# 永辉超市电商工作计划书(汇总27篇)

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-01-28

*永辉超市电商工作计划书1创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，是创业者计划创立的业务的书面摘要，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。不妨看看大学生电子商务创业计划书。一、本公司近期、中期、中长期、长期发展计划：1、近...*

**永辉超市电商工作计划书1**

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，是创业者计划创立的业务的书面摘要，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。不妨看看大学生电子商务创业计划书。

一、本公司近期、中期、中长期、长期发展计划：

1、近期——在武汉设立总部，从武汉做起。

2、中期——从武汉发展到北京、上海、杭州、广州。

3、中长期——由中期的五个城市扩展到东部沿海城市。

4、长期：由东部沿海城市发展到全国。

二、市场分析

1。随着居民收入水平高，享受性支出比重大，近年来小吃、民间手工艺作品、地方特产备受青睐，市场需求大，前景广阔。

2。武汉是全国性的大城市，地形集中紧凑，经济发达，是中部的经济中心，居民收入水平高，消费大，市场容量大。

3。现在全国各大城市还很少专门做小吃的公司，小吃业、民间手工艺作品、地方土特产方面存在很大的市场空白，而且竞争对手少，容易做大做强。

4、本公司的产品面向各种年龄段的消费者，消费人群大。

5、本公司的产品前期主要针对武汉居民，中后期则针对全国人民，由此产生公司销售量是十分可观的

三、财务预测：

1、建设网站及网站推广资金为100万元人民币

2、总部大楼及厂房租金、工商注册资金100万元人民币

3、进货及送货上门资金为150万元人民币

四、资金需求及筹集方法：

1、资金需求见财务预测

2、(1)团队自有资金为52。5万元人民币，占总资金的15%

(2)吸引风险投资资金227。5万元人民币占总资金的65%

(3)从银行等金融机构贷款35万元人民币占总资金的10%

(4)吸引别的投资商、合伙人投资35万元人民币占总资金的10%

详细资料

一、本公司近期、中期、中长期，长期发展计划：

1、近期——在武汉设立总部，从武汉做起。

(1)、武汉是我国中部经济最发达的地方，人口众多，而且分布集中，有效半径较大，市场距离小，这便于在相对较小的地方拥有更多的消费人群，而且也大大的节省了送货上门的成本，提高了工作效率，从而能使公司的利润达到最大化。

(2)。武汉是全国性的商业大都市，机遇和挑战并存，这给了我们团队充分发挥才华的空间。

(3)。武汉是全国高校林立的地方，人才很多，这有利于我们团队的人才建设，有利于吸收全国顶尖的人才。而中部工资成本相对较低，一举两得。

(4)我们团队对武汉比较熟悉，占得了地利;我们团队在武汉有较广的人脉，有利于充分利用难得人和。

(5)武汉位于南北的过渡地段，南北差异不是很明显，人们的生活习惯既有南方人的特点又有北方人的特点，从这一点可以打开销路

2、中期——从武汉发展到北京、上海、杭州、广州

(1)、北京、上海、杭州、广州都是全国的大城市，经济发达，人口稠密，居民的享受性消费高。

(2)、北京、上海、杭州、广州的流动人口大，国际国内的游客多，增加了这些地区本就很大的消费群体。

(3)、这些地区的居民的思想较超前，消费超前，受西方观念的影响较大，克服了中国几千年的传统观念的束缚，消费自主性强，他们充满好奇心，喜欢小吃、民间手工艺作品，其市场潜力不可谓不大。

3、中长期——由中期的五个城市扩展到东部沿海城市。

(1)待到在这五个大城市发展到了一定的阶段后，这些地方的市场也已经差不多饱和了，向外发展已刻不容缓。

(2)、东部沿海地区交通发达，有利于节省交通费用，节约经济成本。

4、长期：由东部沿海城市发展到全国。好的企业在发展到了一定的程度后都会谋求更大的发展，本公司也不例外，而且我们还要积极的准备公司上市事宜，以筹措更多的斤资金，谋求更大的发展。

二、市场分析

我公司专门派遣员工到全国各地考察、并根据其的价值性和可欣赏性，并结合市场的需求决定是否购买，购买多少。例如，在我家乡就有好几种小吃及土特产产品和手工艺作品，据我所知，它们的市场价值都很高，但是就是没有人把这些特色的小东西做成品牌，至今也还是停留在它们被发明的阶段。假如它们被发现的话它们就会变成商家的宝贝，消费者的新宠。其实这又何止仅仅是一个品牌的发现，她既能给厂家带来无限的商机，又能提高当地居民的收入水平，改变那贫困的面貌，造福一方人们，功德无量啊。

**永辉超市电商工作计划书2**

② 要求策划书包括产品介绍、企业业务流程管理、销售模式及网店访问量和销售额（要求数据）以及相关链接（生成二维码）等内容；

③ 凡参赛作品必须属于原创作品，拒绝抄袭，参赛作品一经发现有抄袭现象立即取消参赛资格；

④ 所有作品一律用A4纸打印，体为宋体四号，且文档格式标准。初赛时若发现不符合格式规范的策划文本，一律退回修改，修改合格后方可进入初赛评比。

4.初赛的评分细则：

初赛评分包括以下几个方面（总分100分）:

① 参赛策划书的完整性；10分；

② 产品选择（包括其文化背景介绍、创新程度等）；20分；

③ 管理创新（包括团队管理、商品管理以及网店运作流程等）；30分；

④ 销售模式；30分；

⑤ 其他；10分；

网络营销手段以及参赛作品的完整性由专业评委老师评分。

5.从参赛作品中选出8组进行决赛。

6.参赛团队在网络营销过程中所产生的利润归参赛团队成员所有。

（二） 决赛流程：

1.决赛准备阶段：

1）决赛准备时间：4月1日----4月24日；

2）决赛内容：

网店运营：要求小组要有ppt展示，形式可以多样化，要求包括团队展示、产品展示、销售模式、比赛成果等内容，支持并鼓励创新。ppt展示完成后，由评委老师提1-2个问题，参赛团队派代表回答问题。

3）决赛的评分细则：

① 参赛策划书的完整性优化；10分；

② 店铺装修以及ppt制作；10分；

③ 销售模式；20分；

④ 网站或网店推广；20分；

⑤ 评委提问；20分；

⑥ 创新；20分。

六、 奖项设置1. 一等奖1组：在决赛总成绩中取得最高分数参赛队晋升为一等奖。颁发奖状和奖金150元；

2. 二等奖2组：在决赛总成绩中取得第2、3的好成绩的参赛团队。颁发奖状和奖金100元；

3. 三等奖3组：在决赛总成绩中取得第4、5、6的好成绩的参赛队。颁发奖状和奖金50元；

4. 优胜奖2名；

5. 最佳创意奖1~2名：①最佳创意奖根据参赛团队决赛当晚表现而定，主要评定依据是产品管理的创新、业务流程实现的创新以及销售模式的创新程度；②创意奖根据策划方案主题立意而定，本次比赛中，根据参赛作品（或组织）的具体情况进行的策划优先评定；③获得最佳创意奖的团队将获得至“江西省大学生华南城电子商务创业孵化园”继续项目深造的机会。

注：若本次比赛中没有满足条件的参赛作品，则本奖项视为空缺。

**永辉超市电商工作计划书3**

一、项目策划背景

——电子商务蓬勃发展随着电子商务的蓬勃发展，网上超市在零售业中的地位日益显著。网上超市是B2C电子商务的一种类型，即整合了“网络数据流优势”和“实体超市物流优势”的网络营销中介与消费者之间的商务模式，二者的强强结合形成了网上超市的生命力。目前制约我国网上超市发展的两大因素——“物流”和“数据流”中，“数据流”所涉及的信息流、资金流、商流等问题的解决已有长足进步，但“物流”因素的成长仍然非常缓慢，是当\_上超市发展战略面临的核心问题。据悉，郑州市目前的具备一定规模的网上超市有：e家人网上超市。服务区域的广阔明显制约了其物流体制的发展，我们的School网上购物超市将针对这一点，制定了以郑州高校大学生群体为基础，开办网上超市，逐步面向郑州市发展的策略。

二、产品介绍

产品名称：School网上超市购物平台

我们所提供的服务：网上超市(主营)，免费店铺宣传，新闻咨讯服务，物品流通最新情况。

三、项目的市场定位

我们的初期服务对象：郑州龙子湖区的在校大学生。我们的后期服务对象：郑州市全体高校的大学生。

四、项目实施目标

前期目标：投入郑州市龙子湖区市场，获得50%以上的知名度，占有5%的市场销售额。

中期目标：在高校达到90%以上的知名度，占有15%的市场销售额。

长期目标：在高校占有20%的市场销售额，使其保持一个稳定状态，作好向整个郑州市推广工作。

五、项目的竞争力

我们的直接竞争对手是：郑州e家人网上超市、高校及周边各类实体超市。

对于郑州e家人网上超市，相比较而言，我们的初始服务对象在市场中更有选择性的，我们的区域化物流体系省去了跨地区物流环节，体系规模相对小，易于快速构建，投资也相对较小，并且我们的物流距离短，流通环节少送达速度快。学生服务极具亲和力和影响力，以学生为主的服务模式在初期肯定会给我们打开市场提供便利，所以我们的服务也更具有针对性，具有一定的专业性。

对于高校的各类实体超市，我们最明显的优势也是最大的优势，便是为服务对象提供了便利，为学生实现了足不出户便可享受到的购物乐趣，并且，由于物流距离短，还可大大降低流通成本，零售价格比实体超市价格低。部分有物资信息的同学也可以在网内登出第一手的信息，促进交换的速度和效率。

**永辉超市电商工作计划书4**

一、电商平台上线推广

目前我们公司只有京东商城、淘宝商城、名品汇、微店等4个电商平台刚刚完成建设。其中亚马逊商城我们公司的合同日期已经到了。所以，我建议申请天猫商城做为我们公司开店的另一个接口。

天猫商城:

揭由旺已经在申请了，估计一个月的时间所有手续就可以成功。我们公司就可以付保证金，然后我们公司开始店铺装修。预计年后3月中旬我们公司正式开始正式上线做活动，养店铺数据。

京东商城:

京东商城我们公司目前产品详情页预计在1月30日内完成。以后我们公司所有平台的产品都按照京东产品做为标准上传。

京东目前流量每天保持300人左右。历史最高纪录月访问量4747人，成单82件。由于我们公司目前产品链条单一性，其中主线产品没有明显的促销力度。活动产品也没有较好的政策。

虽然，我们公司几次大的活动都及时上线了。但是还是暴露出我们公司明显人力配置方面太少，电脑配置跟不上我们公司做图的需求。时间又太赶等诸多因素。

团购方面：我们公司因为，没有好的店铺数据所以无法参加京东的活动，同时前期我们公司的刷单也属于没有为店铺做好引流工作，只是徒增了销售数据。

商务舱方面：由于对方公司对我们公司的产品并不是很了解，所以在关键词搜索方面和展现方面做的不够精准。同时没有掌控好促销的时间段。单价消费过高，整体预算不足。

在此关于京东商城，我们公司就不过多做详细的分析了。我建议\_\_年京东商城，优化产品的关键词。多做几款爆款产品，并在外部引流方面增加促销力度。丰富我们公司的主流产品。其中增加白酒的数量，因为目前白酒才有5款。

淘宝商城:

淘宝商城，从开店至今，一直因为多种原因。所以我们公司店铺没有稳定的流量，甚至没有长期的客户进行二次购买。

\_\_年我建议淘宝商城设置专职店长，进行线上维护。因为淘宝的门槛很低，没有太多手续方面的限制。所以，我建议我们公司把一些名品，例如：茅台、五粮液、国窖等名品也都可以拿到线上进行线上促销。

外部引流方面，我已经做好了详细账号和密码。方便店长的操作。

微店、名品汇:

微店、名品汇这是属于手机端的促销店面。其中名品汇我们公司的店铺已经装修完毕。

\_\_年建议名品汇和微店增加推广力度，活动促销。做好线上线下相结合。力求线上做成品牌，线下也做成品牌。

线上我们公司通过网络推广，利用网络产品推广名品汇。增加其曝光率提高线上粉丝量。店铺本身做好日常活动促销，产品上架。从而有销量，做出名品世家特色020另一服务品牌。

二、电商平台年度销售任务150万

我一直很欣赏一句话，厚积薄发，我相信我们公司名品世家就是这样一个团队。

\_\_年我们公司的全平台任务是150万。虽然种种因素我们公司看来150万还只是梦想。

但是没有梦想的人是没有希望的人。没有梦想的团队，毕竟不能走的很远。所以，\_\_年我们公司给全体团队定下150万的销售目标。希望领导同志和全体同仁我们公司相互配合，不计荣辱。把名品世家当做我们公司终身奋斗的目标努力努力再努力。

三、公司相关产品网络推广例如(葡萄园)

我们公司公司是一个综合性的发展型公司，我们公司的领导者高瞻远瞩，是一个有智慧、有超静界的人。所以，我们公司公司未来会有很多主营项目。葡萄园就是我们公司\_\_年发展的新项目之一。

\_\_年我将结合自己的网络推广的优势，配合公司的企业发展。利用网络的曝光率推广我们公司公司旗下的项目。为我们公司公司在新项目上多做些贡献，多带来些好的经济收益。

四、Q酒、手机店铺、微商城功能完善并上线推广

我们公司的Q酒商城PC端、手机端都还没有建设完善，甚至没有上线运营。\_\_年我建议，我们公司应该在PC端和手机端有新的方向和发展目标。如果我们公司立足于发展自己特有商城，我将和同事们一起配合王总(王洪娟)的工作把我们公司的Q酒商城建设好，并争取上线。

微商城是我们公司公司今年又一个新的电商举措。我会配合王总(王洪娟)争取把微商城建设和运营好。做出有名品世家特色的服务品牌。

五、跨界合作

跨界合作，是我们公司整合资源，拓展资金流，共同进步一个很好主流方向。对我们公司\_\_年名品世家在新三板上市有很好开拓性的帮助。

\_\_年，我将利用我自身在电商行业所认识的相关企业进行引荐对接。我们公司以保证金和提点的方式互相引流，相互合作，互帮互助。

六、人员建设

由于我们公司公司是多平台，多项目的公司所以我希望2105年我们公司能增加新的人员进入我们公司的公司。壮大我们公司的电商团队。为我们公司公司的电商发展多进一些人才。人员建设如下：

运营12人:

\_\_年，我们公司有很多同事实习后会相继离开工作岗位，回到学校当中。所以我们公司需要新的电商人才来运营我们公司的电商平台。

程序员1-2人:

\_\_年我们公司的Q酒商城和微商城都需要这样人才来建设我们公司的网站。我们公司都知道建设一个Q酒商城和手机APP端需要很专业的人才来完成我们公司的工作。微商城也同样需要这样的人才。

网络推广1-2人:

我们公司毕竟不是纯电商公司，我们公司电商平台是为了线下门店做为服务的一个窗口。所以，我们公司在促销费用上和力求专业度方面我们公司都不可能投入巨大的精力和经济消费。

而我们公司公司的发展有很多的新项目，电商平台也需要巨大的流量。所以我建议出于对葡萄园和名品汇等主要项目的考虑。还有希望能有销量的可能。

\_\_年我们公司招聘一到两名有经验的网络推广。因为一个人的精力是有限的，就算有合理的时间去分配。但是网络推广是需要一个长期的积累和专注的精力。

七、总结

20\_\_年名品世家是发展的一年，也是开拓的一年。\_\_年我们公司充满了期待，\_\_年我们公司渴望进取。\_\_年名品世家必然电商平台全部上线运营，\_\_年我们公司毕竟成为专属酒行业O2O先驱者。

我们公司将在王总(王洪娟)和全体同仁共同努力下，为\_\_年名品世家的上市。贡献我们公司的一份力量。

**永辉超市电商工作计划书5**

行业近况调查分析

随着电子商务的蓬勃发展，越来越多的传统行业开始重视网络销售，像IBM、戴尔、惠普等品牌很早就已经开始了互联网的商务运作，越来越多的大牌电子产商涉及网络销售，更是引爆了传统电子行业品牌扎堆进入互联网行业的热潮：联想、七喜、神舟等国内产商，不外如是。

经过多年发展，起步早的企业和产商已经形成了自己成熟的网络销售渠道和风格，后来者缺乏对互联网和电子商务运营的经验以及未处理好与传统渠道的关系而面临诸多问题：运营经验不足、销售渠道不通畅、团队竞争力不强、平台没有知名度、品牌没有影响力等，不一而足。

以下是电子商务运作调查结果，电子产品的互联网之路任重而道远。 中国电子商务发展历程

中国购物网站产业链

市场规模

根据淘宝网20\_\_年的业绩报告，淘宝网20\_\_年上半年销售809亿，接近去年全年销售额，占社会消费品总体销售额，比去年上升个百分比，其中电子类销售位居排行第三（手机）、第八（笔记本电脑）和第十（相机数码相机）。（具体报告见后附文一。）

毫无疑问，网络市场正成为消费者消费购物越来越重要的渠道，市场规模必将越来越大，任何忽视网络销售渠道的企业，必将在未来竞争中处于不利地位。

而这点，\_\_\_\_网已经起步，并开始新一轮的发展。

用户群分析

根据新生代市场监测机构中国市场与媒体研究20\_\_春季的研究报告显示：20\_\_年网购用户规模达到8000多万，网购使用率为26％，个人收入达到4000以上，以大专学历以上为主，网购人群的特点是：高学历、高收入、年轻、易接受网络购物，他们的消费代表着当前的流行潮流，并势必引领今后的潮流趋势。

电子商务平台的理想网购人群亦是这些目标群体，并且因这部分人群在引领着时尚的潮流，因此失去这部分市场，意味着将来在传统渠道可能失去更大的市场。

而我们要做的，就是想尽一切办法抓牢这部分购物人群！

传统电子产品的网络直销困惑

大多传统电子产品都有成熟的渠道体系，营收稳定，面对全新的互联网，往往表现出众多的迷惑。虽然电子商务的蓬勃发展，让越来越多的企业和产商看到了机会，在公司的战略方面也确实将网络直销提上了议程，有些已经开始付诸行动，但实际上具体怎么开展却缺乏经验，缺少人才，尤其是在如何平衡与传统渠道的关系、产品策略、定价策略以及物流配送等问题，至今尚未有较好的解决办法。这些因素都制约着企业和产商不能放开手脚在电子商务上取得较大的进展，给了拍拍、淘宝和京东等网货品牌占领互联网市场的机会。

根据调查分析，企业开展电子商务最好方式是，和互联网技术公司合作运营；利用互联网技术公司的技术优势，团队和行业经验开展电子商务是最明智的选择。这样可以大大的降低运营成本和运营风险，同时也可以把自己的主要精力和资源放在自己的核心业务上。

而以上这些最好方式，依托于\_\_\_\_网科技20年的蓬勃发展，\_\_\_\_网都已经具备，我们要做的只是把这些优势发挥出最佳效果！

中国b2c网络购物市场发展现状及趋势

中国电子商务发展的宏观环境整体利好，可以从两个层面去理解：

电子商务宏观发展环境好

1. 国家重视电子商务行业发展、地方政府在税收等政策方面给予优惠和支持、

行业监管研究力度在加强。

2. 国民消费力逐步提高、金融危机影响下网络购物普及率快速提升。

3. 网购用户渗透率提升，网民网购习惯逐渐培养。

4. 网络基础设施大幅改善，诸如支付、供应链管理等电子商务配套系统解决方

案逐渐丰富和完善。

电子商务各个垂直领域中，电子商务的发展势头正旺

1. 电子商务各垂直领域中，电子类商品自07 年开始，成为网购交易大商品品类，电子行业产品网购交易量整体销量的比重年益增长。

2. 传统电子行业08 年以来增速回落，行业平均效益下滑，内需市场成为主力，同时，电子商务成为众企业和产商降低成本、拓展渠道、增加消费及树立品牌的新选择。

电子产品网络购物行业未来发展趋势预测

趋势一：未来2 年高增长

趋势二：竞争格局明朗化

趋势三：市场参与者增多

趋势四：差异化竞争策略

趋势五：引领消费时尚观

——来源于百度调查。

我们的定位与需求

生存环境比较

淘宝像沃尔码：超市内有各种各样的电子产品销售，每款产品都有网店向顾客推销产品。有固定的经营模式、稳定庞大客源、提供菜单化形式、多类型产品名录供消费者选择。

拍拍像便利连锁店：有很多连锁门店，依托于腾讯QQ多年的经营成果，以遍布城市的网点布局，以往供应自家产品，现在并非只经销自家产品，完善自家的销售货品菜单，向消费者推销更多的产品获利。

百脑汇和电子城像农贸市场：众多公司在农贸市场争夺有限客源，市场向入场商贩收取摊位费。虽然整个市场产品丰富有特色，但比的是谁能花大费用租到最靠门口的摊位，比的是谁的嗓门大，众多公司在夹缝中生存，最终得另谋出路，寻求新的发展。

\_\_\_\_网像个体户：有固定门店——依赖于\_\_\_\_网科技20年来的持续发展，有稳定的经营场所，虽然覆盖范围有限，但是还能保证稳定客源。 我们的定位

众所周知，购物网站就是提供网络购物的站点，足不出户即可购买到所喜欢的商品。购物网站就是为买卖双方交易提供的互联网平台，卖家可以在网站上登出其想出售商品的信息，买家可以从中选择并购买自己需要的物品。

目前国内比较知名的专业购物网站有卓越、当当等，提供个人对个人的买卖平台有淘宝、易趣、拍拍等，另外还有许多提供其它各种各样商品出售的网站。

\_\_\_\_网，也是这样的网购平台和电子商务网站，只不过我们是专业的电子类产品供应商、服务商和卖家。

\_\_\_\_网的存在，是对\_\_\_\_网传统销售渠道的补充和互补，同时也是企业占领未来网络销售市场的重要切入点。

我们的目标是致力于打造海西企业一站式采购平台，打造 “专业的中小企业IT采购”第一门户平台，做最好的电子类产品供应商，我们的眼光不能只局限于厦门、福建省，我们最终路线是走向全国，我们的买卖要做到全中国。 我们的需求

了解了行业近况和我们自身的定位，我们要做的事情呼之欲出，说易行难，说起来其实很简单，而实施过程才是最重要的——

把\_\_\_\_网平台推广出去：打出平台知名度，提高产品销售量，扩大\_\_\_\_网和\_\_\_\_网自我品牌影响力，最重要的是，能够赚到钱！

市场推广的最终目的是，通过各种宣传渠道，找到目标用户，并锁定目标用户，吸引他们到我们平台，最终购物消费。

在这之前，我们要做的事是，优化平台构架和平台模块（SEO），维护好平台本身，保证正常运作，避免先天性不足引起的夭折！

**永辉超市电商工作计划书6**

一.人员确定及职责：

人员配备方面前期需要美工和客服另外两个重要的工作岗位，人员不足需要建立弹性团队。基本稳定后可以考虑招聘推广专员辅助店铺推广。

客服：前期人员不足单一客服任务比较繁重，部分任务运营会给予帮助，工作如下：

1.需要以良好的态度完成常规的客户信息回复，引导客人完成订单销售客人收货后不定期进行客户的回访，引导二次销售或者分享等工作。坚决做好有呼必应，有求必助。

2.关于论坛发帖等部分需要在客服有空闲时间后完成，保证每天发2篇以上，内容需要是论坛关注度较高的内容，以及旺旺群，ＱＱ群客服的关系维护，辅助店铺宣传推广。

3.负责每天的订单打印以及审核，配货等工作。后期根据销售情况适当增加人员后实行轮班制度。

美工：主要负责店铺的视觉效果，以店铺次重优化页面，配合促销改良整店铺提高访问深度，做好宝贝的详情描述以提高店铺整体转化率。产品摄影需要美工独立完成，可边做边学。活动期间辅助每天发货的包裹打包完成。

推广：负责不定期策划淘宝商城营销活动；负责公司淘宝交易平台推广工作；策划并制定网络店铺及产品推广方案（包括淘宝推广、SEO、论坛推广、博客营销、旺旺推广等）等营销工作；研究竞争对手的推广方案，向运营经理提出推广建议；对数据进行分析和挖掘，向运营经理汇报推广效果；负责对店铺与标题关键字策略优化、橱窗推荐、搜索引擎营销、淘宝直通车、淘宝客等推广工作。

二、引流工作五步走

第一步：

方法：宝贝上架，自然浏览和钻石展位观察宝贝受欢迎程度，进行初选流量级别：30--50UV

交易量：每天1单左右交易

策略：观察店铺流量情况，为下一步运作打好基础第二步：

方法：分时段宝贝上架，获得基础流量。（建议宝贝200以上）流量级别：100UV—300UV交易量：每天1—10单交易

策略：开源节流，一周左右集中流量打造1-3款爆款，销量10--20第三步：

方法：直通车、淘宝活动（试用中心等）（日消耗50-100元)流量级别：基础流量+（70UV—180UV）交易量：每天3—20单交易

策略：流量持续攀高，集中流量打造1-3款爆款，销量:30--60第四步：

方法：直通车加大、钻石展位加大、淘宝活动申报（天天特价、淘满意、聚划算等）。流量级别：300UV—1000UV交易量：每天5—50单交易

策略：流量继续攀高，集中流量打造1-3款爆款、销量200--300第五步：

方法：直通车、钻石展位、淘宝活动申报（天天特价、淘满意、聚划算等）

流量级别：500UV—2000UV交易量：每天10—100单交易

策略：1-3个爆款基本成形，开始关联营销，会员营销，获得长尾流量三.整体目标：

前一个月，主推款需要确定，以较低价格引入流量，服务好顾客，争取高评分，进行直通车推广，达一定销售数量要求参加淘金币活动，利用淘金币提升店铺品牌知名度，树立良好顾客印象，集中精力打造单一爆款带动店内其他产品，定期设计店铺活动，作引流作用，如：一元拍，满\_减\_，满\_+1元换购，店铺VIP，单品包邮，全年包邮卡，等累积人气活动。定期参加一定的付费推广：钻石展位、淘客、超级麦霸、阿里妈妈推广、帮派广告位（直通车长期固定推广）等。以特殊手法引流但不可以做高虚高价格，再打低折扣销售，部分单品折扣不低于7折，除大促等淘宝大型活动外。2月后每天发单不少于30件。双12活动后通过各种优化以及引流作用目标定于每天50单以上！终极目标日单200！长期优化老顾客。同时保证好评率在以上

**永辉超市电商工作计划书7**

大学生电商项目创业策划书

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，是创业者计划创立的业务的书面摘要，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。不妨看看大学生电子商务创业计划书。

一、本公司近期、中期、中长期、长期发展计划：

1、近期——在武汉设立总部，从武汉做起。

2、中期——从武汉发展到北京、上海、杭州、广州。

3、中长期——由中期的五个城市扩展到东部沿海城市。

4、长期：由东部沿海城市发展到全国。

二、市场分析

1。随着居民收入水平高，享受性支出比重大，近年来小吃、民间手工艺作品、地方特产备受青睐，市场需求大，前景广阔。

2。武汉是全国性的大城市，地形集中紧凑，经济发达，是中部的经济中心，居民收入水平高，消费大，市场容量大。

3。现在全国各大城市还很少专门做小吃的公司，小吃业、民间手工艺作品、地方土特产方面存在很大的市场空白，而且竞争对手少，容易做大做强。

4、本公司的产品面向各种年龄段的消费者，消费人群大。

5、本公司的产品前期主要针对武汉居民，中后期则针对全国人民，由此产生公司销售量是十分可观的

三、财务预测：

1、建设网站及网站推广资金为100万元人民币

2、总部大楼及厂房租金、工商注册资金100万元人民币

3、进货及送货上门资金为150万元人民币

四、资金需求及筹集方法：

1、资金需求见财务预测

2、(1)团队自有资金为52。5万元人民币，占总资金的15%

(2)吸引风险投资资金227。5万元人民币占总资金的65%

(3)从银行等金融机构贷款35万元人民币占总资金的10%

(4)吸引别的投资商、合伙人投资35万元人民币占总资金的10%

详细资料

一、本公司近期、中期、中长期，长期发展计划：

1、近期——在武汉设立总部，从武汉做起。

(1)、武汉是我国中部经济最发达的地方，人口众多，而且分布集中，有效半径较大，市场距离小，这便于在相对较小的地方拥有更多的消费人群，而且也大大的节省了送货上门的成本，提高了工作效率，从而能使公司的利润达到最大化。

(2)。武汉是全国性的商业大都市，机遇和挑战并存，这给了我们团队充分发挥才华的空间。

(3)。武汉是全国高校林立的地方，人才很多，这有利于我们团队的人才建设，有利于吸收全国顶尖的人才。而中部工资成本相对较低，一举两得。

(4)我们团队对武汉比较熟悉，占得了地利;我们团队在武汉有较广的人脉，有利于充分利用难得人和。

(5)武汉位于南北的过渡地段，南北差异不是很明显，人们的生活习惯既有南方人的特点又有北方人的特点，从这一点可以打开销路

2、中期——从武汉发展到北京、上海、杭州、广州

(1)、北京、上海、杭州、广州都是全国的大城市，经济发达，人口稠密，居民的享受性消费高。

(2)、北京、上海、杭州、广州的流动人口大，国际国内的游客多，增加了这些地区本就很大的消费群体。

(3)、这些地区的居民的思想较超前，消费超前，受西方观念的影响较大，克服了中国几千年的传统观念的束缚，消费自主性强，他们充满好奇心，喜欢小吃、民间手工艺作品，其市场潜力不可谓不大。

3、中长期——由中期的五个城市扩展到东部沿海城市。

(1)待到在这五个大城市发展到了一定的阶段后，这些地方的市场也已经差不多饱和了，向外发展已刻不容缓。

(2)、东部沿海地区交通发达，有利于节省交通费用，节约经济成本。

4、长期：由东部沿海城市发展到全国。好的企业在发展到了一定的程度后都会谋求更大的发展，本公司也不例外，而且我们还要积极的准备公司上市事宜，以筹措更多的斤资金，谋求更大的发展。

二、市场分析

我公司专门派遣员工到全国各地考察、并根据其的价值性和可欣赏性，并结合市场的需求决定是否购买，购买多少。例如，在我家乡就有好几种小吃及土特产产品和手工艺作品，据我所知，它们的市场价值都很高，但是就是没有人把这些特色的小东西做成品牌，至今也还是停留在它们被发明的阶段。假如它们被发现的话它们就会变成商家的宝贝，消费者的新宠。其实这又何止仅仅是一个品牌的发现，她既能给厂家带来无限的商机，又能提高当地居民的收入水平，改变那贫困的面貌，造福一方人们，功德无量啊。

大学生电子商务项目创业策划书

在进入二十一世纪的今天，电子商务发展风起云涌，其作为信息时代经济活动全新的技术手段和方法，以成为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。原美国总统\_曾指出：“电子商务是二十一世纪的生存方式，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。”我们国家自来成立\_开始，一场有关电子商务研究和讨论的“电子商务热”随之在国内掀起，某某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。

从以来，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如淘宝网等，通过多年的经营已经成为网上百货商店，货物种类繁多。

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。时代是发展的，社会是在不断前进的，人们的思想也在跟着不断的发展，人需要不断的改变，改变才会收获。

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以很多优惠政策，所以现在是发展电子商务的最佳时机。

消费者选择网购理由

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.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。

优势分析;

1、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、消费者信赖等都是差不多的，因而新进入者的威胁比较大。目前像淘宝网，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。

2、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。我们要有自己的价格方向的优势，并不是每种商品的价格都低于同行业商品的价格，在于同行业商品相当的情况下，让适当的商品的价格略低于同行业商品的价格，再将这些商品进行促销等手段来吸引消费者。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，才能是特色和价格等其他方面占据优势。

3、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、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。网络营销的除了促销，还利用论坛，bbs，浮动广告等宣传。

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，一周内推广网店;然后，力争消费者购买我们的商品;再就是，扩大我们的销售量;最后，提高我们的售后服务质量。

商品定位

根据网店的经营理念，宗旨来确定核心商品，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。

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，根据网店的特点，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。

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，要比现实做的更有特色，将现实中的售后服务和网络售后服务结合，制定出符合网店的售后服务特色，要让售后服务成为我们在同行业中的明显优势。

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数。由一个消费者至少能影响身边至少二十个消费者的连锁反映可以了解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。

质量风险即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，为降低此风险方法只有一个就是提高商品质量，以质保优。

商品策略的调整

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

销售渠道

作为电子商务btoc的企业其销售渠道一般比较简单，主要采取的模式为：生产者→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，在直接销售给消费者，这样减少中间环节，减少商品的成本，使得网上商品的成本比较低，这就是电子商务的优势。

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。

促销策略

采用广告宣传为主，其余促销方式相互配合的促销手段。

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。

广告宣传

广告宣传采用群发电子邮件，在知名网站上做浮动促销广告，在门户网站中超链接，同时登陆上几个搜索引擎，在各大人气论坛发帖。

公共关系

打算以学校中的学生为主要对象，所以公关方面，打算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、团会时间进行以系为单位的宣传，在学校主页上宣传。

品牌认证

树立良好的网店形象，品牌认证是重要之重要因数。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，科学化资金的筹集和运用分析资金的筹集可以采用现金出资、实物出资以及负债资金的筹集，其比例为6：4。公司的现金实物资金为6000元，则负债的筹集为4000元，现金事物资金为内部资金，由内部人员筹集，负债资金主要向学校贷款。企业的资产规模、资产结构分为流动资产包括现金和存货，固定资产两种形式，对于网店，存货占资产的大部分50%左右，现金20%左右，固定资产30%左右。

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数，选择质好价低，运输方便的生产厂家进货，尽量减少不必要的开支。

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1500元

重要报表预测

预测现金流量表

1.主营业务利润率=营业利润/商品销售收入净额=360/1000乘100%=36%通过此，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乘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乘100%=46%该指标反映该比例越高，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。

大学生创业措施

大学生毕业以后，自己唯一能做主的就是选择创业，一旦选择了创业，就不免会遇到许多的问题，如：

(1)方向问题

现在各行各业都有许多专业的人才，一个应届大学毕业生想在某一个方向有所作为，那么他首先在这个方向上有一定的知识储备，所以在校期间有创业想法的大学生，就应该明确自己将来要干什么。

比如：许多来自农村的学生选择回自己的家乡养殖创业，接下来有做的就是认清当地的经济现状，选择一个比较薄弱的环节，储备这方面的知识。这时他所要关心的问题就是他们家乡的气候条件，能养那些，能种那些，市场怎么样等等，这些都是非常的重要。在校期间他还要做的就是，对自己选择的养殖这个方向有一个初步的规划，养哪一类经济动物，养多少?种哪一类经济作物，种植多少?

再比如：有许多人选择开店，首先是选择在哪开，在自己的老家，还是去一个经济相对发达，而对自己又陌生的环境，这是一个选择性的问题。开店经营哪个领域，还应该知道在过去五年或者十年之内，这方面的信息，学习经验，努力取得创新。

(2)资金问题

一个大学生刚刚毕业，完全是一穷二白的什么也没有，要想创业，首先得有一部分钱，只有这样才能挣到更多的钱，有许多大学生来自农村，家里没有多少钱，这时该怎么办呢?

不过现在国家政策非常好，鼓励大学生创业，就是银行支持，大学毕业生可以去银行贷款，但是要想创业需要不小的一部分资金，银行是很难满足的。接下来该怎么办呢?

如果缺的不多，我们可以先问亲戚借，我相信亲戚会支持我们的，如果缺的多，我们可以联合我们大学的同学，一起创业，两人或者三人合资，就可以筹到创业所需的资金。

如果想尽了办法还是不能满足刚开始时的需要，那我们只能等一两年，去干一些不需要成本的活，那样就可以挣到一笔钱，只有这样想尽一切办法，才能向着当初的目标前行。

(3)心态问题

对于刚走出大学校门的人来说，心态是一个很大的因素，虽然大学是一个小型社会，但是在大学我们却接触不了真正的社会，当我们毕业了，走出了校门，没有了学校的保护，要立足于这个竞争异常激烈的社会中，心态是一个考验，因为不是所有的创业者都能成功。

当我们怀揣梦想，以一种完美的心态开始创业时，由于种.种原因导致了失败，怎么办?我们都是刚走向社会的青年，可以说在学校没经历过什么挫折，本来是想好好干一场，没想到遇到了前所未有的失败，这个时候就是真正考验一个人心态的时候，遇到这样的失败我们该怎么面对呢?我认为，越是失败我们就应该越要沉得住气，从哪跌倒从哪爬起来，总结经验从头再来，这要有一种不怕被困难打倒的精神，我相信总有一天会成功的。

(4)经验问题

我们从六岁进入小校，二十几岁走出大学校门，我们能接触到的人除了同学就是老师，我们很少会接触到社会上的人，我们除了学习就没干过别的事情，毕业了让我们离开校园，去干别的事情，经验是一个很大的问题。

对于我们刚走出校门的青年来讲，每个人都存在一个经验不足的问题，唯

一不相同的就是所学的专业不同，也许有些人所学的专业有利于创业，但是面对从零开始的生活，我们都是一样的，为了我们走向社会能尽快的适应，所以我们要在学校做足充分的准备，多去图书馆看一些管理学方面的书籍，抓住自己的目标，储备与创业有关的知识，这样一来，我们与没读过书的人比相比较，我们倒是占据了知识方面的优势，经验是在不断的锻炼中总结出来的，所以我们将来走向社会，要善于总结，抓住重点，不断强化自己，面对问题冷静对待，站在大局的高度上去分析问题，从而，用最好的办法去解决问题。

我相信，只有我们自己认清自己的缺点，自身存在的问题，做好充分的准备，不要盲目自大，虚心去学习，我相信成功会来到我们面前，只有我们不断的去发现问题，找到相应的对应措施，老天还是不会辜负有心人的，胜利的曙光就在前方，就等着我们冲过去。

大学生电商项目创业策划书

**永辉超市电商工作计划书8**

一、电商平台上线推广

目前我们只有京东商城、淘宝商城、名品汇、微店等4个电商平台刚刚完成建设。其中亚马逊商城我们的合同日期已经到了。所以，我建议申请天猫商城做为我们开店的另一个接口。

天猫商城

揭由旺已经在申请了，估计一个月的时间所有手续就可以成功。我们就可以付保证金，然后我们开始店铺装修。预计年后\_月中旬我们正式开始正式上线做活动，养店铺数据。

京东商城

京东商城我们目前产品详情页预计在\_\_月\_\_日内完成。以后我们所有平台的产品都按照京东产品做为标准上传。

京东目前流量每天保持\_\_人左右。历史最高纪录月访问量\_\_人，成单\_\_件。由于我们目前产品链条单一性，其中主线产品没有明显的促销力度。活动产品也没有较好的政策。

虽然，我们几次大的活动都及时上线了。但是还是暴露出我们明显人力配置方面太少，电脑配置跟不上我们做图的需求。时间又太赶等诸多因素。

团购方面：我们因为，没有好的店铺数据所以无法参加京东的活动，同时前期我们的刷单也属于没有为店铺做好引流工作，只是徒增了销售数据。

商务舱方面：由于对方公司对我们的产品并不是很了解，所以在关键词搜索方面和展现方面做的不够精准。同时没有掌控好促销的时间段。单价消费过高，整体预算不足。

在此关于京东商城，我们就不过多做详细的分析了。我建议\_\_年京东商城，优化产品的关键词。多做几款爆款产品，并在外部引流方面增加促销力度。丰富我们的主流产品。其中增加白酒的数量，因为目前白酒才有5款。

淘宝商城

淘宝商城，从开店至今，一直因为多种原因。所以我们店铺没有稳定的流量，甚至没有长期的客户进行二次购买。

\_\_年我建议淘宝商城设置专职店长，进行线上维护。因为淘宝的门槛很低，没有太多手续方面的限制。所以，我建议我们把一些名品，例如：茅台、五粮液、国窖等名品也都可以拿到线上进行线上促销。

外部引流方面，我已经做好了详细账号和密码。方便店长的操作。

微店、名品汇

微店、名品汇这是属于手机端的促销店面。其中名品汇我们的店铺已经装修完毕。

\_\_年建议名品汇和微店增加推广力度，活动促销。做好线上线下相结合。力求线上做成品牌，线下也做成品牌。

线上我们通过络推广，利用络产品推广名品汇。增加其曝光率提高线上粉丝量。店铺本身做好日常活动促销，产品上架。从而有销量，做出\_\_特色020另一服务品牌。

二、电商平台年度销售任务\_\_万

我一直很欣赏一句话，厚积薄发，我相信我们\_\_就是这样一个团队。

\_\_年我们的全平台任务是\_\_万。虽然种种因素我们看来\_\_万还只是梦想。

但是没有梦想的人是没有希望的人。没有梦想的团队，毕竟不能走的很远。所以，\_\_年我们给全体团队定下\_\_万的销售目标。希望领导同志和全体同仁我们相互配合，不计荣辱。把\_\_当做我们终身奋斗的目标努力努力再努力。

三、公司相关产品络推广例如(葡萄园)

我们公司是一个综合性的发展型公司，我们的领导者高瞻远瞩，是一个有智慧、有超静界的人。所以，我们公司未来会有很多主营项目。葡萄园就是我们\_\_年发展的新项目之一。

\_\_年我将结合自己的络推广的优势，配合公司的发展。利用络的曝光率推广我们公司旗下的项目。为我们公司在新项目上多做些贡献，多带来些好的经济收益。

四、Q酒、手机店铺、微商城功能完善并上线推广

我们的Q酒商城PC端、手机端都还没有建设完善，甚至没有上线运营。\_\_年我建议，我们应该在PC端和手机端有新的方向和发展目标。如果我们立足于发展自己特有商城，我将和同事们一起配合\_总(\_\_\_)的工作把我们的Q酒商城建设好，并争取上线。

微商城是我们公司今年又一个新的电商举措。我会配合\_总(\_\_)争取把微商城建设和运营好。做出有\_\_特色的服务品牌。

五、跨界合作

跨界合作，是我们整合资源，拓展资金流，共同进步一个很好主流方向。对我们\_\_年\_\_在新三板上市有很好开拓性的帮助。

\_\_年，我将利用我自身在电商行业所认识的相关进行引荐对接。我们以保证金和提点的方式互相引流，相互合作，互帮互助。

六、人员建设

由于我们公司是多平台，多项目的公司所以我希望\_\_年我们能增加新的人员进入我们的公司。壮大我们的电商团队。为我们公司的电商发展多进一些人才。人员建设如下：

运营\_\_人

\_\_年，我们有很多同事实习后会相继离开工作岗位，回到学校当中。所以我们需要新的电商人才来运营我们的电商平台。

程序员\_-\_人

\_\_年我们的Q酒商城和微商城都需要这样人才来建设我们的站。我们都知道建设一个Q酒商城和手机APP端需要很专业的人才来完成我们的工作。微商城也同样需要这样的人才。

络推广\_-\_人

我们毕竟不是纯电商公司，我们电商平台是为了线下门店做为服务的一个窗口。所以，我们在促销费用上和力求专业度方面我们都不可能投入巨大的精力和经济消费。

而我们公司的发展有很多的新项目，电商平台也需要巨大的流量。所以我建议出于对葡萄园和名品汇等主要项目的考虑。还有希望能有销量的可能。

\_\_年我们招聘一到两名有经验的络推广。因为一个人的精力是有限的，就算有合理的时间去分配。但是络推广是需要一个长期的积累和专注的精力。

七、总结

\_\_年\_\_是发展的一年，也是开拓的一年。\_\_年我们充满了期待，\_\_年我们渴望进取。\_\_年\_\_必然电商平台全部上线运营，\_\_年我们毕竟成为专属酒行业的先驱者。

我们将在\_总(\_\_)和全体同仁共同努力下，为\_\_年\_\_的上市。贡献我们的一份力量。

**永辉超市电商工作计划书9**

一、市场营销实现的基本功能

市场营销活动归纳起来是解决个两个基本方面的问题：其一，让最终消费者（客户）能够方便接触到公司的产品；其二，促使最终消费者（客户）的产生购买行为。

第一个基本功能，我们可以理解为，解决产品的渠道覆盖问题。即采用什么的渠道模式，实现产品的覆盖，方便消费者（客户）购买我们的产品。

第二个基本功能，我们可以理解为，解决产品的消费拉动问题。即通过品牌宣传与推广组合，达到激发消费需求、建立产品品牌偏好、刺激购买行为的目的。

因此，在进行产品市场营销策划时，就必须主要考虑解决渠道覆盖和消费者拉动两个方面的问题。当然，任何产品市场营销的起点都是产品定位，所有营销策略都是围绕着产品的定位、目标市场来展开的，渠道覆盖和消费者拉动也不例外。

二、解决渠道覆盖的问题

我们知道，不同的产品有着不同的营销模式，其销售渠道也大相径庭。例如：快速消费品通常采用的是传统的分销模式：厂家——经销商——批发商——终端——消费者，或厂家——大卖场——消费者；大型工业品销售采用一般采用直销模式，自建营销队伍：厂家——行业客户等。对于快速消费品来说，由于受众分散，所以必须通过渠道分销来实现消费者的覆盖。而大型工业用品，由于针对的是特定的行业客户，涉及的产品技术复杂，需要厂家业务人员深入了解客户需求，提供个性化解决方案。虽然采用销售渠道不同，但都是为了有效地覆盖目标市场。因此，无论是采用经销渠道、中介代理、人员直销、电视购物、网络销售、电话营销等中任何一种或几种渠道的形式，都必须与公司的产品特点、定位、目标市场结合起来。

选对了销售渠道，是不是就解决了渠道覆盖的问题了呢？当然不是，这只是第一步。接下来我们要考虑的是，我们的重点区域市场在哪里，我们的渠道布局核心应放在哪里？为了实现我们的销售目标，我们需要建立什么样的销售网络？例如：某地市啤酒年销售目标为x万吨，约xxx万箱，按平均每个终端网点年销售额xxx箱计算，那么就必需覆盖xxxx个终端网点，而各类餐饮、士多、商超、夜场又分别需要多少？相应的二级批发商、一级经销商的又应该如何规划？而针对大型工业用品，我们要考虑客户的分布情况、单个销售人员的销售幅度、订单额的大小等因素，来考虑直销网点的布局。

三、解决消费者拉动的问题

渠道覆盖的问题解决了，表明我们已经建立了产品与客户见面的平台了。而客户会不会买我们的产品，还要看我们的消费者拉动工作了。

在做品牌宣传与推广时，同样还是首先要考虑目标客户的特征、市场分布、日常行为习惯等因素。然后，再选择合适的宣传媒介与推广方式，与目标客户建立良好的沟通。例如，针对大众化的消费品，我们更多地采用网络、电视等大众化媒体，再辅以路演、社区推广等终端促销推广活动。而针对行业客户，我们可以针对性的采用行业内的期刊、网络等平台进行宣传，同时辅以行业展会、会议、技术交流会、产品验收会等形式进行推广。

在确定品牌宣传与推广策略组合后，我们还要考虑其实施的时间、频率等细节。品牌宣传与推广的策划，并不是孤立的，必须与销售推进的进度结合起来。例如，在我们的产品还没有实现相应的渠道覆盖，终端还见不到我们的产品，如果这时过多的投入广告宣传，就会造成大量广告资源投入的浪费。在新产品上市的前期，应加大品牌宣传与推广的力度，以迅速建立起产品品牌形象。在产品有一定的品牌知名度后，可以减少投放频率，以品牌提醒为主。

对于一些自身实力薄弱的中小企业，寻找与一些有丰富网络资源的企业进行合作宣传推广，是一个值得探索的模式。这样可以利用合作方的资源，在花费较小的情况，覆盖更广阔的市场。同时，更多地考虑利用事件营销、网络营销等形式，起到“四两拔千斤”的效果。

四、营销方案实施的设计

解决了渠道覆盖与消费者拉动的方案设计后，还要考虑如何保证营销方案的实施。

1、资源投入的设计

任何营销方案的执行都必须配备相应的资源，包括：费用投入、人力资源、适宜的组织架构等。在费用投入方面，包括销售费用与市场费用，可以根据按照销售目标的一定比例进行提取。费用投入有一定提前性，特别是市场费用的投入，一般存在着前期销售额较小，而市场投入较大的特点。在方案的实施过程中，再根据市场实际表现，对费用投入预算进行动态的调整，以满足市场运作与费用控制需求。

除了应具有销售与市场费用投入预算外，还必须设计营销方案实施所需的组织架构、人力资源配置等。

2、管理体系的设计

制定了详细的方案后，还需要设计相应的管理体系来保证其实施，如：对营销方案执行情况进行定期的跟踪、反馈，营销方案实施过程的督导，相应的激励考核制度等。

**永辉超市电商工作计划书10**

县供电局:

我公司现位于县镇村，总占地面积\*万平方米、总建筑面积\*万平方米，分二期进行施工。共有\*套房、商店\*间、会所二层、小区公用设施用电等。

小区现进入销售购买与装修阶段，该工程项目计划在\*年\*月\*日竣工验收并交付使用。关于用电申请报告范文。为了能满足住户的要求，能保证用户商业与住宅用电，我公司现向贵局申请安装变压器。由于工程占地面积大、用电量大、并且工程分二期进行开发，所以在第一期与第二期工程各设一个变压器站。

整个小区总用电量为:4578。2千瓦，其中第一期用电量为:2289。1千瓦;第二期用电量为:2289。1千瓦。(注:楼梯房用电由变压器直接连接到各用户;电梯房由变压器先接到配电房后，再由配电房连接到各用户)。关于用电申请报告范文。

特此申请!

敬礼!

申请人：YJBYS

20\*\*年\*\*月\*\*日

**永辉超市电商工作计划书11**

一、电子商务部

20\_\_上半年，电子商务部注重发挥电子商务部承上启下、联系左右、协调各方的枢纽作用。下面，我代表电子商务部将半年来的工作情况汇报如下：

一、网络平台建设

1.购置天融信，使企业的内外网更加的安全，同时能够有效的与各个子企业方便联系。

2.配置高端客户机，使各个部门的工作效率提高。

3.优化企业网络线路。

二、网站建设

电子商务部在网站建设进入设计初步阶段，通过这一平台，使企业能够充分利用网络资源，开展电子商务活动，与客户方便沟通，树立企业形象，主动抢占市场等方面起了积极的作用。

三、企业400客服热线

企业为了方便与各子企业、各部门和客户之间有效的联系，开通了400客服热线电话，通过这一方式，提升了企业形象，扩大了企业业务应用范围，提高了办公效率，使企业集团统一化发展进入一个新的时代。

二、存在的不足及问题

1.企业的网络平台建设目前还不完善，要利用现有的网络设备和技术进一步完善起来。

2.企业网站建设现在不能达到企业的要求，要尽快的达到企业的目标要求。

3.企业的客服电话目前处于简单使用阶段，要开发出所有的功能模块，使工作效率提高。

三、电子商务部下半年的工作计划

1.在20\_\_下半年，继续优化现有网络设备和线路。

2.计划购买UPS不间断电源，确保服务器的正常使用，预算在1万元左右

2.网站建设、办公自动化软件、邮箱系统、客户管理系统的建设

.网站建设现在进入到设计阶段，很快进入实施阶段，预算在万/5年左右。

.网站完成以后，实施网站推广项目。

.办公自动化软件、邮箱系统、客户管理平台系统现在进入项目考察阶段，下一步进入试用阶段，预算在30万元左右。

3.客服热线系统

客服热线400-0516-661已经开始启用，现在开发与网站、客户服务平台互通的业务，并在下半年进入试用阶段，预算在1万元左右。

**永辉超市电商工作计划书12**

1、遂昌县农村电子商务案例背景：早在，阿里研究院就专门总结、提出并推广了“遂昌模式”，知名度很高。遂昌县属浙江省丽水市，山地占总面积的88%，素有“九山半水半分田”之称，是个典型的山地县。所以，遂昌的工业经济一般，以农业经济为主。但这里农林特色产品丰富，这也算是老天爷为遂昌人开的一扇窗吧。

2、遂昌县农村电子商务模式：遂昌的电商协会在当地政府的支持下摸索出了这么一条销售特色农林产品(竹炭、烤薯、菊米等)的模式：生产方+服务商+网络分销商。

据阿里研究院的统计，到20，遂昌县以农林产品为主的电商交易规模已达亿元。此外，农产品电子商务还带动了涉农旅游消费。全县年“农家乐”接待游客达到万人次，经营收入亿元。两项合计超过了8亿元，这就是发展农村电子商务带来的附加红利吧。

3、遂昌县农村电子商务特点：“遂昌模式”的核心是“服务商”，就是“遂昌网商协会”下属的“网店服务中心”，属半公益性质。其核心业务有三块儿：整合可售货源、组织网络分销商群(以当地网商为主)、统一仓储及发货服务。

“网店服务中心”在遂昌农产品电商化的过程中起了非常重要的作用：

A、制定并推行了农林产品的产销标准。这使得杂乱无章的“农产品”向“商品”变身有了规范，使“买卖管”三方的沟通有了依据。

B、直接或通过农村合作组织间接地推动农户及加工企业按照上述标准去生产和加工，提升了当地网货的质量。

C、在县里设立了“产品展厅”和“网络分销平台”，统一制作商品的数据包(图片、描述等)用于支撑网上分销商选货和网销，降低了网商的技术门槛。

D、统一仓储，按照网络分销商们获得的订单统一发货并提供售后服务，使他们实现了零库存经营，降低了网商的资金门槛。

E、推动实现了各环节的社会化大协作：农户、合作社只管做好生产，加工企业只管做好加工，网络分销商只管做好推广销售工作。

4、遂昌县农村电子商务模仿提示：“遂昌模式”仿照工业上的“流程化”模式建立起了农林产品的社会化大协作，自己把货源整合、商品数据、仓储、发货及售后这些比较琐碎复杂的工作承担起来，让上游的生产端和下游的销售端专注于自己最擅长的工作，不用操心全产业链的事，提升了当地电商的整体运行效率和竞争力。这种模式在县域电商的发展初期具有效率高的优势，特别适合推动当地小电商的批量发展。问题是， “网商服务中心”是整个遂昌整个电商链条上的“单一故障点”，一旦这个环节出了问题，上下游都会受到很大的影响，整个链条都有可能停止运行。这就像把辛辛苦苦养的鸡蛋都放在一个篮子里，虽然看着省事儿，一旦这个篮子翻了就麻烦了。

**永辉超市电商工作计划书13**

尊敬的供电局:

您好!

我们是长顺县鑫鑫畜禽养殖农业合作社，近年来，长顺县县委、县政府大力发展特色农业生产，我们响应县委、县政府的号召在长顺县敦操乡敦台新建一个畜禽养殖场，现在工程已经启动建设，为了加快建设的进度，确保实现工程效应，根据建设需要在敦台关处安装一台的变压器来解决养殖用电问题，现在特向贵局申请安装一台50kva的变压器一台，希望贵局能批准。

敬礼!

申请人：YJBYS

20\*\*年\*\*月\*\*日

1.扶贫项目资金申请报告

2.农田水利建设项目资金申请报告

3.项目资金申请报告样本

4.道路建设项目关于资金的申请报告

5.农村项目建设资金申请报告

6.水利项目资金申请报告

7.公司项目资金申请报告范文模板

8.建设项目资金申请报告

**永辉超市电商工作计划书14**

一、电商平台上线推广

目前我们只有京东商城、淘宝商城、名品汇、微店等4个电商平台刚刚完成建设。其中亚马逊商城我们的合同日期已经到了。所以，我建议申请天猫商城做为我们开店的另一个接口。

天猫商城

揭由旺已经在申请了，估计一个月的时间所有手续就可以成功。我们就可以付保证金，然后我们开始店铺装修。预计年后X月中旬我们正式开始正式上线做活动，养店铺数据。

京东商城

京东商城我们目前产品详情页预计在\_\_月\_\_日内完成。以后我们所有平台的产品都按照京东产品做为标准上传。

京东目前流量每天保持\_\_人左右。历史最高纪录月访问量\_\_人，成单\_\_件。由于我们目前产品链条单一性，其中主线产品没有明显的促销力度。活动产品也没有较好的政策。

虽然，我们几次大的活动都及时上线了。但是还是暴露出我们明显人力配置方面太少，电脑配置跟不上我们做图的需求。时间又太赶等诸多因素。

团购方面：我们因为，没有好的店铺数据所以无法参加京东的活动，同时前期我们的刷单也属于没有为店铺做好引流工作，只是徒增了销售数据。

商务舱方面：由于对方公司对我们的产品并不是很了解，所以在关键词搜索方面和展现方面做的不够精准。同时没有掌控好促销的时间段。单价消费过高，整体预算不足。

在此关于京东商城，我们就不过多做详细的分析了。我建议\_\_年京东商城，优化产品的关键词。多做几款爆款产品，并在外部引流方面增加促销力度。丰富我们的主流产品。其中增加白酒的数量，因为目前白酒才有5款。

淘宝商城

淘宝商城，从开店至今，一直因为多种原因。所以我们店铺没有稳定的流量，甚至没有长期的客户进行二次购买。

\_\_年我建议淘宝商城设置专职店长，进行线上维护。因为淘宝的门槛很低，没有太多手续方面的限制。所以，我建议我们把一些名品，例如：茅台、五粮液、国窖等名品也都可以拿到线上进行线上促销。

外部引流方面，我已经做好了详细账号和密码。方便店长的操作。

微店、名品汇

微店、名品汇这是属于手机端的促销店面。其中名品汇我们的店铺已经装修完毕。

\_\_年建议名品汇和微店增加推广力度，活动促销。做好线上线下相结合。力求线上做成品牌，线下也做成品牌。

线上我们通过络推广，利用络产品推广名品汇。增加其曝光率提高线上粉丝量。店铺本身做好日常活动促销，产品上架。从而有销量，做出\_\_特色020另一服务品牌。

二、电商平台年度销售任务\_\_万

我一直很欣赏一句话，厚积薄发，我相信我们\_\_就是这样一个团队。

\_\_年我们的全平台任务是\_\_万。虽然种种因素我们看来\_\_万还只是梦想。

但是没有梦想的人是没有希望的人。没有梦想的团队，毕竟不能走的很远。所以，\_\_年我们给全体团队定下\_\_万的销售目标。希望领导同志和全体同仁我们相互配合，不计荣辱。把\_\_当做我们终身奋斗的目标努力努力再努力。

三、公司相关产品络推广例如(葡萄园)

我们公司是一个综合性的发展型公司，我们的领导者高瞻远瞩，是一个有智慧、有超静界的人。所以，我们公司未来会有很多主营项目。葡萄园就是我们\_\_年发展的新项目之一。

\_\_年我将结合自己的络推广的优势，配合公司的发展。利用络的曝光率推广我们公司旗下的项目。为我们公司在新项目上多做些贡献，多带来些好的经济收益。

四、Q酒、手机店铺、微商城功能完善并上线推广

我们的Q酒商城PC端、手机端都还没有建设完善，甚至没有上线运营。\_\_年我建议，我们应该在PC端和手机端有新的方向和发展目标。如果我们立足于发展自己特有商城，我将和同事们一起配合X总(\_\_X)的工作把我们的Q酒商城建设好，并争取上线。

微商城是我们公司今年又一个新的电商举措。我会配合X总(\_\_)争取把微商城建设和运营好。做出有\_\_特色的服务品牌。

五、跨界合作

跨界合作，是我们整合资源，拓展资金流，共同进步一个很好主流方向。对我们\_\_年\_\_在新三板上市有很好开拓性的帮助。

\_\_年，我将利用我自身在电商行业所认识的相关进行引荐对接。我们以保证金和提点的方式互相引流，相互合作，互帮互助。

六、人员建设

由于我们公司是多平台，多项目的公司所以我希望\_\_年我们能增加新的人员进入我们的公司。壮大我们的电商团队。为我们公司的电商发展多进一些人才。人员建设如下：

运营\_\_人

\_\_年，我们有很多同事实习后会相继离开工作岗位，回到学校当中。所以我们需要新的电商人才来运营我们的电商平台。

程序员X-X人

\_\_年我们的Q酒商城和微商城都需要这样人才来建设我们的站。我们都知道建设一个Q酒商城和手机APP端需要很专业的人才来完成我们的工作。微商城也同样需要这样的人才。

络推广X-X人

我们毕竟不是纯电商公司，我们电商平台是为了线下门店做为服务的一个窗口。所以，我们在促销费用上和力求专业度方面我们都不可能投入巨大的精力和经济消费。

而我们公司的发展有很多的新项目，电商平台也需要巨大的流量。所以我建议出于对葡萄园和名品汇等主要项目的考虑。还有希望能有销量的可能。

\_\_年我们招聘一到两名有经验的络推广。因为一个人的精力是有限的，就算有合理的时间去分配。但是络推广是需要一个长期的积累和专注的精力。

七、总结

\_\_年\_\_是发展的一年，也是开拓的一年。\_\_年我们充满了期待，\_\_年我们渴望进取。\_\_年\_\_必然电商平台全部上线运营，\_\_年我们毕竟成为专属酒行业的先驱者。

我们将在X总(\_\_)和全体同仁共同努力下，为\_\_年\_\_的上市。贡献我们的一份力量。

**永辉超市电商工作计划书15**

一、竞赛项目

产品营销策划。

二、竞赛目的

1、调动学生学习积极性，强化学生学习的针对性。

2、提高学生营销策划能力。

三、竞赛安排

1、选手参赛选手为营销大专1201班全体学生，其它班级自愿参加。

2、奖项设一等奖1名、二等奖1名、三等奖2名，颁发奖励证书和奖品。

5、组织18周星期三下午两点半开始进行决赛，由管理教研室负责决赛具体工作的组织与实施。

四、竞赛内容

包括制定营销策划方案、现场PPT展示与答辩两个部分。具体竞赛内容如下：

1、制定营销策划方案

本次营销策划竞赛项目指定以某种快速消费品作为竞赛商品。参赛选手自主选定现实市场中某一种快速消费品，联系生产、经销企业进行调查，了解产品市场情况，站在企业角度制定产品营销策划方案，并在规定时间内将营销策划方案递交竞赛组委会。营销策划方案具体要求参见附录。

2、现场PPT展示与答辩

现场进行营销策划方案PPT展示和答辩。参赛选手在规定时间内对赛前提交的营销策划方案进行现场PPT演示和陈述，同时回答评委的提问。

3、竞赛方式

①竞赛采用小组团队比赛的方式，每个参赛队由2名选手组成。

②竞赛分两个阶段进行。第一阶段完成产品营销策划方案，并于第二阶段进行前提交；第二阶段在竞赛现场进行，PPT展示营销策划方案并进行答辩，时间为12分钟，其中PPT陈述时间7分钟，答辩5分钟。第二阶段的两个环节比赛顺序由各参赛队赛前抽签决定。

5、成绩评判与名次排列办法

比赛采用分项得分，累计总分的计分方式。每个项目计100分，取各位评委评分的平均值计各队得分；累计总分办法为产品营销策划方案成绩计70%，现场PPT展示和答辩成绩计30%，两项得分之和为各队最后得分。按总分高低进行排序后记名次，若总分相同，第二阶段的两项总分之和高者名次列前。

五、选手须知

（一）赛点提供的设备

现场PPT展示和答辩的场地及设施：一间多媒体教室，多媒体投影仪一台、电脑一台，其中PPT采用Powerpoint20\_版本。

（二）选手自备工具

各参赛队须准备U盘一个，将营销策划方案电子版和PPT演示的课件拷贝交竞赛组，并确保能正常使用。

（三）选手注意事项

1、各参赛队须自行认真制定营销策划方案，如果发现有大面积抄袭，该项成绩为零分。

2、各参赛队务必按时提交2份营销策划方案纸质材料、电子稿和PPT课件给竞赛组。

3、现场PPT演示陈述和答辩环节均有规定时间，在规定时间的最后1分钟和时间结束时，工作人员会给予提示，超时将根据情况酌情扣分。

4、陈述结束后，评委提出答辩题目，参赛队可自行准备，下一参赛队进行陈述；当下一参赛队陈述结束后，上一参赛队上台回答评委提出的问题，以此类推。

**永辉超市电商工作计划书16**

第一部分 摘要

一、项目背景

二、项目简介

三、项目竞争优势

四、融资与财务说明

第二部分 厨房电器行业与市场分析

一、市场环境分析

(一)政策环境分析

(二)经济环境分析

二、厨房电器行业市场分析

三、厨房电器市场预测分析

四、市场分析小结

第三部分 公司介绍

一、公司基本情况

二、公司业务介绍

三、组织架构

四、主要管理团队

第四部分 产品与技术

一、主要产品介绍

(一)主要产品

(二)产品性能

(三)产品的竞争优势

二、产品制造

(一)产品生产制造方式

(二)生产工艺流程

(三)质量控制

(四)售后服务

(五)生产成本控制

三、技术与研发

(一)关键技术介绍

(二)技术亮点

(三)现有的和正在申请的知识权

(四)研发团队

(五)持续创新安排

第五部分 营销规划

一、营销战略

二、营销措施

第六部分 项目发展规划

一、发展战略

二、阶段发展规划

三、实现经营目标采取的具体策略

(一)营销网络计划

(二)人才培养和引进策略

(三)服务提升计划

第七部分 融资说明

一、资金需求

二、资金使用规划及进度

三、资金筹集方式

四、投资者权利

五、投资退出方式

六、项目估值

(一)评估技术说明

(二)收益现值法简介

(三)评估假设与模型

(四)评估值的计算

第八部分 财务分析与预测

一、财务评价依据

二、财务评价基础数据与参数选取

三、有关说明

四、经营收入预测

五、成本费用估算

六、盈利能力分析

(一)项目损益和利润分配表

(二)项目现金流量预测表

(三)项目财务评价指标计算

七、财务评价结论

第九部分 风险分析

一、风险因素

(一)行业竞争加剧风险

(二)技术更新于产品开发风险

(三)技术失密风险

(四)管理风险

(五)财务风险

二、应对措施

(一)应对行业竞争风险

(二)应对技术更新风险

(三)应对技术失密风险

(四)应对管理风险

(五)应对财务风险

**永辉超市电商工作计划书17**

一、 活动名称

特色江西，创新电商--大学生电商运营大赛

二、 活动目的本届大赛继承前几届电商运营大赛的创新实践精神，总结经验并在老师的专业指导下，将此次比赛侧重于产品选择、管理以及销售模式方面的创新。为广大同学提供一个电子商务实践平台，让同学们切身体会电商运营整个流程，真正锻炼同学们的电子商务应用、网络营销和创新能力，同时加强同学们的团队意识和团队合作能力。

本届大赛是经济系第五次举办，不仅要突破前四届的风采同时也要展现本届的特色，还要加强各个系各个专业之间的交流；要体现出电子商务的文化，把电商行业的朝气蓬勃、大胆创新的一面展示出来。

本届大赛举办适逢学风建设活动月，能更好地塑造积极、活跃的校园学习氛围，打造形式多样文化竞技平台，推拉结合，激发学生的学习兴趣，团队协作意识。

三、 活动预计效果1. 同学们通过这个开放性的平台，将自身所学、所了解的电子商务知识应用于实战，提高同学们的电子商务应用能力和网络营销能力，让同学从这个平台真正得到学习和锻炼；

2. 激发和展示网络时代大学生群体的个性与意志表达力、创新行动力和影响力；

3. 树立广大同学的信息化意识、市场意识和网络意识，同时也为今后的走向工作岗位培养团队意识、创新意识和实践精神！

四、 大赛的相关要求（一） 主要参赛对象：

全院各系大一至大三的学生；

（二） 参赛形式：

全院学生可以自由组团，团队成员

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！