

电子商务营销策划方案6篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/213774.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

电子商务营销策划方案篇一

伴随着中国经济快速成长及成长烦恼，中国电子商务经多年蛰伏，已全面爆发，并在各个方面对传统商业模式形成冲击。企业精英都在思索所在行业和企业如何开展电子商务，高校学子也立足各自专业学识探求创新性电子商务模式。致力于把广大学子和商界精英关于电子商务的网梦连接起来，并促其成真，中山大学与兄弟院校的电子商务相关学院联合策划指导本次活动。

电子商务方案大赛旨在搭建一个平台连接企业和高效，为广东学子提供一个大胆创梦，学以致用，业界检验的实践机会；为企业人士提供一次对话高校、头脑风暴、创意电商的合作尝试。

本次大赛将分两个组别：

组别一：企业电子商务运营方案

组别二：互联网应用创新方案

组别一采用给定题目或范围的模式进行（如：招投标，企业招标，学生团队投标）。主要锻炼大学生学以致用用的能力，与甲方沟通合作能力，以及方案设计能力。每个项目组有企业人员参加，根据企业背景进行方案设计，是否为企业所认可是重要评估指标。

组别二采用商业计划书与投资人的模式。主要锻炼大学生观察能力、分析能力、创新能力和沟通能力。每个项目组结合生产生活场景，基于互联网，乃至物联网，云计算，位置服务，移动终端等设计改变既有生产生活运作方式的新的业务模式。是否有市场前景和投资价值是重要评估指标。

电子商务网梦成为现实

本次大赛由中山大学牵头（管理学院、创业学院，邀请信息科学与技术学院共同策划指导；联合软件学院、移动信息工程学院、岭南学院、国际商学院、传播与设计学院、旅游学院、地理科学与规划学院、工学院等主办），在其他兄弟院校对应学院（华南理工大学管理学院、暨南大学管

理学院、暨南大学深圳旅游学院、华南师范大学经济与管理学院、广东外语外贸大学国际工商管理学院)支持下,与相关协会(广州电子商务协会、广州市商业总会、中国海归合作组织、创业互助沙龙)、企业机构(澳大利亚昆士兰州贸易投资局广州代表处、信联通电商物流有限公司(香港)、ibbd、电商观察团、广东中科招商)合作,为广大大学学子提供一次试水电商大潮的机会。

中山大学(管理学院、信息科学与技术学院、软件学院、移动信息工程学院、岭南学院、国际商学院、传播与设计学院、旅游学院、地理科学与规划学院、工学院、创业学院)

支持单位:

华南理工大学(工商管理学院)

暨南大学(管理学院、深圳旅游学院)

华南师范大学(经济与管理学院)

广东外语外贸大学(国际工商管理学院)

合作机构:广州电子商务协会、广州市商业总会、中国海归合作组织、澳大利亚昆士兰州贸易投资局广州代表处、信联通电商物流有限公司(香港)、创业互助沙龙、ibbd、电商观察团、广东中科招商、.....

承办:中山大学创业学院、管理科学系、管理学院学生会、信息科学与技术学院学生会、学生信息科技发展中心

参赛对象

广东大学所有本、硕、博及mba等各类工程类硕士学生。建议围绕具体电子商务问题所涉及多个学科学生组成团队,鼓励邀请指导老师参与团队。

参赛学生以团队方式参加比赛,每支参赛队伍人数不超过7人(企业成员人数不计),年级专业不设限制。鼓励跨专业组队。

报名方式:登陆大赛活动网站ecc.,网上报名。

xx年5月1日-6月30日

· 组别一。企业招标电子商务方案

大赛网站提供合作企业的真实案例,和招标方案。参赛队伍需选择其中一个企业案例,参与主办方集中安排的企业实地考察,根据企业提供的信息与要求,为其制定量身打造的电子商务方案。鼓励企业指派专人加入竞赛团队。

组别一,5月1日开始网上报名。供参赛队伍随即可以与企业沟通、并推进方案建设,5月10日确定企业与项目组配对,企业可以选择一对一或一对多。企业最终认可的方案才能参与最终决赛评

比。5月30日为网上提交最终日期。6月1日-6月10日，主办方将根据参评数量安排1-2次竞赛陈述方案，邀请中大相关学院资深教师和企业资深人士作为评委，进行评审。6月23-30日选择一晚举办颁奖晚会。

· 组别二。互联网应用创新方案

参赛队伍自由选择创意，开发具有创新性、盈利前景的电子商务方案。本组比赛强调创新性，参赛队伍需独立完成一个具有盈利空间的创业计划。

组别二，5月1日开始网上报名，5月10日为报名截止日期。参赛队伍需在5月30日24:00前网上提交完整的电子商务创新创业方案，主办方将组织管理学院、创业学院等学院的老师以及来自投资机构的投资人代表作为评委进行初审。进入决赛的优秀方案最迟于6月2日公布。参赛队伍根据评委的点评意见进行进一步修改完善，决赛时间为6月3日-10日的某晚举行。决赛形式为参赛队伍对其电子商务创业方案进行公开展示与答辩，由老师及企业代表组成评委进行评比。6月23-30日选择一晚举办颁奖晚会。

颁奖晚会将邀请参与企业高管，各学院分管领导，专家教授，获奖学生团队参加。

(一) 大赛奖项

组别1

奖项

奖励

一等奖(1名)

3000元+获奖证书

二等奖(2名)

xx元+获奖证书

三等奖(3名)

1000元+获奖证书

组别2

奖项

奖励

一等奖(1名)

5000元+获奖证书

二等奖（2名）

3000元+获奖证书

三等奖（3名）

xx元+获奖证书

（二）其他奖励

1、组别1中招标企业会从投标团队中挑选优秀方案并给予企业的奖励，该奖励会在企业的招标文件上写明。

2、进入决赛但未获名次的参赛队伍都将获得参赛证书。

3、组别1优秀方案有机会获得企业采用并获得更多额外奖励，组别2优秀创业方案有机会获得与投资人的进一步接触，争取获得投资的机会。

大赛期间，将邀请企业家进入校园和课堂分享学识和经历，甚至对其方案需求进行宣讲。配合企业寻找优秀电子商务及相关专业人才在校园的相应活动的组织宣传。

邀请各方知名人士的电子商务论坛活动。

时间

相关日程

备注

5.1—5.10

初赛报名

（1）。报名方式：登陆大赛活动网站ecc.进行网上报名

（2）。咨询群：网梦成真电子商务大赛（191956931）

5.30

提交初赛方案

6.2

公布初赛结果

6.7

决赛

决赛形式为参赛队伍对其电子商务创业方案进行公开展示与答辩，由老师及企业代表组成评委进行评比。

6.8 (暂定)

颁奖典礼

电子商务营销策划方案篇二

网站采用全局导航系统，访问者可以清楚了解网站的内部结构，方便他们在不同部门之间跳转。

网站建设以界面的简洁化，功能模块的灵活变通性为原则，为xxx数码产品有限公司网站设计制作维护人员提供一个自主更新维护的动态空间与发挥余地，去完善办好他们的网站，达到一次投资，长期受益，降低成本的根本目的。

网站首页是网站的第一内容页，整个网站的最新、最值得推荐的内容将在这里展示。以达到整个公司的企业形象的和谐统一；在制作上采用asp动态页面，系统可以调用最新的内容在首页显示。在内容上，首页有公司的新闻热点，推荐产品等信息，并且管理员在后台可以动态更新首页的内容，使整个网站时时充满生机与活力。在设计上，注重协调各区域的主次关系，以营造高易用性与视觉舒适性的人机交互界面为终极目标。

根据本网站建设过程中的工作内容与范围，将成立一个9个人左右的项目工作组来负责本项目的开发。包括项目经理、高级程序员、html制作等。同时拥有一套实际运用与不断完善的实施方法与富有经验的项目管理人才。保证网站能够得以顺利完成，有效协同各种专业人员共同参与，有组织有计划的进行资源管理与分配。

在网站的日常运行中，维护管理是很重要的。除了对活的系统进行必须的监视、维护来保证其正常运作外，管理维护阶段更重要的任务是从正处于实际运营的系统上测试实际的系统性能；在运营中发现系统需要完善与升级的部分；衡量并比对系统较商业目的与需求的成功与否。将所有这些信息整理成一份计划以便于将来对网站系统的增强与升级。

电子商务营销策划方案篇三

：商业网站

推荐婴幼儿用品、提供一个家长交流育儿经验平台、提供各种育儿信息。并吸收广告商投资。

1. 提供一个家长相互交流学习的平台，交流育儿经验，并以此拓展一个庞大的交流团体。
2. 以对比的方式提供最适合婴幼儿用的产品，节约家长选择时间。
3. 提供老一辈家长的育儿经验。

4. 对婴幼儿产品进行质量跟踪，保证网站信誉。

5. 全方位的提供育儿产品及各项服务，从衣食住行各个方面提供详细信息。

第一阶段：中型。提供家长交流平台，并对比婴幼儿用品，进行推荐，并加入医疗、教育等信息。

第二阶段：中型到大型的过渡。对产品种类进行拓展，并加入广告进行盈利，但对广告商提供产品进行质量质量检测。

第三阶段：大型。对网站进行扩大化。

80后父母，无育儿经验，获取经验途径单一，不全面，速度慢。

客户群体较为特殊，本网站对婴幼儿产品分析全面、细致。以对比方式分析婴幼儿产品，具有快捷性及易理解的优势。

网站盈利模式：1.广告商提供赞助、广告费。

2、扩大网站规模后，对于推荐产品进行厂价网上购物，获取利润。

3. 发展到一定阶段后出售网站股份，吸收股东投资。

4、第三阶段考虑会员注册，收取适当会费。

摩科贝比 (moccobaby)

：网站宣传语：摩科贝比，最关心你的贝比。

：粉红色、粉蓝色

宋体

家长交流平台、婴幼儿产品介绍及推荐、产品质量报告、业内新闻、婴幼儿医疗信息、婴幼儿教育信息、育儿指南、专家在线访问、留言板

注：家长交流平台包括两部分：

1、网络交友使虚拟网络上的父母可以交友，亦方便有同样问题的家长交流；

2、论坛将各位父母的育儿心得分享，并可推荐一些婴幼儿产品或曝光市面上的劣质婴幼儿产品等。

1、家长平台让各位家长相互交流育儿经验，是家长相互交流帮助的一个平台；

2、产品介绍对婴幼儿产品进行对比后介绍及推荐，方便家长选择；

- 3、产品质量报告对介绍产品、推荐产品进行质量跟踪监测，并对其进行报告；
- 4、业内新闻对婴幼儿产品制造业内各种新闻进行报道；
- 5、医疗信息针对不同年龄段、不同季节，对婴幼儿多发病症状进行展示，并列举预防措施，提供权威儿童医院地址及儿童禁食药物等；
- 6、教育信息对婴幼儿需要的启智教育提供方法及资料信息；
- 7、育儿指南对孩子生长过程中衣食住行等各个方面的细节进行指导。例：不同年龄阶段孩子的营养需求、饮食搭配；
- 8、专家访问对于各位家长有疑问的地方进行专家在线解答；
- 9、留言板对本网站的各种疑问及意见、建议进行在线留言。

信息发布功能、产品对比展示功能、在线留言评论功能、在线访问统计功能、在线交友功能、网络互动功能、友情链接功能。

网站初期预算投入

域名年费120元左右

人员投入15万元

服务器租赁年费1万

网站维护费用2万~3万

前期总投入30万

电子商务营销策划方案篇四

随着电子商务的高速发展，网上购物逐渐成为一种时尚，淘宝网给我们提供一个方便快捷的购物环境。20xx年1月3日，淘宝网发布数据显示，淘宝网和淘宝商城每天包裹量已超过800万，占到整个快递业总包裹的近六成；20xx年，淘宝商城总体品牌数达7万多个，较上年增幅超过一倍。此外，自09年起全面开放的淘宝开放平台在两年多时间里，已开放300个api接口，合作独立软件开发者总数达27.3万。截至20xx年**月30日，淘宝网帮助246.3万人实现直接就业。

由此可见，中国网络购物的春天已经到来，发展前景十分广阔。这些网购平台还提供个人网店平台，而且是免费提供的，这就更为大学生在网上开店提供了方便。20xx年新春伊始，我在淘宝网上注册了自己的淘宝小店，取名“琉璃美衣橱”，给自己更多学习和实践的机会。

（一）经营方向

琉璃美衣橱店铺的店铺类目为服饰配件/箱包/鞋帽，主要经营男女韩版服饰，潮流休闲鞋，在网

店的经营过程中，又增加了精美的饰品。在货源方面，由于目前处于上学，经济资源不是很充分的条件下，我选择了产品代销的方式，男装女装为仿单服饰，浙江，广州的直接厂家货源，价格与市场价相比，较为低廉，主要以薄利多销为手段，回头客为目的；饰品为浙江义乌的直接厂家货源，拿货价低，质量好，性价比很高。

（二）目标群体

小店主要面向的客户群为17—30岁的年轻群体，主要是学生和刚走上社会工作不久的人，她们喜欢并有时间上网，但经济大都不独立或不完全独立。这群人对服装的追求标准主要是在流行和新颖性上，是更换服装最快的一群，他们对品牌有一定的认知，但大多无力购买名牌服装，正是我们网店的目标客户。所以我抓住消费者喜欢网购，乐于购买性价比高的商品的心理因素，在产品的定价上和宣传上采取一定的策略，定期制定一些特价商品，打开网店的销路

为了更好地满足消费者的需求，为消费者提供优质的服务。同时也向大家推广宣传网店，提高网店的知名度；增强网店的销售量以及网店的流量。充分建设好网站，进行营销推广。

在网络淘宝店铺中，出售的商品分为两类：实物商品和虚拟商品。我现在以淘宝网为例，具体从几个方面来分析一些网上商品销售的市场。

（一）竞争大小分析

实物商品，主要是服装，配件，数码及家电，美容用品，应该说生活中人们所需的安全性的东西网上均可出售，除却药品及危险性的物品。在淘宝网调查中，以服装为例，出售女装的商家最多，商品同质化很大，价格上下浮动大，商品更新速度极快，需要物流的配合，运费价格收地理因素影响，所以，特性尤为重要。产品的品牌，质量，价格是消费者考虑的最大因素，为此，我以薄利多销为营销手段，质量保证，提升商品的性价比。

虚拟商品，主要为充值类商品，无需发货，商品价格差异小，基本上均为经销商定价，价格在这一水平线上上下下浮动。但出售虚拟商品，必须加入消费者保障协会，加纳千元保证金，以达到为消费者保障的目的。所以，出售虚拟类商品的投资较大，但风险较小，竞争相对较小。

（二）市场需求分析

据调查统计，上网购物浏览商品的消费者中，以18岁到35岁的年轻群体占比例很大，根据年龄分析，消费者人群主要为不具有收入的学生，收入不想对稳定的年轻工作人群。为此，出售的商品应该是他们喜欢需要的物品。我选择销售的商品正是如此，具有时尚气息的韩版服饰，易于搭配的潮流饰品，甜美的超朝气蓬勃的服饰配件；既有适合工作场合穿着的工作装，也有适合20岁左右学生穿的时尚t恤，牛仔服饰。根据消费水平分析，价位想对较低。

（三）经营风险分析

店经营的初期，我主要以代销为主，厂家代为发货，没有库存积压，风险想对较小。一个尚未被认知的新网店、新品牌，知名度不高，创新能力欠缺，需要磨合，销售渠道尚待建立。特别是才开始经营的网店信誉度低顾客不太敢在这样的店铺购买商品。所以在销售上，可能想对吃力。

（一）定价策略

电子商务发展迅速的当今社会，商品同质化很严重，商家竞争激烈，在定价上，我主要采用的是薄利多销的策略，对于新上架的商品，样式新潮，受欢迎的商品，我会采取打折促销的方式，原价与现价的对比，会吸引很多消费者。对于出售的商家较少，但样式好的商品，我在商品价格的对比中，会定一个价格想对较低，但不会最低的价位。我的网店中，设有一个特价专区，定期推出几款特价商品，价格接近进货价，以提排名，增加搜索量，促进销量。

（二）产品策略

我做的是仿单服饰，品牌是我的劣势，价格质量的优势，与同样款式质量的的品牌商品相比，价格相差很大，在消费者中，一部分人愿意花几百元买一个品牌商品，追求的是品牌带来的心理的满足感和质量带来的品质；也有一部分人不追求品牌，但是注重质量和样式，在价格的选择上更注重性价比，这就是我们的目标销售群体。我们的商品，在同价位商品中，质量相对较好，在同质量的产品中，价格更低，具有一定的优势。当然，我们经验的产品中价格和质量也有一定的分级，有性价比相对较低，定价在20元左右的商品，质量一般，也有质量非常好，价格相对高一点的商品，供不同的眼光的消费者挑选。

（三）网店推广策略

- 1、在网店中定期推出几款特价商品，价格很低，但是样式要好，质量要好，主要是根据商品的销售，营造出店铺重质量低价格的好口碑。
- 2、在节日时期，全店推大促销，价格下调，原价和现价的对比中，用差价吸引消费者的眼球，同时推出几款商品包邮，减运费，或者赠送小礼品的活动，最大程度上让利消费者，以此促进销量，打开市场。
- 3、在各大网站宣传自己的网店，以及自己店中的具有竞争力的商品，如：qq，淘宝论坛，新浪微博，人人网，新浪微博，以及各大有名的卖家社区，增加产品的曝光量，搜索量，以此增加店铺流量，促进销量。
- 4、店铺装修，营造出一个消费者更喜欢的色调和风格特点，例如，男装主要以黑色灰色蓝色的色调，页面要简单大方，尽量减少花边的修饰；韩版服饰多为甜美潮流的款式，我店铺装修采用粉色为基本色调，添加米色及紫色使页面更唯美一些。

此外，在宝贝的介绍中，除了商品的穿着效果图外，我们还要添加一些不同服饰的搭配效果，突出不同搭配的效果，搭配更多变，吸引消费者眼球；还要注重细节图的拍摄，使消费者了解商品的质量和面料，增加说服力；增加商品尺码大小的介绍，使商品的表现更直观。

产品标题，增加关键词，提高搜索量，突出产品的特点，优化标题。

- 5、加入消费者保障协会，7天退换货，提高店铺排名，搜索量。
- 6、提高信誉，信誉是店铺发展的关键之一。为此，可以出售竞争相当较小的虚拟商品，增加信誉，提高店铺排名。
- 7、商品上架时间的控制，多选择上网人数相对较多的时间，如下午3-5，晚上7-9，增加搜索量。

结语：

在网店的网络营销过程中，我在不断的完善和总结，进步和发展，希望各位与我一起见证小店的发展。

电子商务营销策划方案篇五

一、前言

全球现正陷入internet的淘金热中，如何从internet找到商机？各行各业都使出浑身解数、yahoo与amazon的成功可以证明internet商机无限、虽然本业还未赚钱。但大量的到访人潮及具创意的行销方式，颠覆了传统营销渠道。小而美的企业也可能当主角了。也许你已经来不及成为现存产业的重要品牌、但是你绝对有机会成为网络上的知名品牌。

互联网已经越来越多的改变我们的生活，人们对电子商务的注意力已经转变到如何将这些电子业务变成更便捷、模块化、个性化、更紧密集成的电子化服务，流程定制上来，即要实现“你在web上工作”到“web为你工作”这一重大转变。网络资源的利用程度已经可以很大地决定一个企业的生存与发展，高赛尔公司虽已有自己的门户网站，但企业的网络营销才刚刚起步，尚未形成一套完整的网络营销战略和方案，因而需要根据网络市场的特点和企业资源，策划出一套行之有效的网络行销计划，以期能使传统销售和网络销售有机地集合。

二、网络营销环境分析

营销环境，是指对企业的生存和发展产生影响的各种外部条件。营销环境是企业营销管理过程中不可控制的因素，企业经营的优劣成败，在于营销管理者能否顺应不断变化的营销环境。公司的市场营销环境是指在营销活动之外，能够影响营销部门发展并保持与目标顾客良好关系的能力的各种因素和力量。营销环境既能提供机遇，也可能造成威胁。成功的公司必须持续不断地观察与适应变化着的环境。

1、市场环境分析

我国的黄金销售量从1982年的0.7吨增长到目前的大约140吨，从而使中国成为世界第三大黄金消费国，照此速度增长的话我国的黄金市场规模会发展得令人吃惊。据有关部门统计，世界上大约7,000人就拥有一家金店，而我国目前仅有8,000多家金店，即使仅以发达地区的2亿消费者计算，也才达到25,000人才有一家金店，在大城市仅有55%的居民拥有珠宝首饰，中小城市这一比例仅为23%，而东部的农村更少，仅达到17%。目前以及将来黄金礼品市场的增长动力主要来自婚庆需求，境外游客需求，还有赠品等。中国人由于受传统的影响，对黄金特别钟爱，除了购买项链，戒指，耳环，手链外，一些纯金小摆设比如磨砂或空心的生肖等饰物也颇受欢迎。但是最受欢迎的仍然是那些表面深度光处理过的首饰，含有建筑风和自由风格的抽象图样的款式仍旧受欢迎。在销售上，黄金名店和连锁点形式站主要地位，一些大的商场等也设有专柜，—这些方式都是传统的行销，在e化的当今时代似乎有点落伍。随着中国的入世，黄金市场也逐步走向开放，这更是给黄金行业的发展带来了生机，另外人民银行也对黄金报价改为每周一次，使黄金价格更贴国际行情。

2、企业形象分析

2.1 公司简介

某金银公司是中国印钞造币总公司成都印钞公司与香港金银路有限公司合资成立的企业，亦是人民银行系统首家合资企业。成都印钞公司是集印钞、造纸、金银精炼和加工为一体的大型综合性企业，其金银精炼和加工能力处于国内领先地位，是国家黄金、白银精炼加工基地。香港金银路有限公司是从事有色金属、贵金属贸易及相关产品开发的上市公司。

某金银公司现已发展成为拥有高赛尔标准金条，金银制品创新制作、系列收藏珍品的设计开发及贵金属国际贸易于一身的综合性企业，市场已遍及全国、欧美、印度及东南亚地区。

2.2 我们的理念

公司信奉“创造市场，与伙伴分享”的经营理念，秉承“吾以精诚铸真金”的经营之道，与我们的股东、员工、客户、供应商齐心协力，精诚合作，开辟市场，共享利益。

2.3 我们的团队

公司启用“德才兼备，唯才是用”的人才机制，管理人员中拥有硕士、大学本科学历的占95%。引进优秀的海外留学管理人才，运用先进的管理系统，创建高效率的市场营销团队。

2.4 我们的荣誉

某金银公司致力于为社会创造价值，以真诚服务于社会，公司以优秀的业绩和规范的运作被评为成都市“优秀外商投资企业”、获得成都市高新区“纳税大户”的称号、成都市“双优”企业奖及出口创汇重点企业；由于公司坚持诚信经营的方针，在资信等级评级中被授予“aaa”级。

2.5 公司前景

随着中国经济与世界经济逐步接轨，中国黄金市场的稳步发展，某金银公司将在贵金属行业勇于创新、进取、诚信经营，为发展黄金投资市场，加快西部经济大开发，起到积极领先的作用，积极开拓高赛尔牌金条市场及金银制品，为进入中国黄金企业十强努力进取。

3、 产品分析

本公司金条买卖为西部黄金市场开辟了新的投资渠道；本公司可以利用自身的路透信息终端在第一时间为投资者获取准确的世界贵金属市场信息，方便快捷地提供黄金、白银等贵金属产品的投资理财咨询服务。

本公司引进国际先进的全套电铸工艺生产线，采用德国先进的工艺、原料、技术，具备国内一流的圆雕、浮雕纯金银制品的制作技术，工艺精湛。中国足协委托本公司制造20xx年“蓝带中国足协杯”金杯，而且由本公司制作的“四羊方尊”、“乐山大佛”等精品已被国家部委作为出访外交时的国礼赠品。

本金银制品制造优良、价格合理、信誉度高，可为客户提供全方位企业文化形象宣传方案，并量身定做、开发、设计高档纯金银工艺品、礼品、纪念品、收藏品、企业形象宣传品。

4、竞争分析

按本公司的实力来看，在我国国内竞争者是很少的。但是，我们也不能粗心大意，一旦放松警惕就可以让别人有虚而入。我们先看一下一个竞争者的资料：中宝戴梦得投资股份有限公司1999年6月成功地在上海证券交易所上市，20xx年通过国际资本运作与世界k金王国首饰制造商强强联合，将著名品牌“orop”引进中国市场，并已在国内注册了“orop”商标。中宝戴梦得获得了国内唯一对意大利首饰企业出料加工权。实现原料、技术、工艺、产品、品牌和市场优势组合。依托意大利国际领先的设备、技术和生产工艺，占领国内k金精品市场；运用“orop”品牌的设计优势和影响力，取得国际品牌中国市场的成功，依据国内巨大的市场需求，建立长期、稳定的产品发展体系。中宝戴梦得投资股份有限公司拥有代表欧洲文化艺术风格的国际品牌。具有起点高、国际化、专业化运作的特点，是中国珠宝上市公司进军国际市场、参与国际经济大循环的战略工程。

电子商务营销策划方案篇六

随着消费能力的提高，在消费者健康养生意识和消费水平提高的情况下，海鲜需求已显著上升。消费者对中高档海味所占海鲜市场份额逐渐增大，对美味的追求越来越强烈，对海鲜的味道、营养价值、质量和多样化要求提高。海鲜消费需求出现个性化、多样化、绿色化、方便化等倾向，不同文化、收入、年龄、地位的消费者，就会有不同的品种选择、价位选择、营养需求，海鲜市场逐步走向成熟。总体上看，海鲜产业竞争在加剧，发展呈现整合、蓄势和升华的特征，优胜劣汰的趋势正在形成。国内的海鲜公司无论在水产养殖、技术创新，还是在资金方面，都具有其优势，基本能在互联网上开展公司业务。

海味有限公司根据自身及外部环境，确定网站的功能为网上营销型与客户服务型相结合，从而适应电子商务的发展，抢占网络市场，提升企业形象，降低营销成本，提高企业效益。

建立网站应达到的目的和作用：树立良好的企业形象，提高企业的知名度；拓展营销渠道，扩大市场，提高营销效率；了解客户的意见，掌握顾客的需求；改善服务，提高企业服务质量；改变企业的业务的业务流程，提高企业管理水平。

本次网站建设服务器采用虚拟主机。操作系统用window20xx/nt，此系统操作简便，为大家熟知，配置和管理伺服器容易上手，但费用较贵，比unixlinux的投入成本高。从安全性来说，这个系统的代码没有公开，微软公司掌握核心技术，只有它知道系统的漏洞，安全性较高。以windows系统作网站伺服器，可降低维护成本和更新难度，而且稳定性较高。本次方案采用系统性的解决方案，如ibm、hp等公司提供的企业上网方案，稳定性好，成本相对较低，而且自己开发对技术要求较高，目前公司实现不了。

网站安全性措施：

- 1、局域网安全措施
- 2、internet互连安全措施
- 3、数据安全措施，结合公司的情况和需要，会开发网页程序，这个程序较强大，适应性强。

网站建设的栏目

- 1、公司首页:首页是人们点开网站第一眼看到的页面，代表一个公司在网上的门面，也是吸引网民访问网站的第一道门槛，故非常重要，建议采用海报轮播图设计，吸引眼球；
- 2、产品分类:该栏目主要介绍公司的产品，让访问者了解产品的相关信息；
- 5、新闻动态:该栏目主要快速反映公司动态，让客户感受到公司的活力；
- 6、公司简介:该栏目主要介绍公司的基本情况；
- 7、联系我们:该栏目包括公司的联系方式、详细地址，联系电话等信息；

由于该公司经营海产品销售，网页设计主色调以白色为主，辅色调以蓝色、绿色为主，符合该公司的形象。网页整体设计排版整洁、统一，版面规划与整体页面一致，整体设计风格以简约为主。公司的页面会根据市场需求的发展，做适当的改动，以便吸引更多的访问者。

计算机硬件在使用中常会出现一些问题，同样，网络设备也同样影响企业网站的工作效率，网络设备管理属于技术操作，非专业人员的误操作有可能导致整个企业网站瘫痪。没有任何操作系统是绝对安全的。维护操作系统的安全必须不断的留意相关网站，及时的为系统安装升级包或者打上补丁数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

网站测试是指的当一个网站制作完上传到服务器之后针对网站的各项性能情况的一项检测工作。它与软件测试有一定的区别，其除了要求外观的一致性以外，还要求其在各个浏览器下的兼容性。

电子商务网站在发布以后，为了扩大影响力与知晓度，应该做好宣传与推广的工作。网站的推广与宣传主要通过向收搜索引擎注册电子商务网站、在线推广、离线推广等途径。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发