师生

1，大赛启动阶段：３月20日—30日，举办方协会与赞助商，平台提供商，部分供货商家进行接触并确立双方合作关系。

2，测试阶段： 4月1日—8日，协会将在协会内部小试牛刀，组织一场的团购比赛演习，为正式比赛提供经验。

3，宣传准备阶段：4月中旬，协会组织人手采取设计统一宣传口号，海报，横幅，宣传单，轻院电台广播宣传，q群宣传，编写、投放新闻稿。并接受选手报名，组织选手培训。

4，正式比赛阶段：4月中下旬（历时8至14日），协会组织比赛，统计比赛成绩，并组织颁奖晚会公布成果，颁发相应的奖金奖品。

1.注册成为团购组织的会员

2.向团购组织提交你的购买消费意向或者直接报名参加已有团购活动

3.收到团购组织者的活动邀请

4.在约定时间前往活动地点（品牌经销点、卖场或者大型的展卖场）参加团购活动

5.挑好自己要购买的产品后下订单

6.验货付款提货

**电子商务策划书论文七**

自20xx年团购模式在中国出现以来，团购网站的数量增加迅速。从20xx年底的两千家增加到四五千家，团购服务商的业务也在向二三线城市拓展。团购网站的迅速发展，与团购的模式特点有关。

首先，团购挖掘了餐饮、休闲、娱乐等本地化消费服务的特点，迎合了网民对服务性商品的需求，填补了线上市场空白，成为团购网站急速增长的重要原因。其二，随着网络零售的发展，网民对网上购物、支付和销售的接受度越来越高，团购模式进入中国正赶上了商务类应用迅猛增长的时期，使得团购服务方式得以在中国网民网上消费模式中稳固生长。其三，区域化正在成为电子商务发展的重要方向。重点城市电子商务的环境已经相对形成，用户培育已经相对成熟，团购与 lbs应用的联合也强化了团购服务的本地化色彩，给团购发展提供了较好的应用发展环境。

20xx年，团购网站的发展主要表现在团购产品拓展和服务城市渗透。产品拓展方面，20xx年团购网站涉及的产品已经覆盖了衣食住行的众多方面，酒店和旅游产品也成为新的团购商品。团购商品向垂直化发展，在餐饮、化妆品、旅游等领域都出现了专注于垂直领域的团购网站。城市扩张方面，由于团购网站本身业务发展的需要，以及中小城市对线上消费的观念和习惯渗透，目前较大的团购网站都在全国数百个城市开辟了团购业务。

美团网成立于20xx年，创始人为王兴。

20xx年3月4日，王兴推出美团网； 20xx年5月4日，美团网上海站上线，

随后的一年武汉站、西安站、广州站、无锡站、南京站相继上线；

20xx年6月21日，团购网站重新排队：美团首次登顶；

20xx年9月22日，搜狐-团购服务质量排行榜：美团网名列第一；

20xx年11月4日，中国财经网-千余家团购网站退市，美团网“冬天”逆势崛起。

从未来的发展趋势看，团购网站已经处于分化阶段，一些服务能力和资金实力不足的网站会逐步推出市场，美团作为国内较早涉猎团购的网站，其先发优势在较长的一段时期内给予了业务较大推动力，同时王兴也是一个话题人物，两者结合在一起唱起占据新闻版面，故自成立一来一直在业务上占据优势。但是随着拉手的团购“豪宅”以及糯米的五棵松电影院活动的展开，团购从广告营销转为实在的商品竞争，美团网的发展一直是稳稳当当，但是拉手网的快速崛起确实给美团网的发展造成或多或少的威胁。

目前市场上，美团网的主要竞争对手主要是同类型的团购网站。虽然其各方面模式都比较相似，但是在实际操作、推广过程中各自的效果也各不相同。就目前来看，美团网的主要竞争对手有拉手网、糯米网和58团购等，美团网虽然是团购网站的老大，但是这些公司也是不可忽视的，团购市场还是充满了挑战。

优势（strength）:

（1） 品牌知名度高：美团网作为中国首家团购网站，现在其注册用户数百万并保持着高速增长。在加上公司老总王兴曾经创建过人人网、饭否网灯热门网站，故其在业界享有很高的美誉度，美团网目前已占团购市场份额的20%左右。

（2） 富有凝聚力、创造力和执行力的团队：美团网的技术团队是在经历过多个热门网站打造之后形成的，能够有效的驱动着前台业务系统和后台管理系统稳定、高效运行，为用户营造流畅、舒适、快乐的团购体验。实时的团购行业数据监测系统，为顾客提供详细的行业数据，有助于制定正确的市场战略决策。

（3） 运营经验丰富，成功抓住用户心理，立足本地经营，产品知名度高、美誉度高：美团网有着强大的商务洽谈团队，经过长时间的积累，有着丰富的商业合作谈判经验。它现已在全国多个城市设立分站，且在各地保持领先地位，对本地消费者有着深入了解，不同城市的本地团队积累了大量的本土经验和优秀做法，且通过一天一团的形式，培养用户的团购习惯以拥有 1 更多的顾客与合作者。

（4） 100%物流掌控：这是团购网站的一个大亮点，颠覆了之前电子商务的`物流规则。一般我们购买商品都是由卖家来负责物流，也就是承担一定的物流费用，但美团网的物流方式却是，客户付款后将收到一个唯一的美团网序列号和密码，然后带着序列号和密码到相应的地方消费，大可节省快递时间与费用，令人感觉更踏实，更容易接受。

（5） 以服务类产品为主，风险小，投资少，见效快：在美团网上团购的最多的是温泉、足疗、瑜伽的服务券，实物商品为少数。由于服务类产品在一定的数量销售之后，新增的数量几乎是无成本的，更容易形成低价团购。在业务上满足客户需要，也可在其中获得较大的利润，是佣金收入非常可观的一个方面。

劣势（weakne）:

（1）宣传的渠道相对狭窄：其所做的广告大部分集中在搜索引擎优化，其余渠道的铺设相对较少。与糯米网相比，在社交网络渠道上明显不足了。

（2）融资的渠道相对狭窄：资金来源大都来自风投，现今投资公司对中国的团购网站信息了解不足，甚至有撤资情况出现。

（3）区域性较强，难以快速在其他城市复制。

（4）客户资金管理并不完善，配送上本身不具备优势，退货处理程序较麻烦：美团网的退货手续相对麻烦，必须通过申请，使得七天无条件退货的执行受到很大阻碍，影响消费者的选择。

机会（opportunity）:

（1）团购在中国是股热潮，市场广阔，如今网络团购方式已经愈成为一种时尚。

网络团购的发展趋势主要有以下五点：

①网络团购应用范围扩展，带动多种互联网应用的发展； ②网络团购发展，带动生活服务类的电子商务化；

③团购网站业务像二三线城市的扩展，带动区域电子商务发展； ④市场竞争加剧，三类团购企业将主导未来的团购市场；

⑤网络团购将与秒杀等促销形式结合，通过线上线下多种媒体合作推广。

（2）web网站的不断发展，电子商务的迅速发展，搜索引擎的使用，让美团网的市场更为广阔。

（3）中共党的 十六届三中全会明确指出，大力发展电子商务、物流配送等现代沟通方式，促进商品各种要素在全国范围内自由流通和充分竞争。近日，中国互联网网络中心发布了一个最新报告显示，截止到20xx年6月份，中国团购用户的数量为四千二百二十万人，其中网民有%的人正在使用团购服务，国家工商总局正计划出台政策对网络团购行业进行监管，目前已进展到政策调研收尾阶段。

威胁（threat）:

（1）竞争者威胁：根据艾瑞咨询的资料显示，美团网随作为较早一批团购网站，但是新进者的威胁还是不容忽视的，像拉手网、窝窝团、24券等新兴的团购网站，发展迅速。而且20xx年8月访问到下单转化率团购网站排名，美团网仅排名第6，在它之上的有拉手网、滴答团、糯米网、qq团购与满座网。

（2）价格压力：由于消费者的转移成本较低，如果团购网站提供的产品性价比不够强，消费者则会迅速转移到其他更具性价比的网站。对于其他的行业内竞争者的价格促销政策，美团网得根据自己的情况，打好价格战。

（3）渠道压力：美团网的主要渠道是直营，通过直营来进行本地化，通过直营实现其覆盖整个中国市场的目的，其通过加盟招商的形式寻找城市经理为其拓展该城市业务的基点，组建扩大自己的渠道。但随着中国团购类型企业的不断发展，外公团购企业的介入，出现“挖角”现象，美团网的“被跳槽”问题非常棘手。

总之，美团网的应该是一个持续发展壮大的企业，通过对自己优势的发扬，打造自己作为早期团购网站的优势，壮大区域性覆盖，坚持发扬“消费者第一，商家第二”的团购价值观，抓住电子商务迅猛发展的机遇；在弥补劣势和应对威胁方面，增强自己融资渠道与分销渠道、宣传渠道，在 2 价格方面随机应变，保证美团网的持续发展壮大。

作为一个团购网站，美团每天推出一款产品，产品设计美发美容券、餐券、化妆品、衣物饰品以及旅游等各个消费领域，并且所有产品都有一个超低的折扣。网站的定位为：新型团购网站，最大的特点是每天只卖一件商品，折扣很大，例如原价100元的红酒品尝套餐只卖50元，但是有24小时的时间限制以及最低人数限制。

美团网虽然每天只为用户提供一款团购产品，但是我们却力求提供最超值的消费体验。

根据所售商品的种类不同，分别设置专门的页面，同时在各个页面中也很容易看到其他几个页面的内容和消息。对不同的产品实现不同的营销对策和促销手段。同时办一个消费指南，每期推一些东西，跟媒体一样也有开选题会。对于美团来讲就是我们选什么品类的商家，这是看我们的美团会员、消费者需要什么东西。就跟网易的访问者需要看什么东西一样，一切还是回到用户的需求上面去。美团是要把精品信息准确推荐给所有的本地消费者，迅速达成订单，追求以量取胜。

团购是种生活态度，花最少的钱，享受最“小资”的生活。美团的核心竞争力就是给用户提供更好的价值。我们挑选最好的商家，最好的服务，最优的价格，并且使购买非常方便。我们美团的最大特点是每个团购都是超大折扣，经常低至二折、三折，方向是当地的生活消费服务。

根据cnnic《20xx中国团购用户行为调查报告》用户参与团购最重要的影响因素是价格折扣，85.4%的用户认为价格折扣是其参与团购最重要的因素，（如图5）而其中对美容、娱乐、酒店的折扣要求更大对餐饮和实物商品折扣要求稍弱一些。

美团采取的是折扣价格战略，相对于传统的市场来说，美团的价格是非常低的，他提供的所有商品最高可享受一至二折的优惠。但是可根据不同商品提供不同价格折扣，但对于其他团购网例如拉手网、24券、高朋等美团并没有多大的价格优势。随着20xx年3月groupon中国“高朋网”的上线，网络团购市场竞争加剧，中国网络团购市场将面临重新洗牌。有业内城市称可能会有95%的团购网站会倒下。所以美团的发展不能只着眼于低价折扣应当从长远利益上出发，坚持优质产品与服务，用合理的折扣开展团购吸引顾客。强化服务，专注消费者的满意度，只有消费者能够决定团购网站生死。

商业区路演活动

在~以商业区路演为主要手段，综合运用各种手段全面宣传“美团团购”品牌和产品，扩大团购产品的影响力和市场渗透率，从而推动注册用户数量的快速增长最终达到路演和宣传推广的目的。

推广策略及细则

◎活动时间

~ ◎推广地点：北京、上海、深圳、成都

◎目标群体：企业员工、白领上班族以及其间接影响的群体

◎目的：— 通过路演和现场派发有美团标识的卡片强化消费者对美团的关注和记忆度，用潜在目标人群影响潜在目标人群，复制推广。

— 运用各种创新手段及推广形式

扩大路演活动的影响给消费者全新的品牌互动体验，提高消费群体对美团品牌认知度

—形象展示及产品宣传

在路演现场充分展示“美团”品牌形象，选择各种创新的表现形式吸引路人的注意，以“美团让生活更美”为主题，以青春活力主线安排4~7名统一着装的青春靓丽的女孩穿上轮滑和有美团品牌形象工作服带上麦克风，在现场进行小规模的表演和发放宣传资料，吸引路人的眼球，使他们停留和驻足接受路演人员的产品介绍和参与互动的邀请。

同时在现场对“美团网”的产品及服务进行集中的宣传，同时在现场开展咨询和办理会员手续。在现场派送20元代金券及优惠券，鼓励潜在消 3 费者上美团网。

— 路演活动

精心设计路演环节及活动主持人调动路演气氛，开展丰富有趣的互动活动，吸引路人停留和参与聚集人气，提升推广活动的知名度和影响力。主要分为节目表演，游戏问答、业务问答、优惠券现金券赠送几个部分构成。带给消费者全新的品牌认知和品牌体验。

— 广告礼品

设置一二三等奖，奖品依次为手机、电饭煲、热水壶以此鼓励路人参与互动活动给参与互动体验的路人发放印有“美团网”品牌和标志的广告礼品，如现金券、优惠券、钥匙扣、饮料、靠垫等常用物品，不断深化消费者对美团网 的品牌印象。最终促进“美团网”产品的用户数量增长。

— 互动活动

◎现场注册送好礼

在活动现场摆放10台电脑，有工作人员和路演人员邀请路人参加互动环节， 参加现场注册“美团网”活动，凡在现场注册用户即可得精美礼品一份。

◎有奖知识问答

准备20道关于“美团网”公司及产品的知识卡片，由主持人现场开展有奖知识问答。答题形式可为抢答、问答等，能够快速准确回答的人可以得到一份50元现金券及精美小礼品一份。通过这种方式让更多消费者知道了解美团网，传播美团品牌。

美团之青春飞扬风采大赛

大学生是美团两大目标群体之一，具有很大潜在消费力。并且大学生具有时尚，对新鲜事物接受能力强等特点，是网络的活跃人群，因此成为美团巨大的潜在消费市场。通过大赛可以很好辐射大学生这一群体提高美团知名度与认知度。

◎活动时间：~ 地点：北京、广州、湖南、成都等知名高校

◎目的：提高美团网在高校学生中的知名度，反映美团与高校学生共同发展的良

好愿望，树立美团形象。

◎活动实施

— 竞赛方式：由美团组织，各高校报名（以学校名气及报名人数为准选取十所可以跨校报名）进行各自初赛，决赛选出各学校冠亚季军。然后由十大高校前两名参加全国半决赛决出十强选手。最后在上海举行决赛，选出全国冠亚季军。

— 评选方式：评选体现公平、公正、公开

各校分赛由美团员工及高校代表担任代表，半决赛评委由美团知名人员、高校代表、大众代表组成。决赛由美团高层、邀请的专业人士、随机抽取高校代表组成。邀请媒体进行追踪报道，加大宣传力度。

— 活动支持：～吸引80%的在校学生对活动的关注，最大限度宣传美团品牌

～学校主要由学校学生会利用学校网站、广播、公告兰登进行宣传，

同时美团利用电视媒体进行活动宣传。利用学校提供支持，最大限度节约费用而达到效果最大化。

～设置互动环节及抽奖环节，以达到更好宣传效果扩大参与面。

～与新浪微博合作，进行微博投票人气作为比赛成绩的一部分。

在当前的网络团购市场环境下，美团要借鉴groupon等知名网站成功的经验始终消费者满意为第一。不断发现问题和解决问题，以积极的心态面对市场挑战。敢于创新，在变革中求发展。在团购寒冬中中异军突起。做团购业的亚马逊。

**电子商务策划书论文八**

一、进行市场分析

1、目前行业的市场分析

2、市场的主要竞争者分析

3、公司自身条件分析

二、建设网站目的

1、为什么要建立网站

2、网站功能

3、网站的目标

三、网站技术解决方案

根据网站的功能确定网站技术解决方案

1、服务器――自建、租用虚拟主机或主机托管

2、操作系统――unixlinux还是window20xxserver/nt。分析投入成本、功能开发、稳定性和安全性等。

3、网站安全措施防黑、防病毒方案

4、相关程序开发――网页程序asp、jsp、cgi、数据库程序等

四、网站内容规划

公司简介、产品介绍、服务内容、价格信息、联系方式、网上订单、会员注册、详细的商品服务信息、信息搜索查询、订单确认、付款、个人信息保密措施、相关帮助等

五、网页设计

1、网页美术设计要求――色彩、图片应用、版面规划等

2、制定网页更新和改版计划

六、网站维护

1、服务器及相关软硬件的维护――对可能出现的问题进行评估，制定响应时间

2、数据库维护数据管理、备份、灾难恢复等

3、内容维护――内容的更新、调整等

七、网站测试

在网站发布前要进行周密的.测试，以保证正常浏览和使用

1、服务器的稳定性、安全性等

2、程序、数据库测试

3、网页兼容性测试，浏览器、分辨率等

4、其他测试

八、网站的发布与推广

1、发布的公关、广告活动

2、搜索引擎登记

3、其他推广活动

九、网站建设日程表 各项规划任务的开始完成时间、负责人等

十、费用明细 各项事宜所需费用清单。

**电子商务策划书论文九**

“路过心晴”该网店分上装、下装、裙子、配件、新品区、热卖区、折扣区七大类。服装品类繁多，应有尽有。办理会员优惠折扣多多。衣服颜色鲜艳，材质轻便，穿着舒适，适合时下年轻女性。主要风格：日韩风价格区间：50—200元之间

品牌理念：时尚休闲、倡导个性、自由、时尚、舒适的穿衣方式，帮助人们去创造快乐、激情、自由美好的生活，活出生命的精彩。

女装市场分析：女装市场一直是服装市场的大头，其一直引领着时尚和潮流，是时尚、个性的代表。女性购买服装的频率和金额是所有服装消费群体中最多的，有得女装者得天下一说。因此众多企业和资源混战在女装市场里，女装品牌众多，各品牌之间差距不大。据统计，排在前十位的品牌之间市场综合占有率的差距并不大，总和也只在15％左右。我国网民人数已经达到4。57亿，庞大的客户群体让网络购物企业欣喜，现在在淘宝上的购物的人是越来越多，尤其是女性，她们购买的商品主要是服装、鞋、箱包和化妆品，而主要的是对女装的消费。

1、产品分析

设计、生产：服装品牌在设计上主要以满足主流大众的整体需求为主；在生产上以大规模定制为主。

价格：服装品牌主流价格主要集中在中低档；价格在中高档的基本为正装。以休闲时尚的最新款女装为主，包括打底衫、薄厚外套、裙装、毛线衫等。

2、目标消费者定位

消费者的认同和共鸣是产品销售的关键。定位需要掌握消费者的购买心理和购买动机，激发消费者的情感。品牌管理的文化定位是否成功，取决于社会公众或目标消费者的评判，只有准确地表达出消费者的心声的文化，才能让消费者动心。

3、年龄段定位

（18—25）年龄段的消费群体是服装消费的主要群体，是消费群体中购买单件服装价值最高的群体。

该群体是消费群体中经济基础较为雄厚的群体；该群体有较强的购买欲望；

该群体对风格、对时尚有自己的喜好；对新品牌的接受程度较低，购物理性居多。

⑴店面采用大量的服装图片，能突出美观的效果，也同时展示了衣服的.特色，塑造了很好的购物效果。

⑵店面采用颜色单纯明净、明朗轻快，不太艳丽却也不失其光泽，给人一种很好的视觉效果，为店面塑造一个和谐温馨的氛围，很有亲近之感。

⑶店面信息量丰富，不仅有服装的分类，还有热门板块特别关注的时尚区和特价促销区，加上精美的广告，更加丰富了页面内容。

⑷店面布局比较整洁，重要信息得以重点体现，如打折、促销、送礼信息等等，对顾户很吸引力。

⑸店面充分地利用特色的真人试衣，不仅能够吸引消费者，还能够促进交易成功率的提升。

⑹店面还有专门设置了特色专区，为消费者品衣购物的同时，提供一些娱乐，淡化商业的环境，为温馨的环境添加一些欢愉。

⑺平时注意尽快更新内容，以保持店面活力，平时主要对一些特别栏目进行改版，到一年进行较大规模改版。

（1）广告投放

为了在初期提升影响力，获得个人用户的认可，抢先市场份额，我们将在媒体投放广告进行宣传，投放周期初定为3个月，之后根据各网站的广告实际效果进行优化调整。所采取的广告类型可包括：电视广告、文字广告、图片广告、弹窗广告、漂浮广告、对联广告、视频广告、flash广告。

投放目标媒体包括：传统媒体在有影响力的报刊、杂志、电视台投放宣传广告，提高网站曝光率，扩大知名度。在网站的策划建设阶段与上线初期，我们都将在国内各大平面媒体刊登宣传广告。新媒体：品衣网致力于引导服务互联网用户的消费行为，因此广告投放所面对的观众是网络用户。在国内的大型门户网站和分类行业网站发布广告，也是我们提高网站知名度，扩大影响力的有力手段。

（2）搜索引擎推广确定网站关键词

登录各大门户网站搜索引擎门户网站的搜索引擎是许多普通网民搜索和发现新网站的重要途径，将网站选定的关键字进入登入，能够有效提高网站的曝光率，使网站快速的呈现在网民面前。登录百度、google等专业搜索引擎百度、google专业搜于自动收录加关键词广告模式，在我们向这些专业搜索引擎网站提交网站网址，网站每天能够被其自动收录，并再搜索相关关键词的时候具有较好的搜索引擎自然排名，这将极大的促进网站的营销推广和自我增值。此外，google、百度等知名专业搜索引擎也提供了点击付费模式的关键词广告。在网站发布初期，我们将在google、百度等知名专业搜索引擎投放关键词广告。根据网站活动开展过程选择相应的关键词投放广告，精确锁定网站的目标和访问群，能够有效提高网站的访问质量。

（3）网站资源合作推广

策划开展网站合作活动是有效的网站推广手段，可以提高访客忠诚度，持续深入的传播网站，合作网站聚合力量，促使网站的系列活动有效展开。征求互动链接，扩大网站外部链接活力，能增加网站的搜索引擎曝光率，获得理想的排名效果。

各类网站的互动链接

广泛征求链接呼唤，扩大网站外部链接活力，包括娱乐、资讯、地方门户、知名服装及个人等网站的友情链接。

网站合作活动

就某个活动或某个阶段同地方门户、行业等网站就相关活动展开合作，借助合作伙伴的平台进行网站活动宣传与推广。

交换广告

互补性网站交换广告与其他网站进行广告交换，不仅能降低我们网站营销推广费用，同时也能实现网站广告宣传效果，提升网站形象。

（4）邮箱广告推广

建设自己的邮件列表，定期制作更新电子杂志，向注册用户和其他订阅用户发送，能有效联系网站访客，提高客户忠诚度。

有奖调查：启发式提问激发邮件接收人参与调查的兴趣，在线填写问卷，并送出礼品。

系列活动通报：面向所有参加活动和对活动感兴趣的客户，及时通报活动情况。服装信息发布：面向所有会员，发布最新产品信息。

（5）软性广告（软文宣传）

在投放硬广告的同时，我们也将在各知名度较高的业内主流网站和论坛进行软文宣传，此外，报刊杂志能传统媒体也将成为我们软文宣传有效媒介，以求很好的达到我们的推广目的。

（6）事件营销

以店铺为平台对产品进行事件营销，一方面提升店铺知名度，吸引客户扩大影响力，另一方面外界对公司的美誉度，提升店铺公信力，同时也能提升业绩。

1、物流开网店选好快递公司，直接关系到网购行为“最后一步”的消费者体验度好坏，翻阅网购后不满意的数据调查，对物流配送的不满占了不小的比例。作为一个卖家，辛辛苦苦的找好网店货源，开好网店，推广产品，所有的劳动最后因为快递公司的不妥而被一笔抹杀，会很不划算。因此，选好一家快递公司至关重要。

快递包裹：款到发货。款到后24小时内发出。时间为4~10天，边远地区及节假日可能延迟2~3天，费用为rmb12元∕单。

邮件包裹：款到发货。款到后24小时内发出。国内著名速递公司（申通）发货，时间为1~3天。

国内邮政特快专递ems：款到发货。款到后24小时内发出。以邮政ems方式发货，时间为2~3天，费用为25元∕单。

2、支付方案

允许客户任意选择在线支付方式进行在线支付。管理员可预先在后台设置多种在线支付方式，如财付通、网银、建行、工行、支付宝等。

3、售后服务

顾客可以为此次消费进行评价打分，也可以提出建议，利用阿里旺旺等聊天工具随时随地提供客户服务，提高顾客的满意程度，为店铺获得很多好评，提高信誉。

**电子商务策划书论文篇十**

摘要：网上创业在选择新商品时，首先要明确本身的目标，我的目标是在网上开一家店铺，主要营销精美首饰，目的是学习开店技能，熟悉网络交易，锻炼本身，并且准备将产品作为一项长期的事业发展。

经过对网上商店的调查报告，我做出以下网上开店的计划：

首先我要在脑海中想好要开一家什么样的店，寻找好的市场，本身的商品有竞争力，才是成功的基石。因为现在人们的生活条件好了，更多的女性注重装扮本身，因此我选择了销售精美首饰，也因为本身比较喜欢这一方面吧。

选择开店平台或者网站。我会选择一个提供个人店铺平台的网站，注册为用户。在选择网站时，人气旺盛和是否收费以及收费情况等都是很重要的，现在很多平台提供免费开店服务，这一点会省很多金子，所以我会选择免费开店的平台。节省资金嘛!毕竟我还不是很富有，开个店来赚一些!

向网站申请开设店铺。我会详细填写本身店铺所提供商品的分类，以便让我的目标用户可以准确找到我。然或我要为本身的店铺取个醒目的名字，网友在列表中点击那个铺更多取决于名字是否吸引人，我的店名就叫“知音”。我的网店会显示个人资料，我会真实填写以增加信任度。

进货。我会从我熟悉的渠道和平台进货，控制成本和进货是关键，我的资金规划是省钱，因此我会进一些成本较低的商品。但要有质量保证。保证物美价廉，让顾客也乐于购买。

登陆产品。我会把每件产品的名称、产地所在地、性质、外观、数量、交易方式、交易时限等信息填写在网站上，而且会搭配商品的图片，突出商品的优点。为了增加吸引力，图片的质量会尽量好些，说明也会尽量详细，如果需要邮寄我会声明由谁负责邮费。还有非常重要的是设置价格，网上竞价不同，我会先设置一个起始价，买家由此向上出价，起始价越低越能引起买家的兴趣，但是起价太低会有最后成交价太低的风险，所以我会同时设置底价，以保证商品不会低于成本被买走。

营销推广。为了提升我店铺的人气，在开店初期，我会适当地营销推广，只限于网络上是不够的，要网上为那个往下多种渠道一起推广，我会购买网站流量大的页面上的“热门商品推荐”的位置，将商品分类列表上的商品名称加粗、增加图片以吸引眼球。

售中服务。顾客在决定是否购买时很可能需要很多我没有提供的\'信息，他们随时会在网上提出，我会及时并耐心回复。顾客是上帝嘛，只要顾客有不清楚的我们就一定会尽心解释的。态度是很重要的!

交易。成交后，网站会通知双方的联系方式，我会根据约定方式进行交易。绝对不会让顾客不满意。

评价或投诉。信用是网上交易中很重要的因素，我会安心对待拍下不买的买家，据我了解，在网上开店总会遇到拍下不买的买家，这是很正常的。作为卖家，我会坚持一份和平的心态，这样才能面对以后更激烈的网上店铺的竞争。凭心对待差评，有时因为本身或其他原因，可能会在本身的信用记录里出现差评的现象，我会安心面对，采取相应的补救措施，或者在网上说明真实情况，同时争取用更多的优评来获取买家的正面印象。

售后服务。我认为完善周到的售后服务是省以坚持经久不衰的非常重要的筹码，因此我会与客户坚持联系，做好客户管理工作。

**电子商务策划书论文篇十一**

一个电子商务团队必须要有一个核心管理层来领导并指导其运作。这个核心管理层的能力将直接决定了这个团队整体的执行能力。“兵随将领草随风”讲的是这个道理。它必须要有计划能力、分析能力、执行能力和控制能力，这四个能力缺一不可。此外，还要求这个核心同时具备统御能力，具备驾御电子商务队伍的能力；具备实战力，用经验来归纳总结理论，从而进一步指导电子商务战略、战术的规划和执行；具备电子商务理论力，电子商务理论在这个以市场、以顾客为导向，企化为电子商务的核心的时代里，理论已经成为电子商务活动的必要依据和准则。没有理论力的规引，你的企业、你的团队就不会在电子商务事业的道路上走的很远。

“一头狮子带领的一群绵羊，能够打败一头绵羊带领的一群狮子”。我们在团队的建设中，特别应该注重核心职业经理人的培养和选拔，同时也要建立一种储备机制，在队伍中注重选拔和培养一批帅才，以致不会因组织人力的变故而使团队陷于被动。有两个案例可以说明核心管理机制的利害。一个是沈阳飞龙主管电子商务的副总，具有强势的电子商务能力，因中途因故离去而使公司的电子商务管理全面陷于混乱。一个是青啤的法人的治理结构，因注重核心管理层后备干部的培养，没有因老总彭作义的去世而使公司的管理失控。

电子商务管理的核心层是构筑团队支撑体系的基础。它的任务是指导这个支撑体系来达成所设定的目标业绩。本支撑体系是整个电子商务过程中最直接的执行者。他们的执行力的好坏决定了团队电子商务活动能否有效的展开。

有效的构筑团队的支撑体系，在确定电子商务管理的核心层后，它是我们电子商务工作中重点要考量的内容。这里所指的团队的支撑体系包括：电子商务业务的执行层、电子商务政策、激励机制及考核机制等。电子商务政策、激励机制及考核机制是电子商务业务执行层最关注的问题。它的执行有效与否是稳定业务执行层的最直接的因素。这两个机制对于业务执行层的人员来讲也是一个利益保障的问题。所以在构筑团队的支撑体系时，应该考虑以下几个问题：

1、所运行的机制是否能够保障你的团队健康运行。

2、电子商务执行团队是否把保障机制与自己的事业生涯规划联系在了一起。

3、电子商务执行团队的学习力是否具备，是否能把公司和个人的愿景的实现靠强大的学

习力来推动他向前发展。

4、电子商务执行团队的素质结构是否与核心管理层的需求相吻合。

首先从团队配置说起：

第一，电子商务团队的建设要以一定的经济为基础，即经济现状占主导地位。

第二，人力，人才的配置要用专业的人才，并对这个行业有一定的兴趣。

第三，是物力，也是基础性设施，最简单的：电脑+网线+办公桌。

在做好这些基础性的设施之后，方才可以建立一个有肉的团队，团队的肉有了，那么下面就要组织团队的血，即团队的灵魂和精神，团队要做到什么样，才能算是一个真正的团队呢？首先：团队就是不让团队中的\'任何一个人落后；这落后指的又是什么？

1、团队要做到专业知识不落后。这就需要团队的交流与学习了；公司也会请专业的人来给我们上课，让我们充电；我们也会自己申请机会外出学习和交流。

2、产品知识不落后。

这点也是不容忽视的，再好的专业知识没有产品知识做铺垫，也是不行的。网络营销也好，线下营销也好，最后还是要回归到产品上来的。

3、表达能力不落后。

自己知道了，不会说，一样是没有用的。有再好的能力，给你再好的机会，出去与人交流时，说不出来，就等于什么都没有。

4、为人处事不落后，做人是前提。

5、精神和物质激励不落后。

物质激励也许大家都会去做，大家往往容易忽视的是精神上的激励。一句鼓励的话，一个温馨的问候，都能改变一个人一天的心情和工作激情的！其次：团队的目标要一致！

只有目标一致了，大家的方向相同了，才能够齐心协力向着同一个方向走；对于团队目标的一致性，在团队管理中，不同角色的成员的目标是不一致的。项目主管直接面向客户，需要按照承诺，保质保量地按时完成项目目标。项目成员可能是打工者心态，我干一天你要支付我一天的工资，加班要给奖金，当然干项目能学到新知识新技能就更好。团队中不同角色由于地位和看问题的角度不同，对项目的目标和期望值，会有很大的区别，这是一点也不奇怪的事情。好的项目主管善于捕捉成员间不同的心态，理解他们的需求，帮助他们树立共同的奋斗目标。劲往一处使，使得团队的努力形成合力。

我们的团队至少每周会开一次交流会，交流各自这段时间工作的收获和心得，网络营销也好，其它专业的也好，交流才是能够让大家最快的进步的方法。在交流中，您可以收获别人的收获，也可以在交流中对自己做的对的和好的地方加以肯定，而增强自信心，另一方面也可以在交流中发现自己的不足。交流的过程，更是一种多项互动，多项学习的过程。对自己工作的总结和监督是很重要的。对于团队分享，我们主要是这样做的：

1、线上交流

主要是通过qq，旺旺，等交流工具把在工作中遇到的问题，总结的技巧和大家及时分享，同时也能加深自己的印象。

2、线下交流

定时开会交流谈论大家平时工作的情况，遇到到的问题，好的想法和建议，集思广益，达成统一战线，时刻准备战斗。

3、各部门之间的沟通与配合

（1）、团队建设需要一个重要的领导人，要公司高层领导重视，各个部门的配合，因为现在网络营销不能拘泥于内容，而要掌握市场，掌握顾客的心里，要知道客户想看什么，想买什么样的。更多时候买的是一种感觉，感觉对了一切ok ！

（2）、时刻把握询盘情况，订单情况。根据不同季节，不同客户的反馈，及时更改营销策略，围绕客户需要展开营销。

统一管理是指，对每个人的工作要有人统筹管理，这个才能把握住整体的工作情况明确工作方向。明确工作重点：可以这样理解我们团队的分工是很明确的但是又不失平衡像网络营销这样的工作，总是做一方面的工作，很容易让人厌倦的。我们公司网络团队的工作主要分为5大块，阿里巴巴、网站优化、btb、软文营销和询盘。那怎么来平衡大家的工作而不让大家因为只做一方面而产生厌倦呢？比如，如伊在公司主要负责的是阿里巴巴和软文营销，那么，为了能够全方位的让员工得到发展，毕竟网络营销的各大方面都是要联合的才是一个整体，那么如伊在保证阿里巴巴和软文营销的前提下，也是可以做做询盘或者btob等方面的工作的，她自己负责的那块，也可以安排团队里面的任何一个人做的，而其它4项的负责人，也是可以把自己的工作任务安排给另几个人做的，但是自己负责的那块，是要自己保证质量的，不管你分给了谁，出现了问题，我就找负责人，这样大家的工作既镶嵌又有各自的责任

**电子商务策划书论文篇十二**

从目前来看，政府政策引导与社会观念开始转变，大学生就业形势更加严重，大学生创业也成为社会关心的话题。据本次分析调查，大学生创业现状虽不容乐观，存在许多实际问题是大学生们所努力要去克服的，但大学生的自主创业情况正往良好的方向发展。本次调查报告对大学生创业的现状、原因及对策进行了着重分析。

1、大学生自主创业现状

（一）大学生有创业的想法但是没有采取行动

在对“您对大学期间是否考虑过自主创业”的调查中，发现有70%的学生都是有过这样的想法，但仅仅只是想过，并没有采取任何实际的行动。有想法但是没有采取实际行动，这说明存在着一个严重的问题。从中我们也可以去考虑是为什么他们只是有想法，而不去实现这个想法，是某种原因抑制了他们的想法，还是仅仅只是他们一味的想法。

（二）创业意识不强，创业观念不成熟

目前大学生的自主创业意识不强，未形成成熟的创业观念，仅停留在理论上。大学生普遍认为创业就是自己当老板，就是指挥员工干活。他们对创业目的很明确，就是指挥他人，但对创业本身的预期却是含糊不清。导致他们对创业问题的认识处于糊涂状态，想法过于简单。因此他们的行为存在着较大的盲目性，世界观和思想方法方面还存在着许多谬误，导致难以正确处理一些事情。

（三）创业存在着很多不成熟因素

一方面，大学生创业存在着很多不成熟的因素。比如说对市场的不了解，无法掌握市场信息，就难以实现创业；自身素质水平还不够，自主创业，需要有一定的综合能力，大学生在这方面还是有很多的欠缺。另一方面，创业教育理论体系不完善，创业实践教育缺乏，最重要的一点是大学生创业所需要的社会坏境还不是很成熟，同时资金瓶颈也是大学生创业的一个障碍。

（四）大学生社会经验不足，自身素质有待提高

目前我校的大学生创业还仅仅是在起步阶段，自主创业的实际人数不多，占大学生总数的比例也不高。目前也就是学校里开创的创业园区进行自主经营店铺和有开展一些关于自主创业的比赛等活动。还有一些省内市内的一些政府支持的创业活动，以及网络上的一些创业大赛等。大学生自身的综合素质也并不完善，在很多方面仍需要很大的改进。

2、大学生自主创业成功率低

（一）大学生的创业观念和素质水平的限制

大学生对创业的理解还停留在仅有的一个美妙想法与概念上，并没有转变其想法。大学生创业需要良好的概念素质和较高的能力水平，尤其需要强烈的挑战精神，保持创业的热情，出色的沟通能力和交际能力，一定的经营经验和市场意识。

（二）缺乏创业信念

大学生心中的创业，都是成功的事例，心态自然都是理想主义的。现在的大学生自尊心都很强，在面对一次又一次的失败，就会渐渐对创业失去信心。另外，他们对公司的运作认识过于简单，没有考虑以后会遇到什么样的风险，然而在面对风险时的承受能力也是不够的。

（三）创业教育理论不系统，创业实践教育缺乏

在对大学生是否要进行创业教育的这项调查中，有80、9%的大学生认为有必要进行创业教育的，这其中有一半以上的人认为学校的创业教育欠缺，创业实践教育不够。同时也希望学校能加强创业教育的培养，让理论与实践相结合，提高大学生的创业实践能力。

（四）资金缺乏，社会环境不完善

资金是制约大学生创业的瓶颈。昂贵的学费已使家庭举步维艰，吸引社会投资更是谈何容易。处于我国当前的社会，创业所需的各种服务体系还不事很完善，如银行贷款、申请工商注册等环境因素使得大学生创业的艰辛雪上加霜。

（一）政府应采取多种措施以改善大学生创业环境

促进大学生创业的关键在于采取有效措施，改变大学生创业的资源约束，使创业更具吸引力。首先，高校应加强大学生创业教育。大学生的创业意识和创业能力在很大程度上可以说是高等教育的产物，高校构成了影响大学生创业最直接的微观环境。根据调研结果，目前很多大学生没有得到良好的创业教育，导致创业能力不足。因此，高校应推动创业教育，一方面，加大创业意义与价值的宣传，改变“一热两冷”现象，形成重视创业和创业教育的校园风气。另一方面，加大人力、财力、物力的投入，扩大创业教育规模，提高创业教育质量，为更多的大学生获得足够的创业知识和技能提供条件。其次，政府应营造良好的大学生创业政策环境。我国高校大多都是公办高校，高校创业教育水平从根本上取决于国家的重视程度与扶持力度。因此，政府对大学生创业支持应承担更大的责任。政府应加大大学生创业宣传力度，形成认同创业、尊重创业者的社会氛围，增强创业者的“荣誉感”，为大学生创业营造良好的社会舆论环境；建立大学生科技创业基金以缓解创业资金的瓶颈，成立专业化管理服务机构，为大学生创业提供全方位的指导和帮助；深化户籍、社会保障制度改革，制定税收减免等优惠政策，以解决创业大学生的后顾之忧，激励更多的大学生投身于创业之中。

（二）大学生应转变就业观念，积极做好创业准备

即使创业环境很优越，如果大学生自身没有创业意愿或创业能力也无济于事。因此，大学生创业的发展最终还是取决于大学生本人。根据调研结果，大学生主要根据其个人偏好和创业的成本收益比较做出是否创业的选择。如果不喜欢创业或观念上无法接受创业或者有其他更好的选择，这意味着创业的机会成本很高或风险太大、创业成功率很低，这都将导致大学生放弃自主创业。然而随着我国大学毕业生日益增多及国际金融危机带来的负面影响，我国的就业形势非常严峻，大学生就业压力越来越大，创业的机会成本正呈下降趋势。在创业和失业两者中，大学生选择前者显然是更有利的。因为如果失业，大学生毕业后不但没有收入，其原有的人力资本也会随时间的推移而贬值。相反，如果选择创业，将不仅有机会获得一份不错的收入，而且随着工作经验和“隐性知识”的不断积累，人力资本也会以加速方式不断增值，为将来进一步进入更高级的劳动力市场或创业创造机会。同时，近几年我国制定了一系列鼓励大学生创业的优惠政策，而且扶持力度越来越大，这意味着大学生创业实际成本的进一步降低。而在市场经济条件下，较高的个人收益是其为社会做出了更大贡献的体现，创业者会以此获得社会更大程度的尊重。因此，大学生要转变就业观念，树立正确的创业意识，提高学习的积极性，同时从理论和实践层面提高筹划能力、营销能力、财务管理能力、人力资源管理能力等，全面提高自身素质，为创业做好准备。

（三）政府的支持和社会的关心，特别是资金方面的帮助

政府和有关部门要建立专门的创业教育组织机构，领导和协调高效的创业教育，建立健全教育网站，搭建创业教育平台，免费为学生提供政策咨询等。政府要鼓励更多的毕业生创办自己的小企业，促进高校学生创业与地方经济发展良性互动。注重对大学生的创业指导。帮助学生了解创业信息，选择创业方向等。

（四）总结

总之，大学生的自主创业情况正往良好的方向发展，大学生自主创业已经成为大学生解决就业问题的一途径。对于思维新潮，接受新事物，新概念能力又很强的大学生来说，创业就像是个一触即发的弹簧坐椅。初速度猛烈，但减速又相当得明显。可能当初的速度越快，落地的毁坏程度也将越大。创业的路艰辛又远，所以仍需要个人，学校和社会的共同努力

第一是先前经验。在特定产业中的先前经验有助于创业者识别机会。有调查发现，70%左右的创业机会，其实是在复制或修改以前的想法或创意，而不是全新创业机会的发现。

第二是专业知识。拥有在某个领域更多专业知识的人，会比其他人对该领域内的机会更具警觉性与敏感性。例如：一位计算机工程师，就比一位律师对计算机产业内的机会和需求更为警觉与敏感。

第三是社会关系网络。个人社会关系网络的深度和广度影响着机会识别，这已是不争的事实。通常情况下，建立了大量社会与专家联系网络的人，会比那些拥有少量网络的人容易得到更多机会。

第四是创造性。从某种程度上讲，机会识别实际上是一个创造过程，是不断反复的创造性思维过程。在许多产品、服务和业务的形成过程中，甚至在许多有趣的商业传奇故事中，我们都能看到有关创造性思维的影子。

创业因机会而存在，而机会是具有时间性的有利情况。纽约大学柯兹纳教授认为机会就是未明确的市场需求或未充分使用的资源或能力。机会具有很强的时效性，甚至瞬间即逝，一旦被别人把握住也就不存在了。而机会又总是存在的，一种需求被得到满足，另一种需求又会产生；一类机会消失了，另一类机会又会产生。大多数机会都不是显而易见的，需要去发现和挖掘。如果显而易见，有利因素很快就不存在了。

运用现代电子技术及通讯技术，在c2c平台上开设一个卖时尚女包及运动型背包的网店。背包是女性的第二张脸，每一位女性都有非常多个背包，以备其在不一样场合、不一样得服饰搭配下，能搭配出合适的气氛，正是这个原因背包得拥有广阔的市场空间。大部份女性在看种包的品牌的同时更注重其外型。将利用xx网来座我们的c2c平台。一个体户的模式来进行经营。

21世纪是一个彰显个性的时代，每一个人都希望自己与众不同。在自己的精品配件上很是注重。每位女性至少都拥有一个背包。而且对背包的时尚性有着很高的要求，而我们卖时尚型包则迎合了这一需求。

主要以青年女性为销售对象，主营女包。兼卖运动包、旅行包。

以时尚女包为主打商品，吸引在网上购物的时尚女性，以优惠的价格来打动客户的心，以优良的品质来抓住客户的心。我们买的背包都是市面上少有的个性时尚背包。

我们的产品是个性时尚女性背包，主要营销对象是18-35间的崇尚个性的女性。

随着社能经济得不断发展，现代社能得消费观念正在从网下消费向网上消费转化，于是尚人性和时尚，不断地塑造个性和魅力，对靓和时尚得追逐，就已成为大家在新时期是消费观念。而女性对背包特为看重。为此我们有着广阔的发展空间。本店经营得主要是时尚流行得背包，从花色和样式上都走在时尚得前言。而在淘宝上开设店铺，既减轻了店面租，同时，新市场营销法则助推企业成长电子商务营销、食品餐饮营销、建筑房产营销、消费品营销对资金的压力。也为我们突破了实体店面地域的限制。实体店往往要受地域的影响，而网店则不受这一影响。在咱们国家，xx网是现在国内第一得电子商务站，xxx通过xx网培养了大批咱们国家网上群体得网上购物习惯，21世纪的今天，网上购物已经不再是新鲜词。而网上交易额在20xx年时就达到193.1亿。并每年成倍的在增长着。

调研的目的：此次调研时为了了解背包的现在市场及未来市场，并对产品定位，以期望打入预期市场占有市场份额。

可解决的商务问题：

了解现有的市场和未来的潜在市场，并对产品及销售方式定位。

竞争对手的市场占有率分析：

市场占有率通常用企业的销售量与市场的总体容量的比例来表示。竞争对手市场占有率的分析的目的是为了明确竞争对手及本企业在市场上所处的位置。分析市场占有率不但要分析在行业中，竞争对手及本企业总体的市场占有率的状况，还要分析细分市场竞争对手的是占有率的状况。分析总体的市场占有率是为了明确本企业和竞争对手相比在企业中所处的位置是什么？是市场的领导者、跟随着还是市场的参与者。每一个网店都各具特色，但并不完全占据份额。

竞争对手的财务状况分析：

竞争对手财务状况的分析主要包括盈利能力分析、成长性分析和负债情况分析、成本分析等等。

竞争对手盈利能力分析：

盈利能力通常采用的指标是利润率。比较竞争对手与本企业的.利润率指标，并与行业的平均利润率比较，判断本企业的盈利水平处在什么样的位置上。同时要对利润率的构成进行分析。主要分析主营业务成本率、营业费用率、管理费用率以及财务费用率。看哪个指标是优于竞争对手的，哪个指标比竞争对手高。从而采取相应的措施提高本企业的盈利水平。

竞争对手的产能利用率分析：

产能利用率是一个很重要的指标，尤其是对于制造

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！