

XXXXXX 电子商务平台运营方案

1、公司简介

XXXXXX 是在信息化时代，互联网深刻地影响和改变公司命运的大趋势下应运而生的一家高端专业的网络营销策划和征询公司。

XXXXXX 精心为每一家企事业单位量身定制科学、严谨、符合公司长远利益发展的优秀网络营销策划服务。

自公司成立以来，已为上百家知名企事业单位提供了高品质的网络营销策划服务与支持。丰富的推广经验和渠道资源，是公司的特色优势。

高级网络营销策划师、丰富网站建设经验的技术人员、专业的 SEO、资深版主、专业摄影师、知名编辑等，为公司网络推广和宣传提供了技术保障。

公司的服务范围，套餐服务：整合营销套餐、事件营销套餐、口碑营销套餐、搜索引擎营销套餐；单一服务：搜索引擎营销、博客营销、病毒性营销、视频营销、论坛营销、竞价推广、事件营销、品牌营销等。

良好的售前征询和售后服务是公司品质的保证。

创新精神结合灵活务实的公司作风，已经并将继续给广大企事业单位带来意想不到的惊喜和超额收益。

21 世纪第二个十年已经启动。信息化的进一步持久的发展给公司带来新一轮的挑战与机遇。在公司做大做强的辉煌征程上，XXXXXX 将与您一起见证！

2、公司组织架构

内设机构 4 个：综合部，；营销部，；业务部，；运营维护部。

3、公司部门职能

3.1、公司总经理重要职责

负责公司全面工作。分管综合部、营销部、运营维护部。

(1) 组织制定和实行公司总体战略及年度经营计划并实行。组织制定公司的发展战略，并根据内外部环境变化进

行调整。组织制定广东区域布局发展规划。

(2) 组织制定信息化建设规划并组织实行。

(3) 对公司的年度经营目的组织制定、修改、实行公司年度经营计划。

(4) 主持、推动关键管理流程和规章制度，及时进行组织和流程的优化调整。主持召开办公会，对重大事项进行决策。

(5) 监督、控制经营计划的实行过程，并对结果负全面责任。

(6) 组织公司市场营销，发掘市场机会，领导创新与变革。

(7) 建立健全公司财务制度，审批重大财务支出。组织实行财务预算方案及利润分派使用方案。

(8) 组织建立公司与客户、供应商、合作伙伴、上级主管部门、政府机构、金融机构、媒体等部门间的沟通渠道。组织开展公司的社会公共关系活动，树立良好的公司形象。组织建立公司内部良好的沟通渠道，协调各部门关系。营造公司文化氛围，塑造和强化公司价值观。

(9) 组织制定人力资源政策，审批重大人事决策，建立健全行政与后勤管理制度和人力资源管理制度，负责公司员工队伍建设，选拔中高层管理人员。

(10) 组织重大金融业务开展，审批重大信贷事项。

(11) 组织对跟踪服务、售后服务活动，及对客户的销售、营销等活动执行情况调查，定期进行考评。

(12) 总公司交办的其他事项。

3.2、公司顾问重要职责

分管金融业务部，协助总经理分管综合部、营销部。

(1) 协助总经理制定、贯彻、贯彻各项经营发展战略、计划，并提供分析意见及改善建议；当公司经营计划、销售策略、资本运作等方面出现问题时，向总经理提供相关解决方案。

(2) 根据总经理的规定，对公司总体工作与目的进行策划，对阶段性工作目的进行分解，跟踪公司经营目的达成情况，提出改善建议。

(3) 负责对公司的工作规范、相关管理流程进行分析，根据存在的问题进行改善与优化。

(4) 对公司文献、制度的合理性进行分析，设计符合实际的、可行的有效文献与制度体系。

(5) 在总经理的领导下，负责对公司的管理现状进行调查研究，针对发现问题，结合本公司特点，拿出整改方案提交公司讨论。

(6) 协助总经理对公司人力资源结构的合理性以及对公司的薪酬管理体制进行分析与策划，对公司的组织结构进行分析，提出合理化建议，完善公司用人机制和岗位设立。

(7) 协助总经理进行公司文化战略发展的规划，指导综合部开展公司文化工作，对公司文化的合理性进行分析与策划，为公司发明一种引进人才、育人、留人良性机制。

(8) 对公司成本投入的合理性进行分析与策划，为公司在成本控制上设计并跟踪贯彻一个较为合理的控制方法，在公司运营的过程中，及时的发现与分析成本的高投入与浪费现象，及时提出改善建议与跟踪实行过程。

(9) 组织制定金融服务对小微公司和个人金融业务的规划；审核金融业务管理制度及操作流程；监督金融业务目的的实行进度，及时发现并解决经营中的出现的重大问题；负责重大金融业务的监管。

(10) 协助总经理制定江苏区域的市场开拓规划和组织实行。

(11) 完毕总经理交办的其他事项。

3.3 综合部职责

(1) 组织研究拟订公司经营理念和战略、公司近、中、远期经营计划，提出公司组织机构、岗位编配方案。

(2) 负责建立和督促执行各项管理制度，并根据执行情况定期予以修订完善。

(3) 负责公司综合文电的起草、审核、印发和流转、公司重要领导的日程和外出交通安排等事务。

(4) 负责公司文献资料和档案的收集、归类、整理、登记、保管、借阅和销毁。

(5) 负责公司层级各类会议的会务，督促会议决定的贯彻。

(6) 负责公司印章管理。

(7) 负责或牵头组织承办公司各种资质的报批、认证、复审和年检。

(7) 与政府有关部门及有业务往来的其他单位保持联系，建立良好的工作关系，负责安排公司重大领导公务活安排及对外接待工作。

(9) 负责公司固定资产管理和登记造册工作，负责物业管理费、水电费工作，及时安排修复损坏的办公设施、设备，保持办公区域内的环境卫生。

(10) 负责员工招聘、培训开发、调整晋升、绩效考核、薪酬管理等人力资源管理和公司文化建设。

(11) 严格执行公司各项财务管理制度，组织编制、审核各类财务报表、附注及财务分析报告，编制、审核公司的会计凭证。牵头组织公司全面；管理工作，审核各项超预算项目与预算外项目合规性、合理性。

(12) 组织编制年度资金需求计划，拟定财务费用预算表。汇总、编制公司资金收支计划，合理调配资金，定期对资金使用情况进行分析、反馈；编制应收账款明细，督促各项资金的回收。

(13) 完毕公司领导交办的其他工作。

4、营销部职责

(1) 根据分公司发展战略和业务策略，拟定公司的营销规划。

(2) 拟定市场营销工作流程和管理制度，提高市场营销工作的规范化和专业化水平。

(3) 负责项目的总体销售策划工作，拟定市场营销方案，制定营销计划，组织各类产品营销活动。

(4) 负责分公司品牌及品牌推广的策划，负责分公司的广告策划工作，推动公司品牌建设，提高公司品牌知名度。

(5) 负责市场调研、市场分析工作，建立和维护分公司市场营销信息库，为分公司的营销策划、产品设计和其他相关决策提供信息支持；对营销进程和营销结果进行分析、评价及反馈，编制销售利益分派方案，保证销售活动的顺利完毕。

(6) 负责常规协议评审，组织有特殊规定协议的评审，负责协议评审记录的及时传递和保存。负责与顾客洽谈协议和常规协议签订，保证所签协议规范、有效和可行。

(7) 负责分公司市场开发活动，负责货款回收的管理。

(8) 拟定并组织实行分公司层面的营销培训计划，提高销售人员的市场拓展及客户服务能力，参与组织对顾客技术培训。

(9) 协助综合部做好营销部的营销费用预算和控制，负责完毕客户关系维护；
协助运营维护部开展顾客满意度调查活动。

(10) 建立和维护分公司对外策略联盟，完善分公司的销售网络。

(11) 起草分公司未来 CRM 系统（客户关系系统）的规划，负责设计、应用推广和平常运营管理需求的提出。

(12) 公司领导交办的其他工作。

3.4 业务部职责

(1) 负责对公司和网络平台运营的规划、管理与发展工作。

(2) 拟定业务工作规范、流程等规章制度和业务综合考核办法；制订、实行与完善本部门操作流程。

(3) 依据公司下达的年度部门经营目的，制定部门工作计划并组织实行。

(4) 负责电商网络市场调研及信息搜集工作。

(5) 依据公司方针和原则，制定部门市场营销方案，积极拓展业务渠道，不断扩大公司产品的市场占有率。

(6) 负责规范化运作，个人消费贷款发放及管理工作；负责小微公司和个人业务的自律监管。

(7) 负责本部门员工的培训和开发，提高员工业务能力。

(8) 负责分公司领导交办的其他工作。

3.5 运营维护部职责

(1) 拟定公司运营维护规划及相关的制度体系、业务流程。

(2) 制定运营维护的发展和业务计划，协调各部门的工作，建设和发展优秀的运营队伍。

(3) 建立规范、高效的运营维护管理体系并优化完善，参与公司重大计划推动、市场发展跟踪和策略调整。

(4) 拟定公司运营维护标准并，制定公司运营维护指标、年度发展计划，推动并保证各项指标的顺利完毕。

(5) 负责公司产品质量保证、售后服务制度的拟定、检查、监督、控制和执行。

(6) 开展对客户销售、经营及相关制度执行的情况调查，实现售前、售中监控，售后定期维护的全过程服务，定期进行评选，并及时向公司领导反馈有关情况。

(7) 拟定公司信息化建设方案，组织公司各业务系统流程的梳理、优化和创新，负责本单位信息化基础设施及应用系统建设和运营维护工作。

(8) 协助综合部做好分公司的绩效考核工作。

(9) 完毕分公司领导交办的其他工作。

4、市场调研

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。

通过数年发展，起步早的公司和产商已经形成了自己成熟的网络销售渠道和风格，后来者缺少对互联网和电子商务运营的经验以及未解决好与传统渠道的关系而面临诸多问题：运营经验局限性、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。

4.1 我国购物网站产业链

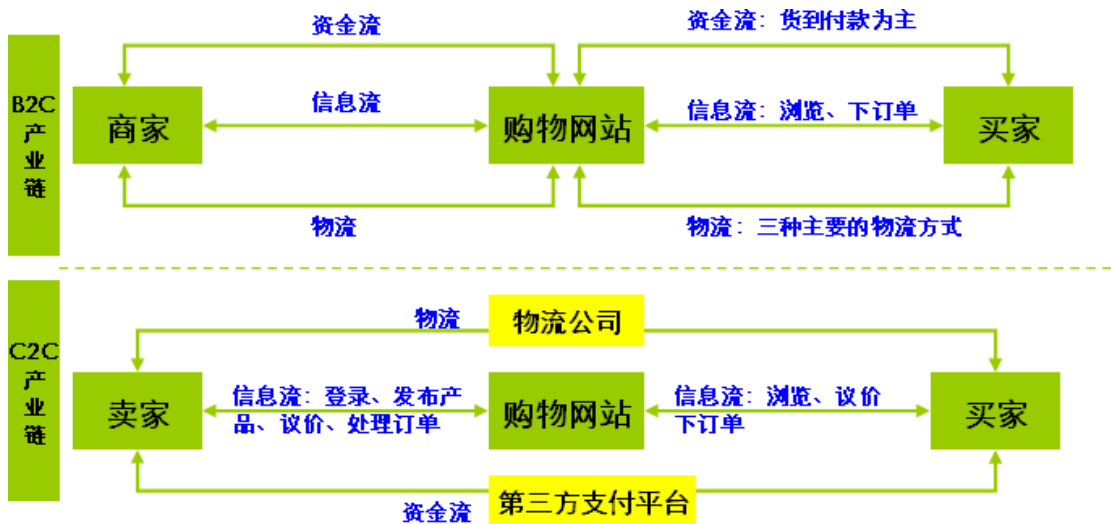


图 3 我国购物网站产业链

根据淘宝网 2023 年的业绩报告，淘宝网 2023 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 1.4%，比去年上升 0.4 个百分点，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）。

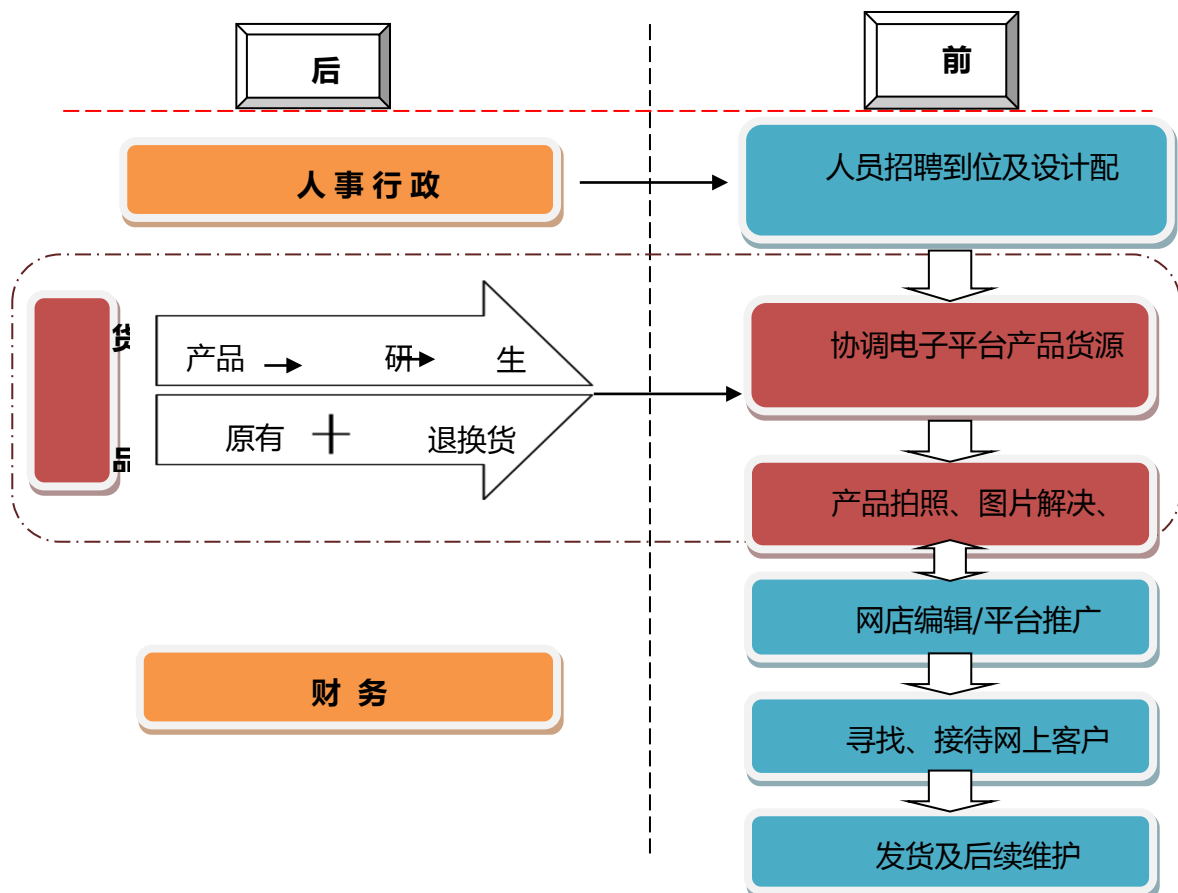
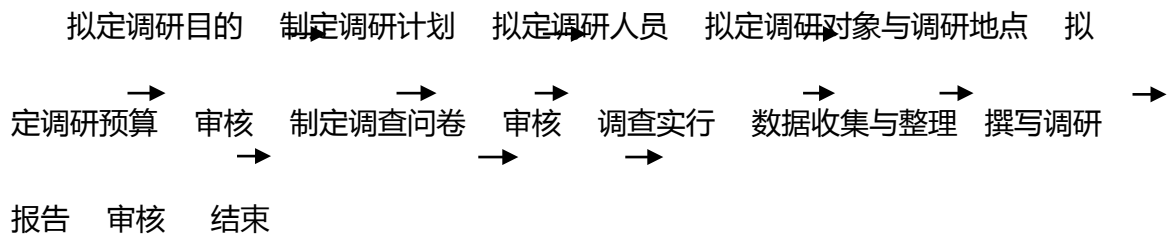
毫无疑问，网络市场正成为消费者购物越来越重要的渠道，市场规模必将越来越大，任何忽视网络销售渠道的公司，必将在未来竞争中处在不利地位。

而这点，深圳市徕纳智能科技有限公司已经起步，并开始新一轮的发展。

4.2 行业市场调研

市场调研管理重要根据市场战略的需要，制定市场调研计划，明确市场调研的目的，策划并组织具体的市场调研，进行市场分析、市场预测，撰写市场调研报告为市场战略制定与实行、市场策划提供数据支持，市场调研涉及：产品调研、消费者调研、竞争对手调研、营销模式调研等。调研方式涉及：与市场研究公司、广告公司合作，又涉及公司自行组织的调研。

市场调研流程：



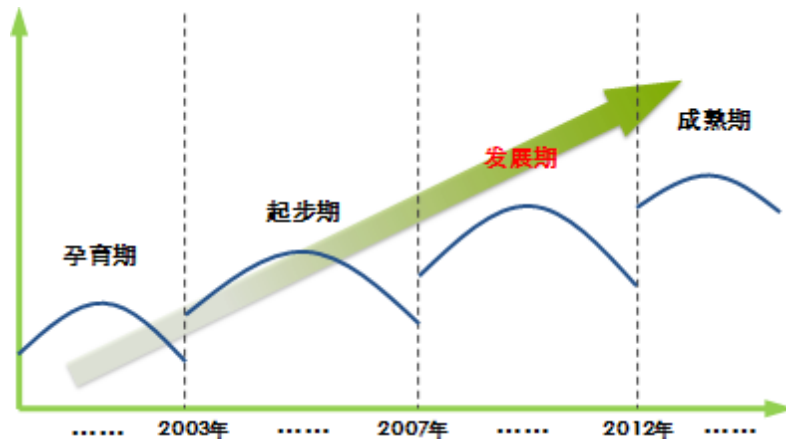


图 4 中国电子商务发展历程

我国网上购物连续高速发展，2023 年我国网购金额达成了 8090 亿元，比 2023 年增长 72.9%，占到了我国社会商品零售总额的 4.4%。2023 年有 2.12 亿用户至少有一次网购经历，占到了所有网民数的 41.5%。

从网购规模的增长率来看，中西部城市的增长速度高于京沪穗深和东部城市。从增长因素来看，平均网购金额增长的奉献已经超过了网购消费者数量增长的奉献，对网购增长的奉献率超过三分之二。



图 5 逛街与网上购物的乐趣比较

如图 6 所示，2023 年中国 B2C 购物交易额为 42 亿人民币，2023 年 56 亿人民币。

2023 年该数字达成 72 亿，增长率为 29%。随着国内网上购物环境的进一步好转，

2023—2023 年复合增长率为 52%，专家预计 2023 年将达成 460 亿人民币。

我国网上购物的整体市场规模

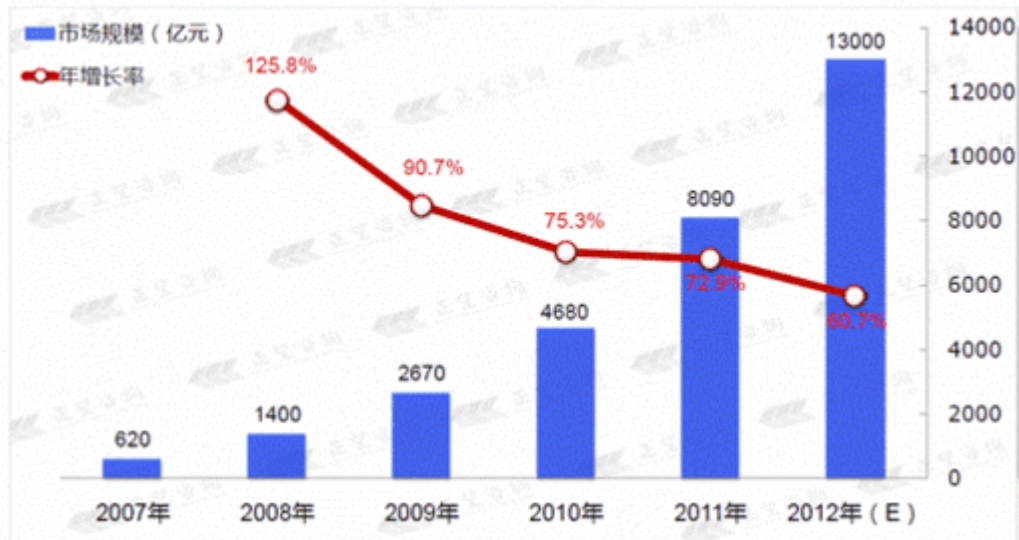


图 6 我国网上购物的整体市场规模

我国网上购物连续高速发展，2023 年我国网购金额达成了 8090 亿元，比 2023 年增长 72.9%，占到了我国社会商品零售总额的 4.4%。2023 年有 2.12 亿用户至少有一次网购经历，占到了所有网民数的 41.5%。

B2C 市场的良好发展势头为我们公司提供了很好的发展前景，为我们的平台提供了一个准确的市场切入点。

4.3 用户群体分析

根据新生代市场监测机构中国市场与媒体研究 2023 春季的研究报告显示：2023 年网购用户规模达成 8000 多万，网购使用率为 26%，个人收入达成 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，并势必引领此后的潮流趋势。

电子商务平台的抱负网购人群亦是这些目的群体，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也许失去更大的市场。

而我们要做的，就是想尽一切办法抓牢这部分购物人群！

4.4 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，往往表现杰出多的迷惑。虽然电子商务的蓬勃发展，让越来越多的公司和产商看到了机会，在公司的战略方面也的确将网络直销提上了议程，有些已经开始付诸行动，但事实上具体怎么开展却缺少经验，缺少人才，特别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。这些因素都制约着公司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，公司开展电子商务最佳方式是，和互联网技术公司合作运营；运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。这样可以大大的减少运营成本和运营风险，同时也可以把自己的重要精力和资源放在自己的核心业务上。

如今深圳市徠纳智能科技有限公司均已满足上述条件，我们要做的只是把这些优势发挥出最佳效果！

4.5 中国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：

4.6 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高。

(3) 网购用户渗透率提高，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。

4.7 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，电子商务成为众公司和产商减少成本、拓展渠道、增长消费及树立品牌的新选择。

4.8 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。

5、具体方案

5.1 平台定位

网站定位：广东地方特产推广

项目理念：绿色、助农、至诚、共赢。

网站目的：全国最大的无公害有机农产品网上交易平台。

食品安全：无公害有机农副产品为主，可溯源；严控残农达标、绿色、有机为公司核心品质保证。

目的人群：中、高档消费群体；网络购物习惯和行为的家庭主妇；公司及政府单位团购；注重健康和生活品质的人群。

岭南优品商城项目作为一个全新的 B2B2C+O2O 电子商务平台，致力打造为全国最大的农副产品网上交易平台，实现 24 小时不打烊的农产品网络超市。

重要目的：让更多的特色、无公害、有机农副产品生产厂商入驻网上商城，让农民再没有卖不出去的产品；让消费者放心、安全购物。

网上商城产品以绿色、助农、至诚、共赢的理念，将超市搬到网络上，让会员以更低的价格、方便快捷地购买到高品质的农副产品，培养会员的消费习惯；同时通过自有资源及产品引进建立自己的线下直营实体店，做大做活网上商城，营造良好购物环境，严把产品质量关，提高商品品质，树立公司品牌'的项目。构建从田园到餐桌的绿色通道。通过不断提高产品附加值，增长绿色、有机产品。扩大销售网络，协助政府提高食品安全，提高在本地政府的影响力，逐步申请大型种植基地、物流中转仓储配套用地，提高公司赚钱能力。

城市直营旗舰店、城市加盟分销店、社区平价便利店、网络平价直销平台、移动端直销平台、移动端分销平台等 6 种农产品平价直销模式。

第一阶段以建成平台运营整体框架结构以及完毕交易流程为重点，旨在以品质、专业、服务为核心推广筑巢电商品牌形象，最终以渠道下放快速丰富品类而达成从流量到订单的转化，形成交易的闭环。

包含线上线下市场，线上市场事实上是线下市场的延伸，明确了商品品类范围、客户群体、商城的辐射范围等，商城电商平台和实体市场这个 O2O 品牌更鲜明，也就具有了有吸引客户的基础。

常规网站运营的目的重要是保证网站正常运转，网上 O2O 商城概念与一般意义上的网站运营不同，除了对网站内容的运维和人气的聚敛外，还要考虑网站的整体市场营销推广。即结合平台内容和市场推广与一体的方法来充实网站，吸引、固化更大的客户群体。

5.2 网上商城项目运营战略定位

- 1、内部团队整合，分工明确，责任到人。
- 2、严格把控网上商城入驻供货商和产品的质量。
- 3、快速在一线城市开设直营旗舰店，迅速扩大知名度、市场占有率以及用户群。

通过线下实体店为线上导流。

- 4、增长大宗公司团购订单，量身为公司定做节日礼品、活动礼品等商务服务；
- 5、通过线上下单、农产品展销中心、社区加盟店线下取货的方式，同时有效运用线下店铺开展各种宣传手段，扩大网上商城知名度
- 6、以城市旗舰店为核心，开拓社区加盟服务店，形成真正的 1 公里商业圈；做到线上支付、送货上门的服务理念；

7、如此循环，不断增长商城入驻商户和网站用户。复制成功模式，把网上商城推广到全国，打造全国最大的农副产品网上商城。

8、加大对网上商城的宣传与推广，突出商城的特色与亮点，让更多商家入驻网上商城；

9、推出商城入驻大礼包：

入驻平台交易前 100 单免快递费用

入驻商城即赠送每月 2 次团购活动；

通过我们的审核，有保底销售；

免费二级域名，无限空间存取；

免费首页广告位推荐一次

10、增长主页的活动与资讯的即时更新，让商城有更多的看点与亮点，吸引更多商家与会员的加入；

11、不断改善、优化网上平台，提高用户体验，培养会员消费习惯，搞活商家与会员的互动；

12、不断更新与增长网上商城的服务项目，提高网站品质，给用户更多人性化的体验；

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/048052075005006075>