



运营方案提纲

- 母婴行业分析：
- 网站的定位：
- 网站基本构架：
- 网站的服务对象：
- 网站的产品和服务：
- 网站的运营规划：
- 网站的投入：

母婴行业分析

- 综观现在的母婴网站多以网站为服务平台通过整合线下的资源利用网站进行宣传从而获得利润。平台模式过于陈旧。
- 鉴于此种情况，个人认为需做一个全新的母婴资讯本地化社交网站。

一、便于家长们的信息获取和交流。

二、目前来讲母婴行业的要么是以资讯为主，与各大母婴快消用品商家合作，投放广告获利；要么就是通过资讯平台引流到自营的B2C商城购买商品获利。资讯流量虽然很大，但需要快速和质量较高的软文来吸引用户，运营维护压力很大；另外现在由于食品安全问题，网上销售的诚信度问题，很多用户不愿意在网上购买婴儿快消品，也导致该类B2C商城门可罗雀，毫无生气！

三、容易进行本地化推广，本地化推广的目的就是我们在行业竞争中的切入点。

母婴行业分析（二）

- 从整个母婴行业来看，网上社区的发展是比较空白的，而资讯的发展是比较白热化的。每家母婴网站都想着怎么样通过平台获得更多的用户。而真正把本地化、社区化的分享平台做大的几乎没有，个人觉得，网站集群的设置，分三个方面
- 一、服务于妈妈。（提供孕前、孕中、孕后及3岁以内的宝宝）
- 二、服务于本地社区母婴商家。（提供店铺地图，商家认证，服务于商家周边的街道社区）
- 三、服务于母婴快消生产商和服务型企业。（提供品牌广告服务、商品和企业的展示、及行业内的新闻信息和会展信息，促进企业的发展。）

网站的定位

■ 市场定位:

以资讯做引流，打造具有强大粘性的本地化分享社区，为商家提供针对性强的定向广告服务，战略重点放在高利润的宝宝出生纪念品上，引导客户的消费以及对纪念品的认可度。

■ 属性定位：

提供广西南宁母婴行业本地化、专业化的信息服务提供商。

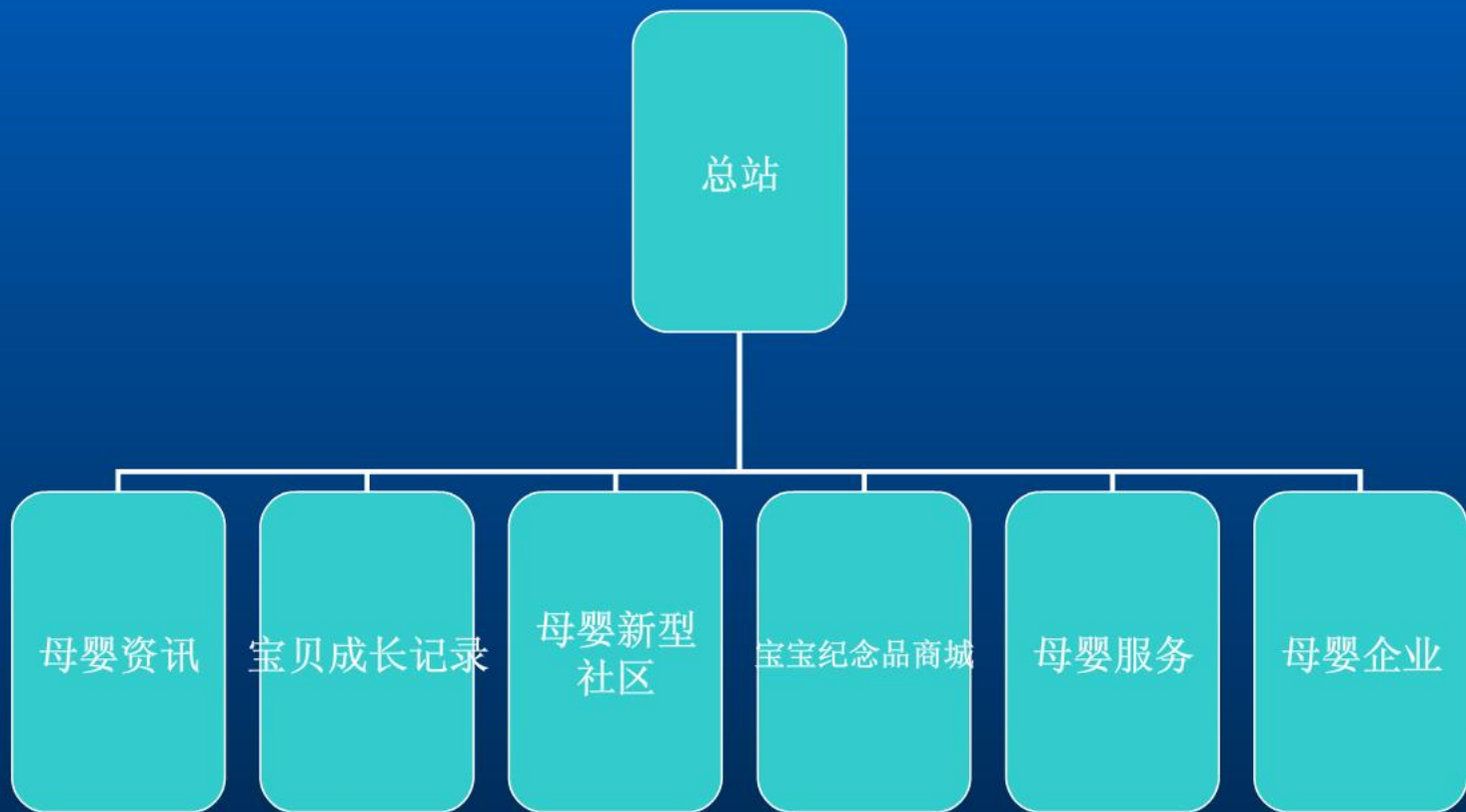
■ 客户群定位：

妈妈、本地母婴商家，线上母婴商家，母婴企业，家政月嫂服务平台

■ 特色定位:

1. 快速了解宝宝每个阶段的问题，并提供相应的服务；方便快捷的分享和记录家长与宝宝间发生的趣闻趣事；为商家提供定向广告专业的母婴行业门户网站。
2. 搭建广西南宁最大、最专业的母婴行业月嫂、育婴师以及家政服务平台。
3. 成为一个广西互联网的TP服务商，为广大的互联网公司提供从 品牌网络销售---品牌推广推广---产品方案制定---计划成功实施。帮助母婴行业的中小企业获取最高的互联网价值。

网站基本框架



网站基本框架根据角色体现

■ 针对用户



针对母婴类服务

母婴类服务

风采展示

服务方案

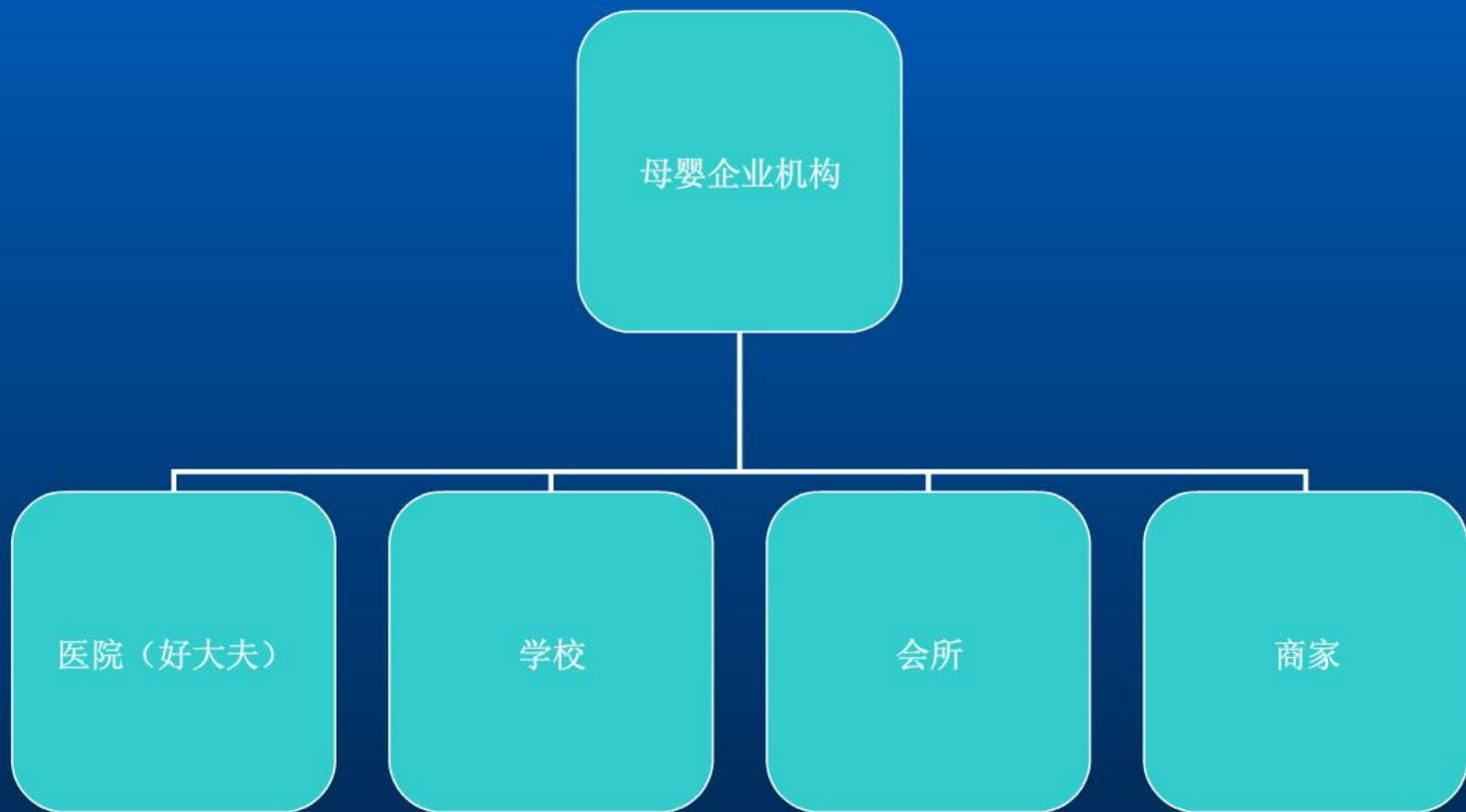
学前教育

服务展示

母婴服务企业

母婴家政服务

针对母婴企业机构



网站管理结构



网站的产品线



网站的服务

信息发布，个人的展示.

商品和服务的在线订购.

企业名录的查询，信息的查询服务.

电子期刊的经营

广告的经营等.

针对不同的服务对象定向营销.

网站的运营规划

短期

一个月时间进行网站的整体策划，根据公司的资源明确定位和发展战略。同步可以进行设计人员的招聘和技术底层数据的搭建。

网站开发所需过程（略）。

网站在开发的同时可以进行相关资料信息的搜集，便于进行网站上线后的测试，网站开发完毕前一月进行数据的充实网站进行试用行期。

网站的推广期（1—3月）合作伙伴30—80家，注册会员数量达到200—350名。全球排名进入前20万位。

网站中长期规划

中期目标

在 1 — 2 年内实现网站会员数量突破**3**万人次，实现网站的初步盈利。

网站实现在区域范围内的影响力，在行业内有一定的知名度。

长期目标

3 — 5 年内实现行业内 8 0 % 以上的企业了解我们网站， 5 0 % 以上的企业在使用我们的网站。 2 5 % 的企业通过我们的网站促进了企业的成长。

会员注册量突破**10**万人次，成为在全国范围内知名网站之一。

网站分销合作伙伴全面开花，续约率不低于 8 0 %。网站在整个传统行业的市场份额能占到 1 — 2 %。

5-10年

网站进行资本运作，达到股东利益的最大化，和会员利益的最大化。

网站的投入

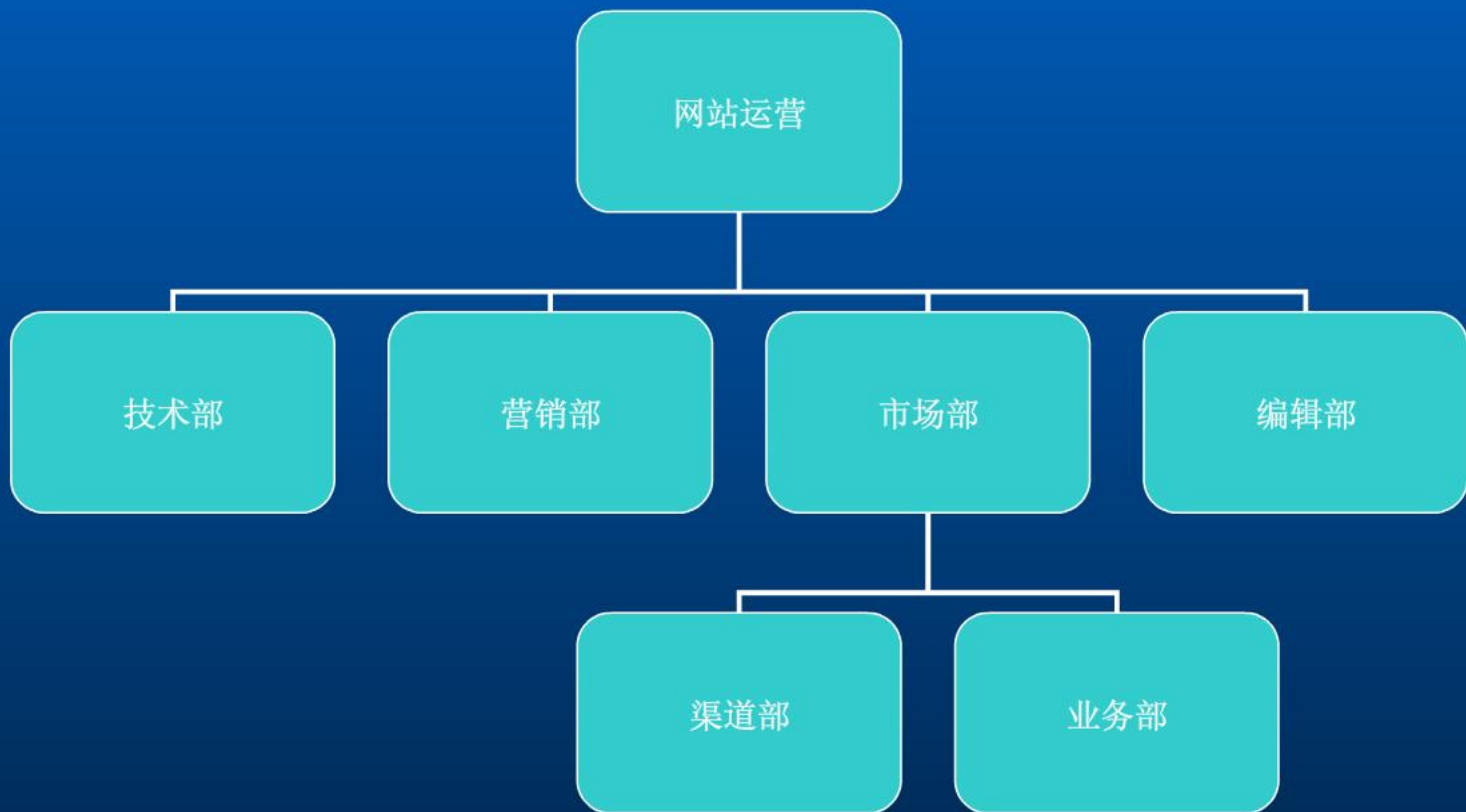
在这里我只进行人员成本的预算和网站推广的预算.

普通工作人员，薪资在1000-1500元，奖金占总薪金的25%由部门经理进行评估。（奖金：250-375元）

部门经理：薪资在3000-5000元，奖金占总薪金的8%-10%

市场人员：薪金800+提成(10%-35%)
推广费用占预期总收益的(10%-20%)

部门设置结构图



部门人员安排

- 技术部：经理一名，员工 3 名
- 营销部：经理一名，员工 3 名
- 编辑部：主任一名，员工 2 名.
- 市场部：经理一名，主管一名，人员不少于 1 0 人.
- 职责：
 - 营销部对网站知名度负责. 网络推广一人，媒体和公共关系建立一人，线下活动策划推广一人.
 - 技术部：根据各部门及领导的讨论，拟出需求分析，负责网站的开发及技术运营、维护
 - 编辑部：负责网站信息的录入和审核一人，负责网站文案编写一人.
- 市场部，经理必须主抓渠道或业务任一下设部门，主管主抓另一部门对网站经营业绩负责. 主要负责网站分销合作商的建立和网站商品的营销工作.

营销计划

- 派发母婴知识手册，并附上网站链接，手册内容包括怀孕知识及频道介绍、网站交流社区以及个性化的工具。
- 与本地化的商家合作，帮助本地商家建立线上推广，增加本都商家在该范围内的影响力，和认知度
- 与大型母婴企业合作，提高该企业的竞争力与渗透力

营销计划(二)

- 在有一定的消费基础群体的情况下，联合在母婴企业进行主题活动推广。如：六一，推出儿童节主题活动。（主题活动，以电子杂志的形式在网站出现）。
- 商家费用分二种情况进行运营：第一种，商家在商家认同我们理念的前提下不收取商家费用，和商家议定分成比例，由我们代为推广。第二种是直接的收取商家费用，进行商品和服务的宣传。费用按年来付。

营销计划

- 付费电子杂志：是我们利用杂志的资源提供网上阅览的服务收取阅读者的费用。还有一种形式是联合杂志进行推广服务，企业可以同时杂志和网站上进行宣传。（适用于自身做促销彩页和册子的企业和公司）。
- 商城：提供纪念礼品和服务的订购。
- 资源整合：
媒体资源整合，利用服务卡和媒体广泛合作，达成互相推广的目的。
网络资源整合，网上组织团购，组织集体活动可享受折上折。达到聚集人气的目的。

谢谢！

方案演示完成！