**商城运营计划书7**

**早该帮 编制**

商城运营计划

●1.每个类别打造最具市场竞争力的几款：

每个类别都有3-5款具有竞争力、有特色、实用、有市场的主推产品,位置置于最前端,保证主推产品的质量

●2.汇聚人气，举例说明：

仿照我的未来网，每天上3-5款产品进行秒杀，每出价一次消耗金币0.1元，最后一次（时间到）出价者得到该商品，从0.01元开始起拍，每次加价不得超过N元，竞拍的过程中平台能赚钱，为供应商做了很好的宣传，竞拍成功者以极低的价格拍到了产品。

仿照一战成名网，每天上10-20款产品，折扣价2-3折，原价拍下，买家在个人中心填写完正确订单号后，需遵守21天返款规则。

●3.注重互动：

注册会员希望在平台购买到什么东西，可以在上面给商城管理人员留言。对于产品有什么建议，可以给商城管理人员留言。

●4.注重售后服务：

和顾客形成相互信任 真诚合作的关系

●5.每个时间段，倡导一个主题: 眼健康，脑健康，心里健康，肝、脾、胃、肠道健康，根据每个时间段倡导的主题不一样有针对性的给不同的关注人群推荐有针对性的产品

●6.和供应商保持良好的合作关系

考虑到对方的特色和优势产品，合作发展共赢。

根据公司商城设计作出运营的计划，公司商城从APP客端的的界面排版，第一部份为导 航类目，分为健康食品、保健品、健康运动、丽芙专区、健康生活、健康家居、健康器械、两性健康八大类目导航。必需遵守商品发布规则对商品进入八大类目商品发布的步骤：

1、发布商品选择要发布商品的类目，类目选择完成后

2、发布商品选择商品的种类属性，填写商品标题品牌名+属性词+长尾词，主图底色统一为白底、产品详细页图介绍要美观

3、点击发布产品

细化客户如何购买、积分通兑和与平台积分置换操作方法，买家须知内容,尽量做到顾客可以自主购物，客户收到货品进行评价和评分（产品相关描述、服务态度、发货速度）。

一、营销活动

1、根据手机APP客户端商城设立的促销频道为了更好的促进消费者消费，频道设计更有吸引力抢购频道以设定商品在线时间段，以设定条件限制进行招商，价格低于商城里同款的商品价格。被选上的商品参加该频道活动赞助的商品（以商品参加的活动价格为标准），将赞助的商品加入该频道进行零元抢购，赞助商品错开已赞助的商品上线。

2、确定3-5款主打商品, 加入到手机APP客户端横幅广告进行推广（后期竞价钻位）

3、特价秒杀频道是以打折的办法攒积分，购买打折的产品可以获得更高的积分进行以平台置换或积分通兑。

4、根据手机APP客户端设立天天特价频道将打折的商品加入。

二、商品退货机制

根据《消费者权益保护法》“7天无理由退货”规定进行退换，平台产生的退货订单及时跟进。委任有经验的,沟通能力强的客服担任售后工作。同时细化各种售后问题,作为应对方案,比如安抚客户的不满情绪;不同情况对客户的损失如何补偿;快递丢件如何索赔,如何追件;其他相关售后问题的。

四、在线客服

客服人员做好导购、异常处理等工作。例如根据客户需求推荐商品、解决客户咨询、帮助客户修改地址、指定快递公司、跟单等相关工作。

跟单是从客户进入商城对商品有兴趣进行咨询（如实回答）、下单客服对客户进行地址确认，下单完成欢迎客户再次光临。进行订单登记在阿里平台上对应商家商品进行人工下单，将发货物流单号发放给客户的过程。

五、发货机制

发货周期为一天一次;除有活动订单较多的情况外,订单一般要在24小时内发出,最迟不超过48小时;如果遇到缺货或其他问题不能及时发货的,及时通知客服,联系客户沟通,做好换货或退款事宜,极力避免缺货没有及时和客户沟通导致客户严重不满的情况的出现。

六、商城运营分为二个阶段:

1、商城初期

2、商城后期 第一阶段:商城初期

商品加入比较少，主要是通过阿里巴巴平台整合一些和我们类目相关的商品，对商品进行综合审核、选定商品，以代销的方式进行合作。商家提供数据包和价格表，将数据包铺货到商城，商城所产生的订单，通过人工在阿里巴巴平台上对应的商家下单。将商家发布的物流单号发放到商城对应的订单，进行物流跟踪。退货机制：根据《消费者权益保护法》“7天无理由退货”规定进行退换，客户退货回来的时候直接退给商家，前提是先要和商家沟通好。通过物流信息跟踪货品是否退回给商家，然后申请退款。

供应商管理办法：通过文档登记主营产品、站点名称、网址、公司名字等相关信息收集到价格表统一管理。

1、塑造商城形象(从商城装修、品牌归类、商品功能、顾客需求上着手,给消费者留下一个深刻的印象)

2、制定独特且适合商品的推广方式,培养顾客粘性（如：送积分、限时打折等）

3、根据季节气候变化，推送相关关怀信息和预防病毒相关商品。

4、配套好相关商品套餐和关联商品销售 第二阶段后期

1、随着商户加入，商品渠道得到解决。根据商户提供的产品结合我们公司产品入驻的审核机制，选定商品品质高的商品投放到商城，制定商品管理办法。

2、商城进行分板块、分频道进行管理,创新更多促销方式吸引消费。

3、制定商城管理规则。

七、商城推广

1、购物导航的链接合作：

多找到与自己相关的网址导航站做链接合作。他们可以给你带来一定的流量同时转换率是相当高的。例如hao123导航、360导航、2345导航等

2、付费搜索引擎：(如百度、搜狗、360等)对于付费搜索引擎这一块是任何一家电子商务公司都无法避免的，由于目前使用搜索引擎进行信息查找的人数实在太多了，即使是目前已经做得不错的京东和出色的天猫商城他们都还在付费搜索引擎，而且投进并不小，对于这块的投进只能是尽量下降带来每一单的本钱，而在这一块的应用技能上是尽量加大应用泛症结词和长尾症结词的投放量，尽量竞争热点的要害词。

3、软文推广

对于网络商城的推广，软文推广也是一项非常重要的手段，当年笔者卖网络货币时，就是靠此种方法推广的，效果非常的好。

商城类的软文大概分为两种类别：消费指导类的软文与应用技巧类的软文。消费指导类的软文主要指一些购买前的注意事项、技巧等，如如何防JS(动态脚本语言)；应用技巧类的软文主要指一些产品使用的心得体会及保养维护。这两大类文章还是很容易得到用户认可的，而且容易被传播。

4、微博推广

随着博客的普及，微博推广的应用也越来越广泛。对于商城来说，应该打造一个相关领域的专家型微博。比如说卖手机的卖场，那就可以打造一个手机专家微博分享手机各大品牌功能点评。

5、微信QQ推广

通过微信朋友圈推荐好友、分享商品跳转至商城，QQ广告投放例如空间商品推荐、聊天窗口广告投放。

6、论坛推广

很多人一提到论坛推广，就会想到论坛群发器，或是花钱找人满世界的发贴子，其实些不叫做论坛推广。这里的论坛推广是指在相关的产品论坛，将自己打造成意见领袖，从而影响论坛用户的消费行为，得到销售产品的目的。甚至再深入一些，可以自己建设一个相关的产品论坛。

7、传媒广告投放

针对年青人喜欢看的综艺节目进行广告投放，如《爸爸去哪》、《为她而战》、《中国好声音》等综艺节目广告投放，视频网站广告投放。讲座视频、产品发布视频等上传视频网站，名星微博广告投放，各大门户网站广告投放。

关键词：商城、运营、计划、计划书、7

参考文献：[1]早该帮https://bang.zaogai.com/item/BPS-ITEM-12256.html