

京东网站策划书 网站策划书案例14篇(汇总)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/4a2a1da001e009aafce2e86c74bfe67c.html>

范文网，为你加油喝彩！

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

京东网站策划书 网站策划书案例篇一

(1)网站结构

网站结构是为了合理地向用户表达企业信息所采用的网站呢栏目设置、网页布局、网站内容等信息的表现形式。美的企业在网站方面，一级导航栏共有六个，通过主页可以到达任何一个一级栏目首页、二级栏目首页以及到达最终页面;主栏目清晰，有专门的分类目录;每个页面有一个辅助导航;页面最多三次点击后可以进入内容页面。不足：不是每个网页都可以进入任何一个一级栏目首页，点击进入之后直接进入另一页面，而不能返回主页。在网站完善过程中需要注意对此进行改进，在任何一级一个栏目中都能够返回主页。

(2)网页布局

网页布局是为满足栏目设置的要求需要进行的网页末班规划。美的企业网站左上角放置企业logo，展示了网站品牌，页面内容简洁，站内检索服务显眼;不足：在首页，重要信息如产品促销信息、新产品信息没有展示出来，只有简单的美的新闻、美的活动和美的基金三项，没有提供网页浏览用户所想所需的信息，过于简略。普通用户浏览企业网站一般是想了解企业的最新产品信息，如打折、优惠、新产品等，如若需要则需要在网页中慢慢寻找。网站的布局不能仅仅注重简洁，还需要将重要的信息显示在主页中，应当适当的在主页里增加些信息。

(3)网站内容

网站内容是通过企业网站可以看到的所有信息，是企业希望通过网站向用户传递的所有信息，网站的内容是网站的核心，为用户提供有价值的内容是企业网站运营生产价值的基础。美的网站内容方面比较具体，设置了产品中心和服务专区，可以查找到很多美的产品和服务。产品方面提供产品的智能体验系统，使产品更为形象的表现现在用户眼前，不过打开此系统时时间上需花费较多，并且产品展示没有提供产品的详细信息，如：价格、性能、产品的功率等都没有给出说明，这不利于用户对产品进行了解;服务专区方面，提供了良好的用户服务，常见问题能直接查看，还

提供有较好的在线咨询服务的。

(4)企业网站的功能

网站的功能分为技术功能和网络营销功能。一个具备完善的网络营销功能的企业网站，应该具备品牌形象、产品/服务展示、信息发布、顾客服务、顾客关系、网上调查、网上联盟、网络营销。技术功能方面，美的企业网站过多的应用了flash插件，打开网页时速度较慢，应该减少flash插件的使用，多用些静态的图片，文字来说明产品、服务、企业信息较好。美的企业网站在网站功能上基本完整，不过还可以增加适当的功能，如网上调查，可以获得用户的反馈信息和获取第一手市场资料，美的网站没有设置此项功能。

(5)企业网站的服务

美的企业网站有根据产品特点提供相应的服务内容，提供了产品说明书下载，常见问题解答，在线问题咨询，不过却没有利用网站为用户提供产品选购和保养知识。站内搜索只能搜索到输入名产品，如若输“冰箱”查找出来的只是冰箱的信息，而若输“电冰箱”时则会显示说没有该产品信息，这样增加用户搜索难度，搜索时最好增加相近词、相似词的应用。

网络营销策略是企业根据自身所在市场中所处地位不同而采取的一些网络营销组合，是以国际互联网络为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的市场营销方式。网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。美的企业网站推广可以通过以下几方面进行加强：

(1)博客与微博营销推广

在微博搜索“美的”时，显示的条目有关美的企业的只有一条，而且微博主所发表的微博涉及到美的集团的产品或者服务的很少。可以说这企业版的微博应该成为个人微博，不是为了宣传公司产品/服务而设置的，也没有营销的目的。美的网络营销可以通过比较知名的博客和微博进行营销，比较知名的博客如新浪博客，网易博客，微博中国等，比较知名的微博有新浪微博、腾讯微博、搜狐微博。博客与微博营销除了可以将信息传递给房客和粉丝，还可以提高搜索引擎对企业信息的收录数量。企业应专门叫企业营销方面的员工开设企业微博和企业博客，每天在9:00,12:00, 16:00(微博的高浏览量黄金时间段)这些时间段更新企业的微博与博客，发布关于美的最新产品或者优惠等信息。博客这方面发布的内容文字不受限制，每天按时按量发布关于美的产品维护/保养等的信息，以期达到网络营销的目的。

(2)域名营销推广

域名，对网站来说至关重要，它不仅是指引人们找到企业网站的唯一地址，更是企业在宣传推广网站，特别是进行网络推广的时候会发挥重要作用的一环。一般来说一个易记，逻辑性强，从字面意思上能够反映网站服务内容或宗旨的域名更能提升网站的形象，人们也更容易记住这个网站，并愿意向朋友介绍这个网站。美的，通常情况下我们想到其企业的域名会是美的企业的拼音名组成，通过万网查找发现美的企业的中文拼音名不管是被注册，但却都是些无法打开或者是显示出错的页面，可知这些域名不是被美的企业申请或者被美的企业申请但未被充分利用，这样很不利于企业宣传推广网站。若使这些网站被非美的企业注册了，应当尽量购买回注册使用权并将这些网址链接至美的企业网站的主页，如果是被美的企业网站本身注册的，应该将这些网址链接

到企业网站的主页中而不是无法打开或者出错的页面。企业域名站点宣传时，在产品宣传期间通过发布的传统媒介、发布新闻等在其后标明企业网址，并告知顾客可通过企业网站了解企业的产品信息和提供在线咨询服务，方便更省时。

(3)信息发布营销推广

要实现网站推广，要让企业的潜在用户能够发现并找到你的企业信息——不只是企业官方网站的信息，也可以时发在其他的第三方网站的信息，这样可以增加企业的网络曝光度，间接实现企业网站访问量的增加。在京东商城、国美电器、中关村等第三方平台上发布美的企业的产品信息，并尽量将企业产品的信息显示在搜索中的前列。如在京东商城搜索“空调”时，搜索结果中美的企业的产品能显示在前列，并且最好在第一页中企业品牌的产品能够占据较多数量。并及时掌握具有新闻性的事件将新闻发送到企业的行业站点或在其他新闻媒体上，如报纸、杂志等，进行企业网站推广。

(4)搜索引擎优化推广

提高网站对搜索引擎的友好性，使网站中尽可能多的网页被搜索引擎收录，并且在搜索结果中获得较好的排名效果，从而通过搜索引擎的自然检索获得尽可能多的潜在用户。利用xxx、xxx等技术型搜索引擎进行推广。在知名搜索引擎上进行注册，如在百度推广中出价进行关键词营销，让企业产品在搜索结果中能显示在前列。对不同的产品选择不同的模式，通过用户调查将企业的产品分类进行推广，部分产品推广地域选择全部地域，部分推广地域选择部分区域，以节省企业网站的推广经费。

(5)直邮广告推广

在人气较旺的商业街或潜在客户集中的交通枢纽中心(如广州的体育西，岗顶)，投递人员直接将dm发送给客户;寻求快递公司、小区物业管理公司，按每个月发一次的频率将dm直接投递到客户的信箱。

(6)软文推广

美的企业的市场策划人员撰写“文字广告”，软文的标题需要响亮，生动，传神。让读者一看到标题就被吸引过来，促使读者产生浓厚的阅读兴趣，需要保证软文的内容和质量，然后将软文投放到网站、报纸、杂志等媒体中。

(7)电子邮件推广

电子邮件是最有效的网络许可营销方法之一。每周给网站注册者发送电子邮件通讯。整理相关文档，制作网页相关主题的电子书，如空调保养、电器选购指南、电器市场调研报告等(最好用pdf格式)，然后在电子书中融入推广广告，然后把电子书放到网站中让广大受众免费阅读，同时宣传企业网站。

以上是根据美的企业自身所在市场中所处地位提出的网站推广方法。通过网站推广能够提升企业的品牌知名度，提升流量，提升销售额，提高pr值等，为企业带来利润的提升。网站推广的工作是持续性的，不能在有些成效时就停留不动，企业网站的信息需要随时更新，与企业实际动态保持一致，定时完善企业网站，以期增加企业网站的访问量，帮助企业提升营业额，塑造企业形象

与帮助企业培养一些忠诚客户。

京东网站策划书 网站策划书案例篇二

：网上创业在选择新商品时，首先要明确本身的目标，我的目标是在网上开一家店铺，主要营销精美首饰，目的是学习开店技能，熟悉网络交易，锻炼本身，并且准备将产品作为一项长期的事业发展。

经过对网上商店的调查报告，我做出以下网上开店的计划：

1.首先我要在脑海中想好要开一家什么样的店，寻找好的市场，本身的商品有竞争力，才是成功的基石。因为现在人们的生活条件好了，更多的女性注重装扮本身，因此我选择了销售精美首饰，也因为本身比较喜欢这一方面吧。

2.选择开店平台或者网站。我会选择一个提供个人店铺平台的网站，注册为用户。在选择网站时，人气旺盛和是否收费以及收费情况等都很重要的，现在很多平台提供免费开店服务，这一点会省很多金子，所以我会选择免费开店的平台。节省资金嘛！毕竟我还不是很富有，开个店来赚一些！

3.向网站申请开设店铺。我会详细填写本身店铺所提供商品的分类，以便让我的目标用户可以准确找到我。然后我要为本身的店铺取个醒目的名字，网友在列表中点击那个铺更多取决于名字是否吸引人，我的店名就叫“知音”。我的网店会显示个人资料，我会真实填写以增加信任度。

4.进货。我会从我熟悉的渠道和平台进货，控制成本和进货是关键，我的资金规划是省钱，因此我会进一些成本较低的商品。但要有质量保证。保证物美价廉，让顾客也乐于购买。

5.登陆产品。我会把每件产品的名称、产地所在地、性质、外观、数量、交易方式、交易时限等信息填写在网站上，而且会搭配商品的图片，突出商品的优点。为了增加吸引力，图片的质量会尽量好些，说明也会尽量详细，如果需要邮寄我会声明由谁负责邮费。还有非常重要的是设置价格，网上竞价不同，我会先设置一个起始价，买家由此向上出价，起始价越低越能引起买家的兴趣，但是起价太低会有最后成交价太低的风险，所以我会同时设置底价，以保证商品不会低于成本被买走。

6.营销推广。为了提升我店铺的人气，在开店初期，我会适当地营销推广，只限于网络上是不够的，要网上为那个往下多种渠道一起推广，我会购买网站流量大的页面上的“热门商品推荐”的位置，将商品分类列表上的商品名称加粗、增加图片以吸引眼球。

7.售中服务。顾客在决定是否购买时很可能需要很多我没有提供的信息，他们随时会在网上提出，我会及时并耐心回复。顾客是上帝嘛，只要顾客有不清楚的我们就一定会尽心解释的。态度是很重要的！

8.交易。成交后，网站会通知双方的联系方式，我会根据约定方式进行交易。绝对不会让顾客不满意。

9.评价或投诉。信用是网上交易中很重要的因素，我会安心对待拍下不买的买家，据我了解，在网上开店总会遇到拍下不买的买家，这是很正常的。作为卖家，我会坚持一份和平的心态，这样

才能面对以后更激烈的网上店铺的竞争。凭心对待差评，有时因为本身或其他原因，可能会在本身的信用记录里出现差评的现象，我会安心面对，采取相应的补救措施，或者在网上说明真实情况，同时争取用更多的好评来获取买家的正面印象。

10.售后服务。我认为完善周到的售后服务是省以坚持经久不衰的非常重要的筹码，因此我会与客户坚持联系，做好客户管理工作。

京东网站策划书 网站策划书案例篇三

企业加入互联网已经是常见的事，哪家企业没进入互联网才会被认为是一件怪事，毕竟互联网这块香甜可口大蛋糕。企业进入互联网面临着企业网站的运营问题，网站运营说难也不难。以我做晓风彩票网站的运营经验，我想分享下网站运营工作需具备的网站推广方案的创写能力的培养，如何创写这样的推广方案。

经常在一些seo交流群，一些搜搜问答、百度问答等等看到运营人员在询问的运营工作，我的脑子里根本没有这样的推广方案的概念，就是想一步走一步，后来也是在一个朋友的启发，让我开始思考网站推广方案创写是有必要的。做好网站推广方案，是从整体上把握、统筹晓风彩票网站的运营工作。

很多人都会问，企业网站怎么做才能成功，企业网站的运营工作难不难。在这里我想说，做任何事都有他自身的难道，成功者说简单，失败者自然说难。做晓风彩票网站纯粹是推销互联网产品的，这比其他企业网站推广来说更加困难，因为传统的企业网站在线下已经积累了一定的品牌，这样做推广会容易许多。但是从我经验总结，不管是传统企业还是互联网企业，做网站运营先要做好网站推广方案。我从我的晓风彩票网站的运营简单创写了一个推广方案，仅供大家学习参考。

企业网站有分品牌站和营销站，不能的网站类型，网站推广达到的效果就不一样，推广方法、方式就不一样。我做的晓风彩票网站就是营销站，目的就是将彩票软件推销出去，但是不是不择手段的推销产品，因为我们公司最终是要形成企业品牌，那么我们的营销站需为这个打下基础，做营销的同时，需注重品牌的营销，可以说想达到双向的效果，只是侧重点不同。

在互联网发展到今日已经是非常成熟的，不同行业不同领域在互联网上也有一定的发展。我们晓风彩票网站主要是推广彩票软件，我需在互联网上寻找自己的用户，推广的目标人群在哪里。确定好目标用户群也会为企业的品牌营销带来很大的用处。

我想不管在哪行哪业，竞争对手都是存在的，也没有哪个企业强大到说我可以完全忽视我们的竞争剝手。前段时间360和腾讯还打的不可开交，在做晓风彩票网站前，我就分析了竞争对手的一些优势、劣势情况，优势是我们需学习的，劣势是我们需做强的地方。

在准备工作做的差不多的时候，做需策划网站推广的方法方案，这部分将决定我们企业网站运营的成败。对于推广方法，我们晓风彩票网站做的最多是搜索引擎优化，主要是针对百度的优化，这也是百度市场份额的占据量高决定的。网站的推广方法是多种多样的，不同行业选择的方法会有些不同，但是大多数资源是共享的。我做彩票网站的运营主要的方法有论坛推广、分类信息网站推广、软文、邮件等等，方法也是在不断实践中积累出来的。

5、分析推广效果调整推广方法

这部分是不可缺少的部分，他决定这我们的网站推广效果能达到到什么程度。对网站推广效果的监测、分析，及时调整错误的地方，改正自己的推广方案，在最大程度上做好网站的推广工作。

京东网站策划书 网站策划书案例篇四

1、创建博客网站所遵循的一般原则

(1)系统性原则。创建者要提供设计方案，还应充分了解用户的一些基本情况，并将其需求等要素融入到网站建设方案中。

(2)完整性原则。博客又称为网络日志，是一种大众化的网络载体，它是一种由个人管理、不定期张贴新文章的网站，应该为用户提供完整的信息和服务：网站的基本要素合理、完整。网站的内容丰富、有效。网站的服务和功能适用、方便。网站建设与网站运营维护相衔接、支持。

(3)友好性原则。博客网站的友好性包括以下几个方面：对用户友好——满足用户需求、获得用户信任。对网络环境友好——适合搜索引擎检索、便于积累网络资源。对经营者友好——网站便于管理维护、能提高工作效率。

(4)简单性原则。在保证网站基本要素完整的前提下，尽可能减少不相关的内容、图片和文件等，使得用户以尽可能少的点击次数和尽可能短的时间里获得需要的信息和服务。

(5)适应性原则。博客网站的功能、内容、服务和表现形式等需要适应不断变化的网络环境，网站应具有连续性和可扩展性。

2、网站建设基本流程规范

(1)制定网站规划方案，包括网站预期目标、状况分析、网站栏目结构、用户行为分析及内容规划、网页模版设计、网站服务器技术、网站运营维护等基本内容。

(2)网站技术开发、网页设计。

(3)网站测试。

(4)网站发布和推广。

(5)网站维护及管理。

(6)网站设计对不同浏览器具有兼容性。

1、个人博客网站的基本功能和内容

(1)与互联网络实现无缝链接。

(2)具有信息发布、信息分享和管理功能。

(3)详细的个人介绍。

- (4)详细的联系方式。
 - (5)具有较强的互动性。
 - (6)相关的联系和服务信息。
 - (7)在线服务信息。
 - (8)持续更新的信息。
 - (9)相关网站链接管理功能。
- (网站设计和制作中所采用的技术)
- 特效功能。

2.使用各种常用行为。

3.调用javascript。

4.具有一定的动态效果。

5.运用页面布局技术(span+css)。

我的个人博客网站大体上包括以下内容：我的圈子，我的相册，我的音乐，最新动态，实时互动等模块，各模块简介如下：

1.我的圈子简介：

(1)介绍我和博客创建的同学，把同学加到我的网页中并对每个人做详细的介绍，形成一个同学录一样的子页面，在这里边每个人都可以书写个人的兴趣爱好。

(2)个人简历。首先是详细的自我介绍，然后加上个人简历，以便更多的人了解我。

2.我的相册简介：

因为只要有qq号的几乎都有自己的空间所以我可以加个超连接，连接到我的q空间、我的相册：

(1)设计个人的相册

(2)朋友的相册

(3)贴图，如果发现好的图片我收集起来可以和广大朋友共同分享。

3.我的音乐简介：

这个模块主要包括：

- (1)国内最新流行的音乐
- (2)日韩最新流行的音乐
- (3)欧美最新流行的音乐。

4.最新动态简介：

- (1)网站公告
- (2)站内新闻

5.项目互动简介：

- (1)请你留言，通过这个模块可以实时交流。
- (2)博客论坛。

首页的设计简述为了使我的的首页美观生动、吸引人。在我的首页我还添加了形象开头动画页面，在页面上首先映入你眼帘的是美丽的图片在它的上面我添加可透明的flash动画，这样会使网页具有动态美感，加上合理的颜色搭配，动听的背景音乐。无论是从视觉、听觉还是感觉上都是一个不错的博客网站。在网站的右上角我还插了滚动字幕，这样可以让浏览着第一时间了解我本站的最新动态。在网页的右下角是我的网站的名称，通过点击它就可以进入我的主页。

1. 网站名称：博客组团

2. 网站logo:

3. 网站作用：让别人了解我、认识我。

4. 网站规模：因为是个人的博客网站，以团队平均每人做1个页面的数值来建立网站，所以规模不大。由6个网页页面组成。

5. 网站目标客户：学生及青年朋友。

6. 网站特色：我的博客网站受众一般为学生，所以在色彩上和设计风格上追求学生的口味，以校园的学习和生活为主题，在内容上的特色表现为：

- (1)内容标准化与个性化。
- (2)充分体现互动性。
- (3)内容实用性。

(4)多媒体技术专业牲。

(5)网站平台延展牲。

7. 网站的宣传标语：展示自我，分享快乐。

8. 网站的风格及配色方案：

网站标准色：整个网站以橙黄色为主基色，配以黑白色，我认为配这种色代表年轻人的激情。

9. 网站标准字体：在字体上我主张采用默认字体，因为这种字体无论在那种浏览器上都能正常显示。所以我采用系统默认字体。

10. 网站的栏目设计(画出栏目结构图)：

主页布局示意图

子页示意图

博客网站在本地和服务器有无图片和动画无法显示或链接失效等情况。

通过广泛发布邮件信息获得第一注意力，有效加注搜索引擎是注意力推广的必备手段之一。加注搜索引擎既要注意措辞和选择好引擎，也要注意定期跟踪加注效果，并做出合理的修正和补充。通过确定博客形象、宣传标识、口碑传递、公益活动、市场调查、相关单位机构合作等，并且切实履行承诺，在活动中宣传网站形象，获取忠实访客和同行的口碑，是推广网站的重要办法，也是汇聚博客人气的最直接办法。博客社区是博客网站的核心，大力营造博客活动社区，推陈出新的倡导文化建设、开辟博客生活新时尚，吸引用户眼球。

京东网站策划书 网站策划书案例篇五

一、前言 1.1 网站建设目标 1.2 网站设计原则 二、客户需求分析 2.1 网站服务宗旨 2.2 用户和操作人员特点 三、解决方案 3.1 网站栏目规划 3.2 网站美工设计 3.3 功能模块设计

3.4 交互性和用户友好界面设计 3.5 宣传推广方案

3.6 网站开发使用技术情况 四、网页形式和语言 五、软硬件环境 六、网站测试 七、网站维护 八、进度

一、前言

学习电子商务专业将近三年，同学们应将扎实的基础理论知识学以致用，通过建设班级网站，提高同学们的实践应用能力。为了更好的服务同学，班级网站做出整体规划，成为对外宣传班级形象，同学们沟通、学习、交流的载体，使网站具有鲜明、活力、开放、文化等特色，打造成为为老师、同学提供信息服务平台。 1.1 网站建设目标

(1) 促进同学之间、同学与老师之间的沟通、交流、学习，打造班级良好形象。

(2) 展示班级风采，记录每个成员的生活点滴，扩大生活学习交际圈，广增人脉。

(3) 通过建设班级网站，提升学生建站操作技能，更重要的是锻炼了同学们的团队精神和团队协作能力，为毕业找工作奠定了良好的基础。

1.2 网站设计原则 (1) 便利性原则

网站导航明确简单，各类功能模块一目了然，用户可以方便的进行查询各类信息，浏览网站动态等各类活动，另外网站功能设计应以方便使用为原则。(2) 经济性原则

建立适合学生需求的网络平台，提供广泛的用户所需求的多种功能，数据处理方式灵活，节省网站建设成本，并确保其较好的拓展性

和开放性；网站整合功能完善，使管理员能够很方便地对网站中的动态内容进行更新。

(3) 扩展性原则

网站的整体规划及框架设计是具可扩充性的，前台页面的设计能保证网站在增加栏目后不会破坏网站的整体结构。网站良好的扩充性能够适应内外网连接、数据同步的需要，能够为日后的功能扩展预留接口。

二、客户需求分析 2.1 网站服务宗旨

宣传班级良好形象，为用户提供文明、温馨、舒适的上网环境，用户可以方便的查找、浏览、更新相关信息。2.2 用户和操作人员特点

(1) 网站用户多为本班级学生、校内学生及其好友，以及授课老师。(2) 整个网站由动态模块构成，班级网站维护人员无须懂网页设计知识，只须有一定的计算机操作基础，可进行后续的网站信息录入和修改工作。三、解决方案 3.1 网站栏目规划

班级网站包括：首页、班级简介、班级个人信息、班级相册、班

级动态、班级活动、同学通讯录、班级日志、留言板、在线论坛、英语角常用网站链接等栏目。

3.2 网站美工设计 (1) 风格

网站背景应以天蓝色为主要颜色，干净清爽，整体设计风格和谐、温馨、简洁、清新，版面设计应新颖独特，充满活力与激情，能充分体现当代大学生的精神风貌。(2) 首页和栏目页美工

网站首页画面应以校园青春为主题，能体现出大学生的朝气蓬勃与无限活力。网页设计采用动静相结合的方式，将动态画面融入到静态的文字与图片当中，使网页画面变得生动活泼，同时网站栏目的设计效果应与网站风格和谐统一，为用户带来视觉享受。3.3 功能模块设计

(1) 信息查询系统：用户登录到网站信息查询系统，进行查询考试成绩、相关证书的考试结果以及用户的个人基本信息等的查询。(2) 学生管理系统：

3.4 交互性和用户友好界面设计 3.5 宣传推广方案 3.6 网站技术解决方案

京东网站策划书 网站策划书案例篇六

(一)、网站关键字分析:1、(用户分析)客户在搜索引擎任意跟本领域的关键字查询，出现的频率。2、(竞争对手分析)分析同行的网站确定的关键词，和文章找出出现频率最高的字或词。3、经常发布高质量相关内容的原创文章。

(二)、网站市场定位:怎样把产品或服务推向互联网，分开操作再列出相关的竞争。利用网络营销是产品在互联网树立的一个最大的本质。明确定义企业的销售方式，主要针对哪些客户群体、分析产品地域的差价，如何做好在网络上的广告价格差异。

(三)、网站的目标定位:提高产品服务、服务的知名度;改善与客户的关系，了解客户的准确信息。

1、网站的首页。网站首页是企业网的门户，要简洁、大方、加载速度快。首页内容要有:企业的快讯信息、最新的相关新闻。全文搜索工具、邮箱入口、在线调查、企业形象的图片、友情连接和网站流量统计分析。

2、企业的简介，企业动态，企业的经营理念，企业的发展策略，产品介绍，客户服务，联系方式，在线留言。

3、根据网站的目的以及内容确定网站整合功能，如图片引导、登陆系统、在线支付、信息搜索查询系统、流量统计系统等。

4、招聘信息(如在线招聘)，联系我们(公司地址、电话传真)

5、网站的结构导航和网站地图

1、网页设计要与企业整体形象一致，要符合企业规范。

2、要考虑主要目标访问群体的分布地域、网络速度等

1、服务器以及相关软硬件的维护，对潜在的问题进行评估，制定响应时间。

2、数据库维护

3、内容更新、局部调整等。

京东网站策划书 网站策划书案例篇七

"旅行业企业上毅平台"的目的是网站营业型、网站功用型的综合体。网站营业型的局限是为旅行业企业用户疾速上毅、适用的根本网上效劳;网站功用型的局限是为企业在网上供应有包罗办公功用的网上使用效劳。

"旅行业企业上毅平台"成都网页设计是针对旅行业用户及行业运营商建立asp运营需求的网站商务

平台。平台中集成了简直悉数的网站治理功用，包罗署理商治理、用户治理、资本界说、效劳定制、费率设定、运营战略治理等治理功用。将署理在线效劳、使用效劳整合、成都网站建设运营营业治理等功用集成于一致的平台系统中，使运营商能轻松地为旅行行业企业客户在互联网上展开企业宣传、信息沟通供应了流水式、工场化、低本钱、高效率的处理之道。

处理方案集成了简直悉数的asp网站运营功用，成都网络公司将运营商综合在线营业治理系统、运营系统治理、署理贸易务支撑系统、购物式在线效劳门户、各类使用等功用集成于一致的平台系统。

运营商综合在线成都网站制作营业治理系统

网站运营商可以经过综合营业治理系统，拉萨网站建设对运营商在线效劳门户网站的资本装备、效劳定制、资费治理、贸易战略、用户与署理商治理、订单处置、系统开通等功用进行全方位的一致调剂与治理。使运营商可以在复杂的营业处置进程中对首要进程和营业对象进行明晰、流利的节制和治理。

署理贸易务支撑系统

融入了营业供给链的概念，可对多级其余署理商进行治理，可对多级其余用户成员进行治理，表现了wits以运营商为效劳中间的设计理念。

署理商可借助运营商供应的营业治理系统，展开asp效劳的署理营业。署理商经过署理商后台营业治理系统，对运营商在线效劳门户网站供应的资本、效劳、费率进行阅读与查询;对自己开展的用户、用户所下的订单及本身的费用状况进行治理。

购物式在线效劳门户

支撑两种购物形式:用户经过署理商网站的效劳订购;用户直接上运营商网站的效劳订购。用户经过署理商网站的效劳订购是一种btob型购物形式;用户直接上运营商网站的效劳订购是一种btoc型购物形式。购物式在线效劳门户即运营商网站门户。包罗:注册与登录、在线效劳装备、在线效劳购置等模块。

运营系统治理

完成包罗平台系统数据库、空间、域名、站点的治理和监控;完成平台系统架构的散布摆设;完成硬件及平台功能数据的准时采集和监控;完成硬件及平台功能采集数据定制化剖析、器量和预警。为asp运营商供应一个首要完成空间、域名、站点的半主动化治理、系统功能数据的准时主动采集、定制化功能器量、预警等功用的系统级治理平台。

自助网站系统

包罗客户自助网站创立系统、客户网站等局部。旅行机构经过网站创立系统，即可及时地请求域名、进行即建、即览、即得式的网站摆设、架构调整、模板修正、栏目治理、内容发布、文件治理、形态监测，并可选配在线交流、论坛等可定礼服务。即使粗通核算机的用户或多级机构也能敏捷在线完成网站的自助请求、树立和维护。

在线网店系统

旅行企业抵消费者(b2c)之间的在线生意形式，b2c电子商务具有进步前辈齐备的网上购物功用和强壮的后台治理功用，商家可以应用网店敏捷地建起具有特性店面、互动发卖、商品治理、发卖计算、订单跟踪、会员治理、厂商治理、战略治理、网上付出等功用的在线营业平台。可以知足多种旅行产物的推行和发卖。

企业邮件系统

是旅行企业自力运用的电子邮局系统。当需求对本身一切邮件信箱进行一致收发、集中备份等治理时，可思索树立一个电子邮局。可恣意切割空间，把多个信箱分派给员工。运用"集团信箱"客户不需额定购置硬件或软件，不需装备高级系统治理人员。一切的使用效劳都由集群治理部分为客户供应支撑效劳。

游览社信息发布系统

首要完成游览社会员的产物信息发布，以供应给其他同业会员、酒店会员和大众查询信息，进步效劳质量和效率。游览社的信息首要包罗旅行线路发布、地接旅行线路报价、地接单项效劳报价的信息。为了给搭客供应愈加经济便当的地接信息，特别将地接信息独自分隔，供应地接单项效劳的信息。

酒店信息发布系统

酒店信息系统是面向面向旅客和游览团引见本酒店的各项效劳信息及效劳报价及效劳特征的模块，首要分三个方面，酒店信息发布，酒店信息维护，酒店信息检索。

音讯发布系统

产物/供求信息发布的一种主要渠道，将信息直接推送会员信箱中。在每周发布的各类产物/供求信息中，精选局部经由包装加工制造成b周报性质的电子刊物，经过maillist路子发放给会员。

一致客户门户系统

复合型系统操作平台

多站协同的架构设计

灵敏的署理营业系统

一致的多级用户治理

灵敏的人物节制

强壮的平安机制

集中式的系统治理

健壮的后台支撑系统

附录:旅行行业酒店票务预订系统处理方案

旅行行业酒店预订系统处理方案是旅行企业对全国、跨国的用户、署理商、分销点、营业员进行全方位的营业促进、支撑，可以敏捷地完成的对会员、会员卡、酒店房源、票务、价钱、扣头、收费、发卖政策进行灵敏、一致的治理。

功用包罗:为企业供应客户或会员信息治理、买卖信息治理、会员卡刊行治理、消费积分担理、投诉与反应、往来结算、业绩奖惩、callcenter(cti)集成、传真集成、短信息集成等，知足企业发卖主动化、客户资本治理、发掘发卖时机的需求。

"旅行行业酒店预订系统"功用包罗:

预定卡治理系统

会员消费治理系统

酒店房态治理系统

预订营业治理系统

财政结算治理系统

署理贸易务治理系统

代收代付治理系统

银行卡付出治理系统

多方法预定系统(自助预订系统)

互联网信息门户系统

系统及其运营治理

系统的中心效果:没有一个完美的信息系统的支撑，预定营业简直不成能超越5000，不成能支撑对会员的疾速效劳、精确有用的治理，不成能实时精确的跟酒店结算，呈现较高的营业跑单状况(noshow)。所以预定系统是个中心，相似于银行营业治理系统。尽有德律风、传真、人力效劳是远远不敷的。

京东网站策划书 网站策划书案例篇八

一个网站首先要确定自己所面临的目标访问群，当然面对大学校园的网站主要的目标访问群就是大学生。据我分析，大学生主要对娱乐、学习、交流、创业等类型网站有着浓厚的兴趣。其中娱乐类主要是网络游戏、音乐、图片等，学习类主要是学习用品、英语学习等，交流类主要是论坛

、blog等，创业类是网站创业、小本创业等。那我们就可以根据大学生的兴趣，找到自己网站的定位，迎合大学生的需求。

1、二手物品交易平台。理由：

(1) 大学生是时间性很强的群体，比如书，尤其是很多考试类的参考书，可能看完就不在需要，扔了可惜，不如换成现金，还可以购买自己需要的学习用品。从很多大学论坛的二手物品交易板块的火爆就可以看出此业务的前景，当然交易平台有其自身的优势，查询方便、分类科学、定价灵活（可以采取易趣等网站的卖主定价和拍卖相结合），比起易趣、淘宝等网站针对性更强。

(2) 交易最重要的就是诚信，校园类交易诚信很容易确认，你可以要求登记物品的卖主留下详细、真实的联系方式，如果不真实，会马上被其他相关同学发现，范文写作就可以马上举报。其次，大学生的素质都相对比较高，彼此间更容易信任，也更容易交易成功。

(3) 建议主要把重点放在二手书上，其它二手物品，如电脑等，质量不容易判断，而书就可以避免这些，它也是大学生最需要的。

2、校园原创、翻唱音乐网。理由：

(1) 学习、音乐、运动是大学生生活最基本的几个元素，缺少音乐的大学生活是无法想象的，从九天音乐的alexa统计可以看出，翻唱栏目的访问量在一半左右，可见此类型网站的流量是非常巨大的。

(2) 现在大学生不仅喜欢听音乐，而且喜欢尝试音乐创作和演绎，而且现在电脑在大学校园不断普及，很条件完成翻唱等录制工作。

(3) 现在翻唱网站很多，而且做得好的也比较多，如何做出校园网站的特色呢？建议可以以校园歌手大擂台的形式，突出学校之间的交流，激发学生参与的热情。还可以和部分歌手（乐队）签约，帮助他们在校园内办自己的小型演唱会，即可宣传歌手（乐队）本身，更可以宣传自己网站。总之要突出校园的特色，以区别其它音乐网站。

由于大学生生活、学习的场所相对比较集中，这样可以集中资源宣传。比如可以贴海报、校园论坛贴帖子、同学帮助宣传等。

但要注意，一定要在网站本身做得比较好了，然后再去宣传，不然可能让大家很失望，从而造成不好的口碑，以后纠正就比较困难了。

京东网站策划书 网站策划书案例篇九

有一个好的平台，才能更好留存和转化用户。

基于酒吧的具体情况，主要以酒吧网络推广方案中的公众号开发和运营为核心。

通过线上导流和线下引流，以及店面的日常经营，引导客户关注公众号，方便后续的持续营销、会员体系搭建、优惠活动推送、活动策划触达等。

有酒吧公众号这样的平台去沉淀用户，意味着我们可以节省大量的付费推广的成本，好的本地客户都在我们的公众号，这是最宝贵的资源。

【需协助xx团队整理服务资料、酒吧介绍、服务场景图片等】

1、酒吧网络推广的品牌定位：

xx酒吧，个性、格调、优雅、魅惑、真我。

今夜，让我们释放出心中的xx！

【需要xx通过酒吧网络推广凸显酒吧的品牌特性，打造酒吧服务的区隔度，酒吧的服务、装修、沟通语言、营销体系、活动策划等等都会围绕这个统一的风格和品牌定位，并基于此进行酒吧推广。

例如，在做酒吧网络推广的店内外活动时，围绕品牌（xx）说一句标志性的话】

2、酒吧网络推广的用户定位：

22-48岁，男性居多（一般超82%），但是女性客户需重点照顾，可以带动人群、提高消费金额、塑造酒吧卖点。

酒吧用户普遍更喜娱乐化、追求个性出彩。

3、酒吧网络推广的地域定位：

xx酒吧周边4公里，市区。

4、酒吧网络推广的活动要求：

新奇，才有吸引力；

出格，才能凸显特色、激发记忆特征、塑造话题和热度、引导尝试和分享；

简单，内容简洁，流程清晰，执行简单；

优惠，酒吧网络推广的前期需有足够力度，激发参与热情；

转化，转化路径尽可能短，如基于手机端在目标消费者考虑去哪个酒吧时推送广告；

留存，通过酒吧网络推广引导客户关注公众号，方便二次营销，引导长期消费，打造酒吧会员生态；

最终达致高效盈利的目的。

5、酒吧网络推广的推广文案：（初步建议）

没节日怎么庆祝？不，跟你在一起的日子都值得庆贺！

xx酒吧为爱而狂，爱情、友情、亲情，一吻证情！你表白！我买单！

【文案突出情感触动，情感最能动人；

俏皮中带着魅惑和温馨，符合品牌调性和定位；

为塑造话题、达到传播效果，加入了小小出格的内容，譬如对亲吻的理解可以是男女暗恋、告白或情侣秀恩爱，也可以是女女闺蜜、男女闺蜜或男男朋友，受众广泛又有话题性，能更好激发传播欲望，引导参与或到场围观；

通过酒吧网络推广文案中“你表白”这种行动语和“我买单”这种优惠露出，激发进一步点击查看的欲望。】

6、酒吧网络推广的活动简介：

一般酒吧日常消费高峰期在周五、周六19：00-24：00，为节省预算，提高酒吧网络推广性价比，我们会精选周五、周六的16：00-22：00进行6个小时的推广，一直持续到下周同一时间，并把活动时间放在第二周的周五、周六的18：00-24：00。

这样做的好处是通过一周的持续推广和互动，酒吧的知名度将会有可观提升，也可以吊足消费者胃口，让他们的期待发酵，同时留有时间段来进行话题塑造和社交传播。

酒吧推广的限时活动也更显珍贵，人们更愿意重视。

当然，这也是为了确保酒吧网络推广活动当场消费人数，保证活动效果。

酒吧团队也需为酒吧推广活动做好周全筹备。

7、酒吧网络推广的资源支持：

酒吧网络推广的活动现场嘴对嘴亲吻，即送两瓶酒（预算在60-100间，不能少于60），并赠送银牌会员，以后消费一律9折，与以后其他优惠同享。

活动宣传及实施期间（周五16：00-下周六24：00），转发朋友圈广告，累计点赞达66个，并截图发送酒吧官方公众号，送两瓶酒（预算在60-100间，不能少于60），并赠送银牌会员，以后消费一律9折，与以后其他优惠同享。

尽可能发动本地的朋友转发，推广的一周里一天一条（切忌不可超过2条/天），以期形成叠加效应。

根据酒吧能容纳和同时服务人数的实际情况，以及到店的情况，酒吧网络推广的前期可以与要好的朋友沟通，尽可能让活动期间的两晚酒吧满员。

但不要爆满，避免影响实际服务和体验。

另外，考虑到第一个参与“亲吻”的客户会有迟疑，最好能邀两位要好的女性朋友，在第一次参与的时候如果超过1分钟没人上场，暗中安排让她们主动率先参与，确保活动的万无一失。

团队筹备：

物料：

奖品，也就是酒，估算时宜多不宜少（30对参与活动2瓶2晚=120瓶作为奖品的酒；

酒吧推广中转发参与的奖品发放另计）（很多只会围观，不会亲吻领奖）；

辅助物料，譬如心形发光装置，荧光棒等；

店外标识，xx酒吧门前空地的价值利用，用小彩灯在地上进行装饰，性价比很高，特别是转弯入口的指路发光标识必须要有，更好引导到店（最好两处转弯都有，从大马路进入和从小马路转向酒吧门口）。

活动核心部分的顺利实施：

前期规划好如何组织现场的亲吻、标准判断、奖品发放等，还有其他的跨桌活动，确保酒吧网络推广的两天的6个小时的活跃度和酒吧气氛。

各工作的负责人和实施者安排。

8、酒吧网络推广的效果预期：

预计这2天酒吧推广的活动时间段，每天最少会有近60人，多至180人到场消费；

活动过后，相比酒吧推广前3周的平均消费人数和消费金额，将平均增长1倍到2倍。

【注：根据酒吧能容纳和同时服务人数的实际情况，以及到店的情况，前期可以与要好的朋友沟通，尽可能让活动期间的两晚酒吧满员。不要爆满，避免影响实际服务和体验】

9、酒吧网络推广的团队工作：

重点是准备酒吧网络推广的这两晚的内部活动，主动组织，塑造气氛；

同时熟悉整个流程，完整实施和主导整个酒吧的活动内容，包括评判亲吻标准、准确发放奖励等。

另外做好酒吧网络推广方案实施的工作分工。

1、公众号开发：

文章系统（发布、展示、分类、筛选、查找、关联推荐等）；

服务或商品系统（发布、展示、分类、筛选、查找、关联推荐等）；

会员系统（注册、会员数据收集、会员统计等）；

商机系统（留言、沟通及互动）；

预约及预订系统（酒吧到店服务时间和座位预约，营造档次，提供便捷性）；

手机地图导航（到店消费引导）；

一键拨号预约或咨询（客服系统，便捷性）。

2、公众号及平台内容处理，包括服务整理、发布，酒吧网络推广的朋友圈推广活动的预热和详细内容发布。

3、酒吧网络推广的朋友圈账号申请、设置，人群定位和按条件筛选，推广活动策划，广告创意制作，协助酒吧推广活动的实施，协助酒吧内部服务和管理优化。

1、酒吧服务清单（客户消费方式）整理和优化。

2、酒吧的优惠政策、店内活动、线上推广的衔接和配合。

3、酒吧的公众号的日常运作和推广。

4、酒吧的各人员的分工、责任和激励。

（简单说，整个酒吧需要一位管理统筹，一位负责服务内容优化和创新，一位负责公众号运营，一位负责营销推广及对接，其他人配合其工作）

1、酒吧日常经营中，在结账或离店时引导新客关注公众号，关注我们后期的优惠活动。

2、以周为单位发送日常优惠信息、会员或客户故事、活动策划的重要内容及客户感兴趣的各种内容。

（根据团队精力，最多一天一篇，最少一周一篇，必须言之有物，不必凑数）

（另，只要酒吧还在与我们合作，我们会协助内容运营，后期如有需要可做付费内容运营。）

3、前期的酒吧推广的朋友圈付费广告，强烈建议至少连续做三期（3600一个周期），每月一期，之后大致3个月一期，或依重要时间节点进行活动策划和推广（主要是适合去酒吧消费的节日，包括策划自己的会员日等）。

4、酒吧服务内容的不断优化，包括酒吧服务的丰富、酒吧内部的固定化活动和新鲜活动推出。

5、确保酒吧管理和内部人员的细化分工和运营，发挥每个人的价值，承担各自责任，享有相应激励。

1、2600。

公众号开发，包括手机站和电脑站，共3个全网平台。

（因微信开发本就会涉及到系统、程序、功能、设计等开发工作，也需要服务器和域名，同步开发网站性价比是非常高的，所以一起开发3个平台的费用是很低的。）

2、3600。

朋友圈广告，一期3600，用完续费。

其中600服务费，包括广告账号管理、广告创意及素材制作、广告效果数据及分析报告、推广方案策划。

3000广告预存，每完整展现1000次花费30多元。

1、后续涉及朋友圈广告之外的酒吧推广的活动策划，需另外收费；

2、以上所提酒吧推广的服务优化和管理优化，只是为了朋友圈广告的效果和落地，作为合作伙伴友情协助和建议，与付费的“服务优化”、“管理优化”不同；

3、关于酒吧推广的线下广告的建议：

不建议做，酒吧业态实在不适合，相对可以尝试的是办公区、办公楼的电梯广告，但是集中办公区很少见，没有合适客群集聚区；

户外广告，依据我们的实践和各方权威数据统计，更适合彰显身份的商品，如房、车、珠宝、家具、装修等。

从消费心理学上讲，远距离空间拉远了心理距离，人们更关注额外收益，如是否能彰显身份。

电梯海报等近距离广告会拉近心理距离，人们更倾向于省钱、省心、便捷的服务。

电台广告，作为传统广告形式，不可避免有许多缺陷，如人群无法定位；

无法确定和跟踪谁听到了广告，听到广告做出何反应；

超过83%的人开车听歌基本不听电台，在30岁以下这个比例近96%；

出租车例外，接近68%偶尔会听，但是坐出租和去酒吧的人群没有任何关联。

线下广告传播的信息量有限，转化链条长，数据和效果无法统计，酒吧推广的方案优化没有依据，方案调整极不灵活，方案调整成本高。

人们开着车外出，看到酒吧的招牌会改变原有目的地直接去酒吧？不可能！等 he 想去酒吧的时候能记住曾经在车上看到的xx酒吧招牌？不现实！

即使记得酒吧名字，但是吸引他到店的内容如何简洁展示，如何在车飞驰而过的1秒让其看清相关内容？很难！

而电台广告会有更多问题，譬如声音传递信息的损失，听到名字了，他还能听清并记住地址、具体优惠、时间等等？记住了是不是几秒就忘了？出租车上的乘客都有特定目的地，等他做完事情还会记得这个酒吧名字吗？为什么要记住这个名字？

酒吧推广的户外广告一点都不便宜，往往更贵，性价比更要低得多，所以会占用大量宝贵预算，影响其他渠道和方式的酒吧推广。

营销链条越长、越容易断，转化就越艰难！

京东网站策划书 网站策划书案例篇十

21世纪是一个信息时代,互联网把企业驰入了全球信息高速公路，让企业信息通过互联网通达世界各个角落。企业通过互联网发布企业最新的商业信息，供全球检索，以此来宣传自己的企业，宣传企业的产品，宣传企业的服务，全面展示企业形象，并通过网络与各行各业进行交流、推销和合作，同时通过互联网寻找货源和新客户。许多企业都在互联网上找到了机会，创造了辉煌。“与其临渊羡鱼，不如退而结网”。你准备好了吗？

首先，从销售的观点上看，网络可以减少交易的中间环节，降低成本。企业网站还可以扩建成为网上销售和售前售后服务中心。

其次，企业将信息咨询开设到网上，专人值守，提供信息服务。可与外部建立实进的、专题的或个别的信息交流渠道。客户能够通过电子邮件或bbs联系企业，同时也可以发表意见。如此一来，客户就能全面和客观地了解企业和企业的服务及产品。又因为是直接对话，具有增进感情的作用。

再者，通过自己的网站本身就是广告，一些企业在网上建立自己的网页，或者开设自己的网站，把企业信息集中起来，分类分栏，方便浏览。

所以，企业上网，这是时代发展的必然，为了不被竞争对手建立网站抢占先机，任何一家企业要想跟上时代发展的潮流，必须尽快上网。

可以想像，一个企业没有网站，没有与外围的沟通，而传统的通讯方式已经跟不上网络时代：没有网站，你无法轻松获取信息，你将不再有快人一步的先机；没有网站，你的产品销售费用将比别人高，价格将不再具有优势；没有网站，你将在商战中失去主动权。

企业可降低广告宣传费用，让客户快捷地找到企业资料。

企业随时可获取和发布商业信息，寻找潜在客户，促成贸易。

企业可提供每天24小时的产品宣传服务。

企业利用互联网扩大自己的知名度。

企业在网上出售商品，降低销售费用。

企业更快捷地了解客户需求。

企业有利于开拓国际市场。

企业更好地与供应商、销售渠道和合作伙伴沟通与交流。

企业改善组织结构和管理体系，提高工作效率，及时适应市场变化。
企业可以树立现代化形象

网站整体为标题型框架设有：公司概况、产品展示、在线订单、业务联系、客户信息反馈、计数器。

首页创意：

采用世界上最尖端的网页动画制作软件flash 及fireworks可为企业将枯燥、呆板的网页广告设计成精美绝伦的动画广告，让浏览者在欣赏动画的同时将商品信息潜移默化的传递过去。

公司概况：

以图文并茂版面，叙述公司发展过程，规模与服务宗旨。公司基本资料：包括公司商标、名称、行业性质及其它资料。（由企业提供该部分内容资料，并确保资料真实性，由我们负责外理制作。）

产品展示：

产品展示为网站的主要栏目，通过falsh动画，详细展示产品包括：产品图片、产品规格尺寸及详细介绍。（由企业提供该部分内容资料，并确保资料真实性，由我们负责处理制作。）

在线订单：

这是一个客户反馈单，浏览用户如果对厂家的商品感兴趣，可直接在网上下单联系。该系统可准确迅速地把订单信息通过电子邮件发送给厂家。

业务联系：

厂家的业务联系方式，可加入如总公司、分公司等联络资料或配上简易地图。（由企业提供该部分内容资料，并确保资料真实性，由我们负责外理制作。）

访客留言：

客户双向交流查询系统。（由我们统一开发用户留言系统。）

计数器

可准确计算企业的网站浏览量、用户可自行查询浏览者信息，其中包括：访问数量、访问者ip、日统计，月统计、访问百分比等。（由我们统一开发用户留言系统。）

京东网站策划书 网站策划书案例篇十一

一，网站设计。