# 2025年网络营销实训总结实用通用(4篇)

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2025-01-22

*20\_年网络营销实训总结实用通用一小芳在东莞一条繁华的街道上有1个店面，销售高档女式服装，利润可观，但是由于要和在南昌的男朋友结婚，她面临着事业和爱情之间的选择，二者她必须舍弃1个。但是，随着网络经济的发展和网上购物的兴起，小芳有了另外1个...*

**20\_年网络营销实训总结实用通用一**

小芳在东莞一条繁华的街道上有1个店面，销售高档女式服装，利润可观，但是由于要和在南昌的男朋友结婚，她面临着事业和爱情之间的选择，二者她必须舍弃1个。但是，随着网络经济的发展和网上购物的兴起，小芳有了另外1个选择，可以让她事业和爱情双丰收，那就是将她的店开到网上去。但是，说起来容易，做起来难，在网上开店虽然好，但是由于没有网上开店的经验，小芳显得有些犹豫，怕做不好。在此，作为小芳的男朋友，我有责任为她的网店贡献一份力量。刚好我是做网络营销工作的，因此我可以给她做一些指导。下面是我为她写的网络营销策划书，相信有了这份策划书的指导，小芳的事业一定可以更上一层楼。

二、网络营销策划的目的

将店开到网上去，是一件并不容易的事情，需要考虑多方面的因素。涉及的范围也是相当广泛，包括网店的建设，网店的宣传，进货，销售，物流等诸多环节。为了对网店的建设做到统筹兼顾，必须有一份完整的，可执行性强的营销策划书。这次网络营销策划的目的就是指导小芳的网店的建设。完成商店从街道店面到虚拟网络的成功转型。

三、网络营销环境分析

网络营销环境可以从以下几个方面来分析：

个人情况：

1、人力资源

2、个人实力

3、客户资源

4、其他

社会环境：

1、网络环境

2、物流环境

3、网络信用

4、市场环境

5、其他

首先，分析一下网络营销环境中的个人情况。

人力资源状况。

小芳以这个店面作为自己的主要事业，因此是主要的人力资源。我在南昌工作稳定，空闲时间较多，也可以帮忙打理店铺。再加上南昌有很多所大学，我们可以在离学校近一点的地方租1个店面，这要如果需要的话也方便招一些熟悉电脑知识，沟通能力比较强的在校大学生做兼职，在业务量大的时候可以缓解一下人力资源不足的局面。因此人力资源这一块还是没有多大问题的。

个人实力状况。

小芳干服装这一行已经六年了，对这一行比较熟悉。当初就是因为自己给自己的服装店找到了好的市场定位，再加上自己在进货这一方面的经验才使自己的店铺经营的很好。再者，小芳在东莞这个繁华的大都市打拼了六年，也积累很可观的一笔资金，完全可以满足开网店的资金需要。社会经验也比较足。因此在这一块没有问题。

然而，由于小芳长期忙于自己的店面，很少有时间接触电脑知识的学习，因此小芳的电脑知识很匮乏，对于网店的操作流程也一窍不通，网络市场的推广，网络广告的投放，这些她都不太清楚。这也是制约小芳网店建设的1个难题。

客户资源

客户资源是小芳开网店1个很重要的筹码，以前在东莞开实体店的时候，由于商品的质量可靠，款式新颖，售后服务也很周到，因此积累了一批忠实的顾客。虽然自己的店开到网上去了，但小芳可以肯定的是，还是会有很多以前的顾客会经常光顾的。这给了小芳很大的信心。

进货方面小芳也有很多的渠道，也可以称为自己的客户。以前进货的商家，现在仍然可以继续合作。这样就避免了重新寻找进货渠道的麻烦，而且由于是老顾客，在进货价格方面可以得到比较多的优惠，这样自己在价格方面也能取得一定的优势。

其他方面

小芳的仓库中积压了大批的商品，这是1个令人头痛的问题。如果运到南昌来，则要支付1大笔运费。如果就地处理，一是要花比较长的时间，而是可能要面临亏本买卖的风险。这个问题将在后面的策划中解决。

接着，分析一下小芳在网上开店的社会环境。

网络环境

现在的网络比以前热闹许多，一方面各种各样的网上购物网站如雨后春笋般冒出来，这样给小芳的网店建设带来了很多方便。但是另一方面，俗话说：林子大了，什么鸟都有。网络上也出现了很多不安全的因素。比如说网络黑客，网络病毒，网络诈骗。这些都会对网点的建设造成威胁。

物流环境

现在国内的物流环境还是比较好的。虽然说中国邮政还是老样子，但是令人欣慰的是最近几年国内出现了好几个比较有名，值得信赖的私营物流公司。再加上国外一些物流公司的加入，物流这一块还是没有多大问题的。

网络信用

在网上购物，面临的首要问题便是商家和顾客之间的1个信用问题。由于是在虚拟的网络中进行交易，这增加了商家和顾客之间的信用风险。好在随着支付宝等一些第三方支付公司的发展，信用问题得到了比较好的解决。

市场环境

虽然说网上开店竞争比较激烈，但网上开店，自己的市场也扩展到了全国范围。因此，只要自己能做好，还是有利可图的。

其他的一些社会环境，在此就不多说了。

三、具体的实施方案

3、1网上开店的载体选择。

由于淘宝在国内的影响力名列第一，网店管理也比较方便，而且还是免费的，因此我们选择在淘宝上开设自己的服装店。

3、2网店的装饰。

网店装饰是1个比较重要的环节，因为这将决定1个浏览者对网店的第一印象，装饰精美的网店往往能将更多的潜在顾客转化成实际顾客。因此，我们决定请专业的网页美工人员帮我们设计网店的整体形象。以便吸引更多的顾客。

3、3接下来要做的就是进货和商品上架了。

进货是小芳的强项，这里就不用多说了。在这里我们要解决小芳东莞实体店的库存积压问题。我们决定留下东莞那边的仓库，以便存货。在那边雇佣1个仓库管-理-员，帮忙发货和管理货品。先将那边的库存商品上架到网店上，进行强力打折销售，这样可以作为新店开张的一项重要的促销活动，增加网店的人气。那边的仓库又可以作为1个发货点，这样即可节约物流时间和费用。商品上架也要注意：不要一味以库存商品上架，这样有损网店形象，让人以为这就是1个卖廉价衣服的网店。

3、4网店开张宣传

网店宣传时这次策划的绝对重点，也是1个网店生意好坏的重要因素。再好的店没有宣传也是难以取得好的业绩的。网店的宣传主要采用以下几种方式：

网络广告宣传。选择一些网站，挂新店开张广告宣传，也就是采用网络广告的形式。这样网站的选择就显得非常重要了。网站首推淘宝，因为淘宝日访问量本来就很大，再加上是在淘宝开店，可信度就很高，点击广告的都是打算在网上购物的有需求的潜在顾客，效果应该很明显。其次应该选择一些为人们提供新店开张，商品打折信息类的网站，这些网站本来就需要新店开张的信息来充实他们网站的内容，而且通过这些网站链接到淘宝，顾客转化率也比较可观，作为网店的推广很合适。

3、4、1email宣传。

通过email宣传也是一条很重要的途径。我们可以通过购买外部邮件列表(当然这些邮件列表应该是网上购物类网站所提供的)，然后通过专业的邮件服务提供商来帮我们发送。在这里，邮件的内容也是1个应当注意的环节。邮件内容要突出重点，就是新店网址和新店开张的打折活动，前多少名购买商品的顾客应该提供一定价值的礼品。要注意内容的真实性和可信性。

3、4、2即时信息宣传。

可以通过阿里旺旺和qq中的群聊功能进行宣传。这也是1种不错的宣传方式。加入阿里旺旺群和购物类的qq群，然后在群里发布新店开张的信息，这样也能起到比较好的宣传效果。在群里发信息的时候要注意礼貌用语，语气真诚。获得群内好友的信任守键。

3、4、3论坛宣传。

可以在猪八戒等一些威客网站发布任务，任务的内容便是要求威客们到国内各大购物类网站的论坛中发布新网店开张，商品强力打折的帖子。按照目前的价格，发布1个这样的帖子价格在1元钱左右。因为发布帖子要注册之类的，而且每个威客不能在同1个论坛里发2个贴，很麻烦。也许你认为500块钱是不是只能发500个贴呢，这是错的。按每个威客发5贴算，500块可以召集100名威客。但实际情况是，也许有200名威客去做了你的任务，也就是发了1000个贴。因为威客都是先做任再交的，只有任务通过的威客才能得到赏金。如果运气好的话，可以发更多的帖，所以是很经济实惠的1种宣传方式。但不能保证宣传质量。

3、4、4传统宣传。

就是采用传统的发传单方式进行宣传。在此不再赘述。对于东莞的那些老顾客，可以像题目中说的一样，在原先的店面做1个大的广告，告诉顾客们店面已搬到淘宝，并提供网店名称和网址。但是我有1个更稳妥的办法，就是在关闭门面前的几个月，开始向来店里购物的客户发印有网店名称和网址的卡片，这样可以更好的替网店进行宣传。

3、5联系物流公司

网上购物的1个特有流程就是需要通过物流公司把商品送到顾客手里，物流费用也是项不小的开支，因此很有必要和物流公司建立长期的合作关系，达到降低物流成本的目的。同时，物流公司也很乐意和这种大的客户合作，在价格方面也愿意做出让步。因此，这因该不是一件很困难的事情。但是要注意，不要一味贪图便宜而忽略物流公司的服务质量。由于物流公司的过失而导致丧失网店信誉，失去顾客信任将是1个很严重的问题。

3、6进入网店的运营阶段

做好以上工作后，基本上即可进入网店的运营阶段了。网店的运营过程中一定要讲诚信，不能言而无信，更不能出售假冒伪劣产品，应该具备长远的眼光，准确把握市场潮流，找准网店的市场定位，善于和顾客保持长期联系，有可能的话建立自己的内部邮件列表，定期向顾客发送一些商品打折，新品上架之类的信息。让顾客觉得自己受到重视，这样才可以建立起顾客的忠诚度，让自己的网店蒸蒸日上。

3、7长远规划

开1个网店，不能只满足于眼前的利润，还应该有网店长远的规划。在淘宝开店，终究要受到很多淘宝规则的约束，比如说网店很大程度上要按照淘宝的模板来建设，这样就会限制网店的发展。因此，当积累了一定规模的客户群体后，即可考虑建立自己的网络商店站点了。甚至可以扩展销售商品的范围，不再是单一的销售服装。但是进入这一行还是有很大的风险的，相当于要跟当当网之类的网站竞争。得具备充足的条件才行。这是后话了。

四、结束语

要想获得爱情和事业的双赢是一件既简单又困难的事情。它的简单之处在于网络给我们提供的便捷，它的困难之处在于实施过程中的确定因素太多了，再加上小芳计算机方面的知识过于缺乏，这给她的网店之路设置了诸多的障碍。但是，我相信，只要有一颗不怕困难，不怕的失败，敢于创新的心和诚实守信的品质，我们一定可以披荆斩棘，在竞争激烈的网上购物市场中杀出一条血路。赢得爱情与事业的双丰收!

**20\_年网络营销实训总结实用通用二**

前言

随着计算机网络技术的飞速发展，电子商务作为网络技术的一种重要应用以不争的事实席卷了全球每一个角落的每一个行业。电子商务的崛起，改变了许多企业传统经营的模式，也促生了许多商业模式和新型企业。其发展已成为一般无法阻挡的历史潮流，而如何增加网上商城平台的商户数量也逐渐走入人们的脑海中。本次网络营销课程设计将对麦包包进行网络营销。

网络营销是以互联网络为媒体，以新的方式、方法和理念，通过一系列魅力网络营销策划，制定和实施营销活动，更有效的促成个人和组织交易活动实现的新型营销模式。它是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总体或者部分经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。

相对于传统营销，网络营销具有国际化、信息化和无纸化，已经成为各国营销发展的趋势。因而，我们可以充分利用网络营销迅速的推广我们的产品及品牌。

1、市场状况

麦包包具有较好的市场机会。

第一，中国网上零售市场的规模迅速扩大。

目前，中国的网购市场发展十分迅速，20xx年国内网购市场交易规模超过2500亿，截止到20xx年底，国内网购用户数量达1、22亿，几乎占到全国人口的10%。麦包包作为一家外贸出口转网络内销的公司，将战略布局转向拥有广泛用户和较好发展潜力的互联网销售市场，利用这一有利市场机会能够促进销售业务的增加和公司的进一步发展。

第二，消费者对箱包皮具类商品的消费需求持续增加。

当前，越来越多的消费者更换箱包是因为旧的款式已经过时，而不是箱包本身的损坏。因此，只要时尚的方向发生改变，箱包的样式和款式不断推陈出新，就会有大量追求时尚的消费者会购买新款产品。箱包皮具的销售淡旺季区别不很明显，整个市场对其需求稳定。随着人们生活水平和支付能力的提高，消费者对箱包皮具的需求还会被进一步开发出来。

2、产品状况

在新经济浪潮的影响下，中国时尚产业高速发展，但箱包领域始终缺失领军品牌。在这种大背景下，意大利百年时尚箱包集团visconti将国际时尚引入中国，投资成立“麦包包”，全名嘉兴市麦包包皮具有限公司。并联手联想集团、美国的资本共同推动中国时尚箱包行业的发展。麦包包总部在浙江嘉兴，麦包包的研发机构已遍及意大利威尼斯、中国的香港、广州、上海和浙江等地。

3、分销情况

麦包包通过搜索引擎和互联网广告把流量引入独立网站，消费者在麦包包的独立b2c网站注册成会员后可在线购买商品。会员浏览商品选中满意的箱包下单，麦包包处理订单后即通知快递公司发货。会员可在线支付，也可收到商品后再行支付。开设在淘宝、淘宝商城等代销平台的麦包包店铺，借助平台的知名度和接入方式吸引消费者。这些店铺需要顾客注册为其平台网站的会员后按流程购买。实体代销店的产品需顾客亲自前往店铺选购。

4、竞争状况（swot分析）：

竞争优势：1、供应链管理系统优势；2、品牌定位优势；3、依托淘宝网的平台；4、市场占领份额优势；

竞争劣势：1、消费者对质量问题的担忧；2、物流配送系统还需加强。

竞争机会：1、巨大的箱包网购市场；2、经济危机带来的“春天”；3、联合营销；4、品牌扩展。

竞争威胁：1、大批量同领域电子商务，如烧包网以及潜在的综合性商城的箱包频道；2、产品同质化。外贸的兴起与伪版箱包大量存在于市场。

5、消费者分析

传统的购物形式是人们满街转到自己需要的产品问问价格、看看质量，然后去别家做同样的事情，对比几家后才能做出决定，即使这样买了之后还是觉得买贵了买亏了上当了，而且浪费了时间。而且这样在局部小范围内的询问也不可能获得完全的信息，被宰的几率也比较大。

现在我们坐在家里就可以在全世界范围内挑选喜欢的东西，并且比较他们的价格，有如此丰富的产品种类供你挑选，还少了上街的麻烦，我们何乐而不为呢。如此轻松的就可以买来全部所需，还可以货比三家，自己完成购物过程，进入轻松购物新时代。

伴随着生活方式的转换以及电子商务的普及，人们意识到在线购物的无地域界限、安全、方便快捷及价格优势，在线购物的队伍不断扩大，不断增长的强大需求正成为电子商务的发展动力。

6、竞争者分析

（1）直接竞争对手

垂直商场：如烧包网、卖包网等。

通过分析，如烧包网、卖包网、佑一良品的比较它们的模式基本上和麦包包走着相同的销售路线，通过降价促销等销售手段以及货到付款、邮局网汇汇款、银行电话支付等支付方式。麦包包起步较早，依托着淘宝的巨大背景，因此在销售者中间的知名度也比较大，加之其他各项服务也比较完善，在网络直销店方面已经领先于其它对手，但是各种细分的网络直销店仍然对麦包包形成着冲击，抢占其市场份额。

复合品牌店：如啄木鸟、爱华仕等。

复合品牌店是随着电子商务的成熟，越来越多的传统品牌商加入电商战场。这类店往往都是已经有多家实体店，并且早已在消费者心目中树立了良好形象的品牌商店，随着复合品牌店的加入，麦包包在未来的竞争中复合品牌店才是其最大的竞争对手。

（2）潜在竞争对手：如拍拍网、易趣网、凡客城品等。

对于麦包包来说，虽然这类竞争对手是潜在的，但是其却是麦包包面对的最大对手。综合商场有庞大的购物群体，有稳定的网站平台，有完备的支付体系，诚信安全体系（尽管目前人有很多不足），产品丰富，物流便捷的情况下，其成本优势，二十四小时的不夜城，无地区域限制等等优势，体现着网上综合商城即将获得交易市场的一个角色。

1、优势

麦包包最大的优势无疑是其自有品牌产品。麦包包的产品风格各异，针对性较强，能吸引不同群体的消费者。麦包包自有品牌有特殊的品牌属性及特点，在降低同质化竞争的同时，还可以提升客户的忠实度。麦包包基于订单的m2c快速反应管理方式，减少了中间渠道，能够保证企业自主定价、自主控制采购成本，会增大销售毛利润。麦包包旗下的麦芽糖论坛是时尚资讯和社区网站的整合，通过提供当下流行搭配和多种多样的促销优惠活动，麦芽糖论坛对于保持麦包包会员的粘性有很大的促进作用。目前，麦芽糖论坛会员的活跃度较高。

2、劣势

从麦包包的经营情况来看，其独立b2c网站的销售量和知名度都不及其开设于淘宝商城的专营店，对淘宝商城过度的依赖影响麦包包在消费者心中树立具有品牌内涵和精确市场定位的品牌形象。另一方面，麦包包投入了大量的资金用于投放广告，虽然在短期内提高了知名度，但这推高了企业的成本。

3、机遇

近年来，随着电子商务的迅速发展和网上交易环境的优化，网购已成为越来越多的人的习惯。中国网购市场的迅速发展，使得传统行业互联网化成为了一种趋势。麦包包本身的发展轨迹也印证了这一点。麦包包从从事外贸出口业务转型从事线上直销，可以很好地借助之前的优势和资源。目前，麦包包反向整合了箱包的供应、生产和设计产业链，这种垂直型的线上销售渠道能够给企业发展带来更大市场机遇。

4、挑战

在目前的网上零售市场中，淘宝等大平台商占据着主导地位，其用户数和交易量都具有绝对优势。麦包包借助这样的平台发展电子商务业务很好的开拓了销售市场。去年，麦包包位列淘宝商城最热门十大网店之一，在很多消费者心中，麦包包是一家典型的“淘品牌”公司。但是，从长期发展来看，如何提升独立b2c网站的知名度和点击量，进而提高麦包包品牌影响力和市场份额是麦包包下一步发展需要考虑的事情。此外，麦包包发展了很多代销网商和实体批发商，如果这些代销商用其他厂商的箱包假冒麦包包的产品引起质量纠纷问题，会极大地影响麦包包商品的声誉，因此，监督和规范代销商行为是麦包包必须着手行动的一项事宜。

关于网络推广的方式有很多种，比如我们在各种搜索引擎里输入你想要知道各种信息，输入一种相关的词条，就会出现很多相关的内容，比如你想要看看麦包包的网店信息，你可以在搜索引擎输入麦包包，便可查询。

另外，该网店可以通过网络公告来吸引顾客的眼球，留住顾客的鼠标，以此提高店铺的人气。

除此之外，我们还可以通过以下方法来进行网店的推广：

第一：友情链接

跟信任值相对高的和产品属性相对相合的店铺进行友情链接，比如麦包包店铺可以跟一些知名品牌的衣服鞋袜等店铺进行友情链接。

第二：社区发帖回帖跟帖：

在社区论坛进行发帖回帖跟帖，可以提高店铺的知名度，而且有的时候，一篇好的发帖，可以引起一连串的跟帖和转帖，但是店家要时刻注意回帖，这样的影响力对店铺也是非常大的。

第三：在其他论坛发帖发广告

除了几个具有显著特征的论坛之外，还要进行到别的地方进行发帖回帖跟帖，这是一个很容易提升店铺知名度的方法。

第四：宝贝上架时间

买家在淘宝贝的时候，淘宝的默认排序方式是按下架时间来排的，越接近下架的宝贝越排在前面，容易被买家看到。因此我们就努力让自己的宝贝在人气最旺的时候接近下架～那么要控制宝贝的下架时间，当然只能从上架时间着手咯，所以上宝贝的时候最好选择人气较旺的时候上宝贝！

第五：用好橱窗推荐

使用了橱窗推荐的宝贝比没有使用橱窗推荐的宝贝更容易被买家搜索到哦，而且几率大好几倍！一定要推荐快下架的宝贝，即有质量又便宜的宝贝。这样买家才更有兴趣到你的店里来逛逛哦！

第六：合理设置宝贝名称

宝贝名称尽量多包含热门搜索关键词，当然是要跟你的宝贝有关的哈，不然算是违规哦。多包含热门搜索关键词，能增加宝贝被搜索到的几率，自然也增加了被买走的几率。

第七：登录各大搜索引擎

找到各大搜索引擎的入口，填一下你的店名和地址，直接提交。

第八：加入旺旺群

加入旺旺群，是接近人群最好的方法，所有人都会觉得朋友间买东西会便宜点，所以要在旺旺群里和大家熟络起来，时间久了，大家想买东西了也就自然会想到你了。

第九：群发信息

利用旺旺，qq，msn等聊天工具给别人发广告。但是一定要注意限度，发多了会引起反感，到时候直接拉黑了就得不偿失了。

第十：加入商盟

加入商盟的好处多多的啦！商盟可比群大多了，里面人气也比较旺，跟大家成为朋友，也就多了不少潜在顾客，而且当盟友的顾客需要购买的产品正好你店里有的话，盟友会给你介绍过来的哦！而且加入商盟以后，买家会觉得我们的店铺更有保障。

第十一：关注求购信息

经常到求购区去看看，有没有人求购的宝贝是我们店里有的。运气好的话，能找到好多顾客哦，即使我们店里没有买家求购的东西，也能发现不少潜在顾客，把他们都加为好友吧，顺便推销一下跟他求购的宝贝差不多的东西，很容易成交的哦！

第十二：多搞促销活动

五一节快到啦，买家们可都希望在节日的时候买到特价商品哦，看看我们的店里有特价的吗？如果没有，惨啦，肯定没人光顾，赶紧挑几件物美价廉的宝贝搞促销吧～，钱少赚点没关系，信誉上去了嘛，而且薄利多销，人气旺了，以后的生意也好做呀！不一定要等节日的时候才可以搞促销哦，平时也多搞促销活动拉人气，只有人气旺了，生意才会越来越红火哦。

第十三：访问老顾客

想让买家变成回头客，经常联系拜访是必须的，每到节日，或者买家生日之类的特殊日子，一定要记得给买过我们东西的买家们发个信息，祝福他们节日快乐哦。让他们感受到我们的真心，我们的关怀和温暖，这样他们也会把我们记在心里，在到需要买东西的时候，就会自然的想起我们啦。如果不到我们店里买他心里都会过意不去的。长此以往，建立稳定的顾客群，生意才能持之以恒。

第十四：参加群拍卖

群拍卖跟一元拍效果差不多，不过见效快，几分钟就能看到拍卖结果。聚集人气也非常迅速有效，我参加了几次群拍卖，店铺浏览量瞬间从20提升到150，效果真是喜人呀！而且一下就认识了很多潜在买家，虽然拍卖的东西只有一个，却发现了好多潜在顾客，好好想想办法就把潜在的顾客变成实际顾客咯！

第十五：建立会员折扣制度

麦包包是比较有名气的品牌包包，想让第一次上门的顾客变成老主顾吗？呵呵，来个会员折扣吧，把买家设置为会员，以后来买东西给优惠，这样到他下次想买这个东东的时候，自然又会到我们的店里来啦哈哈！

**20\_年网络营销实训总结实用通用三**

计算机网络专业简历的自我评价 我学习成绩优良，学风端正，学习刻苦努力，奋发向上。

在认真完成自身 学业的基础上，积极参加选修课学习和各种课余活动，并取得优秀的成绩，通 过了计算机三级，并获得奖学金。 努力吸收各方面知识，增强自身的文化修养。计算机水平较高，熟悉与专 业相关的各种软件的操作及网站的制作与维护等等。

我积极投身社会活动，担任计算机学院科协干事 ，工作积极认真出色，并 获“优秀学生干部”称号。有较强的社交、组织、实践和研究分析能力，工作 塌实肯干，能够吃苦耐劳，让人放心。

我有年轻人的冲劲和魄力，具有很强的团队精神和集体观念。对待生活非 常乐观，以诚为本，真诚待人。同时，自己还存在一些不足，但在今后会努力 不断改正，提高自身素质。

互联网行业个人简历

大学生营销简历自我评价

营销主管简历自我评价

自我鉴定范文 | 自我鉴定表格 | 个人自我鉴定 | 自我鉴定模板 | 自我鉴定格式

自我鉴定范文 | 自我鉴定表格 | 个人自我鉴定 | 自我鉴定模板 | 自我鉴定格式

**20\_年网络营销实训总结实用通用四**

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11月30日，淘宝网帮助246、3万人实现直接就业。

由此可见，中国的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，在同等价位的商品中，质量相对较好，在同等质量的产品中，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，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，以此增加店铺的流量，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，信誉是店铺的发展的关键之一。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。

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！