# 实用网店创业经营计划书[大全五篇]

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2025-07-23

*第一篇：实用网店创业经营计划书下面关于网店创业计划书范文由feisuxs范文大全整理，希望对您有帮助。 网店经营计划书的撰写 项目目标 对如何开展网上经营活动进行筹划和分析，通过对电子商务特征和目前的市场环境、产品与服务、市场与销售、竞争...*

**第一篇：实用网店创业经营计划书**

下面关于网店创业计划书范文由feisuxs范文大全整理，希望对您有帮助。

网店经营计划书的撰写

项目目标

对如何开展网上经营活动进行筹划和分析，通过对电子商务特征和目前的市场环境、产品与服务、市场与销售、竞争策略、一财务预测以及风险预案等方面的分析，明确网上经营和持续发展的目标，从而制定出科学可行的计划。

技能要求

本项目以如何撰写网店经营计划书为主线;着重考察实习实训参与者的策划与整体规划分析能力。

从提高实习实训参与者职业技能的角度看，本项目实施的着重点在于：培养实习实训参与者对新事物的迅速接受、勇于创新以及实际规划执行的表达能力。

课时安排

(1)时间：2周。

(2)课时：12课时。

考核要点

(1)计划书提出的经营目标明确。

(2)确定目标采用的资料充实，来源可信。

(3)对市场前景有科学的预测和分析。

(4)对经营项目有完整的总体计划和阶段目标。

(5)对实现计划有具体的实施步骤和保证措施。

(6)文字叙述和书写格式清晰准确。

(7)经营项目或方式内容有特色，思维有创新。

一.项目内容和实施步骤

现结合下面的几项实际任务对项目内容和实施步骤逐一进行介绍。

任务1： 提出产品及服务的项目

从事电子商务，首先要掌握电子商务的特征及其与传统商务的区别，并要了解国内外 电子商务的现状、发展的有利条件是什么，还要了解影响发展的主要障碍有哪些。中国的互联网发展很快，目前已经有超过1亿的网民，是世界第二网络大国，其中有2025多万人曾经在网上购买商品，占中国网民总数的 20.7%，对电子商务有巨大的需求空间。

根据《CNNIC2004中国互联网热点报告》整理发现：

(1)平均每次购物金额在 500元以下这一区间的人群比例高达 87.2%，其中 39%的用户在101 元～500元之间，32.9%的用户在50元～100元之间，而在50元以下的只占15.3%，约为501元～1000元区间的2倍。

(2)在购物网民中，分别有超过15%的人购买过服装和生活家居用品，表明中国的B2C市场己经从书刊、影像制品及电脑数码产品为主向一个多样化的消费者市场发展。另外，据相关媒体调查总结出的目前适宜在网上销售的前10个商品品类是：首饰、数码产品、电脑、手机、服装、男士用品、成人用品、化妆品、保健品、体育和旅游用品。

(3)在对网民选择网络购物原因的调查中，有近半数选择了“购买到本地没有的商品”。

(4)对网民购买目标商品方法的调查表明，一般就是：“搜索——比较——咨询”。

(5)通过对目前国内知名购物网站支付方式的调查来看，目前己经有超过一半的购物网民选择网上支付方式。

电子商务在我国的发展还处于研发阶段，新的经营模式、新型商品及服务还在不断出现，并不断涌现出行业代表企业和行业领袖，乃至于新的巨富人物。不成熟的行业更有利于创业者，尤其是现在电于商务创业技术服务和政府支持己经非常成熟。现在做电子商务虽然人门很简单，但个体或企业上网创业经营不成功的也经常发生，这正是所谓追者众成者寡，失败的最重要原因是他们太急躁，盲目追风，仓促上马，没有搞清自己在做什么。

要做什么，以及电子商务什么能做、什么不能做、什么适合自己去做，对每一个阶段该怎样做，缺乏一个科学可行的项目计划书。

在这项任务中，需要创造性的思维与冷静的分析相结合，一方面要跳出传统经营的概念和物质商品的局限，从广义上去理解电子商务，并大胆开发新的商品种类和服务项目，有引领新潮流的勇气;另一方面，也不要异想天开，违背电子商务的内在规律，超越现阶段的客观需求以及自身条件的限制。也就是说既要做到自主创新，又要做到实事求是。

操作步骤如下：

1.选择适合自己经营的产品(目标产品)

选择适合自己经营的产品(目标产品)是开店的第一步，也是关键的一步。因此，第

一步就是要通过搜索引擎在网上查询目前最新的有关网上开店经营的相关指导信息与分析。例如，可登录中国电子商务就业创业服务工程官方网站(netmall.org.cn)，如图1所示。

图 1 netmall.org.cn网站首页

2.浏览有关电子商务网站

可登录中国电子商务公共服务平台(NetMall)来学习建立电子商务网站的相关知识。也可选择登录淘宝、易趣、阿里巴巴等网站建店，大赛期间以NetMall为操作平台，每名同学都需要在该平台上建店，建议2-4人一组，但要注意经营业绩是按人头平均分配的，即一个人建店，营销业绩如果为350元及格的话，三个人则需要经营350\*3=1050元才为合格。

3.浏览部分购物网站

学习有关电子商务网站的展示方法和经营策略，分析目标产品在当前电子商务市场存在的商机，可以参考NetMall上推荐的国内知名购物网站，如西单购物网(igo5)、国美电器网(gome)、淘宝、易趣、阿里巴巴等。

通过上述步骤，了解目前电子商务应用的具体形式和一些经营成功网店的服务项目，从而选择自己创业的主要方向。

任务2： 收集整理相关的资料

制定一个可行的计划书要建立在对相关资料的收集和整理上，有关的知识和方法、将在本篇项目二中详细介绍，这里强调的是：

(1)要充分利用网络检索的工具，在茫茫网海中找到对自己有用的信息，这就要求掌握一定的检索方法和技巧，提高检索效率，特别是使用什么样的关键词及何种检索工具。

(2)收集的资料要完整和可信，要明确计划书中哪些方面的信息具有代表性、说服力，收集时要了解资料的来源，排除虚假信息。

(3)要对收集的信息进行分析和挖掘，既要从蛛丝马迹中找出有用的资料，又要对资料进行印证和查实。

(4)要注意经济信息特别是电于商务的信息变化很快，既要从历史资料的对比中找出发展规律，更要注意采用最新的资料来说明当前的状况。用这样的资料作为依据写出的计划书才具有可行性。

操作步骤如下：

1.对商品或服务的供求状况进行调查

其主要内容是在选定经营方向的前提下，分析适合自己的商品或服务项目;这里既要考虑市场需求，又要考虑所需的技术条件与自身的兴趣、爱好和熟悉程度，尽可能发挥自己的特长和优势。既不要盲目追风，也不要好高骛远。主要方法是通过检索相关的网络信息，列出可能的商品和服务项目，逐一分析，逐层筛选，然后进行全面比较。

2.对市场的竞争状况进行调查

也许你选定的项目有许多竞争对手，他们的方式和内容有哪些可以借鉴，存在哪些空白，你会有多大的市场份额，要做到知己知彼，既要了解正在经营同类项目的网站，也可以调查并吸取失败者的教训。主要方法是通过一些综合同站和咨询机构了解市场宏观需求，通过浏览同类同站调查对手的经营状况和竞争实力。

3.对发展前景进行分析

对前景的分析要考虑你选择的项目今后会有多大的发展空间，你的项目是今后做出品牌向精品发展，还是逐步增加项目向全面发展：是以聚拢财源为主还是以吸收人气为主;是从加盟别人的商城走向自己独立的同站，还是准备以一定的知名度吸引;更大网站的购并，既要有一定的发展主向，也要有多种应变的准备。

任务3： 设计总体计划和阶段目标

网络创业一般要搭建自己的经营平台。可以选择以下方式：

(1)自己注册域名、购买服务器或租赁空间建立虚拟主机，自己负责进货、销售，并通过网上交易形式进行买卖。

特点：建立一个自己的商品销售网站需要一定的网络技术和前期投入，经营过程中的宣传推广成本较高，适合长期经营和较大规模的发展需要。

(2)“网上加盟”，通过入驻大型网上商城租赁商业门面或销售母体网站的货物进行利润分成。

特点：可以利用知名同站的人气和信誉，所需要的投入较少，但是对母体网站的依赖较多，经营灵活性差，适合初期经营和创业训练。

网络营销的过程就是通过各种途径把自己的产品推广出去。营销方式有：电子邮件营销、搜索引擎营销、网络广告营销、交换链接/广告互换营销、在新闻组或论坛上发布网站信息营销等，不论什么方式，都要有一定的战略目标。

操作步骤如下：

1.网络经营平台的建设或选择

同站是一个营销平台，它负责向客户介绍网站的服务或产品、宣传网站经营者的理念并且进行运营的具体操作。网络经营需要技术开发、创意包装、信息整合、客户服务等。网站平台建设包括：同站栏目策划、同站整体设计包装、网站功能开发、同站信息充实等过程。如自己开发要考虑采用什么样的服务器、操作系统、数据库;如加盟别人的平台也要调查上述软件、硬件的功能是否能满足自己经营的需要。主要的方法是从技术上分析独立同站、主机托管、虚拟主机的各自优劣，或是调查各公共平台的知名度、发展趋势和经营特点。

2.经营备阶段战略目标的确定

可以将自己的经营分为中期、长期、短期等不同的阶段，每个阶段都有不同的战略目标，包括网店规模、资金投入、盈利预算、经营项目和经营方式等。一般比较难的是初创阶段，短期目标期望值不要定得太高，困难要想得多一些。当有了一定的基础和实力后要及时考虑发展新层次或二次创业的问题。长期目标可以考虑今后的方向是如何做大还是如何做精，如何创造新的商机，甚至可以考虑转轨的出路。

3.制定具体实施步骤和措施

在这一步骤中，就是如何根据战略目标制定具体的实施方案，特别是对于最近阶段的目标要有详细的措施，落实到时间、人员、方法、策略、技巧上，要充分考虑具体的条件，使计划有可操作性。可以通过借鉴已经运营的网店的创办过程，了解必要的政策和手续，尽量避免重复和无效的劳动，少走弯路。

任务4： 书写整理文字报告

创业计划书是整个创业过程的灵魂，除了能让创业者清楚明白自己的创业内容，坚定创业的目标外，还可以兼具说服他人的功用。例如，创业者可以借着创业计划书去说服他人合资、入股，甚至可以从银行或政府获得一笔创业基金。

创业计划书应具备的内容如下：

(1)创业的种类：包括创办企业的名称、企业组织形式、创业的项目或主要产品名称等，这是创业最基本的内容。

(2)资金规划：资金即指创业的基金来源，应包括个人与他人出资金额比例、银行贷款等，这会影响整个事业的股份与红利分配多寡。另外，整个创业计划的资金总额的分配比例，也应该清清楚楚地记载，如果是希望以创业计划书来申请贷款，应同时说明贷款的具体用途。

(3)阶段目标：阶段目标是指创业后的短期目标、中期目标与长期目标，主要是让创业者明了自己事业发展的可能性与各个阶段的目标。

(4)财务预估：详述预估的收入与预估的支出，甚至应该列出公司成立后前3年或前5年内每年的预估营业收入与支出费用的明细表。这些预估数字的主要目的是让创业者计算利润，并了解何时能达到收支平衡。

(5)行销策略：行销策略包括了解服务市场或产品市场在哪里，销售方式及竞争条件在哪里，主要目的是找出目标市场的定位。

(6)可能风险评估：这一项目指的是在创业过程中，创业者可能遭受的挫折，例如：经济景气变动、竞争对手太强、客源流失等，这些风险都会导致创业失败，因此，可能风险评估是创业计划书中不可缺少的一项。

(7)其他：包括创业的动机、股东名册、预定员工人数、管理制度以及未来展望等。

创业计划书可以帮助创业者记录许多创业的内容、创业的构想，能帮助创业者规划成功的蓝图，而整个营运计划如果详实清楚，对创业者或参与创业的伙伴而言，也许能更达成共识、集中力量，帮助创业者向成功迈进。

操作步骤如下：

1.起草计划书的框架结构

计划书可以有不同的目的，是吸引投资、争取贷款，还是说服上级、寻求合作，或是提供资料、准备加盟。要根据计划书的目的确定主要的内容，考虑必要的内容有哪些，重点是什么，不要遗漏，同时设计好逻辑关系和层次结构。要收集一些和自己目标接近、设计优秀的计划书作为参照。

2.撰写计划书的详细内容

对已经确定好框架的计划书进行具体书写和文字加工，要在叙述方法、专业概念、文字表述上反复推敲，有明确的意思表示，计划书可以由封面、目录、正文、附录等组成，引用的资料来源要可信，如果计划书篇幅较长，应该有简短的摘要。

3.对计划书文稿进行格式设计

利用文字处理工具对计划书进行格式设计，除文字外，还可以有一些图表。

二.相关知识

(一)网络营销的特点和优势

1.广阔的经营空间

网络技术的发展使市场的范围突破了空间限制。网络营销市场面对的是开放的和全球化的市场，从过去受地理位置限制的局部市场;一下子拓展到范围广泛的全球性市场。面对提供了无限商机的互联网，企业可以积极加入进去，开展全球性的营销活动。

2.全天候的经营时间

网络市场上的虚拟商店可以每天24小时全天候提供服务，一年365天持续营业，方便了消费者的购买，特别是对于平时工作繁忙、无暇购物的人来说具有更大的吸引力。

3.无店铺的经营方式

网络市场上的虚拟商店，只是通过互联网络作为它使用的媒体，而不需要店面、装饰。摆放的商品和服务人员等。

4.低库存的经营方式

网络市场的虚拟商店，可以在接到顾客订单后，再向制造的厂家订货，而无须将商品陈列出来供顾客选择，只需在网页上打出货物菜单即可。特别是随着社会的发展，在网络市场上消费需求向个性化的趋势发展，就更无需进行商品的存储。这样店家不会因为存货而增加成本。

5.成本低廉的竞争策略

因为普通商店在经营过程中，需要支付店面租金、装饰费用、电费、营业税及人员的管理费等，而网络市场上的虚拟商店只需支付自设网站及网页成本、软硬件费用、网络使用费以及以后的维持费用。这样就大大降低了成本，其售价一般比传统商店要低，有利于增加网络商家和网络市场的竞争力。

6.精简化的营销环节

网络技术的发展使消费者的个性化需求成为可能，消费者由原来的被动接收转变为主动参与，顾客不必等待企业的帮助，就可以自行查询所需产品的信息，还可以根据自己的需求自下订单，参与产品的设计制造和更新换代，使企业的营销环节大为简化。

总之，由传统的实体化市场发展到网络市场是一种质的飞跃，网络市场具有传统市场所不具有的特点，而这些特点正是网络市场的优势所在。

(二)怎样选择网络平台

网络平台是电子商务运行的载体，是网上创业必须考虑的因素。理想的电子商务平台应该具有这样的基本特征：良好的品牌形象、简单快捷的申请手续、稳定的后台技术、快速周到的顾客服务、完善的支付体系、必要的配送服务，以及售后服务保证措施等。当然，还需要有尽可能高的访问量、具备完善的网店维护和管理、订单管理等基本功能，有的还可以提供一些高级服务，如对网店的推广、网店访问流量分析等。

网络站点的建设可以分为两种：一种是自己建立同站;另一种是外购整体网络服务。如果要创办的企业规模较大，资金充足，而且需要有大量的信息与外界交流，选择自己建立独立企业网接入Internet是比较理想的;如果企业与外界没有很多的信息交流，资金有限，选择外购整体网络服务是比较理想的。选择外购整体网络服务也有两种选择：

7.虚拟主机

虚拟主机就是在一台物理服务器上运行多个站点，每个站点都能为客户提供各种常见服务，且运行相互独立，就像各自运行在单独的物理服务器上。

由于多台虚拟主机共享一台真实主机的资源，虚拟主机服务提供者的服务器硬件构成性能比较高，通信线路也比较通畅，可以达到非常高的数据传输速度;为用户提供了一个良好的外部环境;用户不用负责机器硬件维护、软件配置、网络监控、文件备份等工作，每个用户承受的硬件费用、网络维护费用、通信线路费用均大幅度降低。

8.服务器托管

服务器托管即租用ISp机架位置，建立企业Web服务系统。企业主机放置在ISp机房内，由ISp分配p地址，提供必要的维护工作，这种方式不需企业自己申请专用线路以及搭建复杂的网络环境。

现在也有不少大型的网站搭建了电子商务平台，专门给一些中小企业提供网上开店的空间并提供相应的服务，是初期网上创业很好的选择。选择这样的平台相当于租用商场的一个柜台，平台性能的好坏在很大程度上取决于商场的知名度、客流量和服务水平等因素。因此，选择一个功能完善、管理方便、访问量大的网站平台至关重要。

(三)网络营销的战略目标

网络营销的战略目标是指确定开展网络营销后达到的预期目的，以及制订相应的步骤，并组织有关部门和人员参与。一般网络营销目标主要考虑以下几个类型：

1.销售型网络营销目标

销售型网络营销目标是指企业为拓宽网络销售，借助网上的交互性、直接性、实时性和全球性为顾客提供方便快捷的网上销售点。目前许多传统的零售店都在网上设有销售点，如北京图书大厦的网上销售站点等。

2.服务型网络营销目标

服务型网络营销目标主要为顾客提供网上联机服务，顾客通过网上服务人员可以远距离进行咨询和售后服务。目前大部分信息技术型公司都建立了此类站点。

feisuxs范文网(FANWEN.CHAZIDIAN.COM)

3.品牌型网络营销目标

品牌型网络营销目标主要是在网上建立自己的品牌形象，加强与顾客的直接联系和沟通，建立顾客的品牌忠诚度，为企业的后续发展打下基础并配合企业现行营销目标的实现。目前大部分站点属于此类型。

4.提升型网络营销目标

提升型网络营销目标主要通过网络营销替代传统营销手段，全面降低营销费用，改进营销效率，改善营销管理和提高企业竟争力。目前的Dell、AmaZon、Haier等站点属于此类型。

另外，还有混合型网络营销目标。此类目标是希望同时达到上面几种目标，如Amazon.corn公司就通过设立网上书店作为其主要销售业务站点，并以此创立世界著名的网站名牌，还利用新型的营销方式提升企业竞争力，可以说既是销售型，又是品牌型，同时还属于提升型。

(四)网络营销产品策略

一个企业的生存和发展，关键在于它所经营的产品能否满足消费者的需求。任何企业制定产品策略都必须适应消费者的需求及其发展的趋势。

5.传统营销产品的概念

按照传统观念，产品就是指某种有形的劳动产物，如服装、家具、电视机等。但从市场营销学的观点来看，市场营销过程又不单是推销产品的过程。

市场营销过程首先是一个满足顾客需要的过程，而顾客的需要是多方面的，不但有生理和物质方面的需要，一而且还有心理和精神方面的需要。所以，营销产品应是一个产品整体，包含3个层次：核心产品、有形产品和附加产品(延伸产品)，如图2所示。

图 2核心产品、有形产品和附加产品

由于网络营销是在网上虚拟市场开展营销活动实现企业营销目标，面对与传统市场有差异的网上虚拟市场，必须要满足网上消费者一些特有的需求特征。所以，网络营销产品的内涵与传统产品的内涵有一定的差异性，主要是网络产品的层次比传统营销产品的层次大大扩展了。

6.网络营销产品层次一

在传统市场营销中，产品满足的主要是消费者的一般性需求，因此产品也相应地分成了3个层次。虽然传统产品中的3个层次在网络营销产品中仍然起着重要作用，但产品的设计和开发的主体地位已经从企业转向顾客，企业在设计和开发产品时还必须满足顾客的个性化需求。因此网络营销产品在原产品层次上还要增加两个层次，即期望产品层次和潜在产品层次，以满足顾客的个性化需求特征，如图3示。

图 3五层次产品

(1)核心利益或服务层次

核心利益或服务层次是产品最基本的层次，是满足顾客需要的核心内容，是顾客要购买的实质性的东西。例如，消费者购买食品的核心是为了满足充饥和营养的需要;购买计算机，是为了利用它作为上网的工具等。营销的目标在于发现隐藏在产品背后的真正需要，一把顾客所需要的核心利益和服务提供给顾客。

有时同一种产品可以有不同的核心需要，如人们对服装、鞋帽的需要，有些以保暖为主;有些则以美观为主，强调装饰和美化人体的功能。所以，营销者要了解顾客需要的核心所在，以便进行有针对性的生产经营。

(2)有形产品层次

有形产品层次是产品在市场上出现时的具体物质形态，是企业的设计和生产人员将核心产品通过一定的载体，转载为有形的物体而表现出来。主要包括产品的质量水平、功能、款式、特色、品牌和包装等。

(3)期望产品层次

在网络营销中，消费需求呈现出个性化的特征，不同的消费者可以根据自己的爱好对产品提出不同的要求，因此产品的设计和开发必须满足顾客的个性化消费需求。顾客在购买产品前对可购产品的质量、使用方便程度、特点等方面的期望值，就是期望产品。例如，中国海尔集团提出“您来设计我实现”的口号，消费者可以向海尔集团提出自己的需求个性，如性能、款式、色彩、大小等，海尔集团可以根据消费者的特殊要求进行产品设计和生产。

现代社会已由传统的企业设计开发。顾客被动接受转变为以顾客为中心、顾客提出要求、企业辅助顾客来设计开发产品、满足顾客个性需求的新时代。

(4)延伸产品层次

延伸产品层次是指顾客在购买产品时所得到的附加服务或利益，主要是帮助消费者如何更好地使用核心利益和服务。例如，提供信贷、质量保证、免费送货、售后服务等。美国IBM公司最先发现，用户最新购买计算机，不仅是购买进行计算的工具设备，而且主要是购买解决问题的服务，用户需要使用说明、软件程序、快速简便的维修方法等。因此，该公司率先向用户提供一整套计算机体系，包括硬件、软件、安装、调试和教授使用与维修技术等一系列附加服务。

美国著名管理学家李维特曾指出：新的竞争不在于工厂里制造出来的产品，而在于工厂外能否给产品加上包装、服务、广告、咨询、中小企业融资、送货、保管或顾客认为有价值的其他东西。

(5)潜在产品层次

潜在产品层次是在延伸产品层次之外，由企业提供能满足顾客潜在需求的产品层次。主要是产品的一种增值服务。它与延伸产品的主要区别是，顾客没有潜在产品层次的需要时，仍然可以很好地使用顾客需要的产品的核心利益和服务。因为随着高科技的发展，有很多潜在需求和利益或服务还没有被顾客认识到。

随着社会的发展和科学技术的进步，不断开发新产品己成为企业在市场上求得生存和发展的重要条件之一。特别是在网络时代，由于信息与知识的共享、科学技术扩散速度的加快，企业的竞争从原来的简单依靠产品的竞争转为拥有不断开发新产品能力的竞争。但是，由于激烈竞争而导致市场不断分裂，市场细分越来越细化，每个产品只能获得较低的销售额和利润。另外，绿色产品的发展、产品开发完成时间和产品寿命周期的缩短以及消费要求个性化的发展等因素的存在，都对网络时期新产品的开发提出了新的要求。因此，在开发新产品时必须首先研究在电子商务时代消费者的消费行为与消费要求的特点，进而确定网络营销新产品的定位和新产品的开发。

(五)网络消售渠道与促销策略

1.网络营销渠道的特点

(1)每一条网上分销渠道和传统的分销渠道一样，起点是制造商，终点是最后的消费者或用户。

(2)传统的分销渠道由参加商品流通过程的各种类型的机构组成，而网络营销渠道的中介模式为电子交易市场。电子交易市场即在线中间商，完全承担起为买卖双方收集信息的作用;同时也利用其在各地的分支机构，承担起批发商和零售商的作用。

(3)商品由生产者转移到最后消费者或用户的流通过程中，最少要转移一次商品的所有权，即生产者——中间商——消费者。只是此时的中间商与传统的中间商相比，其内容发生了一些变化。

人们一般认为，网上销售就是直销，这是不对的。网络虽然缩短了人们的沟通距离，见并没有缩短人们与商品的物理距离，开展电子商务后，虽然服务方式、方法发生了改变，但中间渠道的作用还是必要的。网络营销渠道模式如图4所示。

图 4网络营销渠道模式

2.网络营销渠道的功能

营销渠道是指与提供产品或服务，以及在使用或消费这一过程中有关的一整套相互依存的机构，它涉及到信息沟通、资金转移和产品转移等。因此，一个完善的网上销售渠道应有3大功能：订货功能、结算功能和物流配送功能。

(1)订货功能

订货功能是指要能为消费者提供产品信息，同时要便于厂家获得消费者的需求信息，以求达到供求平衡。一个完善的订货系统可以最大限度地降低库存，减少销售费用。我国联想电脑企业在开通网k订货系统当天，订货额就高达8500万元。可见，网上订货系统发展潜力很大。

(2)结算功能

消费者购买商品后，可以使用多种方式进行付款，那么厂家(商家)也应相应地有多种结算方式。目前国外流行的结算方式主要有：信用卡、电子货币、网上划款等几种方式。我国的银行业还不是很发达，特别是一般消费者都没有建立信用，因此很少有人使用信用卡进行付款。目前国内付款结算方式有：信用卡、邮局汇款、货到付款等。我国一些银行也开通了网上支付手段，如招商银行的“一卡通”配套的“一网通”、中国建设银行提供的“网上总之，网络营销渠道中应有较完善的结算系统。

(3)物流配送功能

物流是指计划、执行与控制原材料和最终产品从产地到使用地点的实际流程，并在盈利的基础上满足顾客的需求。产品一般分为有形产品和无形产品。无形产品如服务、软件、音乐等产品可以直接通过网上进行配送，现在许多软件都可以直接从网上购买和下载。

配送系统主要是研究、解决有形产品的配送问题。在国外己经相继成立了专业的配送公司，如著名的美国联邦快递公司，它的业务已覆盖全球，实现了全球快速的专递服务。

3.网络营销渠道类型

互联网的发展改变了营销渠道的结构。从总体上看，网络营销渠道可分为网络直销渠道和网络间接营销渠道两种类型。

(1)网络直销渠道

网上直销渠道与传统的直接分销渠道一样，都没有营销中间商，商品直接从生产者转移给消费者或使用者。网上直销渠道也有订货功能、结算功能和物流配送功能。

在网络直销中，生产企业可以通过建设网络营销站点，使顾客直接从网站进行订货;也可以通过与一些电子商务服务机构的合作，如网上银行等，直接提供支付结算功能，解决资金流转问题;另外，还可以利用互联网技术，通过与一些专业物流公司进行合作，建立有效的物流体系。网络直销渠道一般适用于大型商品及生产资料的交易。

(2)网络间接营销渠道

网络间接营销渠道是通过融入互联网技术后的中间商提供的网络间接营销渠道，是指把商品由中间商销售给消费者或使用者的营销渠道。传统间接营销渠道可能有多个中间环节;而由于互联网技术的运用，网络间接营销渠道只需要新型电子中间商这一中间环节即可。间接营销渠道一般适应于小批量商品及生活资料的交易。

直接营销渠道和间接营销渠道构成了网络营销渠道的两种基本类型，但应注意的是，有人认为随着网络营销的发展，直接销售渠道将会完全代替间接销售渠道，这种认识是片面的、因为从商品流通的构成来看，它是由信息流、商流、资金流、物流4个方面构成的，在网络技术比较发达的情况下，信息流、商流和资金流可直接通过网上来完成，但物流也就是商品实体运动必须通过储存和运输来完成。

4.建设网络营销渠道应注意的问题

由于网上销售对象不同，因此同上销售渠道也有很大区别，在具体建设网络营销渠道时应注意以下4个问题：

(1)应从消费者的角度来设计营销渠道，要采用消费者易于接受的方式来建设网络营销渠道。

(2)订货系统的设计要简单明了。在进行订货时，不要让消费者填写太多的信息，而应采用现在流行的“购物车”方式模拟超市，让消费者一边看物品，一边选购，在购物结束后，一次性进行结算。另外，订货系统还应该提供商品搜索和分类查找功能，以便消费者能利用最短的时间找到需要的商品。

(3)在选择结算方式时，应考虑到目前的实际发展状况，尽量为消费者提供多种结算方式，同时还要考虑网上结算的安全性。

(4)要建立完善的物流配送系统。消费者只有看到所购买的产品真正送到后，才会感到踏实放心，因此建设快速有效的配送服务系统非常重要。

(六)网络促销的实施程序

根据国内外网络促销的实践，网络促销的实施程序主要有以下5个方面：

5.明确网络促销对象

现代顾客需要的是个性化服务，网络为顾客服务提供了全新概念的工具，全天候、即时、互动这些性质迎合了现代顾客个性化的需求特征。但要使产品的销售真正得以实现，首先就必须分析市场，确定本企业产品的目标消费者、选择网络促销对象。所谓网络促销对象，就是在网络虚拟市场上能产生购买行为的消费者群体。这一群体主要包括以下3部分人员：

(1)产品的使用者

产品的使用者是指商品的实际使用者或消费者。这些顾客购买商品是为了满足实际需求，所以企业一定要抓住这部分消费者，他们是企业促销对象的重要组成部分。

(2)产品购买的决策者

产品购买的决策者是指实际决策购买商品的人。在许多情况下，商品的使用者与购买者是一致的，特别是在网络虚拟市场上更是如此。但在另外一些情况下，产品的使用者与决策者都是分离的。例如，中小学生在网络光盘市场上看到富有挑战性的游戏，非常希望购买，但是实际对购买行为做出决策的是学生的父母。婴幼儿的用品更是如此。所以，网络促销同样应把对购买决策者的研究放在重要的位置。

(3)产品购买的影响者

产品购买的影响者是指其看法或建议对最终购买决策可以产生一定影响的人。由于耐用消费品购买者在选购时比较谨慎，所以产品购买影响者的影响力大;而在低价、易耗日用品的购买决策中，产品购买影响者的影响力较小。

6.设计网络促销内容

消费者购买商品的过程是一个复杂、多阶段的过程，在设计网络促销内容时，应根据购买者日前所处的购买决策过程的不同阶段以及产品所处寿命周期的不同阶段来决定。一般来讲，一种产品从投入市场开始到退出市场为止，要经历4个阶段：投入期、成长期、成熟期和衰退期。应根据产品所处寿命周期的不同阶段的特点，来设计网络促销的内容。

在产品刚刚投入市场时，由于消费者对该产品还不十分了解，所以促销的内容应侧重于宣传产品的特点，以引起消费者的注意;在成长期，该产品在市场上已经有了一定的影响力，消费者已逐步认识和了解该产品，那么促销活动的内容应具有唤起消费者购买欲望的作用;而当产品进入成熟期后，市场竞争将变得十分激烈，促销活动的内容除了对产品本身进行宣传外，还应对企业的形象做大量的宣传工作，以树立消费者对企业的信心;在产品的衰退阶段，主要是要进一步加强与消费者之间的感情沟通，并通过让利促销，延长产品的生命周期。

7.选择网络促销组合方式

促销组合是一个非常复杂的问题。网络促销活动主要是通过网络广告促销和网络站点促销两种促销方法展开。但是不同的产品种类、销售对象和促销方法将会产生不同的网络促销组合方式。企业应结合实际，根据网络广告促销和网络站点促销两种方法的特点和优势，扬长避短，合理组合，以达到最佳促销效果。

一般来说，日用消费品，如化妆品、食品饮料、医药制品、家用电器等，网络广告促销的效果比较好;而大型机械产品、专用品则采用网络站点促销的方法比较有效。在产品的成长期，应侧重于网络广告促销：而在产品的成熟期，则应加强自身站点的建设。所以企业应根据自身网络促销能力选择不同的网络促销组合方式。

8.制定网络促销预算方案

制定网络促销预算方案是企业在网络促销实施过程中最困难的一个问题。因为运用互联网技术进行促销是一种新生事物，对所有的价格、条件都需要在实践中做比较、学习和体会，只有这样，才能利用有限的资金收到尽可能好的效果。制定网络促销方案应首先处理好以下3个方面的问题：

(1)必须明确网上促销的方法及组合的方式

因为不同的信息服务商，宣传的价格可能悬殊极大。所以，企业应在认真比较所选站点的服务质量和服务价格的基础上，选择适合于本企业产品质量和价格的信息服务站点。

(2)明确网络促销的目标

企业进行网络促销的目的是为了宣传产品，还是为了宣传售后服务，或者是为了树立企业的形象呢?只有明确了网络促销目标后，才能据此策划投入内容的多少、投放时间的长短、频率和密度的高低、广告宣传的位置、内容更换的时间间隔以及效果检测的方法等。

这些环节是预算整体投资数额的主要依据。

(3)明确网络促销的影响对象

就是需要明确该企业的产品信息希望传递给哪个群体、哪个层次、哪个范围。因为不同的站点有不同的服务对象和不同的服务费用。

一般来讲，侧重于学术交流的站点的服务费用较低，专门从事产品推销的站点的服务费用较高，而某些综合性的网络站点的费用最高。企业的促销人员应熟知自己产品的销售对象和销售范围，根据自己的产品选择适当的促销形式。

9.评价网络促销效果

网络促销的实施过程进展到了一定的阶段，就必须对己经执行的促销内容进行评价，衡量促销的实际效果是否达到了预期的促销目标。对促销效果的评价主要依赖于两个方面的数据：一方面，要充分利用互联网上的统计软件，及时对促销活动的好坏做出统计。例如主页访问人次、点击次数、千人广告成本等。利用这些统计数据可以了解自己在网上的优势和不足，以便对网络促销方式和方法进行调整;另一方面，可以通过销售量、利润、促销成本的变化，判断促销决策的正确性。同时;还应注意促销对象、促销内容、促销组合等方面与促销目标的因果关系的分析，以便对整个促销工作做出正确的决策。

(七)经营项目计划书的写作要领

当你有了创业动机并选定了创业目标之后，而且在资金、人脉、市场等各方面条件都已准备妥当，这时候，就必须提出一份完整的创业计划书。

创业计划书的内容包括以下几个方面：

10.计划摘要

计划摘要一般包括以下内容：

(1)公司介绍。

(2)主要产品和业务范围。

(3)市场概貌。

(4)营销策略。

(5)销售计划。

(6)生产管理计划。

(7)管理者及其组织。

(8)财务计划。

(9)资金需求状况。

在计划摘要中，企业必须回答下列问题：

(1)企业所处的行业，企业经营的性质和范围。

(2)企业主要产品的内容。

(3)企业的市场在哪里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求。

(4)企业的合伙人、投资人是谁。

(5)企业的竞争对手是谁，竟争对手对企业的发展有何影响。

11.产品服务介绍

产品服务介绍应包括以下内容：

(1)产品的概念。

(2)主要产品介绍。

(3)产品的市场竞争力。

(4)产品的研究和开发过程。

(5)开发新产品的计划和成本分析。

(6)产品的市场前景预测。

(7)产品的品牌和专利。

产品服务介绍还必须要回答以下问题：

(1)顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从产品中获得什么好处?

(2)企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优、缺点，顾客为什么会选择本企业的产品?

(3)企业为自己的产品采取了何种保护措施，企业拥有哪些专利、许可证，或与已申请专利的厂家达成了哪些协议?

(4)为什么企业的产品定价可以使企业产生足够的利润，为什么用户会大批量地购买企业的产品?

(5)企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对开发新产品有哪些计划?

12.人员及组织结构

人员及组织结构在计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经伍及背景。

此外，还应对公司结构做简要介绍，包括：公司的组织机构图：各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系等。

13.市场预测

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先要进行市场需求预测：

(1)市场是否存在对这种产品的需求?

(2)需求程度是否可以给企业带来所期望的利益?

(3)新的市场规模有多大?

(4)需求发展的未来趋向及其状态如何?

(5)影响需求都有哪些因素?

其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况，对企业所面临的竞争格局进行分析：

(1)市场中主要的竞争者有哪些?

(2)是否存在有利于本企业产品的市场空档?

(3)本企业预计的市场占有率是多少?

(4)本企业进入市场会引起竟争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响?

(八)创业能力的要求与培养

14.深刻理解创业的内涵

为支持大学生创业，国家各级政府出台了许多优惠政策，应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培训、无偿贷款担保及部分税费减免4项优惠政策，l年内免交个体户登记注册费、个体户管理费、经济合同示范文本工本费等。向银行申请开业贷款担保额度最高可为7万元，并享受贷款贴息。所以谈到创业，不少人都会理解为它的唯一目的就是解决大量就业需求与有限岗位数量的矛盾，其实创业的内涵还不止于此。

创业是推动经济的动力，是创造财富的源泉，也是人在自然界中特征的体现。创业象征的不只是开拓新的生涯的可能性，更意味着要找到对人生的主控权。

从哲学上说，人的生命是自然环境的一个部分并从属于自然，人在自身的发展中，从支配自己的本能去适应环境，变成运用生命的本能去改造环境，对本能的支配就使人变成了自己生命的主人，从而形成了人的特有本性。那么，又是什么东西去支配生命本能呢?是意志，是意志把生命作为支配的对象，是意志成为生命活动的主宰;反过来，生命便成为意志的工具和意志的载体。人是超越生命本能的意志实体。

作为一个社会的人，你是不是“意志实体”，表现在能不能按照自己的意志支配自己的生命，是不是把生命作为自己独立意志所支配的对象，为自己认定的价值目标去追求。从这一观点出发，可以把人的潜质外化为4个特点：自主、自律、自强、自立。

人要按照自己的意志支配生命，就要创造自我解放的条件。所以，敢不敢创业，能不能创业，是人性品质的标志，是对人特有本性的表现。

人需要在创业中创造自己，在此过程中完成经验的积累，经受市场的洗礼，体会做事的艰辛以及创造的重要。只有从深层次上理解创业的概念，才能在创业的实践中保持坚定的信念和顽强的意志，才能有更多成功的机会。

15.燃起创业的激情

创业是很多人的梦想，它有时是追求自立自强自尊的渴望，有时是必欲成就一番事业的烈火，有时是拼死与命运抗争的铁一般的决心，有时是一个非常具体而又明确的目标。梦想能燃烧起奋斗的激情，是激情召唤着能量的积聚、充实、放大、扩展与持续，能量又推动着事业的创立、拓展与前进。

生命如同一股溪流在时光中流淌，行进中不断地汇人了许多东西：知识——对世界的理解;智慧——认识社会的能力;品格——与人交往的诚实守信等行为准则：自信——为理想奋斗的勇气;机智——懂得了处理问题的灵活与变通;善良——在亲情友情中懂得关别人;勤劳——吃苦耐劳去创造财富;务实——脚踏实地干实事。生命途中也会经历贫穷、苦难、打击、损失、挫折、屈辱、伤害及不公平。这些可以让人更加深刻地理解社会与人生;可以爆发出抗争的力量与奋起的冲动;可以造就无畏与勇敢;可以逼迫出人的潜能;可以打磨人的意志，可以培养人的坚韧。

生命的航船一旦进入创业的水域，蕴藏在身体内的全部潜能就会被调动出来，产生爆发般的力量，感受生命的颠峰体验。

创业需要才能，但是这些也许已经存在你十几年的积累中了;创业需要机遇，但是也许在你身边己经悄悄流失了太多的机会，你为什么没有成功，你缺少的是激情和勇气。

眼下许多人拼命读书、拼命考证的目的，是希望找到好工作，学士、硕士、博士，一个个出来，都热衷于去给别人打工。他们意识中没有创业的冲动，因为害怕失败和风险，因而胆量不足。

在中国许多的民营企业，尤其是浙商群体，他们中间许多人都没读过多少书，肚子里也没有多少货，但一个个都能把所在企业引领到所属行业主导地位，除了对市场敏锐、悟性外，还与他们的魄力、坚持和韧性有关。想当初他们创业时，周围的舆论和环境远没有现在宽松，面对今后的未知也使得他们顾不上个人利益的得失。因此，他们完全是凭着背水一战的胆量而最终成就事业，造就辉煌。虽然其间遭遇多重失败和挫折，但全当这些因素是今后成功路上的点缀和装饰，因而矢志不渝，坚韧不拔，多年积累的胆量可以说在他们人生经历中起到了举足轻重的作用。

成功的秘诀就是坚持。能够兢兢业业坚持到底的，往往能成功。如果你能有自己的好的想法，搞一个非常有特色的网站，盈利不一定马上能看得到，这就需要坚持了。

百度刚成立的时候也一直没有被人看到，大家觉得是Google的翻版，百度的成功是因为李彦宏一直坚持在做同一件事情，现在百度的市值已经超过三大门户了。

风险始终是存在的，在创业路上，假如我们过分畏惧而裹足不前，那就会丧失我们的未来。想创业的朋友，千万别怕，练练胆量，勇往直前，雄心勃勃地圆自己一个创业梦。

16.培养创业的心理品质

创业心理品质对创业实践起着调节作用。下列品质对创业实践影响较大：

(1)独立思考判断和选择的心理品质

创业既为社会积累物质财富和精神财富，又是谋生和立业。创业者首先要走出依附于他人的生活圈子，走上独立的生活道路。因此，独立性是创业者最基本的个性品质。在选择人生道路，选择创业目标时，有自己的见解和主张;在行动上很少受他人影响和支配，能按自己的主张将决策贯彻到底;在行为上要独创，即能够开拓创新，不因循守旧，步人后尘。

(2)善于交流合作的心理品质

创业活动尽管是个体的实践活动，但其本质是社会性的活动，是在人与人之间的交往中发生、发展并且取得成功的。因此，创业者具有独立性品质的同时还应具有善于交流、合作的心理品质。要有“双赢”和“多赢”的思想并体现在与公众媒体、客户以及内部员工打交道的过程中，通过交往、沟通，排除障碍，化解矛盾，为事业的发展创造条件。

(3)敢冒风险敢于拼搏的心理品质

立志创业，必须敢闯敢干，有胆有识，才能变理想为现实。只要瞄准目标，判断有据，方法得当，就应敢于实践，敢冒风险。对事业表现出一种积极的心理状态，不断地寻找新的起点并及时付诸行动，表现出自信、果断、大胆和一定的冒险精神;不追求十全十美的项目，不奢望万无一失的行动。成功的创业者总是事先对成功的可能性和失败的风险性进行分析比较，尽量选择那些成功的可能性大而失败的可能性小的目标。

(4)克制私欲和约束自己的心理品质

创业者在创业过程中要自觉接受法律的约束，合法创业、合法经营、依法行事;也要自觉接受社会公德和职业道德的约束，文明经商、诚实经营、互助互利。当个人利益与法律和社会公德相冲突时，要能克制个人欲望，约束自己的行为。克制是一种积极的、有益的心理品质，它可使人积极有效地控制和调节自己的情绪，使自己的活动始终在正确的轨道上进行，不会困一时的冲动而引起缺乏理智的行为。

(5)坚持不懈百折不挠的心理品质

创业过程是一个长期坚持、努力奋斗的过程，立竿见影，迅速见效的事是极少的。创业者的恒心、毅力和坚韧不拔的意志，是十分可贵的个性品质。遇事沉着冷静，思虑周全，一旦做出行动决定，便咬住目标，坚持不懈，一步步走下去，不轻易改变初衷，半途而废。要能够根据市场的需要和变化，战胜逆境实现目标。三心二意，知难而退，或虎头蛇尾，见异思迁，终将一事无成。

(6)适应变化与时俱进的心理品质

面对市场的变化，创业者能否灵活地适应，成为创业成功的关键所在。创业者必须有对市场走向的敏锐洞察力，在外部环境和创业条件变化时，能以变应变。将不利变有利，将被动变主动，将压力变动力。具有较强的适应性，还应做好失败的准备。准备失败，认识失败，承认失败，利用失败，在困难和挫折中前进，才能步步为营，转败为胜。

17.创业需要的3种能力

创业是一种复杂的劳动，需要创业者具有较高的智商和情商，具有创业能力是创业成功的必要条件。创业能力是一种高层次的综合能力，可以分解为专业能力、方法能力和社会能力3类能力。

(1)专业能力是创业的前提能力

专业能力是指企业中与经营方向密切相关的主要岗位或岗位群所要求的能力。劳动者在创办自己的第一个企业时，应该从自己熟悉的行业中选择项目。当然，创业者也可借助他人特别是雇员的知识技能来办好自己的企业，但在创办自己的第一个企业时，如果能从自己熟知的领域入手，就能避免许多“外行领导内行”的尴尬，大大提高创业的成功率。

创业者应具备的专业能力主要体现在以下3方面：

①创办企业中主要职业岗位的必备从业能力：

②接受和理解与所办企业经营方向有关的新技术的能力;

③把环保、能源、质量、安全、经济、劳动等的知识和法律、法规运用于本行业实际的能力。

前两种能力，对于接受以职业资格为导向的定向教育的职业学校学生来说，属于必须具有的能力，而第三种能力在部分学校没有得到足够的重视，应成为创业教育的内容。

(2)方法能力是创业的基础能力

方法能力是指创业者在创业过程中所需要的工作方法，是创业的基础能力。创业者应具备的方法能力主要体现在以下9个方面：

①信息的接受和处理能力。搜集信息、加工信息、运用信息的能力是创业者不可缺少的能力。创业者不但应具备从一般媒体中搜集信息的能力，随着科技进步和网络技术的普及，还应该具备从网络中获取信息的能力：

②捕捉市场机遇的能力。发现机会、把握机会、利用机会、创造机会，是成功的企业家的主要特征;

③分析与决策能力。通过消费者需求分析、市场定位分析、自我实力分析等过程，根据自己的财力、关系网、业务范围，依据“最适合自己的市场机会是最好的市场机会”的原则，做出正确决策，才能实现自己的创业目标。

④联想、迁移和创造能力。从别人的企业中得到启发，通过联想、迁移和创造，使自己的企业别具特色，并通过这种特色使自己的企业在同业市场中占有理想的份额：

⑤申办企业的能力。创办一个企业，需要做好哪些物质准备，需要提供什么证明材料，到哪些部门办哪些手续，怎样办等，均为创业者应具备的能力;

⑥确定企业布局的能力。怎样选择企业地理位置，怎样安排企业内部布局，怎样考虑企业性质等，都是创业过程中不可回避的问题;

⑦发现和使用人才的能力。一个成功的创业者，肯定是一位会用人的企业家，他不但能对雇员进行选择、使用和优化组合，而且能运用群体目标建立群体规范和价值观，形成群体的内聚力;

⑧理财能力。这不仅包括创业实践中的奖金筹措、分配、使用、流动、增值等环节，还涉及采购能力、推销能力等;

⑨控制和调节能力。成功的创业者，要对规划、决策、实施、管理、评估、反馈所组成的企业管理的全过程，具有控制和运筹能力。

(3)社会能力是创业的核心能力

社会能力是指创业过程中所需要的行为能力，与情商的内涵有许多共同之处，是创业成功的主要保证，是创业的核心能力。

创业者应具备的社会能力主要体现在以下6个方面：

①人际交往能力。创业者不但要与消费者、本企业雇员打交道，还要与供货商、金融和保险机构、本行业同仁打交道，更要与各种管理部门打交道，因此，创业者必须具有较强的人际交往能力;

②谈判能力。一个成功的企业，必然有繁忙的商务谈判，谈判内容可能涉及供、产、销和售后服务等多种环节，创业者必须善于抓住谈判对手的心理和实质需求，运用“双胜原则”，即自己和对方都能在谈判中取胜的技巧，使自己的企业获利;

③企业形象策划能力。在激烈的市场竟争中，在公众中树立良好的企业形象，是创业成功的主要条件。创业者应善于借助各种新闻媒体和各种渠道，宣传自己的企业，提高企业知名度;

④合作能力。创业者不但要与自己的合作者、雇员合作，也要与各种与企业发展有关的机构合作，还要与同行的竞争者合作。创业者要善于站在对方的角度，理解对方，体谅对方，要善于与他人合作共事，和睦相处;

⑤自我约束能力。创业者要善于根据本行业的行为规范，来判断、控制和评价自己和别人的行为;要善于根据自己的创业目标，约束和控制自己与目标相。博的行为和冲动;

③适应变化和承受挫折的能力。一个企业要想在竞争激烈、变化多端的市场中立足并发展，企业家就必须具有适应变化、利用变化、驾驭变化的能力;在经营过程中，有赔有赚、有成有败，企业家必须具有承受失败和挫折的能力，具有能忍受局部、暂时的损失，而获取全局、长期收益的战略胸怀。

18.创业前如何准备资金

有些项目不需资金或仅需少量资金，但你拥有的资金越多，可选择的余地就越大，成功的机会也就越多。因此，要有必要的准备资金。

首先必须准备一笔启动资金。如果没有资金，一切就无从谈起。资金的来源可以通过各种渠道筹划，如自有资金、集资、贷款以及与别人合伙等。启动资金越充分越好。这是因为经营启动后可能会遇到资金周转困难的情况。特别是刚开始经商，这种可能性更大，而边经营边筹划资金的能力，又远不如己经有一定根基的商人。如果准备资金不到位，就可能因一笔微不足道的资金而弄垮你刚刚起步的事业。因此，要充分考虑开业资金的筹措，适时、适量、适度地储备和使用，做资金使用的统筹安排，力求把风险降到最低程度。

自己动产或不动产变现是资金的主要的也是最可靠的来源。以前财主们将钱放在家中，甚至藏于地窖，唯恐外露。如今，人们把钱存入银行，变成存款，取得利息。而在经营者眼里，单吃利息，钱的增值太慢，钱要变成资本才能迅速增值。而资本又只有在运动中才能增值，也只有投放到生产、流通领域的资金才能盈利。因此，资本能变换价值形态，吸收人才、技术、信息、原料、设备。如果经过仔细选择寻找到合适的项目，对技术、市场等均有信心，就要果断将手头的钱投资到你充分论证、选择的项目中去。但有一点应该提醒你注意，要留一些备用金，以防不测。你可以留一部分钱购买国债和储蓄，以备家庭生活和生意上急用，这样也会使你能够坦然处事。

自己的资金如果不够，还可以通过亲戚朋友集资，也可以动员其他老板来投资。但你要说服别人，必须要有一整套详细的实施计划和可行性论证。要承诺并实现风险共担，利益均沾，认真谨慎使用别人的钱，自己宁可吃亏，也要保证按约定兑现给别人的投资回报，这样，你才有信用，别人才会源源不断地借给你钱，或继续投资给你，在你困难时，大家才会愿意帮助你，切记“好借好还，再借不难”，做人做生意都要讲究信义二字。

如有条件，资金不足时还可以从银行贷款。通常贷款要具备3个方面的条件：一是有不动产做抵押：二是项目要有吸引力;三是与银行要保持良好的关系。如果你有不动产，如房子、汽车等做抵押，贷款就会容易得多，不过即使没有不动产做抵押，也不是绝对贷不到款，项目的投资前景和效益是影响贷款决策的首要因素。银行要对贷款项目进行技术、经济等方面的可行性论证。为此，你须谨慎选择项目，大量收集信息，考虑各种可能性，选择最优或最满意的投资方案，增加银行贷款的信心。越了解越熟悉的人之间，信任度越高，也就更容易说服。要保持与银行界人士的良好关系，这对经营者未说至关重要。初次向银行贷款，数额不宜过大，否则，很难成功。从小笔贷款入手，每次到期按时还贷，逐渐取得银行的信任，才能获得较大数额的贷款。

切记，贷款本身不是目的，重要的是项目投资收益，能保证按时还本付息。还贷不能延期更不能欠息，否则，就会失去信用。商业信用就是商人的生命。特别要注意资金使用风险，不可把你所用的资金都投入到一个项目上去，也不可超过你的盈利能力大额举债，要想办法分散投资风险。建议资金分3块使用：一块用来投资项目;一块用作项目备用金;一块用于风险较低的储蓄、债券和股票投资。在保证投资收益的同时，尽可能降低投资风险。

19.创业团队的组织和管理

(1)团队组织的作用

在创业实践中，单枪匹马上阵很容易困为势单力薄而中枪落马，一个人很难具备创业所需要的所有技能和资源。在对市场的思维方式方面必定会存在一定的局限性，要让专业的人做专业的事，创业者自己不要过于逞强，以为自己是十项全能，需要从事业整体规划出发，明确哪些方面的技能和资源是自己所欠缺的，再以此来寻找相关具备此类技能和资源的合作者，只有大家的资源和技能实现整合，才能共同发展。

(2)组织团队的准备

创业主导者在尚未进行合作者的寻找确定工作之前，应把相关的问题都提前想清楚。这个相关问题主要包括创业者自己所能想到的所有问题，越多越好，越细越好，并且把每个所列出来的问题都做最坏的设想，因为在后期的人员合作和事业发展中，难免会产生很 多问题，而绝大多数所发生的问题都很难有效解决，只能未雨绸缎，从预防工作上下工夫。

(3)团队的形成

在具体的合作人选取问题上，应充分考虑好具体需要哪些方面的合作者，要几位，各自的责权利怎么分配，人员合作中可能遇到的负面情况都有哪些等，基本形成一个大概的纲要，不是好朋友就一定适合合伙创业，等合作人基本确定下来之后，大家再一起对这个纲要进行修改和完善。但是，不能等到合作者到位了之后再来计划起草，大家集体进行的 修改和完善，必须在一个己经基本成型的框架基础上完成。

(4)团队意志的统一

要发挥团队的集体智慧，但是在统一规划方面必须得确立一个主导者，否则因为合伙人意见不合，结果不仅无法决策，还很容易出乱子，各人的资源不通过一个整体的框架进行调配整合，就是浪费，每个人的执行力若是没有集中在一个方向上，也是浪费，尤其是形成决议后，就必须确保集中所有的资源和力量，向一个确定的方向前进。

(5)团队的合作

“买卖好做，伙计难搭”。相当多的团队在合作的过程中会出现矛盾，也有不少的企业因为内征而解体。拆伙机制纷争多于创业伙伴的选择，有那么多创业者栽在这个问题上，主要是心态的因素在作怪，我的生意容不得他人染指，不要参与到我的思想中来，更不要参与到瓜分我的利益上来，这样的创业者往往干不成大事，必须要从创业开始就培养自己的团队意识，提升自己的涵养和素质，为企业今后的进一步发展做好准备。

(6)团队的收益和分配

有专家建议，创业的自有资金至少应该占60%，要准备一笔假设3个月到6个月完全没有收入的周转金，这才是估算所需资本的正确方式。团队合伙人的收益可以按照岗位、贡献、出资比例来分配，不少团队的纠纷出现在散伙分配上，应把拆伙机制放进股东协议书里，不要碍于情面不说，以免以后引发纷争。这是一种保护公司的方法，让合伙人知道 “合伙对大家有利，若我不遵守合伙诺言，我将是第一个受害者”，只有这样，才能建立共赢局面。

20.如何面对创业失败

失败有种种类型，比如无力维持正常业务运营;自己的原始资金赔光;欠银行大量贷款等;失败有种种原因，比如选择项目失误;用人失误;成功后挥霍浪费耗尽等;失败也有种种后果，比如资产变卖：债主上门;企业被封等。

真的到了这种处境，又该如何面对呢?下面是一些可以借鉴的办法：

(1)最真挚地对待帮助过你或被你的创业失败伤害了的人们

对于在你创业初期或创业的过程中帮助过你的人，一定要永远最诚恳、最真挚地对待他们，尤其是那些给你提供了创业资金的人们。在你失败的时候千万不要躲避他们，也不要隐瞒他们，更不要欺骗他们。如实地把你的境况告诉他们，求得他们对你的理解，他们即便不能原谅你也是正常的。承认你对他们的负债，并已承诺他们的债权永远有效，在你有能力时一定分期偿还。请求他们的理解是你度过创业失败难关的第一关。

(2)请清醒明白的朋友帮助你分析你的处境

请清醒明白的朋友来帮助你分析目前的处境并提供对策，再冷静的创业者在这种时候往往也不能清醒地对待自己的处境，因为你是当事人，这种失败的结果正是由于你的操作而造成的，在这个时候，你没有必要仍然只相信你自己。

(3)整理你还存在的资源

你还有些什么?这是你必须面对的严酷现实。固定资产、现金、商标、专利、土地、专有技术、公共关系、客户，这些都是创业者的资源。这些资源中有价值的内容正是你可以翻身再创业的前提条件，在失败的创业者头脑中必须非常清楚，资源的重新组合就是你再创业的前期投入。

(4)反思你失败的原因

一次创业失败后一般不可能马上就有再创业的机会，也许几个月，也许几年内都会使你没有机会。你必须对失败的原因仔细地思考。

(5)抓住身边的机会开始你下一轮创业的实践

我想在你能够在最短的时间里控制住你的情绪的时候，学习新的创业理论和别人的成功经验以及学习你能够掌握的新知识将有助于你开始新的创业实践。

21.创业需要的“软件”

企业家在谈到创业时，需要具备下列的创业“软件”：

(1)创业“软件”一：平和的心态。

(2)创业“软件”二：敏锐的嗅觉。

(3)创业“软件”三：尝试的勇气。

(4)创业“软件”四：独特的思路。

三.案例分析

案例 1 某家计算机租赁有限公司电子商务创业计划书

创业背景及创业项目

背 景：

如今电脑已经成为人们生活中不可或缺的一部分，但对一些手头紧又急需电脑的人来说，租台电脑要比买新的划算多了。然而让人尴尬的是;与一些地区电脑租赁的火爆相比;海南的电脑租赁始终没有热起来。

项目：

创办XXX计算机租赁有限公司;出租计算机、网络产品、办公设备、显示器、投影设备等。宗旨是服务专业化、服务规范化、服务多样化。诚待合作伙伴。尊重同业者，追求多赢。把风险留给自己，把方便留给客户。

一、公司介绍

1.公司经营宗旨及目标

宗旨：服务专业化、服务规范化、服务多样化，创造完美电脑租赁服务。

目标：将公司发展成为海口、琼海、通什、三亚四地电脑租赁的主导企业;将公司品牌发展成为市场著名品牌，并走向整个海南市场。

2.公司简介

公司名称：XXX计算机租赁有限公司

业务范围：出租计算机、网络产品、办公设备、显示器、投影设备。提供计算机和相关设备的租赁;同时提供相应的技术支持服务，收取租金和押金。租赁产品：IBM.Hp.Dell.

philips.Viewsonic.Acer.Toshiba.Nec.Sony.Canon.Lenovo等。

3.公司管理

(1)管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想。重视个人的发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得公司的整体发展，实现1+1>2的效果。

(2)管理队伍

投资是一项经营人才的业务。我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本公司发展的人才加入本公司。

(3)管理决策

管理团队主要由我们创业小组人员组成。他们都是具有本科学历的大学生，具有相关的专业知识，将为公司制定切实可行的决策，执行最有效率的任务。在我们获得风险投资后，投资家自然也成为我们的公司管理成员，我们还将邀请具有各专业技术及管理经验的人员加入;并担任重要职务。

(4)团队概述

学历背景：大专以上学历;具有强烈的求知欲和进取心。

人际关系：有较强的人际亲和力，热情而且沉稳。

职业素质：信守承诺;注重规范;遵循公司宗旨理念。

4.场地与设施

租用商品房作为办公地点、根据交通情况选择仓库地点(根据具体情况另行考虑，本计划暂时不考虑)。

二、市场及竞争分析

1.市场介绍

如今电脑已经成为人们生活中不可或缺的一部分，但对一些手头紧又急需电脑的人来说，租台电脑要比买新的划算多了。然而让人尴尬的是，与一些地区电脑租赁的火爆相比，的电脑租赁始终没有热起来。

2.市场机会及环境

据了解，许多高校高年级的学生因迫于毕业设计的压力，再加上对电脑也只是短期使用，所以他们把目光投向了电脑租赁。这些租赁者一般是文史类或经济条件不太好的学生。海大软件学院学生小黄在接受我们的市场调查时说，由于所学专业需要，他和同学们很想租台电脑来学习，而海口及周边地区的电脑租赁业务始终“犹抱琵琶半遮面”。他说：“大三买新电脑显然划不来，而且经济条件也不允许。二手电脑的配置太差;达不到图片和视频的处理要求。如果有电脑租赁，肯定会受到不少大学生的欢迎。”在海口各大高校内的校园网BBS上，就有不少求租电脑的小广告。因为求租难，不少学生向自己的同学和校园周边的网吧租电脑。

3.市场竞争分析

我们在海口各大电脑商店及电子城走访时发现;的确没有开展电脑租赁业务的商家。在DC城，有几家做二手电脑的商家虽然在服务项目上有租赁电脑一项，但都表示没开展过租赁电脑的业务;所有电脑专卖店的回答很干脆：电脑不出租，也不打算开展这项业务。

不断降价的品牌机、性价比很高的兼容机以及极具价格优势的二手电脑。再加上分期付款购买电脑等促销形式，在推动家用电脑普及的同时也抢占了租赁业的市场。就目前市场行情来看;出租的电脑都是次主流的配置，而月租金在100元左右，这与分期付款的月费用差不多;再加上押金很高，有的甚至达到原价的90%，所以相比之下消费者就觉得不划算。另一方面，租赁电脑的大多是在校大学生和急于应付各种计算机考试的人，而租赁时间也仅限于几个月，所以就目前情况来看，每年的租赁高峰期并不能推动市场扩张。

虽然目前租赁市场萧条，但也露出了一线曙光，一些电脑公司已于近日推出了规模庞大的电脑租赁计划。电脑出租实际上是一个需求很大的市场，展示会、培训、学习等都有短期使用电脑的需求。目前海南电脑租赁业务始终热不起来，主要是商家和消费者之间没有建立起信任机制。经过分析;我们公司应该能加速电脑租赁市场启动。

4.目标市场

立足海口，辐射周边地区。各单位企业或个人展示、展览、会议、培训;员工新聘或临时录用;系统测试、软件测试、项目开发。企业办公(财务考虑);移动办公;个人应用：娱乐、学习等构成了我们的目标市场。

5.顾客的租货准则

顾客网上预订，网下现场看货决定是否租用。采用自愿原则，顾客与公司订立双方均可接受的租赁协议书。

三、产品与服务

(一)服务细则

提供高质量的设备，针对不同租赁需求和应用环境，提供灵活多样的技术服务(以下 基本服务区域指海口市内)。

服务内容分4类：基本服务;增值服务;快速保障服务;协议服务。

1.基本服务：不提供免费送取货服务

(1)提供免费电话技术支持。

(2)不提供免费上门服务。

(3)客户将设备送到公司技术部，免费维修和维护，租赁协议指定的收费项目除外。

2.增值服务：10公里以内免费送取;10公里之外视远近收取交通费用，如果超出基 本区域以外，酌情收取服务费。

(1)基本区域内上门硬件维修，如果超出基本区域。酌情收取运输和服务费。

(2)基本区域内上门系统软件修复(Windows，office系列，网络联通)。

(3)基本区域内24小时之内上门解决。

如果租赁协议上对服务内容另有约定，以协议为准。

3.快速保障服务：基本区域内免费送取，如果超出基本区域，酌情收取运输和服务费。

(1)基本区域内免费上门硬件维修，否则酌情收取运输和服务费。

(2)基本区域内上门系统软件修复(Windows;office系列，网络联通)。

(3)租期1天一6天。4小时之内上门解决(基本区域内)，其他区域另行协商。

(4)租期7天以上;12小时之内上门解决基本区域内，中午12点以后叫修;次日上午12点以前上门解决，其他区域另行协商。

如果租赁协议上对服务内容另有约定，以协议为准。

4.协议服务：在租赁协议中具体约定服务内容和提供服务的方式，以满足特殊应用环境。

(二)产品及服务规划

出租计算机以及相关设备;并提供全面的技术支持，服务于企业的各种商务活动。

1.短期租赁：适用于参加或者举办会议、展览、产品发布、培训人员、系统测试等短时间租用设备;租用时间短，从几小时到20多天。

2.长期租赁：适用于企业办公、工程项目实施、软件系统开发、临时录用工作人员等企业商务需求以及个人学习和娱乐之需求。

(三)服务支持及收费

1.送取服务：基本区域内送取货收取单程相当于出租车费用，如果超出基本区域，酌情收取运输和服务费。

2.技术服务

(1)基本区域内上门硬件维修;50元——100元/次/(1台-2台)，如果超出基本区域以外，100元——200元/次/(1台-2台)。

(2)基本区域内，常规系统软件修复(Windows，office系列，网络联通)，100元/次/台，其他区域内;150——200元/次/台。

(3)解决问题时间在24小时之内，否则服务费酌情增加。

如果租赁协议上对服务内容另有约定，以协议为准。

(四)租赁合同协议的订立

1.单位或公司只须出示营业执照复印件及负责人身份证复印件，可享受免押金，只须拨打我们的电话预约，我公司按指定时间送货上门，并双方签订合同。

2.个人只须出示海口户籍担保人身份证复印件及本人身份证复印件也可享受免押金，只须提前拨打电话预约，公司按指定时间送货上门，并双方签订合同。

3.学生只须出示3份学生证复印件就可享受免押金。

4.无海口人担保的个人，须交正常押金，但可享受租金的8折优惠。

四、网站建设

XxX电脑租赁网网站布局的部分截图，如下图所示。

图 5XXX电脑租赁公司网站页面

1.网站设计与规划

(1)网站名称：XXX电脑租赁网

(2)主题定位：属于计算机类同站，集中精力介绍产品配置及价目;为顾客提供多种

合适的租赁方案;对公司进行适当的宣传介绍，突出公司的服务理念。

(3)城名选用

①中文实名：XXX

②英文域名：http://www.feisuxs

业务范围：本网店主要经营各种精美和品，运动服饰，户外用品等。

1.3 网店管理

1.3.l 管理思想

网店的管理思想是基于网店的经营宗旨而确定的，管理思想是对管理人员采取人性化管理，同时也要严格要求，对于网店平台的管理要体现网店商品的特色，具有个性、时尚、前卫等特点，以便吸引更多的顾客。

1.3.2 管理队伍

管理队伍主要涉及管理人员的协同合作与分工的问题，主要分为5大部分：(1)商品的选择;(2)网店的建设和维护;(3)同站推广Z(4)网店的订单处理;(5)售后服务。根据管理人员各自优势，进行合理安排使其各尽其职，各尽所能。

1.3.3 管理决策

根据顾客的反馈信息;定期召集网店管理人员会议，总结前期的经验和教训;融合集体的建议和意见，制定下一步的网店工作计划。

1.3.4 组织、协作及对外关系

(1)组织结构

图 6组织结构

(2)协作及对外关系

首先根据市场调查人员的调查结果来确定网店商品销售，然后通过促销、网络推广人员的宣传来提高网店的知名度，引起顾客的购买欲望;再就是订单处理人员打印出订单交于发货部门发送货物，最后就是售后部门人员的服务。售后服务的好坏对网店的发展有着重要的意义。随着网店的发展，我们将与本网店相关的企业及单位建立合作伙伴关系。体现在与众多的供应商建立战略伙伴关系，还有与客户建立具有战略意义的委托加工关系。

(3)技术及知识产权

由于商店是在网络上建立的，所以同站的建设非常的重要，既不能与其他网站雷同，又要有自己网店的特色;网店建好后要注意保护自己的劳动成果，在适当的地方注明技术及知识产权的所有者以防别人盗用。有了技术和产权的独立性，同时也给顾客更多的信任感。

(4)场地与设施

采用西单网上商城电子商务平台，企业的配送场地设在交通发达便捷的地方，便于货物的发送，将以最快的速度把货物送到顾客的手中，绝不会出现货物没有在规定的时间内送到，或者根本就没有送到顾客手中的情况。

2.市场分析

2.1 市场介绍

现在;人们的传统消费思维方式不断改进，上同人数不断增加，网上商店正在以飞快的速度发展。几乎每家生产厂家、各大公司乃至个人都可以在网上直接进行网上交易。虽然我国的电子商务发展相对于西方发达国家来说比较落后，但是从我国现在的形势、政策出发，可以看到我国政府对电子商务发展的重视性和决心，计算机产业也达到了国际水平，这是发展电子商务的成熟条件之一;物流是电子商务成熟发展的条件之二，我国的物流相对发达国家来讲，起步比较晚;直接导致和发达国家相比有一定的距离;但是我国现在正在提高全国物流水平。刚刚结束的两会中对电子商务的发展下达了重要指示;国家对电子商务实行减少税收。因此电子商务的发展势不可当，是时代发展的趋势，其前景是光明的。

2.2 市场/市场机会及环境

2.2.1 根据大量的市场调查我们确定目标市场为：

(1)年轻人;

(2)企事业单位员工;

(3)公司白领等;

我们选择这些群体为目标市场的原因有以下几点：

(l)他们有充足的时间上网;

(2)他们的购买力相对较大;

(3)比较关心国家大事;

(4)比较理性;

(5)追求新鲜事物。

2.2.2 市场机会及环境主要从以下两方面考虑

(l)宏观环境：国家为鼓励电子商务的发展，已经颁布了《数字签名法》，《电子认证服务管理办法》等，这些法律法规为电子商务在我国更好的发展开通了绿色通道。我国消费者已形成的消费观念、价值观念、宗教信仰、道德规范、审美观念以及世代相传的风俗习惯等影响了电子商务的发展，但时代是发展的，社会是在不断进步的，人们的思想也在不断地发展。

(2)微观环境：现阶段人们能很快从网上找到的网上商店一般都是以经营百货为主，其产品种类上万种。我国的电子商务才刚刚起步，还有许多的发展空间，而且现在我国对发展电子商务给以很多优惠政策，所以现在是发展电子商务的最佳时机。

2.3 顾客的购买准则

(1)网上购买商品便捷、便宜、商品的配送方便，商品可以直接送到顾客手中。由于没有中间商的参与，所以商品的价格相对市场上的同种商品便宜。

(2)网上购买商品安全性高。由于国家最近出台了一系列有关电子商务的法律法规，网上交易的安全性提高了，这样，顾客的利益就得到了保障。

(3)本店的商品集中;能够很好的表现顾客的个性。

(4)网上购物不受地理位置的限制。消费者无论身处何地，通过互联网就能订购到自己喜欢的商品。

2.4 市场渗透和销售量

(1)吸引现有商品的潜在顾客，以增加商品的销量c努力发掘潜在顾客，把商品介绍、推销给从未购买的用户。把竞争对手的顾客吸引过来，使之购买本店商品。

(2)刺激现有顾客的潜在需求，以增加商品的人均购买量，使现有顾客更频繁地购买本店的现有产品。

(3)按照顾客的需求提供个性化商品，可刺激现有顾客增加购买量，有助于吸引潜在顾客。

3.竞争分析及策略

3.1 竞争者

从2025年以来，由于我国政府出台一系列的政策法规，电子商务得以迅速发展，大量的企业在网络上都有了自己的网络销售渠道。国内知名度大的网上商店有易趣、淘宝网等，通过多年的经营已经成为网上百货商店，货物种类繁多，而3Q精品吧销售的商品主要是时尚礼品，更适合大众消费。由于参加本次大赛的团队共有300多支，我们的网店拥有自己的特色，我们相信，最后的胜利一定是我们的。

3.2 技术优势

电子商务行业不需要自己的生产基地，采用直接与生产厂家联系，作为生产厂家的一级代理商，因而其规模经济、资源供应、销售渠道、消费者信赖、购买者的转换成本等都是差不多的，因而新进入者的威胁比较大。

作为虚拟的网络，其技术一般需要采用先进的服务器、高速的传输速率。网上消费者没有耐心等待网站的打开，我们要采用先进的技术才能解决这一首要问题。企业的经营宗旨、企业文化在网上的表达需要高科技的技术人才，充分吸引消费者的购买欲望。

3.3 价格优势

由于网店的商品是直接从生产厂家采购;我们可以采用薄利多销的方式吸引消费者。我们要有自己价格方面的优势，并不是每种商品的价格都低于同行业商品的价格，在与同行业商品相当的情况下。让适当的商品价格略低于同行业商品的价格，再将这些商品运用促销等手段来吸弓艄费者。当今的电子商务是“眼球”经济，吸引顾客是立足行业的根本目标，只有顾客的光临;才能在特色和价格等其他方面占据优势。

4.商品与服务

主要销售精美礼品，有ZIpp。系列火机、瑞士军刀、意大利莫丽娜玻璃千朵花项链坠、芭比娃娃系列、各种车模、野外休闲用品等，并提供送货、退换货等服务。

4.1 对应技术

本店没有采用平台所提供的首页模板，而是另行制作了符合本店商品特色的个性首页。首页的FLASH;图片的处理完全是我们的技术人员努力制作而成。当你进入我们的网页时，你会感觉到眼前一亮，它给人一种清新、凉爽而又真诚的感觉。

4.2 商品及服务规划

国内网上商店销售现状为我们的发展提供了很好的发展机会，为我们的商品及服务提供了广阔的市场。本店商品采用正规供货渠道，质量绝对可靠，而且我们还设有换货、退货的服务。

我们把服务提高到相当的高度来认识：服务是树立企业形象，传播企业文化的最直接、最有效的途径。我们为每一位客户建立一份商品档案，真正体现我们“全程无忧服务”的服务理念。同时我们还可以利用所掌握的客户的购买信息，及时为客户提供最新商品信息，调整服务策略，以期达到更好的服务水平。

4.3 未来商品和服务规划

新型产品的上市;其生产厂家必定做过大量的广告宣传;促销活动，作为BtoC的电子商务企业要根据企业的特性对其新型产品做网络营销的策划。为满足老顾客需求，吸引新客户，需要在适当的时候增加新型产品。网络营销的媒体主要是多媒体，除了促销，还可利用论坛、BBS、浮动广告等进行宣传。

4.4 服务与支持

网上商品在推广中与顾客的直接接触较少，往往是通过网络进行的，因而除了广告等宣传外还要提高企业关于商品的服务。电子商务行业属于服务业中的流通部门，其服务特点一般为：

(1)客户分散型;

(2)营销对象比较固定;

(3)营销方式山较单一。

根据网络营销这些服务特性需要制定相关的营销策略：

(1)产品策略;

(2)定价策略;

(3)促销策略;

(4)渠道策略。

5.市场与销售

5.1 市场计划

明确的市场目标能给网店明确的服务对象，市场调查同行业的各种商品的整体销售量，结合本网店的情况来规划市场计划：首先推广网店;然后力争消费者购买我们的商品，在保证我们的售后服务及商品质量的同时，不断扩大我们的销售量c

5.2 商品策略

5.2.1 商品定位

根据网店的经营理念、宗旨及网店文化来确定其核』心商品，提供能够给消费者带来基本利益或效用的商品;主要有形式商品——一般表现为商品的质量、样式、包装、品牌、商标、特色、价格等;附加商品——顾客购买商品所得到的各种附加利益的总和;包括质量保证、使用指导、售后服务等。

5.2.2 品牌和商标

网店销售的商品具有不可直接接触性，网上商店的商品来自的生产厂家众多，商品的种类繁多，因而其商品在现实中品牌和商标不计其数，为了在网络中增加商店商品的知名度和品牌，使用品牌和商标是必不可少的。考虑到网上商品不适合每一种商品都有其品牌，根据网店的文化、特点、市场调查及同行业销售情况来把每一类商品设为一种虚拟品牌，对于个别热促销的商品用一种虚拟品牌;设计出简明醒目、构思新颖、特色鲜明、体现网店或商品的风格的品牌。

5.2.3 质量和服务

网上交易具有虚拟化，但是本店绝不会因为这一点而欺骗消费者的利益。由于顾客没有直接面对商品，因而本店将严格控制商品的质量、售后服务等;要比现实做得更有特色，虽然网络是虚拟的，但是本店将尽最大的努力让顾客感觉与在现实中购物一样的放心，将现实中的售后服务和网络售后服务相结合，制定出符合网店特色的售后服务。

5.2.4 商品策略的调整

及时地增加、删除商品，调整商品的价格，进行促销活动，并及时提供热销商品及商品销售量排行、最新动态等商品信息，以满足顾客的需求。

5.3 定价策略

5.3.1 定价目标

定价目标：以消费者为中心，提高市场占有率并使公司利润率最大。定价目标是指网店通过指定一定水平的价格所达到的预期目的，定价目标是为了实现网店利润最大化。网络商品的价格是制约商品能否成交的首要基础，网络商品的价格一般比市场价格低，但不能太低;因为消费者对商品价格的变动幅度有一定的承受力c

5.3.2 定价导向

为实现定价目标并考虑到网店特色，采用总成本加成定价法;即以商品成本为基数，并考虑适当盈利和税收，然后将它们按总成本的一定比例加成而确定商品价格。计算公式：单位商品价格=单位商品总成本X(l十成本加成率)。定价导向根据商品的成本、市场需求情况及竞争状况;运用价格决策对商品进行计算。

5.3.3 定价及价格调整

在对商品的价格进行调整时，我什1应充分考虑到调价后消费者的反应和竞争者的反应。同时;我们还要考虑同行业对价格的反应，考虑竞争者的财务状况、销售量、网店的营销目标，从中预测出竞争者可能会采取的措施及反应的剧烈程度。制定一套有利于竞争又有利于消费者的价格方案。

商品差别定价：网店通过同行业竟争对手商品的有关情况，如质量、性能、价格和服务等;对照网店商品的情况制定出高于或低于竟争者的价格。

5.4 销售策略

5.4.1 销售渠道

主要采取的模式为：生产者一零售商、消费者，企业相当于其中的零售商。企业的销售渠道类型为直接渠道或一级渠道，直接从生产厂家订货，再直接销售给消费者;这样既减少了中间环节，又减少了商品的成本，使得网上商品的成本比较低，这就是电子商务的电子商务岗位实践与就业能力实习实训手册(营销类)

优势。

5.4.2 销售步骤

电子商务的销售步骤比较固定，销售过程要以消费者为主;其步骤为：

(1)注册会员;(2)选择商品;(3)选择支付手段;(4)选择送货方式;(5)企业收款、送货;(6)售后服务。

5.5 促销策略

我们采用以广告宣传为主，其余促销方式相互配合的促销手段。

5.5.1 人员推销

(1)在各大高校附近发送精美礼品及宣传单。

(2)充分利用网上资源，寻找买家，发送供给信息。

5.5.2 广告宣传

(l)广告宣传采用群发电子邮件，在知名同站上做浮动促销广告，在门户同站中超链接;同时再登录几个知名搜索弓l擎，然后在各大人气论坛发帖。

(2)充分利用1000元的虚拟货币，在大赛平台上进行竞价推广。

5.5.3 公共关系

(1)建立3Q互动社区，与客户建立良好的关系，形成固定的消费群体。

(2)与学校团委和学生会联系，在学校每周举行一次座谈会，利用班会、团会时间进行以系为单位的宣传;在学校主页上宣传。

5.6 品牌认证

树立良好的网店文化，网店形象;品牌认证是其重要因素。公司的知识产权、商标、品牌必须等到相应的认证，避免关于这方面的纠纷。域名需申请注册，一切要合理化、合法化、科学化。

6.财务预测

6.1 资金的筹集和运用分析

资金的筹集可以采用权益资金的筹集(现金和实物)和负债资金的筹集，其比例为6：4，即假设公司的权益资金为6000元，则负债的筹集应为4000元。权益资金为内部资金，由内部人员筹集;负债筹集主要向学校贷款。企业的资产规模、资产结构分为流动资产和固定资金，其中流动资产包括现金和存货。对于同店;存货占资产的大部分，约为50%，现金约为20%;固定资产约为30%。

6.2 成本、费用与收益分析

息税前利润EBIT=(p-V)XQ-F=S-VC-F其中，p——商品销售单价，V——商品的变动成本，Q——商品销售数量，F——固定总成本;S——商品销售额;VC——商品成本。V可根据商品的单价和进货渠道的价格等来确定;Q可根据同行业的分析、市场调研等确定;p可根据企业自身情况、同行业的商品的单价、市场调研确定;F可根据企业所得税、营业税、增值税、城建税、教育税、附加税、管理人员的工资、办公用品等因素确定。商品的成本由每一种商品的进价和数量确定后叠加而成，其中还包括商品的运输费等因素，选择质量好、价格低、运输方便的生产厂家进货，尽量减少不必要的开支。成本——收益日如下图所示。

图 7成本——收益图

其中：E——保本点;G——保利点;

根据以上初步确定成本费用为：

(1)商品成本费、运输费、库存费总共为 5000元;

(2)固定成本(电脑，办公费)为 3500元;

(3)流动资金为 1500元。

收益不等于利润，但收益越高，相比之下利润也会越大。以TR代表总收益;Q代表销售量，p代表价格，则 TR=Q \* p，由此式可以看出，似乎在价格或销售量一定的情况下，另一个量越大收益越大，但事实并不是如此。根据经济学家分析，收益又分为平均收益和边际收益，我们以AR代表平均收益，以MR代表边际收益，则AR=TR/Q，MR=△TR/△Q(其△代表增量);所以收益增大的最理想状态就是边际收益最大化。商家追求的最终目的就是实现利润最大化。而利润最大化原则是边际收益等于边际成本，即当多销售一个单位商品所增加的收益等于对这一单位商品投入增加的成本。

6.3 各种报表预测

图 8表

图 9资产负债表

6.4 企业获利能力分析

(1)主营业务利润率=营业利润/商品销售收入净额=360/1000 X 100%=6%。通过考察主营业务利润率占整个利润总额比重的升降，可发现企业理财状况的稳定性，面临的危险或可能出现的转机现象。

(2)成本费用利润率=利润/成本费用=360/500 X 100%=72%。该指标反映了企业主要成本的利用效果，是企业加强成本管理的着眼点。

(3)总资产报酬率=息税前收益/全部资产平均余额=460/1000 X 100%=46%。该比例越高，表明企业资产利用效用越好，整个企业盈利能力越强，经营管理水平越好。

7.风险分析

7?1 市场分析

市场占有率是衡量企业发展成功的一个重要点。企业在前期发展中由于种种原因，不

能快速地占有很好的市场份额。电子商务企业的大部分资金用于商品的采购、库存等，商

品的数量完全需要根据市场份额、销售量来确定，为了减少市场风险，必须使商品的采购、

库存管理等要合理化、科学化;减少盲目性，设置安全库存量来防止缺货所造成的损失。

如下图所示，商品库存采用ABC分析法，为了减少企业的损失，应调研同行业的商品

销售情况、采购情况以及市场需求等来确定商品的采购计划库存管理等。

图 10 ABC分析图

7.2 政策风险

在进入21世纪的今天，电子商务的发展已成为信息时代经济活动全新的技术手段和方法，并进入Internet最广阔的应用领域。各国政府不惜将巨资投放到这一领域以促进其发展和完善。美国前总统克林顿曾指出：“电子商务是21世纪的生存方式，它不仅是企业竞争的利器;也直接关系到国家生产力与贸易竞争能力。作为新世纪的企业家、政治家或每一个人，如果不积极面对电子商务，就会有落伍的危险。”联合国秘书长安南也指出：“现在及未来的通讯革命将最终解决长期存在的贸易问题;而电子商务是国家财富再改造关系间的一场革命。” 我们国家自1998年成立信息产业部开始，一场有关电子商务研究和讨论的“电子商务徽’随之在国内掀起，江泽民主席对我国发展电子商务也给出了重要指示：“在发展电子商务方面，我们不仅要重视私营、工商部门的推动作用，同时也应加强政府部门对发展电子商务的宏观指导，并为电子商务的发展提供良好的法律法规环境。”总而言之，作为一种商务活动过程，电子商务将带来一场史无前例的革命，其对社会经济和生活的影响会远远超过商务的本身。

7.3 财务风险(筹资风险)

由于企业项贷金有负债初｝洒而必定会了起瑜务风脸，适当由妻级负债有利子表高企业的利润，但要减少盲目性，提高科学性。企业息税前资金利润率高于借入资金利息率时;使用借入资金获得的利润除了补偿利息外还有剩余，因而使自有资金利润提高;否则企业需借入资金还本付息，会陷入财务风险，因而必须严格控制固定成本比重占销售收入的比重。由于企业息税前资金利润率和借入资金利息率差额具有不明确性，因而需要有一个合理的资金结构，维持适当的负债水平，充分利用举债经营手段获取财务收益，提高自有盈利能力。

7.4 质量风险

商品质量是关系到企业生存的关键所在，质量的优劣是提高企业信誉的一个重要因素。

由一个消费者至少能影响身边至少20个消费者的连锁反映可以看到质量对顾客的重要性，因此企业必须严格把握商品的质量，与生产厂家签订质量方面的合同;提高采购人员的综合素质。

质量风险是商品出现质量问题，商家负责给换货或退货而承担的损失。作为诚信商家，遇到此种情况;必须承担此风险，降低此风险方法只有一个，那就是提高商品质量;以质保优。

8.经营战略

8.1 总体战略

明确企业经营理念、宗旨、文化，采用先进管理模式，合理地分配人力资源;以高效的服务、高效的工作效率、优质的商品、先进的网络技术、先进的营销理念和营销方式打开全国市场。

8.2 商品及服务战略

以“生产者一零售商、消费者” 的销售渠道模式，以“一级渠道、直接渠道” 的销售渠道类型，直接从多种生产厂家进货，再直接流向消费者，不断地根据市场需求、市场分析、删除和增加商品来满足消费者的需求。借鉴知名企业的服务，将现实中的服务和网络中的服务相结合，开辟出一条全新的服务理念;实行“多种支付手段，多种配送选择方式;在线业务咨询，在线技术咨询，高效的售后服务”等多种技术手段c服务水平的高低直接决定了顾客是否再次购买，所以要具有快捷、真诚的服务水平和优质的服务态度。

8.3 组织管理模式

职位管理：主要管理职务分析后每个职位描述、任职的资格。

建立职务体系：

(l)通过技能和职位设置：对所有任职所需的知识技能进行分类管理。

(2)通过职位设置：主要设置权限分配;运用绩效考评、考勤管理、请假管理、加班管理、薪资管理制定。

四、实训作业

(一)写一份对寻找电子商务新商机看法的说明文

1.作业题目

寻找电子商务新的商机。

2.具体要求

叙述网络营销的特点，提出目前网络营销的状况，并列举网络营销新的商机。

(1)阅读本项目中的相关知识。

(2)参考有关网络营销的资料。

(3)查阅成功网络营销的发展历程。

题目：寻找电子商务新的商机

教师评语：

成绩评定：

(二)书写一份完整的经营项目计划书

作业题目

撰写经营项目计划书。

2.具体要求

有完整的计划书的内容，篇幅3000字以上，应有500字左右的摘要，并用幻灯片方式制作演示文稿。

(1)确定自己的经营项目。

(2)参考有关计划书的写作格式。

(3)搭建计划书结构框架。

(4)书写计划书内容(500字摘要，全文以电子版形式)。

题目：经营项目计划书

教师评语：

成绩评定：

附录：

中国首届电子商务大赛青年电子商务创业专题赛

创业计划书模版

一、体例、格式要求

1.书写体例按照国家科技论文编排标准样式，要求层次分明;

2.篇幅要求在3000字——10000字之间;

3.篇首要附加计划书呈报团队等自然常项要素(自我设计);

4.文件标题用宋体初号字;一、二、三号标题分别用宋体2号一4号字;正文一律用

宋体小4号字;

5.图表要按照国家科技论文编排标准制作，有不符合标准的要酌情扣分。

二、项目内容参考(本项目只作为模版参考，不作为评分标准)

摘要(整个计划的概括，文字在2页一3页以内)

1.宗旨及商业模式

2.产品概述

3.市场分析

4.竞争分析

财务预测

6.营销组合策略

7.资金需求及筹措方法

8.团队概述

三、网店介绍

网店经营宗旨及目标、网店简介、网店管理(管理思想、管理队伍、管理决策)

1.组织、协作及对外关系

(1)组织结构

(2)协作及对外关系

①技术及知识产权

②场地与设施

2.市场分析

(1)市场介绍

(2)市场机会及环境

(3)目标市场

(4)顾客的购买准则

(5)市场渗透和销售量

竞争分析及策略

(1)竞争者

(2)技术优势

(3)价格优势

4.竞争策略

(1)对应技术

(2)产品及服务规划

(3)未来产品和服务规划

(4)服务与支持

5.市场与销售

(1)市场计划

(2)产品策略

① 产品定位

② 品牌和商标

③ 质量和服务

④ 产品策略的调整

(3)定价策略

⑤ 定价目标

⑥ 定价导向

⑦ 定价及价格调整

(4)销售策略

① 销售渠道

② 销售步骤

(5)促销策略

① 人员推销

② 广告宣传

③ 公共关系

(6)品牌认证

6.财务预测

(1)资金的筹集和运用分析

① 筹资

② 资金投入

(2)成本、费用与收益分析

① 产品成本分析

② 期间费用

③ 产品销售利润

(3)各种报表的预测

① 现金流量表

② 预测利润表

③ 预测资产负债表

7.创业获得能力分析

8.风险分析

(1)市场风险

(2)政策风险

(3)财务风险

(4)质量风险

9.经营战略

(1)总体战略

(2)产品及服务战略

① 产品发展战略

② 服务战略

(3)组织管理战略

以上关于网店创业计划书范文由feisuxs范文大全整理，更多内容，请继续关注feisuxs范文大全。

**第二篇：实用网店创业经营计划书**

实用网店创业经营计划书

创业计划书查阅次数：419次发布人：范文网编辑

推荐阅读：下面关于网店创业计划书范文由查字典范文大全整理，希望对您有帮助。网店经营计划书的撰写项目目标对如何开展网上经营活动...下面关于网店创业计划书范文由查字典范文大全整理，希望对您有帮助。

网店经营计划书的撰写

项目目标

对如何开展网上经营活动进行筹划和分析，通过对电子商务特征和目前的市场环境、产品与服务、市场与销售、竞争策略、一财务预测以及风险预案等方面的分析，明确网上经营和持续发展的目标，从而制定出科学可行的计划。

技能要求

本项目以如何撰写网店经营计划书为主线;着重考察实习实训参与者的策划与整体规划分析能力。

从提高实习实训参与者职业技能的角度看，本项目实施的着重点在于：培养实习实训参与者对新事物的迅速接受、勇于创新以及实际规划执行的表达能力。

课时安排

(1)时间：2周。

(2)课时：12课时。

考核要点

(1)计划书提出的经营目标明确。

(2)确定目标采用的资料充实，来源可信。

(3)对市场前景有科学的预测和分析。

(4)对经营项目有完整的总体计划和阶段目标。

(5)对实现计划有具体的实施步骤和保证措施。

(6)文字叙述和书写格式清晰准确。

(7)经营项目或方式内容有特色，思维有创新。

一.项目内容和实施步骤

现结合下面的几项实际任务对项目内容和实施步骤逐一进行介绍。

任务1： 提出产品及服务的项目

从事电子商务，首先要掌握电子商务的特征及其与传统商务的区别，并要了解国内外 电子商务的现状、发展的有利条件是什么，还要了解影响发展的主要障碍有哪些。中国的互联网发展很快，目前已经有超过1亿的网民，是世界第二网络大国，其中有2025多万人曾经在网上购买商品，占中国网民总数的 20.7%，对电子商务有巨大的需求空间。

根据《CNNIC2004中国互联网热点报告》整理发现：

(1)平均每次购物金额在 500元以下这一区间的人群比例高达 87.2%，其中 39%的用户在101 元～500元之间，32.9%的用户在50元～100元之间，而在50元以下的只占15.3%，约为501元～1000元区间的2倍。

(2)在购物网民中，分别有超过15%的人购买过服装和生活家居用品，表明中国的B2C市场己经从书刊、影像制品及电脑数码产品为主向一个多样化的消费者市场发展。另外，据相关媒体调查总结出的目前适宜在网上销售的前10个商品品类是：首饰、数码产品、电脑、手机、服装、男士用品、成人用品、化妆品、保健品、体育和旅游用品。

(3)在对网民选择网络购物原因的调查中，有近半数选择了“购买到本地没有的商品”。

(4)对网民购买目标商品方法的调查表明，一般就是：“搜索——比较——咨询”。

(5)通过对目前国内知名购物网站支付方式的调查来看，目前己经有超过一半的购物网民选择网上支付方式。

电子商务在我国的发展还处于研发阶段，新的经营模式、新型商品及服务还在不断出现，并不断涌现出行业代表企业和行业领袖，乃至于新的巨富人物。不成熟的行业更有利于创业者，尤其是现在电于商务创业技术服务和政府支持己经非常成熟。现在做电子商务虽然人门很简单，但个体或企业上网创业经营不成功的也经常发生，这正是所谓追者众成者寡，失败的最重要原因是他们太急躁，盲目追风，仓促上马，没有搞清自己在做什么。

要做什么，以及电子商务什么能做、什么不能做、什么适合自己去做，对每一个阶段该怎样做，缺乏一个科学可行的项目计划书。

在这项任务中，需要创造性的思维与冷静的分析相结合，一方面要跳出传统经营的概念和物质商品的局限，从广义上去理解电子商务，并大胆开发新的商品种类和服务项目，有引领新潮流的勇气;另一方面，也不要异想天开，违背电子商务的内在规律，超越现阶段的客观需求以及自身条件的限制。也就是说既要做到自主创新，又要做到实事求是。

操作步骤如下：

1.选择适合自己经营的产品(目标产品)

选择适合自己经营的产品(目标产品)是开店的第一步，也是关键的一步。因此，第 一步就是要通过搜索引擎在网上查询目前最新的有关网上开店经营的相关指导信息与分析。例如，可登录中国电子商务就业创业服务工程官方网站(netmall.org.cn)，如图1所示。

图 1 netmall.org.cn网站首页

2.浏览有关电子商务网站

可登录中国电子商务公共服务平台(NetMall)来学习建立电子商务网站的相关知识。也可选择登录淘宝、易趣、阿里巴巴等网站建店，大赛期间以NetMall为操作平台，每名同学都需要在该平台上建店，建议2-4人一组，但要注意经营业绩是按人头平均分配的，即一个人建店，营销业绩如果为350元及格的话，三个人则需要经营350\*3=1050元才为合格。

3.浏览部分购物网站

学习有关电子商务网站的展示方法和经营策略，分析目标产品在当前电子商务市场存在的商机，可以参考NetMall上推荐的国内知名购物网站，如西单购物网(igo5)、国美电器网(gome)、淘宝、易趣、阿里巴巴等。

通过上述步骤，了解目前电子商务应用的具体形式和一些经营成功网店的服务项目，从而选择自己创业的主要方向。

任务2： 收集整理相关的资料

制定一个可行的计划书要建立在对相关资料的收集和整理上，有关的知识和方法、将在本篇项目二中详细介绍，这里强调的是：

(1)要充分利用网络检索的工具，在茫茫网海中找到对自己有用的信息，这就要求掌握一定的检索方法和技巧，提高检索效率，特别是使用什么样的关键词及何种检索工具。

(2)收集的资料要完整和可信，要明确计划书中哪些方面的信息具有代表性、说服力，收集时要了解资料的来源，排除虚假信息。

(3)要对收集的信息进行分析和挖掘，既要从蛛丝马迹中找出有用的资料，又要对资料进行印证和查实。

(4)要注意经济信息特别是电于商务的信息变化很快，既要从历史资料的对比中找出发展规律，更要注意采用最新的资料来说明当前的状况。用这样的资料作为依据写出的计划书才具有可行性。

**第三篇：网店创业计划书集锦**

网店创业计划书集锦

日子在弹指一挥间就毫无声息的流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为接下来的学习制定一个计划了。你所接触过的计划都是什么样子的呢？下面是小编为大家收集的网店创业计划书集锦，仅供参考，希望能够帮助到大家。

网店创业计划书集锦1

一、计划摘要

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，这就更为大学生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。

随着社会的发展，以大学生为代表的年轻一代开始频繁的网络上寻找他们喜欢的商品，网络购物已经在全世界成为了一种新的潮流。但在国内市场，网店还大多是小型的地摊店铺形式，还很少有形成针对某个特定群体的特色整体行销专卖店，尤其是对一直走在时尚前沿的大学生群体。因此，制造一些人性化的，有趣的创意产品给客户，让产品生动起来，让客户感到温暖，不仅能让客户对我们的好感增加，也能让我们大学生的创新能力得到锻炼与肯定。

二、项目介绍

1、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。

2、网店目标

客户的需要，就是我们的满意。本网店将从淘宝的普通店铺做起，并用一年的时间积累一定的信用度，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。有了一定的资本后，就能适当扩大网店规模，增加商品数量和种类。

3、创新为本

创新是人类特有的认识能力和实践能力，是人类主观能动性的高级表现，是推动民

族进步和社会发展的不竭动力。一个民族要想走在时代前列，就一刻也不能没有创新思维，一刻也不能停止各种创新。创新在经济、技术、社会学以及建筑学等领域的研究中举足轻重，这对我们的创业计划也是一样

三、市场分析

（1）市场潜量：网络普及，而且现在上网的人一般都是18—40岁的人，他们为了节约逛商店的时间会选择在网上购物，所以我认为在网上销售是一个很好的路径。

（2）竞争者。目前在市场上的生活用品繁多，竞争激烈。其中很多的品牌占有了市场的绝大部分，且每种品牌产品均有各自的特点和稳定期的销量，所以我们要寻找另一个市场，而创意不是人人都有的。创意具有新鲜感，让人感到思维的迸发，因此利用创意来吸引目光是一个不错的想法。

（3）消费者需求的特点。由于上网的人一般都是一些年轻的人，他们对用品的需求是时尚的、个性的，他们喜欢标新立异，他们所能普遍接受的价格为低价格。

四、行业分析

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，而且只要少量存货就能开店，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。

五、市场营销

（一）主要业务

主要以零单销售业和团购业务为主，同时，又根据上架时间的不同各自分类，便于客户更好的查找对应时令所需要的商品。

（二）附属业务

线下订单业务：接收线下批量订单，统一注册新淘宝用户，批量拍货，提供送货上门服务；

（三）网店运营模式

1、进/发货模式

买家拍下物品并付款→我们按提交订单发货→买家确认收货→确认交易完成2、在线客服管理

我们在每个时间段都安排了固定的人员进行旺旺值班。对于光顾我们店的每一位客户，无论他是不是最终能购买我们的商品，我们一定竭尽所能的给予细致入微的服务。此外，对于每一位成员，我们都会安排出时间来熟悉店里所卖的商品，力争以最专业的服务，最和蔼的服务来对待每一位买家。就具体而言，我们设立在线客服的主要目的在于：

（1）引导初次网购的买家，帮助他们解除网购的心理顾虑，并引导整个购买流程，从拍下商品到通过支付宝支付等等。

（2）介绍小店的商品，包括同类型商品的互推；主打商品的主推等等。

（3）由于服饰行业的特殊性，经常遇到临时缺色的情况。这就需要客服很好地和买家沟通，进行调剂。

（4）对于已发货物的查件。我们通过圆通快递，能查清货物目前的位置和预计到达的时间，给买家一个答复。

（5）售后服务以和客户回访。

3、推广策略

第一、朋友推广：我们可以通过周边的朋友，宣传我们的店铺让我们的店铺点击率上升，自己的产品也得到好的销售量。

第二、广告宣传：我们可以在网上发布贴子，让网上的人在贴子里看到我们店铺地址，来观光我们的店铺。

第三、运用媒体：我们可以运用媒体进行宣传我们的产品，提高产品的知名度，突出我们产品的特色。

4、促销策略

开店初期可进行“包邮”、“打折”、“有买有赠”等促销活动，以吸引客户；

每年的各种节日（如五一、十一、圣诞、元旦等）期间，进行一些适合本店客户的促销活动，如“满就送”、“满就减”等，以增加成交量；

在店铺信用等级上升时进行一些促销活动，如“冲钻包邮”、“冲钻打折”等。

六、管理团队

网店每日设在线客服人员两名，“团队成员分时段值班。

网店设：

经理一名，其职责是店内的全面管理，产品选择，市场宣传和业务联系；

客服主管一名，其职责是掌握供货商存货信息，管理普通客服人员接班的准点情况、服务态度，监督网络交易操作；

财务主管一名，其职责是记录网店的管理费用、前期投入资金、进货费用等账目的记录，每月汇报流动资金状况及网店盈亏。

在非常时期，招收大学城附近的高素质的兼职大学生，主要是在旺季需要人员补充的时候，担任业务宣传和产品经营等活动，也可以以二级代理的身份加入。

七、财务分析

通过自带的订单明细表能清晰的反应所有订单的状态，包括收货人，商品数量，货款，发货地，配送方式，配送单号，运费等等。然后通过淘宝的卖出商品记录中，有更为明晰的订单销售信息，包括订单号，买家的具体信息，买家实际付款金额，以及买家购买商品的大致信息。

八、资金需求

1、初期投资

（第一年）的投资主要是淘宝消费者保障服务保证金、代销加盟费（或预存款）、宣传推广费用等，还要一定的流动资金用于物流配送等。

2、第二期投资

阶段业务量会有较大的扩大，需要有较多的流动资金用于进货、发货等，有必要的时候还要聘请员工。

3、其他成本

费：50元/月；

淘宝增值服务和营销工具软件：100元/月

创意用品制作，加工，实验等

九、资金的退出

1、出售

出售包含售出和股权回购两种形式。

2、破产清算

成立清算组、通知债权人申报债权、召开债权人会议、确认破产财产、确认破产债权。

十、风险分析

人力成本：网店经营貌似在时间上很自由，其实还没有上班轻松自在。除非熬到冠级，可以轻松雇佣客服人员为店主分忧。更多的中小网店卖家利润不足以支撑客服薪酬的，只能自己亲历亲为，从进货，拍照，上货，销售，快递，售后等一条龙工作全由自己完成。

商品质量：对宝贝特点，质量做详尽描述，也许网店卖家对商品质量感觉满意，但质量的评定真是仁者见仁，智者见智。也许，一个小线头，对有些人来说，就会觉得质量不好。来网店购物的消费者多追求物美价廉，几十元的商品有时也会跟几百元的做比较。

货源风险：也许您能找到特色货源，人脉渠道，拿到物美价廉的好货。但是，所售商品如果正赶上销售旺季，货源是否有保障。断货、断码等情况出现怎么应对，没有补货，库存不清楚，何时能上货，是否能一一对答如流，解释周全。充足稳定的货源是每个网店卖家经营的根基，而拼抢渠道，竞争激烈，一切皆有可能发生。做好足够的准备，及时掌握库存，稳定货源供应非常重要。

成本风险：包装、网费、电费等这只是很基本的花销，如果卖家注重细节营销，一些附加包装成本便上来了。小店刚经营时，总是要绞尽脑汁做推广的，淘宝网店推广产品多多，只要肯花钱，都可以一一尝试。

物流风险：点也是不能忽视的。但是我们有没有想过客人是在买到东西后几天内收到的呢，东西有没有破损、丢失呢，有没有达到客人预想的结果呢？

运输风险：有些易碎、贵重物品，在包装和快递选择方面都需要慎重。易碎品如果运送途中被损坏，快递是不赔的啊。快递风险也是淘宝中常见的风险，由于在商品邮递过程中，快递公司可能会失误导致商品损坏或者丢失。这就需要店主与买家耐心交流，避免因快递延误或造成商品破损而导致网店信誉受影响。

评价风险：在准备涉足网店创业时，先对这个行业进行了解分析是必须的，心理、体力、沟通能力是否适合这个圈子？还需要慎重思考。而只要风险分析做的够好，就可以躲开这些风险。

十一、结论

创意网店前途宽广、管理容易、风险较小，但对创业者的个人能力有较高的要求，并且销售对象不能大众化，但以大学生的角度来思考，仍然有可观的收入，不失为一种年轻人创业的方法。

网店创业计划书集锦2

一、宗旨及商业模式

本店以诚信为本，以情为桥梁，愿彼此获得更多的朋友、知识和财富。本店的经营宗旨是：付出一片真情，获得更多信任。精诚团结，客户至上。本店属于B2C商业模式，即表示商业机构对消费者的电子商务活动。

二、商品概述

本店主要经营情侣系列商品，主要是饰品类，瞄准年轻人在网上购物的喜好。

三、淘宝网简介

淘宝网，亚洲最大网络零售商圈，致力于打造全球首选网络零售商圈，由阿里巴巴集团于XX年5月10日投资创办开面包店创业策划案开面包店创业策划案。淘宝网目前业务跨越C2C（个人对个人）、B2C（商家对个人）两大部分。

截至XX年一季度，淘宝网注册会员超6200万人，覆盖了中国绝大部分网购人群；XX年一季度，淘宝网交易额突破188亿；XX年全年成交额突破433亿。

根据XX年第三方权威机构调研，淘宝网占据我国网购市场70%以上市场份额，C2C市场占据80%以上市场份额。

淘宝网倡导诚信、活泼、高效的网络交易文化，坚持“宝可不淘，信不能弃。”（金庸）

目前，淘宝网已成为广大网民网上创业和以商会友的首选（湖南怀化80后从白手起家到500万的创业历程）。XX年10月，淘宝网宣布：在未来5年，为社会创造100万就业机会，帮助更多的网民在淘宝上就业，甚至创业。截至XX年，淘宝已经为社会提供超过20万的直接就业岗位。

四、市场前景

有关专家指出，如今经济发达，民众收入不断增加，恋人们有了更多的经济能力来打造自己的爱情之路，互送礼物、信物，表达相思之情已成为时尚，情侣消费市场潜力巨大

统计显示，中国12亿人口，16—35岁的年轻群体达3亿多，如果平均每人为对方赠送150元的礼物（仅是一双鞋或者一件衣服的价格）便有超过450亿元的市场，按全国XX个县市计算，每个县市将达2450万元的市场份额

开面包店创业策划案投资创业。

网上购物已经成为新时尚，同时也会吸引更多的年轻人。据了解，淘宝网十大畅销商品中，珠宝饰品排在第七位，剔除中间商的层层压价，使网上的商品更加物有所值。

据经验丰富的商家介绍，经营初期，知名度与客户群还较为有限，随着时间的积累，小店积累了很多回头客，被老客户带来的新客户也越来越多，店内销售情况还会越来越好。

五、经营模式

代理商

网店代销可以避免库存压力

网店代销可以降低投资成本

网店代销可以大大提升自己的竞争力

网店代销可以大大节约进货时间

网店代销可以享受批发价格却没有订货限制

网店代销可以免费提供的精美商品图片，经过专业技术人员加工制作的图样，既清晰，又漂亮，是新手卖家自己拍摄制作图片所无法比及的六、其他事宜

网店名称：“钟爱一生”情侣饰品

起始资金：0元。

网店创业计划书集锦3

群体目标

国内成年服装年龄段分类基本为：18―30岁，30―45岁，45―65岁，65岁以上。

1、18―30岁：该年龄段的消费群体是服装消费的最主要的群体，是消费群体中服装购买频率最多，总体购买金额较多的群体，其中女性消费的频率高于男性。该群体具有一定的经济基础，很强的购买欲望，时尚、追求流行、个性、敢于尝试新事物。

2、30―45岁：该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最为雄厚的群体，购买欲望同样较强。但该群体大多数的人生观和价值已相对成熟，因此对风格、对时尚都有自己的喜好，其中相当部分人已有自己喜好的品牌，对新品牌的接受程度较低。

3、45―65岁和65岁以上就不用考虑了

从上面数据可知，18―45岁这两个年龄段的消费力相对较高。而处于该年龄段的女性大多都是职业女性或年轻少妇，她们对于服装的追求较为强烈，但对服装的档次不会过分要求。本服装服饰店的目标对象主要定在20―35岁之间的职业女性和有工作的主妇。前者是所谓的单身贵族，后者被称为双薪族。这一目标群体月收入约在1500元以上，无家庭经济负担或属于小康生活家庭，她们多注重服装服饰的款式和搭配，自由支配的费用较多。

商品定品

由于本店的目标对象是20―35岁年龄段的女性群体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张。价位将定在中、低档次上，大众化且让顾客有“物超所值”的感觉。

二、店面的选址（一起考虑）

虽然地点并不是服装服饰店经营成功的唯一前提，但是铺址的选取仍然极大限度地影响店铺生意的好坏。好店址的特点主要有6个方面：

1、商业活动频繁。商业活动频繁的地区一般指商业中心、闹市区。

2、人口密度高。在商业街、居民区附近开店，人流量大，各年龄层和社会阶层的人都有，对于服装服饰款式或类型的选择比较容易。

3、客流量大。涉及地理位置和交通条件等因素。

4、交通便利。一般来说，交通便利的话，客流量自然增大。

5、人流聚集或聚会较多。百货商场、服装商场附近的服装服饰客流量较多，因为客人在逛完商场后会顺带到附近的街店转一圈。

6、同类店铺聚集。经营同类商品的店铺越多，顾客在这里进行比较和选择的机会就越多，因此若能集中在某一地段或街区则更能招揽顾客。

符合以上条件的地方主要有黄兴路商业街、东塘商业圈、五一商圈、中山路一带。对上述几个地方的消费对象、商品定位、客流量等方面进行比较。

经比较分析店面地址：

地点的选择对日后店面的营运好坏影响很大，所以一定要找个商圈位置好的店面。经过调查我发现，步行街、金满地、东塘一带相比较而言具有发展潜力，这需要我们大家一点一滴去寻找，去摸索，然后再定论目的地。

网店创业计划书集锦4

第一章执行摘要

1.1企业经营理念

淘宝商城方便你我他，足不出户购遍天下。！因为我做的属于服务行业，所以自然会秉承服务业的宗旨“顾客至上”，我们相信：因为用心所以专业！的理念

1.2商机和战略

商机：

1、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析：随着网络的发展、电子商务的发展，大多数年轻消费者越来越喜欢网上购物，因为网上购物可以节省购物时间，还可以提供大量的商品让消费者选择，非常便捷。

2、女人爱美丽，爱逛街，这是一个不变的真理，目前的女性消费者数量庞大，占整个社会总体消费的绝大多数，据统计女性消费者占全国人口的48。7%，对网购影响较大主要是中青年妇女，即是20—40岁之间，拥有庞大的数量

3、女性普遍喜欢买衣服跟潮流，男性每季度也就4、5件，而女性则要30+件，这样来说女装的市场是非常可观的战略：

1、我们网店秉承着实现你的公主梦的精神为您提供独特新颖的产品，让你穿出不一样的精彩，并且让您的网上购物更加快乐，更加的可信，实现我们的顾客享受快乐，美丽生活的宗旨。

2、阶段目标：保证货源质量，研发开拓市场，开发客户，提升自己店铺的人气，增加浏览量。在开店初期，应适当地进行营销推广，可以采取开店促销，以及衣服的陈列等，推广宣传时期不仅仅在网上进行推广，采取多营销的策略

1.3目标市场和预测

着重于年轻的消费者群体，年龄在20至40之间的年轻女性朋友们，这些消费者会使我们网点的最大客户群，而这些客户也将是未来的领导者，也是我们的热衷客户

1.4竞争优势

1、有无行业垄断：无行业垄断

2、公司产品竞争优势：网店最重要的消费群体是些大学城的年轻大学生以及刚毕业的一些年轻女性，顾客可以根据自身的喜好进行选择。产品质量好，价格竞争力强：而且为顾客着想：我们网店以顾客的利益为源头，积极为客户提供优质的服务。

1.5盈利分析

每件衣服盈利5~20元，提倡薄利多销，1.6团队

2人团队：我和搭档取长补短，互相配合第二章公司及其产品与服务

2.1公司和公司理念

因为用心所以专业，顾客至上

2.2产品或服务

韩服女装

第三章市场调研与分析

3.1行业

淘宝店铺韩服女装

3.2客户

着重于年轻的消费者群体，年龄在20至40之间的年轻女性朋友们，而这些客户也将是未来的领导者，也是我们的热衷客户

3.3市场大小和趋势

1.取得销量和信誉，在本土运营取得影响力。

2.增开新网店，经营更多的产品

3.打造网店的品牌

4.开展自己B2C平台

5.扩展我们的目标顾客群体，以本土为中心向四周扩展，逐步向全国各地扩展。

3.4竞争和竞争优势

见1.4

第四章企业的盈利分析

4.1盈利模式

淘宝零售和二级代理

4.2达到盈亏平衡月数

冬季属于淡季，销量不太好

初春到盛夏到初秋属于旺季，销量比较理想

4.3产品或服务毛利

韩服女装，效益每件5~20元

4.4利润潜力和持续性

随着生活质量的提高，人们对生活的追求日趋享受化，茶叶和小米都是年轻人所追捧的，所以市场前景很美好，利润只会越走越大，绝对可以长期做下去

第五章营销计划

5.1定价

进价10~60元的卖价16~90元不等

5.2销售战术

热销：推出主销产品

促销：让利给顾客，建立老主顾

会员：拉拢新顾客，让利老顾客

5.3服务和保修

保证产品质量，保障7天免费退货

5.4广告和促销

1>淘宝直通车推广和自己向亲朋好友推广

2>还可以通过淘宝刷信誉和销量来提高销量和效益

3>最重要的是商品要懂得打折和促销以及免费送小礼物

4>只有惊喜不断，礼物不断，别人才更喜欢到你这来

5>”让利”，这是一种手段，就像人们常说的一样：“让女人知道打折的东西是要花钱比登天还难”一样，看似让利实则薄利多销

第六章生产和营运计划

6.1地理选址

最好是有充足货源和便捷快递的地方

6.2软硬件设施

一台电脑和网速良好的网络

淘宝工作台和店铺优化工具

第七章管理团队

7.1组织

2人团队，取长补短，互相配合7.2关键管理人员

7.3管理层报酬和股权

按劳分配，多劳多得

第八章关键风险、问题和假设

1.行业竞争：淘宝网网店用户数量多，模仿性类似性的网店竞相出现，竞争性增强，可能会导致部分顾客的流失和会员减少。

应对：保持店铺的特色，增加产品品种与特色，避免货品单一，降低成本，加强宣传。

2.管理风险：由于我们还是一些未毕业没有经验的在校大学生，在管理方面欠缺许多经验，比如技术经验，人员的调动等。

应对：学习，摸索，创新，多和一些成功的网店店长沟通，吸取精华去其糟粕。

3.货源风险：货品单一，质量问题

应对：和供应商进行沟通，保证货源方面的问题

4.市场推广出现问题导致业务下降

应对：宣传策略跟随市场的变化作调整，并做市场调查，分析失误并制定新的策略。

第九章财务计划

大概预算了一下需要10000元的财务做保障：

1>店铺的消保（1000）

2>上海房屋租金20xx/月（压一付二共6000元）

3>其他费用20xx元（餐饮）

4>店铺的模版，前期推广（主要是淘宝直通车）一共大概900元左右

5>流动资金最少要3000元

拓展：服装网店创业者生存指南

做网店像一头大象，我们都是摸黑前行者。有的人摸到了象粪，闻了闻，就觉得前方是臭的，社会是黑的，于是放弃了行进。他们还怂恿别人尽快止步。可是有的人明明摸到了象腿，不忘初心，坚持攀登，终于爬上了象背，驾驭了人生。所以，包括开车会不会拉升宝贝排名、报活动的销量有没有用、淘宝客会不会拉升权重，等等这些问题以后不要问了，因为最终有么有效果并不取决于你干没干，而是取决于你干的怎么样。所以，有粉丝问我的时候，我一般都会很直白的告诉他：你车技好么？不好就先去学，有点感觉了，再去做网店吧，你一下砸钱进去，赔的比谁都快。

大多数的菜鸟，开网店是这样的：先上架，期待，没生意，着急，急病乱投医，修改，继续没生意，继续修改，自己脑子不想，只会去搜索大神的帖子，照着做，大部分的人都做不好，你要注意个关键的地方：每天在淘宝上有大量的新品、新店出现，搜索引擎对每一个新品、新店都要有考核，但是考核可不是无限的考核，考核是一定有考核期的，过了考核期，如果你表现很差，那么抱歉，除非你以后脱胎换骨，否则想要逆袭，就太难了。有的人自身不努力，还总喜欢哀叹时运不济，觉得社会很黑暗，埋没了他的才华。于是放弃追求，还总喜欢劝别人现实点，打消别人的积极性。最负能量的人，无非就是这种。

新手做网店，大家都是盲人摸象，没有人能看透过程。做生意总有不如意的地方，规则也会有漏洞，他们可能刚巧看到了这一点。但那不是社会的常态，更不是你放弃努力的借口。梦想在你的脚下。不要轻信他人口中的秘诀，创业其实并没有他们说得这么容易。有多少人准备干淘宝的时候，雄心壮志，然后就急吼吼的上架商品，坐等生意，但是大部分会失望。好的开始是成功的一半，上架之初的优化，很大程度上也许会决定你的生死。包括写一个最适合你竞争的标题，好的\'视觉呈现、好的首图，类目属性的优化等等。总结的一点就是：第一周无论你怎么整，破零、转化的指标、客单价的指标、螺旋上升，真的都非常的关键，对新店来讲，第一个月是关键期，如果第一个月表现的不好，那么后期再想上来，会比较难。

淘宝也在尝试很多新的东西，直播，VR等等，因为它自己的平台的流量也在下降，所以要想方设法做一些收购，做一些创新，引进很多外部的流量，比如今年1688诚心通的设计，它就引入了钉钉，微博和高德地图的流量。这是怎样的一个社会呢？它明明像一片森林，浩大、繁杂、多姿多彩。有的人却一叶障目，只看到眼前的尔虞尔诈，蝇营狗苟，就想当然地认为，这个世界也无非就这样。

有些事情，无论你在上面耗多久，可能都学不到什么技能。一年两年，十年八年，你还是那个样子，即使很努力，技能也不会有太大的提高。比如有些简单的机械化的工作，有些低级的打杂性质的工作，除了让你耗费青春，耗费热情，根本没有机会学到什么宝贵的技能，坚持下去，除了拿一份薪水，还有什么意义呢？

何谓宝贵的技能？就是你能够看到这个职业的前景，只要你能驾驭这个工作，你就会越来越有价值，不会轻易被替代。所有轻易就可以被替代的事情，都是不具备宝贵技能的。我们要避免在这样的事情上浪费时间，而是要去做能让自己不被替代的事情。我们做别的事情也一样，有些事情是在不断地消耗我们，而有些事情会让我们越来越好。

真正有益的事情，一定都是和年龄成正比的。即使青春不在，也不用担心被淘汰，甚至，年龄越大，反而自己越值钱。不要觉得自己现在年轻，无所谓，只要事少钱多能轻松愉快地玩就行。早晚有一天你会老的，相信我，老来得很快。如果你不想越过越凄惨，不想在青春逝去时狼狈不堪，那么，从现在开始，放弃那些除了消耗青春，再没有任何意义的事情。青春是用来学习的，不是用来消耗的。

网店创业计划书集锦5

一、网店规划

1.1商品定位。

主营商品：日用商品和体育用品。

在大学校园，本网店创业计划书进行了前期调查，主要调查大学生日常购物习惯及经济承受能力，根据市场调研的结果，结合实际情况，我们选择了将日用商品和体育用品作为主营商品。在日用品中，我们选择了xx。xx以其低价优质的特点，很快抓住了年轻人的心，和我们的目标消费者群体十分吻合，所以我们选择了xx。

1.2价格定位。

考虑到大学生的承受能力，我们主要中低档商品。初期以低价格策略吸引顾客，以薄利多销为主；中后期，企业品牌、信誉稳定以后，根据市场、经营成本情况适当调整价格，但质量水平不会下降，以保证我公司持续经营。

根据目标客户的消费能力，网店使用以下两种不同的定价策略。

l低价促销策略：为了用价格吸引客户，店里的大部分产品，价格都比较低，确保在网上价格战中确立优势。

l溢价定价策略：主要是针对部分高档商品，我们会用优质的服务引导高消费。

为了积攒人气，我们选择了几款商品作为秒杀和团购商品，几乎零利润，促销效果显著。

1.3客户定位。

网店初期的客户群体主要集中在在校大学生。

在校大学生消费行为具有结构多样化、追赶时尚潮流、消费差距大和阶段性强的特点，他们的购买行为易发生，且产品的价格是产生购买行为的决定性因素。

在网店营销活动中，我们会对在校大学生和年轻上班族白领进行重点关注、区别营销，为客户提供个性化的服务和产品。

1.4店铺风格定位。

店铺装修主要体现青春活泼气息，符合目标消费群体特征，能够引起他们的共鸣感。

1.5市场前景。

随着计算机的普及，网络的发展，电子商务的发展，网上购物以其方便快捷、跨时空、跨地域的特点吸引着越来越多的消费者参与到网购的行列中。网上购物的这些特点非常符合现代年轻人的生活方式，这对网店的发展具有很大的鼓励作用。现在的电子商务环境已得到很大改善，不论是法律发面还是安全方面，都已经足以让消费者相信电子商务。

二、市场及可行性分析

2.1客户分析：

我们的主要客户群体是在校大学生。

根据调查显示，目标对象的特点如下：

有明显的好奇心理，在消费方面有趋同性，听同学或朋友介绍产生购买行为。

购买行为基本上是感性的，但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩，一般选择价位在中低档的但浪漫色彩较浓的商品。

没有固定的购买模式，购买行为往往随心所欲。

接受和吸收新事物的能力强，追求时尚，崇尚个性。

影响产品购买的因素依次为：价格、品种、包装、服务等。

购买行为节日性很强，一般集中在教师节、情人节、圣诞节及朋友生日前后。

我们会针对他们的各自特点进行有区别的营销活动和提供产品服务。

2.2竞争分析。

根据刚从xx上和xx网上调查所得的资料显示，目前xx网上共有卖体育用品的网店209家，卖xx化妆品的网店有587家，xx网上卖体育用品的网店有1500家，而卖xx化妆品的有90家。xx网上的各家店铺信誉度情况如下表所示：

其中皇冠级的化妆品店铺主要情况如下表：

化妆品店铺信誉度主要销售产品价位（元）特点：

xx四个皇冠xx20—100对化妆知识非常了解，有专门的美容顾问。

xx三个皇冠xx0—200装修复杂，能给人很专业的第一印象。

xx三个皇冠自xx0—400产品多，价位宽松，消费者选择性较大。

xx两个皇冠xx0—200就xx品牌，有男士系列，产品较全。

2.3SWOT分析。

（一）优势。

1.学校的大力扶植。

本校积极响应“国家鼓励学生自主创业”的政策，为了给电子商务专业的学生提供一个实网络创业大赛中，在人力、物力、财力等方面给予了很大的支持。“xx”网上商城得到了学院领导和专业老师的大力支持。

2.优福网的鼎力支持。

优福网创业平台，不仅能够提供良好的网络展示平台，而且在全国范围内寻找优质的货源，完善的物流和支付系统也让网上购物没了后顾之忧。可以说，优福网将我们创业的成本和风险降到了最低

3.良好的校内市场环境。

我们的目标消费者是大学生，首先就要立足当地。xx地区共有八所高校，在校生9。8万余人。在日常生活、学习用品方面消费较大，同时他们喜欢上网，有一定的上网时间和条件，这给“xx”带来了商机，因此“xx”网上商城很有必要打开并抢占高校这块市场。

（二）劣势。

1.经验不足，管理水平不高。

由于商城创办时间较短，在商城的运营和管理等方面经验不足，对商城出现的一些问题处理的不够恰当，同时由于商城建设方面的人才技术力量有限，直接影响到商城的建设和管理。

2.信誉度不高，市场开发力度不够。

“xx”网上商城成立于xx年下半年，创办和经营时间较短，同时网站的广告宣传力度不够，促销活动以及信息不对称，导致其知名度不高，市场开发力度不足。所以，提高网店信誉度是当务之急。

（三）机会。

1.国家鼓励高校学生自主创业。

近几年高校不断扩招，毕业生数量大幅度增长，由于经济危机的影响，造成了毕业生供过于求，大学生就业成为国家关注的问题。为此，国家出台了通过一系列优惠政策和措施支持大学生自主创业，“xx”网上商城正是为我校电子商务专业学生提供的一个创业平台，为以后就业或创业打下扎实的基础。

2.学校的大力倡导。

学校本着“以培养学生职业能力为本位”的理念，为了提高电子商务专业学生的实践操作能力，使他们更加清楚地认识和了解电子商务的市场运作，出资创办了“xx”网上商城。学校的支持使“xx”网上商城如虎添翼。

3.大学生热衷网上购物日益成熟。

随着电子商务的进一步发展以及大学生热衷网上购物热情递增，网上购物市场进一步扩大，这为我们创办“xx”网上商城提供了契机。

（四）威胁。

1.同类网站的竞争。

目前国内大型的网络购物平台主要有xx等，他们以其产品种类丰富、规模大、管理水平高等优势，占据了网络购物很大的市场。通过调查分析，在喜欢网购的人群中，95%及以上人群会选择xx网之类的大型网站。同时，一些私人网店的跟进，更是掀起了网络购物竞争的热潮，这些都给“xx”网上商城带来了巨大的压力和挑战。

2.传统商铺的竞争。

xx八大高校中遍布大大小小的校园超市和商店，同时一些大型超市xx跟进，也都渴望从高校学生市场上分得一份羹。这也给“xx”加重了竞争压力。

2.4可行性分析。

投资必要性。

根据以上的客户分析、行业分析、竞争力分析，结合我国电子商务发展趋势、国家对在校大学生创业的支持，网店投资环境良好，适合进行投资。

技术可行性。

依托xx网提供的技术平台、xx学院经济贸易系老师的技术支持，xx网的店铺已经建立，网店建立完全由我们自主完成。

组织可行性。

创业计划书已经完成、组织机构已经建立、我们五人都具有丰富的网店经营经验、培训计划已经制定、xx学院大力支持确保网店顺利执行。

经济可行性。

网店位于xx城市带承接产业转移示范区双核之一的xx市高校园区，该区经济活力强、电子商务发展迅速、市场容量大、科技水平高。网络创业既能提高我们自身综合能力，又能减轻就业压力，为其他人树立榜样；网店的经营既可以提高就业岗位，也可以作为在校大学生创业实习的基地，具有较高的经济效益和社会效益。

社会可行性。

目前，国家在政策、资金方面给予在校大学生创业大量支持；xx省各相关部门制定了许多优惠政策，支持xx大学生进行创业；xx市正在申请创建国家级创新城市，大力鼓励在校大学生创业；xx学院对在校大学生创业给予一定的支持和帮助。

三、人员与组织结构

高效的管理和执行团队是创业成功的关键，我们团队共有五人，根据每个人的特点和能力，我们进行了如下分工：

总经理/人力资源部xx：负责网店全面工作。主管人力资源部，负责完善网店的人事制度、培训新员工、招募人力资源、制定薪酬制度。

市场部xx：负责网店的对外广告宣传，形象策划，提高网店知名度，负责网店与其他公司的所有业务，拓展新市场。

客服部xx：负责掌握供货商存货信息，管理普通客服人员接班的准点情况、服务态度、监督网络交易操作，提供网上咨询服务。

财务部xx：负责网店的财政支出、收入业务等账目的记录，每月汇报流动资金状况及网店盈亏。并解决在业务操作中的支付问题。

技术部xx：负责网站初期的技术开发以及中后期的维护、网页内容的更新等工作。并解决网站运行中出现的意外问题，如：黑客攻击等。

四、营销策略与实施规划

4。1营销渠道。

根据调查分析，营销渠道主要有为：

生产商/供应商直接销售（网络上）。

就目前来看，网店主要采用这种营销渠道，即节省了网店的仓储成本和物流成本，也提高了贸易效率。客户一般比较相信生产商和大型供应商，发生问题处理及时，且信誉有保障。

网店创业计划书集锦6

一、项目简介

依托中国最大的C2C网上购物平台――淘宝网，通过电子商务交易方式，打造在淘宝网上有竞争力的网上商铺――时尚潮。欲想在20xx年7月在淘宝网上开家时尚潮服饰专卖店，淘宝网商城为购物商城，而时尚潮将被打造成为它的亮点商铺之一。

二、网店概要

1、投资安排：以最小的的资金投入，尽最大的努力，赢取满意的收入。预期先投入5000元左右。

2、网店基本情况：网店名称：时尚潮地址：广东广州

3、网店的宗旨：追赶时尚，精彩你我他。

4、流程：设计网上商店——选择开店平台——向平台申请开设店铺——进货——登录产品——营销推广——售中服务——交易——评价或投诉——售后服务（或进入淘宝首页注册会员——免费开店——填写用户信息——绑定支付宝账户——淘宝网开店考试——登录账户——我是卖家——基本设置——商品描述及发布等——营销推广——阿里旺旺在线客服——交易——售后服务）

三、产品及企业市场分析

目标市场的设定：客户群以年轻的消费者群体为主，年龄在15至40之间的朋友将会是我们网店的最大客户群。时尚潮的产品主要以流行首饰及服饰为主。

经过市场调查进一步得出结论，该产品在市场内需求量大，市场竞争强烈，需要通过新型的营销手法进行运作，迅速占领市场，获得较高的客户满意度。给以介绍新客户的原始客户小店物品打八折的优惠，或免邮费的营销手法吸引更多的新顾客及留住老顾客。

四、产品来源

直接在批发市场进货。或将产品前期库存将依托实体店，当小店每天业务量保持在10单以后上，将拥有库存。

产品价格问题（网店销售指导价，最低成交限价与供货商结算价和发货费用）和贷款结算方式（有三种方式：第一是接到定单后直接把进货款汇入商家帐号里，供货商受到货款后立即按照网店提供的用户地址和数量发货完成交易；第二是先预付给商家一定数量的货款然后接到定单后直接通知供货商发货快速完成交易；三是跟供货商商议发货打款同时进行甚至可以交易结束后再结算比较省钱），保证货源的顺畅、质量和可靠性，建立我们接到订单，只需要通知商家，由商家直接把商品发给顾客的风险最小的经营模式；若无法直接由商家发货，那就只好接到定单直接去进货然后采用直接邮寄的方式（注意用纸箱把产品稳妥包装，里面最好能垫一些缓冲材料，纸箱外面用胶带密封几道以防止箱子散架，避免运输途中损坏或者泄露影响信誉）。

货物来源：批发市场进货，训练议价能力，力争将批发价压到最低，与批发商建立良好关系，在关于调货的问题上要和批发商协商，以免日后的纠纷。网购，通过淘宝网与阿里巴巴的批量进货方式，满足200元的小额批量进货。

五、网店的主要发展战略目标和阶段目标

1、战略目标：我们坚定与执着于一个目标――追求时尚，精彩你我他！不断挖掘创新自己网店的宝贝。每月都新推几种新潮商品。

2、阶段目标：寻找合适自己网店的货源保质保量，慢慢深入市场，开发客户。

3、进度安排：

第一个阶段：挖掘时尚新品，市场调研，分析问卷。

第二个阶段：淘宝网开店、维护；

第三个阶段：宣传推广；

第四个阶段：进入正轨运营网店。网店用品宣传策划方案：折价促销、赠品促销、限期供应、与其他网店建立友情链接、利用网络以外的宣传方式。

六、物流服务

物流服务拟采用圆通、申通、韵达、EMS这样的成熟网络，价格采用协议价，单票6元左右。还会根据商品的购买量及优惠政策，对顾客实施免邮的措施。

七、风险

淘宝网上开店依然会存在很多风险，比如资源（原材料/供应商）风险、进货的风险、市场不确定性风险、交易安全的风险、积压商品的风险、管理风险（含人事/人员流动/关键雇员依赖等等应对政策：找一些网下不常见或不曾流通市场的产品，以找到最廉价、质量好、稳定的货源渠道，不仅找唯一的一家，我们可以寻找相关的相对独特的产品进行销售，并自己创新一些新的产品。利用网络定期向顾客发送相关产品的介绍，使顾客了解最新的打折、促销及最新产品。定期向顾客发送新闻邮件。利用顾客留下的邮箱及联系方式，定期向顾客发送相关打折产品，会员可换取好礼，贴心的会员生日礼等。

八、退出机制

前期依托实体店不存在库存问题；后期自身持有库存后，滞销品将用摆摊的方式促销，不赞同采用退货给供应商的方式，降低库存压力，迅速回笼资金。

网店创业计划书集锦7

1、选对产品钓大鱼

要在网上开店，首先就要有适宜通过网络销售的商品，并非所有适宜网上销售的商品都适合个人开店销售。笔者通过三大竞争策略助你选好产品。物以稀为贵，选择商品一定不能选择那些到处都能买到的商品，那些商品既然到处都能买到，买家为什么还要来买你的，你再加上邮寄费，肯定比别处的贵了。即使能卖出去，也赚不了钱。你要找些少见的商品，那样自然有人花大价钱来买你的商品了。

这里也就应用了差异化的竞争策略。其次就是利用地区价格差异来赚钱。许多商品在不同的地区，价格相差很多，例如电器类，广东等沿海城市要比内陆便宜许多，而收藏品在古都城市（北京，西安，洛阳）又比沿海便宜的多，所以各位要从自己的身边着眼，找找自己身边盛产而其他地方没有的商品，这样才能卖个好价钱！这里也就应用了成本领先策略。做熟不做生，尽量不要涉足你不熟悉，如果你：热爱手工，热爱十字绣，热爱手绘，热爱创造性的事情，不妨开个相关的DIY店铺。特色店铺到哪里都是受欢迎的。因为特色的东西少，所以容易吸引人。如果你：对摄影非常在行，喜欢数码类产品，不管自己有没有实体店铺，都可以在这方面尝试一下。最重要的是努力成为这个领域的专家。主动回答会员的问题，提供会员你售卖商品的相关知识。时间长了，口碑效应好了，大家一想到这方面的购物，就会首先想到你。总之每个人都有自己的特长的。任何时候，学会淋漓尽致地发挥自己的特长很重要，不要拿自己的短处去拼别人的长处。这里也就应用了专业化的相对创新策略。

2、根据业内人士的建议，通过对网上出售产品的细分发现，合适网上开店销售的商品一般具备下面的特点：

1）体积较小：主要是方便运输，降低运输的成本。

2）附加值较高：价值低过运费的单件商品是不适合网上销售的。

3）具备独特性或时尚性：网店销售不错的商品往往都是独具特色或者十分时尚的。

4）价格较合理：如果网下可以用相同的价格买到，就不会有人在网上购买了。

5）通过网站了解就可以激起浏览者的购买欲：如果这件商品必须要亲自见到才可以达到购买所需要的信任，那么就不适合在网上开店销售。

6）网下没有，只有网上才能买到，比如外贸定单产品或者直接从国外带回来的产品。

当你选择了一类或是数类产品以后，就要开始进行了解客户和对手的市场调查再来确定你的选择是否正确，因为大多数时候你的选择是基于你自己的经验或是不对称的信息进行判断地，判断常常是错误的，最终可有会导致你的创业失败。

网店创业计划书集锦8

一、执行摘要

无论是创业还是要经销新产品寻找新的利润增长点，在选择新产品时首先要明确自己的目标，是准备将产品作为一项长期的事业来发展，还是仅仅作为现有产品的一种补充，或者是其他的一些目的，目的的不一样决定了自己在此项项目上将投入的资金、时间、精力和操作方式都不一样，这些因素往往直接影响甚至就决定了该项目的最终命运。

二、项目介绍

经过对网上商店的调查报告。做出以下网上开店的流程：

1、开始并不在网上，而是在你的脑子里。

你需要想好自己要开一家什么样的，在这点上开网店与传统的店铺没有区别，寻找好的市尝自己的商品有竞争力才是成功的基石。

2、选择开店平台或者网站。

你需要选择一个提供个人店铺平台的网站，注册为用户。这一步很重要。大多数网站会要求用真实姓名和身份证等有效证件进行注册。在选择网站的时候，人气旺盛和是否收费、以及收费情况等都是很重要的指标。现在很多平台提供免费开店服务，这一点可以为您省下了不少金子。

3、向网站申请开设店铺。

你要详细填写自己店铺所提供商品的分类，例如你出售时装手表，那么应该归类在“珠宝首饰、手表、眼镜”中的“手表”一类，以便让你的目标用户可以准确地找到你。然后你需要为自己的店铺起个醒目的名字，网友在列表中点击哪个店铺，更多取决于名字是否吸引人。有的网店显示个人资料，应该真实填写，以增加信任度。

4、进货。

可以从您熟悉的渠道和平台进货，控制成本和低价进货是关键。

5、登录产品。

你需要把每件商品的名称、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，最好搭配商品的图片。名称应尽量全面，突出优点，因为当别人搜索该类商品时，只有名称会显示在列表上。为了增加吸引力，图片的质量应尽量好一些，说明也应尽量详细，如果需要邮寄，最好声明谁负责邮费。登录时还有一项非常重要的事情，就是设置价格。通

常网站会提供起始价、底价、一口价等项目由卖家设置。假设卖家要出售一件进价100元的衣服，打算卖到150元。如果是个传统的店主，只要先标出150元的价格，如果卖不动，再一点点降低价格。但是网上竞价不同，卖家先要设置一个起始价，买家从此向上出价。起始价越低越能引起买家的兴趣，有的卖家设置1元起拍，就是吸引注意力的好办法。但是起始价太低会有最后成交价太低的风险，所以卖家最好同时设置底价，例如定105元为底价，以保证商品不会低于成本被买走。

起始价太低的另一个缺点是可能暗示你愿意以很低的价格出售该商品，从而使竞拍在很低的价位上徘徊。如果卖家觉得等待竞拍完毕时间太长，可以设置一口价，一旦有买家愿意出这个价格，商品立刻成交，缺点是如果几个买家都有兴趣，也不可能托高价钱。卖家应根据自己的具体情况利用这些设置。

6、营销推广。

为了提升自己店铺的人气，在开店初期，应适当地进行营销推广，但只限于网络上是不够的，要网上网下多种渠道一起推广。例如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。也可以利用不花钱的广告，比如与其它店铺和网站交换链接。

7、售中服务。

顾客在决定是否购买的时候，很可能需要很多你没有提供的信息，他们随时会在网上提出，你应及时并耐心地回复。但是需要注意，很多网站为了防止卖家私下交易以逃避交易费用，会禁止买卖双方在网上提供任何个人的联系方式，例如信箱、电话等，否则将予以处罚。

8、交易。

成交后，网站会通知双方的联系方式，根据约定的方式进行交易，可以选择见面交易，也可以通过汇款、邮寄的方式交易，但是应尽快，以免对方怀疑你的信用。是否提供其它售后服务，也视双方的事先约定。

9、评价或投诉。

信用是网上交易中很重要的因素，为了共同建设信用环境，如果交易满意，最好给与对方好评，并且通过良好的服务获取对方的好评。如果交易失败，应给予差评，或者向网站投诉，以减少损失，并警示他人。如果对方投诉，应尽快处理，以免为自己的信用留下污点。

10、售后服务。

这一点不用多说了，完善周到的售后服务是生意保持经久不衰的非常重要的筹码，不同的与客户保持联系，做好客户管理工作。

**第四篇：网店创业计划书**

一.宗旨及商业模式

本店以诚信为本，以情为桥梁，愿彼此获得更多的朋友、知识和财富。本店的经营宗旨是：付出一片真情，获得更多信任。精诚团结，客户至上。本店属于b2c商业模式，即表示商业机构对消费者的电子商务活动。（删除）

二.商品概述

本店主要经营亲情系列商品，主要有电子类、运动类、时尚类、卡通类，商品按不同的系列进行分类，为家庭不同年龄阶段的人提供适合的商品。

三.市场分析

网店的建立，要有立足之地，市场分析是一个必不可少的环节，重点以市场机会、环境、目标市场的选择及消费者购买行为和需求等进行分析。

四.竞争分析

网店的商品与同行相比，因存在各方面的因素，所以相互激烈竞争，主要从技术、商品价格分析竞争因素，然后制定竞争策略。

五.财务预测

主要对筹资投入、产品成本、费用核算，对现金流量表、利润表、资产负债表进行预测，产品销售量的分析。

六.营销组合策略

营销组合，即“4p”，产品策略、定价策略、分销渠道策略和促销策略。

七.资金需求及筹措方法

网店的建立必有资金的需求和筹措，可以通过国家财政资金、银行信贷、非银行金融机构的资金等进行筹措。

八.团队概述

团队的核心是共同奉献，团队的精髓是共同承诺。我们这个团队齐心协力，具有能够一起分享信息、观点和创意，共同决策以帮助每个成员能够更好地工作，同时强化个人工作标准的特点。我们的目标一致，关系融洽，具有责任感，共同努力做好合作的项目，团结共进，众志成诚，为广大的消费者服务。

网点介绍

一.网店经营宗旨及目标

“亲情树下”的建立，为大家提供了真实的网上购物平台，尽量地满足各层次人士的需求，达到“以客户为中心、你需我供”的良好销售体系。本店的经营宗旨是：付出一片真情，获得更多信任。精诚团结，客户至上。

二.网店简介

“亲情树下”由中国首届电子商务大赛全国组委会指定的电子商务运营平台。自2025年4月20日成立以来，“亲情树下”基于诚信为本的准则，从零做起，在短短的一个月时间里，取得了一定的信誉和规模。

亲情是一棵树。每个人都有属于自己的亲情树，集真、善、美于一身的亲情树，为您营造一片天空的亲情树。在这充满亲情的气息里，让我们为亲情树施肥浇水，让它枝繁叶茂。我们用实际行动让世界洋溢着亲情的氛围！实际行动也让我们自己感觉到时尚、潮流！本店主要经营的商品有电子类、运动类、时尚类、卡通类。

三.网店管理

管理思想

①制度创新；

②以科学管理赢得竞争优势；

③实施cs（客户满意）战略，营造品牌优势；

③创品牌，树形象；

④不断强化服务质量管理与成本控制，创优质、高效、安全、快捷服务。管理队伍

在市场竞争激烈、盈利压力日趋增大的情况下，本网店在管理价值链时面临着巨大的挑战。通过团队的努力建立“亲情树下”网店，为您提供的商品既满足顾客的需要又符合当前消费者的个性需求。本网店的成员都具有一定的市场营销、财务管理、电子商务等知识和技术方面的经验。

管理决策

网店的建立是很不容易的，随着科学技术的提高，设备的先进完善，网店的竞争也越来越大，要想取得有效的收益和利润就需要有一个良好的管理理念和决策：①可以建

立高效精于的管理机构，以科学管理赢得竞争优势；②以管理信息系统和网络信息平台实现“管理e化”；③以客户需求为中心，实施cs（顾客满意）战略。

**第五篇：网店创业计划书**

下面关于网店创业计划书范文由feisuxs范文大全整理，希望对您有帮助。

1.Concept：随着时代的发展，网络店铺、网上创业成为这个时代的热门话题，淘宝、易趣上无数的店铺显示着网络店铺的兴旺，而庞大且正不断增长的网民群体为电子商务提供了巨大的市场潜力，网络店铺的优势是非常明显的：投资小，运营费用极其低廉。一个面向全球的、24小时、一年365天不间断营业的店铺，辅助以QQ、手机等现代通信方式和发达的物流配送体系，作为大学生，我认为应该以学业为重，那么网店应该是以一种兼职的模式运行，并且是以卖键盘、硬盘、显示屏、鼠标、内存条等等电脑配件为主，以卖其他东西为辅。所以，我认为应该抓住这个机会，尝试自己在网上开店，不仅是为了实践自己的专业，更是对自己在社会上的一种磨练，目的是为了更好地锻炼自己，可是在锻炼中无形累积了自己的财富。

2.Customers：在线上，主要面向一切网上购物者;在线下，主要是学校内的学生团体、老师、学生个人等等。

3.Competitors：开设这样的网店，可能有千千万万，但是我觉得我们还是有一定的优势的。天时：时代在变化，网上购物已经成为一种热潮，其中隐藏着巨大的商机。地利：下个学期每个宿舍都有电脑且都能上网，同时你在本地有一定的人脉，电脑配件的进货可以确保质量和价格的优势。人和：你的专业是金融保险，创办网店后理财的能力应该会有所提高，我的工作主要集中在计算机网络这一块，加上我的专业是电子商务，所以我正在努力学习这方面的技能，例如学pHOTOSHOp等等，我们的合作应该是互补的，共同进步的。

4.Capabilities：对于网店已经具有初步了解，下一步我们需要分配一下工作：总共只需要两个人，我主要是负责图片拍摄(这部分工作也可以由你来进行，因为我发现你对摄影方面的书很感兴趣，而且女人的审美观很好，你的拍摄能力也应该不差，这方面工作本质就是把一个产品拍得让人想买这个产品罢了)、图片处理(因为拍摄时硬件或者是拍摄的角度天气等原因造成拍摄的图片不能够百分百完美，所以需要后期对图片的处理，例如使用pHOTOSHOp这个软件来处理)，网上定时观察(主要是观察网店的销售情况啦，记录每一笔交易的细节，例如定货的产品和数量，及时通知你去进出货)、更新(有什么新的产品，或是商品无货了，我会及时更新网店的内容)、管理网店情况(负责在线QQ咨询和电话咨询还有SKYpE咨询，有新的定单出现我会及时通知你或直接通知商家)，另一部分由你负责，主要是进出货(主要是和进货的商店进行联系)、收纳支出现金(主要是银行，因为是电子银行，就可以在线查看或执行)和统计财务(主要统计商品的进出情况详略，及时公布赢利或者亏损情况，合理分配资金)。我认为，在学业繁忙的时候，有时可以相互交替一下工作，例如当我比较有空时而你比较忙的时候，我可以先顶替你的工作去进出货，当我比较忙的时候你可以代我去查看网店的情况。最后一个工作，我认为应该是大家共同完成的，确立一个时间开个小会，一个星期一次或者一个月一次，大家共同商讨网店的发展方向策略和实践中的经验。

5.Capital：支出与收入的分配：因为是两个人先合作开网店，所以预先各出200—300块作为备用，也就是作为开店之前可能要用到的费用，总共大概是400—600块左右，以后每月赞助50-100块左右，若有利润产生，对半分配。费用的预计：关于通信方面的费用，如果要买小灵通的费用大概是100—200块左右(每月预冲50-100)，若没有，则预计每月要拿50-100块出来作为通信方面的费用，关于银行卡(电子银行)，如果要办两张卡的话，一张卡冲50元，预计冲100元，关于推销的费用，印发传单和名片，预计要话100—200元左右，如果加上其他的宣传网店手段，还可能更多，关于给商家的备用资金，可能要有200—400元(若采用下面提到的第三种贷款结算方式的话，可省去这方面的资金)，再来就是网站上一些交易时的花费，如下图：

其他成员的加入：按照初期的预算，初始两个成员的支出与收入是对半分的，如果后期有其他的成员的加入，则支出应该按前两个成员支出总和的70%支付维持费用，而收入应该按前两个成员收入总和的30%收取商品利润(一学期结束后汇总分配)(暂时就想那么多，之后再进行补充)

6.Continuation：准备工作分两方面进行，一方面是去进货地统计各电脑配件的型号、价格、畅销程度，和网络上、现市上的价格进行对比，进行有效地筛选，选择我们可以卖，而且能卖的好的商品准备拿到网上去卖，注意和进货的产家定合适的约定，例如有质量问题可以退货换货、以及产品价格问题(网店销售指导价，最低成交限价，与供货商结算价和发货费用)和贷款结算方式(有三种方式：第一是接到定单后直接把进货款汇入商家帐号里，供货商受到货款后立即按照网店提供的用户地址和数量发货完成交易;第二是先预付给商家一定数量的货款然后接到定单后直接通知供货商发货快速完成交易;三是跟供货商商议发货打款同时进行甚至可以交易结束后再结算比较省钱;个人认为用第三种方法比较好，因为你跟供货商的关系不一般，而且为了省钱)，保证货源的顺畅、质量和可靠性，建立我们接到订单，只需要通知商家，由商家直接把商品发给顾客的风险最小的经营模式，(最好是采用这种模式，否则会消耗大量的人力物力);若无法直接由商家发货，那就只好接到定单直接去进货然后采用直接邮寄的方式(注意用纸箱把产品稳妥包装，里面最好能垫一些缓冲材料如珍珠棉、发泡塑胶或者揉成团的报纸，纸箱外面用胶带密封几道以防止箱子散架，最好再用打包机扎一下，避免运输途中损坏或者泄露影响信誉)。

另一方面，就是网店初期的建设，需要一个网店的帐号、一个电子银行的帐号和一台数码相机，网站的选择，个人认为，淘宝网和QQ旗下的拍拍网是不错的选择，前者具有广大的知名度和宣传度(最近老是在电视上看到淘宝网的广告)，后者的操作很方便，有QQ助理的软件，使用起来简单，而且方便边挂Q边观察网店情况，上Q的时候朋友们都能看到。如果选择淘宝网，我认为应该建一个公用帐号，帐号和密码只有我们两个人知道，然后绑定你的建设银行的电子银行的帐号，然后再新建一个QQ号，专门负责在线咨询，用我的手机号码或者你的手机号码作为我们店铺的联系电话，方便与顾客联系(若我们都需要保持一下个人的隐私的话，建议我们购买一个本地小灵通，一来价钱不是很贵，二来有固定电话方便业务联络);如果选择拍拍网，我建议用我的Q号作为我们的帐号，就无需再建一个新的Q号，与前者一样，他们汇钱的帐号写你的建设银行的电子银行帐号，注意一点：填写个人的信息一定要真实，一个虚假的注册信息的人开的店是不会有人来买的，还有填写的联系方式一定要全，电子邮件地址、QQ号、联系电话一个都不能少。关于电子银行的帐号，我建议你的帐号最好跟平时取钱的帐号区分开来，一来方便查帐，二来能够很好的调度资金，还有最好准备两张或两张以上不同银行的卡，其中最常用的就是农业银行、建设银行、工商银行、招商银行的卡，因为有些顾客很挑剔，如果你没有他方便汇款的那个银行帐号就不理你了。

再者，就是数码相机的问题了，一张好的图片关系到我们的产品能不能卖的好，所以相机也是很重要的，我的意见是用借的，为了节省我们费用的开支，我觉得借是最好的办法，我们都是学生不可能有太多的钱去买一台象样的数码相机，为了能把钱花在我们真正需要的时候，我认为跟亲戚朋友借一台相机，应该是可以理解的吧，而且相机最好能在500W象素以上。第一步：一方面，通过大量的准备工作之后，我们筛选出我们想要卖的各种电脑配件的型号、价格比，列出一张清单，接着我们通过清单逐一给它们进行拍照，然后我在刚申请的网店帐号上把这些刚拍好的照片和商品的价格型号品牌介绍等等发布到网店上，并注明银行帐号姓名(你的建设银行的帐号)、邮资和备注等，同时等待顾客的到来。另一方面，就是宣传我们的网店，在网上可以在各类相关热门论坛发帖、群上发言或是放在我们博客上醒目的位置，介绍推荐我们的产品，这是扩大知名度、提高关注度的重要宣传手段，在网络上搜集潜在顾客的E-MAIL，给他们发电子邮件推荐我们的产品，或是多增加友情连接来提高网店的人气;在网下，我觉得应该采用推销的方法，我认为初期的推销对象应该局限在校内，一个是印发传单名片啦，上面写上我们的几项重要的产品型号价格、我们的网店地址和联系方法，传单的特点必须是纸张小但是容易懂又吸引人，不仅要发放，而且可以在各宿舍楼道口和食堂门口张贴，第二个是通过自己的关系网去介绍和推荐，例如推荐给老师和同学以及朋友亲人，二者可同时进行。

第二步：当网店的生意慢慢开始好转的时候，也就是网店商品的销售量有所增加，同时网店的信用度知名度也跟着增加，可还没有壮大到我们幻想的那样人见人爱。这个时候，我认为在商品的选择上，应该趋向于“全”，丰富的商品可以吸引更多的顾客来光顾我们的网店，卖的商品可以不在局限于电脑配件也可以是其他的东西，制定一个折扣的规定，例如买两件9.5折、3件8.8折、5件以上8折或是老顾客9折、当地或者同校9.5折，多花些心思在装修店铺上，介绍要时时更新，图片要拍得更靓，在节假日或者什么特别的节日里搞促销活动——打折或者“买一送一”，搞一口价包平邮即不表明邮价实际上已经算在一口价里面了可以让买家省心为网店赚些人气，总之，在保证商品质量的同时，用一些推销的手段进一步提高我们的产品销售量。每天固定一段时间保持QQ在线和电话畅通，这样才能保证我们与消费者之间的有效沟通。第三步：在网店的经营持续红火的时候，我们也积累了不少经验，在经营这家网店的同时，可以考虑两条路线：一条是在不同的网址上开店，例如可以在淘宝网和拍拍网再开一个网店;另一条是申请一个专用的空间域名，设计一个专用的网页来专门卖我们的商品，和其他更好的网店进行合作，甚至推销到国外去，不过这都是后话了。

www.feisuxs【feisuxs范文网】

7.问题：在头一个月，可能会出现无人问津的情况，原因是网店的知名度不大信用度不高所致，毕竟是一个开张不久的店所以这是很正常的，只要我们加大网店的推广度是绝对能吃到我们开店的第一碗饭的;可能还会出现图片拍摄不够清晰、我的图片处理技术不够完善的问题，因此尽量把它们拍的真实一些，一件物品要多拍几张直到清晰为止，可以先使用相机拍摄出来的图象对其进行简单的处理，等以后熟练掌握其他复杂的图象处理技术的时候再对其进行复杂的处理;可能在宣传中遇到不必要的麻烦，例如网上宣传、发的传单没人理会，或者是自己的朋友对自己的产品的某个环节产生质疑，这里必须相信一点——没有不可能，注意自己的说话态度和沟通方式是一定能解决上述问题;可能对产品的选择上出现问题，我认为初期我们选择要卖的电脑配件不一定要全，但是一定要精，“不全”是说不一定什么配件都要卖，“精”是说有选择地挑选卖的好的电脑配件，可是不能否定，初期上架的物品肯定会有顾客喜欢的或不喜欢的，这时做好统计商品销售情况是很重要的，能够及时替换下难卖的或者说顾客不喜欢的商品，换上顾客喜欢的且卖的好的商品;在工作配合的问题上，“万事开头难”，遇到挫折再所难免，很容易会出现中途退出的情况，退出的理由可能很多，可都是些借口，我建议如果我们对彼此工作感到厌倦时，可以交换工作，或是暂时顶替一小段时间，但关键还是互相的配合才能长久发展;可能没有详细的记录下买家汇款的相关内容，记录下汇款的相关内容是十分重要的，首先是汇款到达的时间：一定要记录并及时告知买家让其放心随后安排及时发货，买家汇入的银行：这样可以清楚的认识到需要办理的银行卡，买家汇入的金额：记录是否这个物品打了一定的折扣或者就是原价买出从而帮助自己指定一些打折活动。(暂时就想那么多，之后再进行补充)

以上关于网店创业计划书范文由feisuxs范文大全整理，更多内容，请继续关注feisuxs范文大全。

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！