

牟定县电子商务工作领导小组文件

牟电商组发〔2019〕5号

电子商务企业孵化运营方案

根据电子商务进农村综合示范县项目要求和牟定县电商企业基本情况调查了解，现将重点对县域内重点企业做电商孵化，形成电商转型升级示范企业，逐步带动全县电商创业就业。

拟重点孵化企业：云南羊泉生物科技股份有限公司、云南牟定朝昌经贸有限公司、云南牟定正兴(集团)有限公司、楚雄彝家香经贸有限公司、云南牟定三福食品有限公司。

孵化扶持企业：云南楚雄圣谷食品有限公司、牟定云牛生物科技有限公司、楚乔香食品(云南)股份有限公司、牟定县彝蜂源养殖有限公司、牟定石羊天和食品有限公司。

以上所列企业均为本地企业，并且有一定的经营规模。后期需要对企业的产品及相关资质做详细的情况调查统计，根据企业经营类别及实际经营状况做出相应的电商运营方案，推动县域电商发展，促进县域品牌打造。

企业电商孵化基本流程及思路

一、企业规模及经营情况调查

1.企业相关资质（营业执照、产品检测报告、QS 食品安全认证、商标注册证明、生产许可证、有机认证、地标产品认证等证件）企业规模，现有的实际规模必须达到孵化要求。

2.线上线下经营情况分析，以往线下交易主要渠道和线上交易记录。

3.企业人员数量及岗位划分情况。（美工、客服、运营、销售）。

二、企业产品甄选

1.建立企业产品信息库，包括企业产品名称、图片信息、检测报告及安全认证、实体店零售价格、网售价格、物流、售后等

2.根据市场调研和网络同类对比分析对企业产品信息库产品进行筛选。选择有优势的产品进行单品爆款的包装策划。

三、产品分析定位

1.产品功能特性分析。

2.产品适用人群（婴儿/儿童/学生/中年人/老年人）。

3.受用人群分布情况调查。

4.人群购买力评估。

四、网络平台优选

1.B2B 平台（阿里巴巴、慧聪网、百姓网、列表网、马

可波罗、黄页 88 网、中国网库等国际大型交易平台)。

2.B2C 平台 (聚划算、淘宝网、天猫商城、京东、拼多多、1 号店、中粮我买网、亚马逊等网络购物平台)。

3.C2C 平台 (淘宝网、微店、微商城、拍拍网等)。

4.O2O 线上线下营销。

五、网店申请注册

1.免费平台 (淘宝、微店、微网站等)。

2.收费平台 (天猫、京东、阿里巴巴等)。

六、产品推广宣传

1.宣传资料制作 (海报、视频)。

2.本地电视媒体宣传 (电视台、本地媒体)。

3.自媒体平台推广 (今日头条、搜狐自媒体、微信公众号、微信朋友圈)。

4.政府考察推广。

5.企业品牌硬广宣传。

七、促销活动策划

1.线上活动(年货节)。

2.线下活动(年货节)。

3.各类大型展销会。

4.政府扶贫采购。

八、物流快递分配

1.全县物流货运报价信息收集 (大批量货运)。

2.全县快递报价信息收集 (小件快发)。

3.物流站点统计及报价信息公示。

4.企业与快递物流公司见面会。

九、客服售后管理

1.客服基础知识培训。

2.售后处理办法培训。

3.客户跟踪调查。

4.物流快递信息保存记录。

十、企业网店升级与推广营销

1.直通车：流量购买。

2.淘宝客：订单保障。

3.阿里巴巴：一件代发。

4.天猫旗舰店开设。

5.京东专卖店开设。

牟定县电子商务工作领导小组办公室
(牟定县工业信息化商务科学技术局代章)

2019年12月3日



电商孵化运营计划

阶段	工作重点	运营工作	企业工作	阶段工作目标
第一阶段 (第 1-3 月) 孵化初期	店面定位 产品规划 普及电商 产品知识	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据企业实际情况调查,产品归类,以专业角度提出店铺风格方案; 2. 与企业沟通规划商品定位; 3. 进行企业产品信息采集、制作、上架、优化等; 4. 协助企业对现有个人店铺升级为企业店铺。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 沟通并确认店面的风格及装修; 2. 做好产品流通相关资质证明,确定 10-30 件主打商品上架; 3. 根据企业情况,对企业店铺选择最少 8 款产品做不同时段促销活动,提高店铺人气; 4. 积极引导线下交易向线上转移; 5. 做好售前售后服务工作; 6. 协调物流快递,降低运输成本。提高产品的市场竞争力。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 店面装修完成。 ● 店面产品上架完成。 ● 展开店铺初期推广运营工作。
第二阶段 (第 4-9 月) 成长期	产品推广及 品牌打造	<ol style="list-style-type: none"> 1. 收集企业对产品的反馈情况,且对产品作相应优化、调整; 2. 进行店铺活动的策划; 3. 跟踪调查及数据分析,及时提出运营建议。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 产品及时更新; 2. 售前售后专人负责; 3. 产品管理检查与宣传推广; 4. 联合举办产品展销会; 5. 销售渠道资源整合开发,促使店铺成长。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 店铺及产品得到进一步优化。 ● 产品和品牌曝光率提升。 ● 线上交易成交转化率上涨。
第三阶段 (第 10-12 月) 成熟期	加强店铺或 产品的宣传 推广进一步 提升店铺转 化率	<ol style="list-style-type: none"> 1. 总结第二阶段经营的经验,进一步优化产品不足,提升商品影响力及品牌的知名度; 2. 加强产品及品牌的宣传推广; 3. 店铺升级及平台扩展。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 整合企业资源力,投入市场推广经费,进行市场推广; 2. 增配专业运营人员,强化团队战斗力; 3. 加大媒体及广告宣传; 4. 积极参加各类展会及电商平台活动。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 企业可以自主运营管理。 ● 流量、转化率、订单数量稳步上升。