

实战型电子商务系列 “十二五” 规划教材

电子商务网站建设与维护

电子商务网站

规划与设计

项目 2



项目二 电子商务网站规划与设计

项目概述

本项目着重帮助学生理解和掌握电子商务网站规划与设计的细节。电子商务网站的建设是一个复杂的系统工程，所涉及的内容很多，环环相扣，不允许脱节，必须有计划有步骤，按规范进行实施。如同建设一座大楼，在动工之前，要规划好大楼的用途，设计好大楼的图纸，网站的建设也要在规划与设计的基础上进行。网站前期规划与设计的好坏直接影响着电子商务网站的设计与实施。

学习目标

能力目标

- 能够准确掌握电子商务网站建设的基础工作；
- 明确网站规划与设计的一般步骤。

知识目标

- 明确电子商务网站规划与设计的一般流程。

目录

Contents

案例一 教研室网站

案例二 海尔商城网站

案例1 教研室网站

支持企业及背景



北京博导前程信息技术有限公司是国内知名的教学软件研发、销售商。其前身为陕西博星卓越资讯有限公司，于1999年在西安成立。作为国内著名的教学软件公司，北京博导前程信息技术有限公司专业为高校提供教学软件产品，支持高校实训教学，致力于提升互联网环境下学生的综合竞争力，是国内高校教学软件的领跑者，代表着我国教学软件开发与实验教学研究的最新动向。

2009年，在全面推进博星卓越品牌建设的同时，着手为客户及目标群体带来更多的服务价值，建立了教研室网站(<http://www.jiaoyanshi.com>)。教研室是北京博导前程旗下经济管理教学社区的主要站点，是国内知名的经济管理专业教学资源分享家园，教研室在提供大量经济管理资讯的同时为高校教师学生提供丰富贴合教学的教辅材料与教学资源，为全国各地经济管理专业院校提供一个交流的社区平台，是提高实践教学内容的重要网站。网站建立于2009，经几次改版现已成为国内知名的高校经管类教育教学门户网站。

案例1 教研室网站

案例详解

自**北京博导前程信息技术有限公司**成立以来，博星卓越品牌已渐入人心，作为提供教学服务商的企业首当其冲地需要利用网络营销的手段为企业自身发展与业务提升创造价值，虽然博星卓越产品站（www.boxingzhuoyue.com）的建立已让众多客户对博星卓越品牌有所了解，但让更多的高校用户发现博星卓越，让更多的高校用户收益与博星卓越，塑造博星卓越教学综合服务商的企业形象，拓展博星卓越品牌高校影响力，创建了教研室网站（www.jiaoyanshi.com）。

本案例通过介绍教研室网站的建设过程，通过网站设计前期策划，教会学生**如何在网站开发前期，如何制作完整周全的电子商务网站策划方案。**

案例1 教研室网站

案例详解

任务1

教研室网站分析

任务2

教研室网站规划

任务3

教研室网站设计

任务4

教研室网站静态页

案例1 教研室网站

任务1 教研室网站分析

1.教研室网站实施背景

随着网站建设与运营的不断深化与发展，**网络营销导向**的企业网站渐渐地成为了推广企业产品的选择方向。企业需求以市场、业务的需求为导向，企业的网站更是需要达到实施营销型网站建设和运营以及帮助企业实现经营获利的目标，北京博导前程信息技术有限公司旗下博星卓越软件网的建立虽然已达到该目标，但其商业性的氛围使得电子商务信息过于沉闷，无法完整的塑造博星卓越品牌活跃、阳光的另一面。

教研室网站建设的目的不单体现于网络社区的用户活跃，其教学资源栏目下多种经管类资源库、教学大纲的资源整合，是教研室服务于教学、满足于实践教学的真实体现。

同时，竞争对手对辅助产品形象塑造这一类站点的忽视，也为博星卓越品牌及教研室的创建提供机遇，于是，为了让更多的用户了博星卓越品牌活跃的一面、以及对经济管理专业教学的责任感，回馈社会，服务于更多的学校与学生，教研室网站的建立提上日程。

案例1 教研室网站

任务1 教研室网站分析

2.教研室网站实施原因

教研室网站的建立为企业与院校之间架起一座沟通的桥梁，为院校、教师及学生提供教学资源、教育资讯、学习资源的同时，架构起共同交流的平台社区，为博星卓越品牌的塑造及潜在客户的发掘拓宽了道路。。

3.教研室网站实施资源

北京博导前程经历10余年的发展和积累，业已获得了业界与技术的双重资源。

- 系统资源：博导前程拥有高性能配置服务器、虚拟主机空间、邮件群发推广系统、短信群发推广系统、QQ群营销推广系统、博客论坛营销推广系统等；
- 技术资源：博导前程拥有众多专业的软件开发工程师、网站开发工程师、美工、SEO工程师、网站编辑、网站策划、系统管理员、网站运营经理、网络营销总监等高级技术人才；
- 营销资源：博导前程下辖网络营销部，能够充分运用网络营销手段实现对博星卓越网站进行提升与推广。

案例1 教研室网站

任务1 教研室网站分析

4.教研室网站实施目的

- 满足实践教学资源需求;
- 增强校企及师生互动, 提供交流平台;
- 提升企业品牌荣誉度。

5.教研室网站实施受众

经济管理类专业院校、教师与学生

案例1 教研室网站

任务2 教研室网站规划

1.网站域名及空间选择

域名选择

- 教研室网站选择域名为jiaoyanshi.com。前半段jiaoyanshi为域名的主体，之后的.com为域名的后缀。
- 域名主体：jiaoyanshi。该段主体是教研室的全拼，之所以这样选择有如下原因：
 - 以网站中文全拼为产品站域名好忆、印象深刻；
 - 教研室全拼便于记忆，同时能明确告知用户网站主要定位于教学方面；
- 域名后缀：.com，常见的域名后缀包括：.com、.cn、.net、.edu、.org、.gov等。不同的域名后缀代表了不同的含义。
- 当域名确定好之后，就可以查询并购买。互联网上有很多提供域名服务的商家，但凡在百度或Google搜索“域名注册”或“域名”就会得到很多结果。对于企业而言，要的是性能稳定、服务好的域名供应商，可以直接选择万网；对于个人而言，要的是性价比，价格是重要因素，可以选择一些小型的IDC进行注册。

案例1 教研室网站

任务2 教研室网站规划

1.网站域名及空间选择

空间的选择

- 教研室网站是存放在公司自己的服务器上。之所以选择独立服务器是因为：
 - 公司部署的网站越来越多，需要更多、更大的空间放置网站文件和数据库文件。文件上传下载FTP文件系统的部署等等；
 - 因为公司是软件开发公司，许多开发环境及组件是虚拟主机所不能提供的，比如使用JAVA开发的教学软件产品，需要Tomcat环境；ASP.NET开发的软件产品需要有.NET的环境；需racle等等
 - 公司还承担着中国互联网协会网络营销的教学和培训工作，需要部署邮件服务供学员和高校师生进行Email营销实训使用等等；
 - 服务器独享所有资源，在网站的访问速度、同时在线人数、带宽、应用方面远超过虚拟主机。在网站的数据的完整安全方面也是虚拟主机不能相比的。

案例1 教研室网站

任务2 教研室网站规划

2.网站主题定位

域名选择

- 网络的最大特点就是新和快，目前最热门的个人主页都是天天更新甚至几小时更新一次。而最新的调查结果也显示，网络上的“主题站”比“万全站”更受人们喜爱，教研室网站明确定位于经济管理专业教学资源分享，主要的内容包括：各专业教学教育资讯、各专业实验室解决方案、各专业教学教育资源等。网站主题是：提供经济管理专业教育教学资源，着重分享电子商务、电子政务、市场营销、物流、国际贸易等相关教学计划、大纲、案例、教学课件及教学实验等资源。定位这样的主题的原因：

- 与企业经营相关，公司定位于综合教育软件服务商，着手于对经济管理教学的服务与支持，为各大院校师生提供丰富教学资源同时，提升品牌形象。

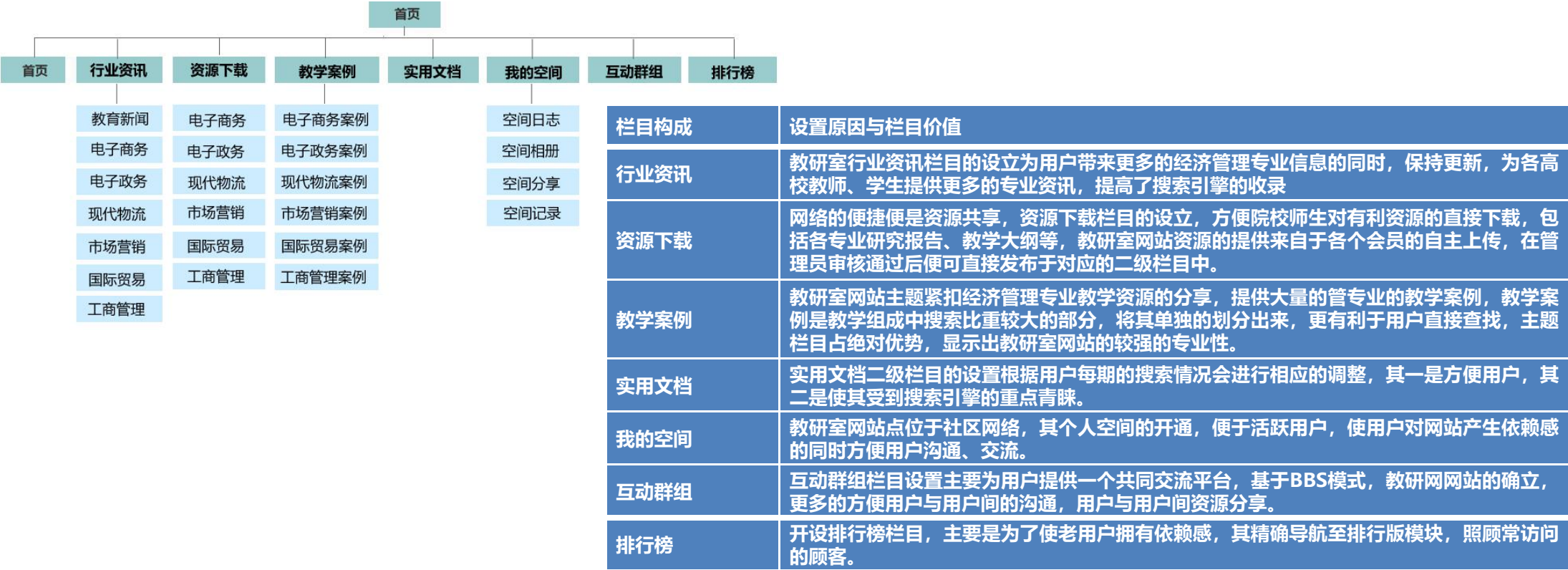
- 与客户需求相关，公司的主要客户为学校、老师、学生，教研室提供教学案例、资源，实验室方案等，在很大程度上为学校的实验室建设、学校的教育提供了指导和支持，同时，发掘潜在用户；

案例1 教研室网站

任务2 教研室网站规划

3.网站栏目策划及网站功能

教研室网站共分为8个栏目，每个栏目都有核心且相互关联，共同推举经济管理教学资源：



案例1 教研室网站

任务2 教研室网站规划

4. META标签

META标签是网站建设的重要要素之一，也是浏览器分别网页的方式之一，正确的META标签，会给网站带来准确的搜索流量，教研室网站主要以经管类行业相关教学资源分享为主题、分享最新行业资讯，同时，互动群组及个人空间形式意在突出教研室SNS特性，故在撰写META标签时，为突出网站特点，教研室网站栏目对应的META信息如表所示：

栏目	TITLE	Keyword	Description
首页	教研室_经济管理专业教学资源分享家园	教研室，经济管理教学资源，电子商务课件，电子商务教学大纲，电子商务教学计划，市场营销课件，市场营销教学大纲，市场营销教学计划，国际贸易教学大纲，电子商务会议，实习报告，面试问题，面试技巧	教研室是国内经济管理专业教学资源分享家园，着重分享电子商务教学、电子政务教学、市场营销教学、物流教学、国际贸易教学的教学计划、教学大纲、教学案例、教学课件、教学实验等教学资源
行业资讯	行业资讯_经济管理专业_经济管理专业知识-教研室	经济管理教学新闻，电子商务教学新闻，电子政务教学新闻，市场营销教学新闻，物流教学新闻，工商管理教学新闻，国际贸易教学新闻	教研室网站“行业资讯”频道主要提供电子商务教学新闻、电子政务教学新闻、市场营销教学新闻、物流教学新闻、工商管理教学新闻、国际贸易教学新闻。
资源下载	教学资源_教学资源下载_经济管理教学资源-教研室	教学资源下载，电子商务教学，电子政务教学，物流教学，市场营销教学，国际贸易教学，工商管理教学，教学计划，教学大纲，教学课件	教学资源下载栏目着重关注电子商务教学、电子政务教学、物流教学、市场营销教学、国际贸易教学、工商管理教学的教学计划、教学大纲、教学课件、教学实验、教学论文等经济管理专业教学资源
教学案例	电子商务案例 市场营销案例 现代物流案例 电子政务教学案例-教研室	电子商务教学案例，电子政务教学案例，现代物流教学案例，市场营销教学案例，国际贸易教学案例，工商管理教学案例	教研案例是教研室的栏目之一，着重关注经济管理专业教学过程中对教学案例的需要，包括电子商务教学案例、电子政务教学案例、物流教学案例、市场营销教学案例、国际贸易教学案例、国际贸易教学案例等
实用文档	入党资料_求职简历_面试技巧_实习报告_实习自我鉴定等实用文档-教研室	入党资料，自我评价，自我鉴定，求职简历，面试资料	教研室“实用文档”栏目提供入党资料，自我评价，自我鉴定，求职简历，面试资料等高校师生常用文档。
我的空间	个人空间_教研室	空间，个人空间，教研室	教研室为广大师生提供个人展示空间。
互动群组	群组_教研室	群组，教研室	教研室群组频道

案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

1.logo



Logo设计

- 创意：采用教研室汉语拼音，突出教研室拼音的同时，加以教研室汉字，显得LOGO不那么空洞，对号的引用，意味着教学中，正确的答案，点名教学主旨，.com为网站域名后缀。同时 jiaoyanshi.com也方便用户记忆。
- 色彩：蓝色，明亮色，给人以科技感及清新感，使教研室自身沉闷的感觉一扫而空，给人以亲近、阳光的另一面感受

案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

2.网站前台布局

布局设计

- 在确定了网站主题后，教研室以突出经济管理教学资源共享家园为主旨，网站从栏目设置到内容收录都要表现出教研室特色。从策划到实施做了完善部署，策划规划出网站布局及栏目，美工按照策划设计首页效果图，切图、写前台静态页面。开发人员写网站后台管理部分。
- 在网站布局策划方面，可以使用Word或专业工具，如Visio进行设计，最终形成《教研室网站策划实施方案》
- 教研室网站结构图策划中，考虑到网站的性质、反映速度、用户体验、网站易使用性以及DISCUZ系统的易用性等诸多方面的因素，布局采用简洁明了的框架式布局，表现出栏目内容的同时不失准确性。

案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

2.网站前台布局

• 网站首页布局

网站首屏显示内容，重点资讯更新部分，网站的更新保证了搜索引擎对网站的收录；同时网站微博地址的显示，也为更多用户关注网站做出贡献。

友情链接的设计凸显网站专业性，能够提高网站PR及访问量。

底部信息的设置，方便用户联系，加强了用户与企业的沟通。



LOGO首栏显示突出了网站标志，告诉用户访问到什么站点，另外登陆信息的显示，也强调了网站的社区模块重要性；顶部导航采用二级栏目导航，方便用户精确查找目标栏目，加以搜索引擎辅助，成为用户进入其他栏目、查找内容的主要入口。

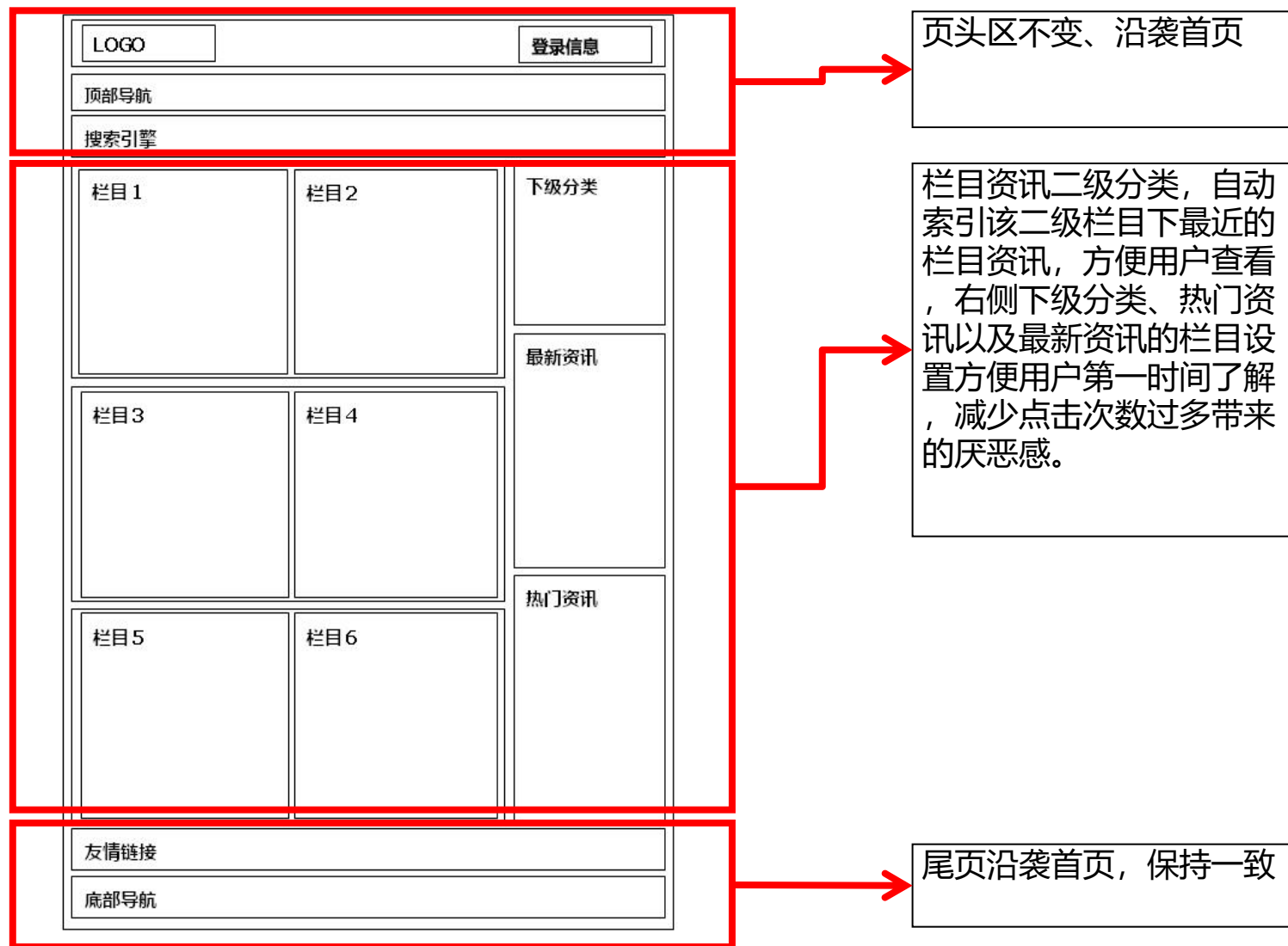
网站重点区域，提供经济管理专业教学资源下载、以及互动群组、个人空间等用户讨论模块，完整体现网站策划中所要求的所有栏目内容；右侧电子期刊栏目采用邮件推广思路，保持老用户量同时，增加回访次数；热门标签采用系统自动更新，方便用户浏览最近最热的关键词情况来看热门文章。

案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

2.网站前台布局

• 教研室网站栏目页布局

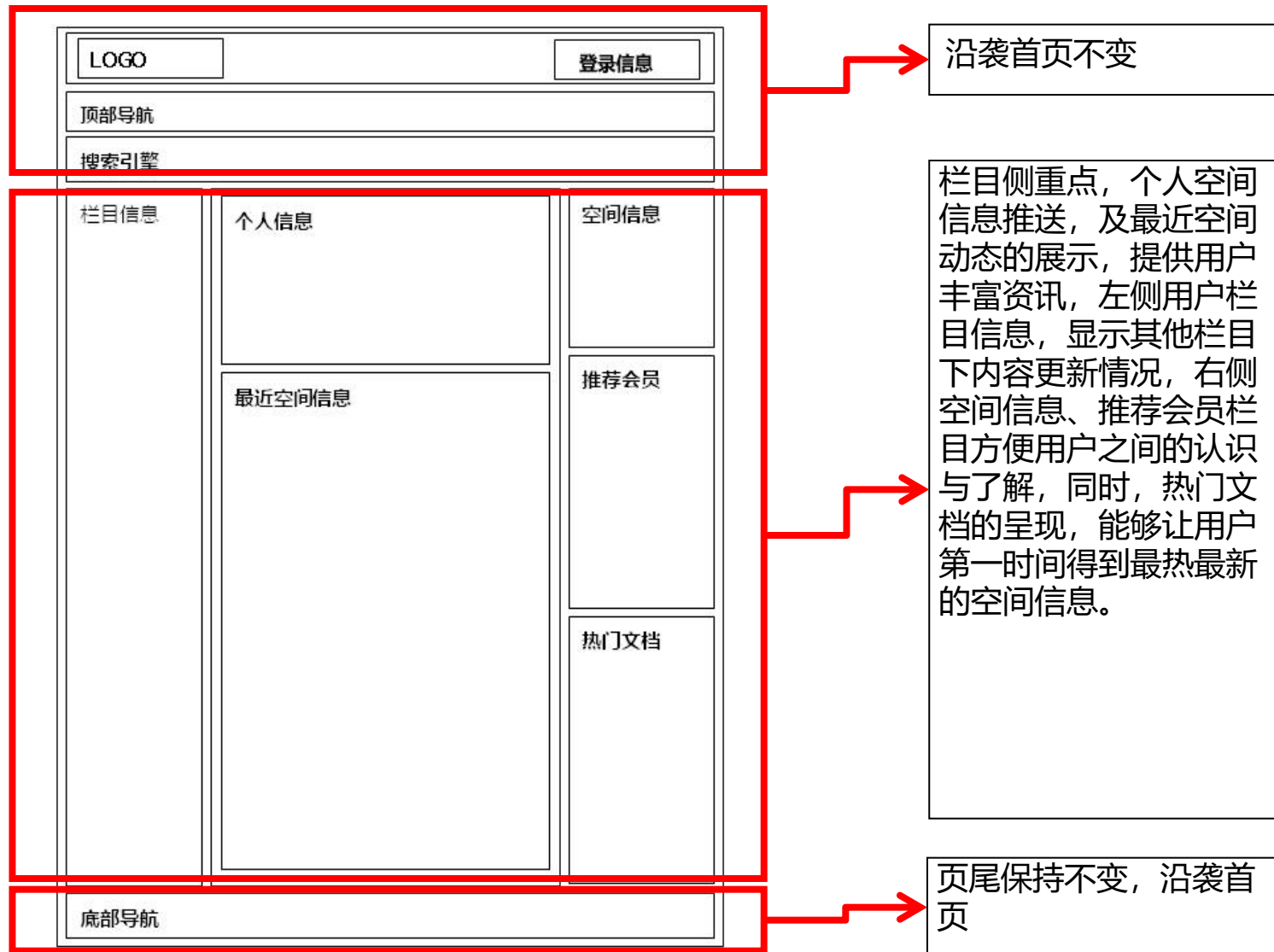


案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

2.网站前台布局

• 我的空间栏目页页面布局

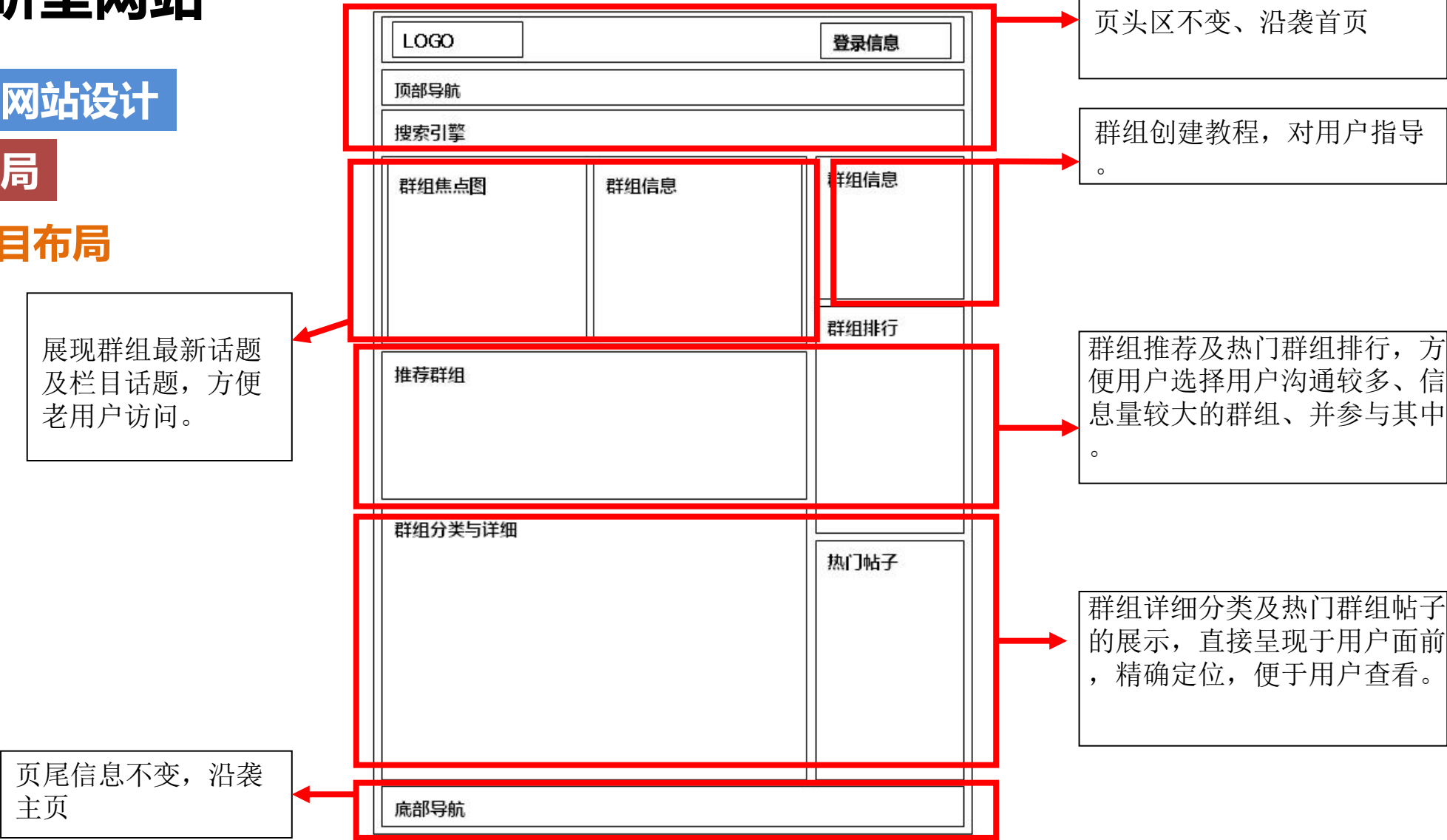


案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

2.网站前台布局

• 互动群组栏目布局

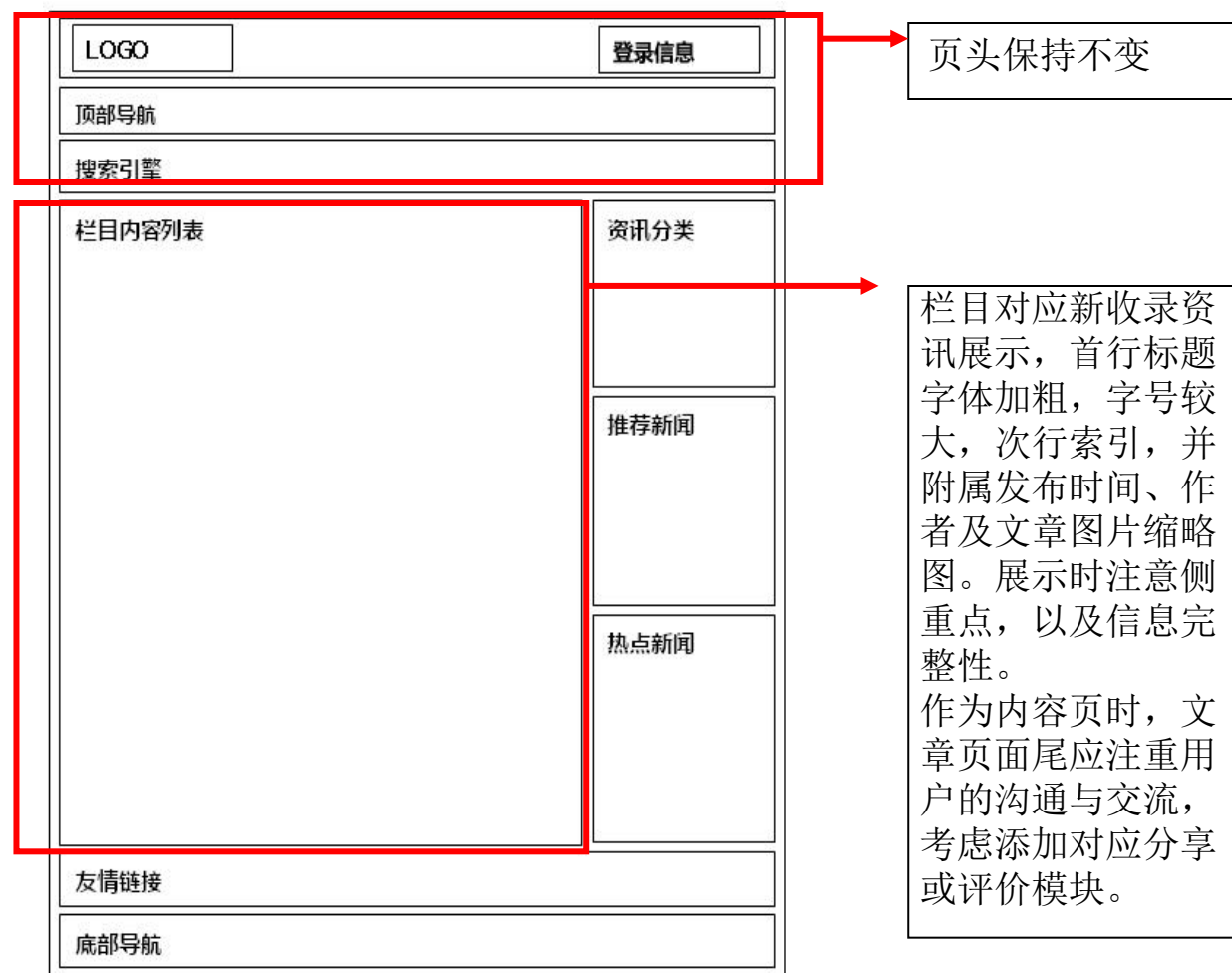


案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

2.网站前台布局

• 栏目内容列表页界面布局

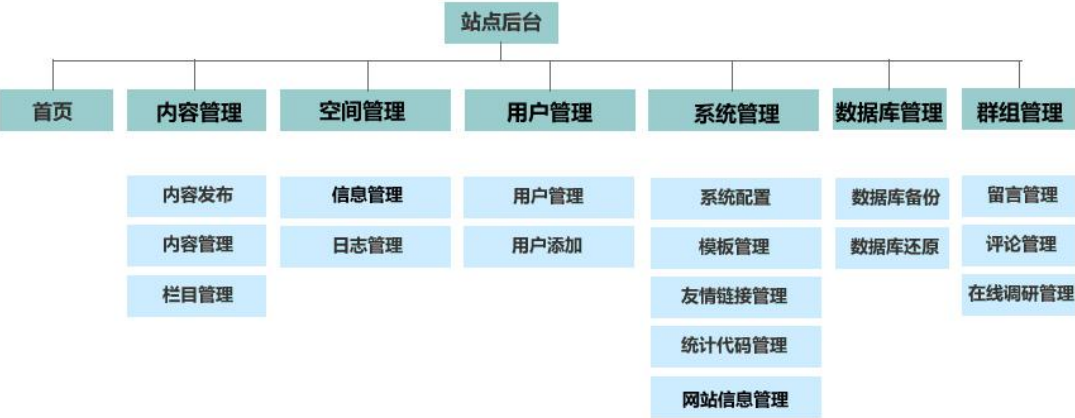


案例1 教研室网站

任务3 教研室网站设计

3.网站后台设计

一般来说，动态网站均由前、后台组合而成。前台，即普通用户可见层；而后台，则是网站管理层所用。根据网站主题和栏目设置，教研室网站后台主要有如下功能：



网站功能	功能描述
内容管理功能	主要用于网站内容更新与管理
空间注册、登录功能	用于学生、教师等注册登录空间并经营自己的专属空间
用户管理功能	用于注册用户的管理（增加、删除、改密码等）
系统管理功能	主要用于配置网站参数、更换网站模板等
网站栏目功能	主要用于网站栏目的增加、修改、删除等
数据库管理功能	主要用于数据库的备份与还原
群组管理功能	主要用于群组中用户留言、回复，以及在线调查管理
日志管理功能	主要用于空间日志的查询、删除、导出等
友情链接功能	管理友情链接（包含添加、删除等）
流量统计管理功能	管理统计代码（启用或关闭、修改、删除等）
网站信息管理功能	管理网站seo信息等

研发人员根据网站功能及栏目策划，结合教研室网站定位，研发人员决定先从网上寻找免费开源代码查看是否有符合网站基础功能的并加以修改。结合教研室栏目设置，教研室网站属于“产品站+教研室门户+SNS”模式，结合当下互联网门户社区类开源代码产品，研发人员考虑使用“SuperSite+Ucenter Home”传统组合模式或使用“Discuz！”模式。

案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

1.网站策划实施开发

关键词与URL的关系

- 关键词融合到URL除了给搜索引擎授予权重外，也给访客直接认清站点的URL一种方式。

目录深度

- 网站目录深度最好变现即为URL，网站的目录结构应该越简单越好，扁平化的结构是SEO的关键。深度越复杂，被搜索引擎蜘蛛快速检索到的机会也就越小，网址的分层不要超过3层，http://主页/产品大类/具体产品页，这样的分层是很适合搜索引擎抓取的；

静态化

- 由于搜索引擎对动态页面收录和html页面收录率的差别以及页面资源占用问题，使用静态的URL，好处就是减少站点运行资源。从而提高访问速度得到搜索引擎的爬取问题，以便更多更大量地被搜索引擎收录，最大限度地提高自己的内容被目标接收的机会；

案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

1.网站策划实施开发

静态的URL，好处就是减少站点运行资源。从而提高访问速度得到搜索引擎的爬取问题，以便更多更大量地被搜索引擎收录，最大限度地提高自己的内容被目标接收的机会

栏目名称	URL地址	URL说明
行业资讯	http://www.jaoyanshi.com/news/	英文News意思新闻，且主题为行业资讯
资源下载	http://www.jiaoyanshi.com/download/	英文download意思下载，内容教学资源下载，切合经血主题
教学案例	http://www.jiaoyanshi.com/case/	英文 case中文意义为案例，且主题为教学案例
实用文档	http://www.jiaoyanshi.com/artice/	文档英文Artice，且主题为相关文档
我的空间	http://www.jiaoyanshi.com/home.php	Home，个人主页、空间，切合主题含义

案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

2.页面设计与制作

策划阶段进行完毕，美工组就可按照策划方案的要求进行页面设计与制作。具体工作主要包括：

- 选用科技感十足的蓝色，以及白色作为底页制作相关页面；蓝色是进步色的主要代表之一，而色彩的明度统一、色相相邻，在色彩上会显得简洁，蓝色与白色的搭配使得网页简洁大方；
- 采用Div+CSS编写网页页面；
- 加入JS脚本及相关特效、焦点图、Banner、Flash等；
- 使用IE、火狐等浏览器测试页面的兼容性；
- 和程序员配合，确认前台相关页面。

案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

2.页面设计与制作

• 教研室网站首页

资源下载栏目，右侧顶部导航栏切换，针对六大二级栏目导航、专业，右下侧该栏目对应热门下载，左下侧改栏目对应最新上传。

右侧电子期刊支持，保持老用户基数，邮件推广支持。

案例、群组栏目最新资讯、最新图文信息索引。

右侧热点标签，方便用户第一时间查看资讯。



网站头部，网站导航、LOGO、登录信息

焦点图，最新行业资讯汇总、网站近期专题，以及最热资讯，右侧网站微博介绍及最近电商会议。

空间资讯、最新更新话题；

右侧实用文档分类，并标明收录文档数，从数字上直接吸引用户。

网站尾页，友情链接及导航

案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

2.页面设计与制作

• 教研室行业资讯栏目页



网站头部，网站LOGO，
登录信息，搜索引擎

主要内容区、行业资讯
栏目，覆盖最新各经营
专业行业资讯索引并以
图文方式展示最新图文
资讯，右侧下级分类、
教育新闻、图文资讯、
最新资讯、直接选择方
便用户选择。

案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

2.页面设计与制作

• 教研室我的空间页面栏目页



案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

2.页面设计与制作

• 教研室互动群组栏目页



网站头部，网站LOGO，
登录信息，搜索引擎

互动群组主导航区，包
含推荐群组、以及子群
组分类、群组信息索引
、群组排行及人们帖子
。

案例1 教研室网站

任务4 教研室网站静态页

2.页面设计与制作

• 教研室内容页



网站头部，网站LOGO，
登录信息，搜索引擎

内容也布局，文章结尾
调用投票、用户评论及
分享框，在阅读完信息
的同时给予评价或分享
，增加用户活跃度和可
操作性。

案例1 教研室网站

案例分析

教研室网站主题明显，突出经济管理教学资源分享家园这一主旨，在呈递经管类教学资源同时，注重用户交流、沟通，为众多经管专业学生、教师提供了一个资源分享、社区交友的平台。从总体上看，教研室网站有较强的互用交互性，网站结构布局明确，在突出主题同时，注重搜索引擎友好度

网站定位

- 教研室网站定位明确，契合企业需求。秉持对经管类专业教学负责的态度，为广大学子、教师提供经管专业相关资讯和教学资源，提供交流平台。

网站特色

- 教研室网站采用三栏式网站布局使网站结构明朗，信息明确。各大栏目内容版块划分有序，其对应信息条理清晰，呈现明确。
- 个人空间及互动群组栏目的设立更是方便用户查看资讯的同时，增加社交圈子、分享探讨专业知识

案例1 教研室网站

案例分析

用户体验

- 页面与频道。教研室网站采用科技蓝作为主色调，强调企业敢于突破传统教学资讯站呈递出的压抑感，透露出企业积极、热情、阳关的一面。栏目划分的明确性也表明行业专业性以及严谨态度。实用文档等二级栏目导航的自主变更，更是为广大学生及教师提供更加便捷的用户体验。
- 信息量与更新。信息承载方面，无论是咨询页还是论坛页，内容量庞大，栏目内容的更新效率高，坚持呈现最新的业内资讯及教学资源，为用户提供第一手资讯。

交流互动

- 教研室网站注重用户交流与沟通，个人空间及互动群组的设立所带来的网站活跃度，映正了互用交流是网站不可缺失的主要内容之一，栏目内容页的评论及分享栏也为用户提供了更多抒发主观意识的窗口。

案例1 教研室网站

案例分析

网站不足

- 内容价值。网站在用户注册自主上传资讯、分享栏目中存在的审核环节表现欠佳，大量的审核过程耗费过多的人力、时间，但若降低审核，内容承载方面就会存在冗余。两者之间的平衡是一个难点。
- 原创性文章较少，导致搜索引擎在收录方面并不是很多，伪原创内容的增加无法为网站带来更多的流量。
- 博客活力的提升。目前空间内容及群组价值较高，然而活跃性有所欠缺，可以通过具有讨论性的话题来提高用户的参与度，提升教研室网站博客的活力

目录

Contents

案例一 教研室网站

案例二 海尔商城网站

案例2 海尔商城网站

支持企业及背景



海尔集团是世界大型家用电器第一品牌、中国最具价值品牌，世界品牌500强企业前50名。海尔在全球建立了21个工业园，5大研发中心，19个海外贸易公司，全球员工超过8万人。2011年，海尔集团全球营业额实现1509亿元，品牌价值962.8亿元，连续11年蝉联中国最有价值品牌榜首。

海尔商城（ehaier）为海尔集团官方建立的海尔全系列家电一站式销售服务平台。有海尔集团品牌保证，用户挑选家电又有多了一个放心渠道。

案例2 海尔商城网站

案例详解

海尔集团是世界第二大白色家电制造商、中国最具价值品牌。据全球权威消费市场调查与分析机构 Euromonitor（欧洲 透视）最新调查结果显示，按营业额统计，海尔集团目前在全球白色电器制造商中排名第四，海尔的目标是成为世界白色家电行业第一制造商。海尔网上商城是完全由海尔集团公司负责建设、维护与经营的。它利用海尔现有的销售、配送与服务体系，为广大用户提供产品销售服务。海尔集团直接对用户订单负责，提供系统性方案定制服务。

本案例将针对海尔网上商城平台**从策划的角度阐述企业建站中网站策划的重要性。**

案例2 海尔商城网站

案例详解

任务1

海尔商城网站分析

任务2

海尔商城网站规划

任务3

海尔商城网站设计

案例2 海尔商城网站

任务1 海尔商城网站分析

1. 海尔商城网站实施背景

2012年中国网络购物市场继续快速发展。艾瑞咨询数据显示，2012年中国网络购物交易规模达到13040.0亿元；从网购结构来看，B2C占比达到29.7%，呈持续增大趋势。网络市场交易规模不断扩大，在显示出巨大市场前景和利润的同时，也暗示着传统家电卖场正遭受严重冲击，所以在巨大利益的诱惑和电子商务商务步步紧逼下，海尔集团进军网络市场。

2. 海尔商城实施原因

海尔商城网站的成立，使得海尔品牌摆脱的线下模式的单一模式，线上模式的确立，一方面是海尔品牌迈向电子商务的开端，也为拓展市场开辟了新的方式

案例2 海尔商城网站

任务1 海尔商城网站分析

3. 海尔商城实施资源

在白色家电领域，海尔是世界白色家电第一品牌。海尔集团持有多个与消费者生活息息相关的品牌。其中，按品牌统计，海尔已连续四年蝉联全球销量最大的家用电器品牌，海尔的品牌已经深入人心，强大的品牌认知度便是海尔集团最大的资源。

4. 海尔商城实施目的

- 建立一个有鲜明个性的垂直网站，以通过电子商务手段更进一步增强海尔在家电领域的竞争优势。
- 海尔提供服务的重要内容包括网站为客户提供更高的便利与个性化服务方面的创新。
- 推动销售的模式向拉动的销售模式转变，提高新经济下的企业核心竞争力，通过B2C平台，面对个人消费者，海尔可以实现全国范围内网上销售业务

案例2 海尔商城网站

任务2 海尔商城网站规划

网站策划是网站建设中重要的一步，策划的完整性以及合理性影响网站在开发、设计及完成后网站的整体表现效果及功能完善性及影响力，避免因设计不足而导致网站二次开发问题。

1. 海尔商城网站建设需求分析

- 根据艾瑞咨询发布的中国网络购物市场数据，网络市场交易规模不断扩大，在显示出巨大市场前景和利润的同时，传统家电卖场正遭受严重冲击，海尔网上商城的建立，为海尔品牌开拓市场提供线上渠道。创建线上与线下并行发展新模式。
- 海尔商城是海尔集团迈向电子商务的重要一步，与传统B2C行业相区分，海尔在未来电子商务的领域要分得一杯羹，必须有自己的电子商务模式独特之处。
- 海尔网上商城的挑战者众多，尽管有越来越多的传统家电企业、传统家电卖场涌入电子商务，但目前国内 3C 渠道市场现有容量以及先入者京东商城、淘宝、新蛋等的深耕优势，已经证明后进入者将面临很高的行业门槛，业界也鲜有成功案例。海尔网上商城的先发制人以及特有的服务定制也为海尔占据了家电行业电商一片天地。

案例2 海尔商城网站

任务2 海尔商城网站规划

2. 海尔商城网站定位

主题定位

- 海尔建立一个有鲜明个性的垂直网站，以通过电子商务手段更进一步增强海尔在家电领域的竞争优势。面对个人消费者，海尔可以实现全国范围内网上销售业务。消费者可以在海尔的网站上浏览、选购、支付、然后可静待海尔快捷配送及安装服务。海尔商城网站的建立目的在于为海尔的品牌价值带来巨大收获，在传统销售模式褪去的时代，海尔商城的建立为海尔品牌打了一剂强心剂。
- 海尔商城网站的命名及域名确定便于用户记忆，网站名称以及域名的确定也是网站建设中重要一部分。

功能定位

- 企业网站应充分展示企业主营业务的特色和优势，通过文字、图案、颜色甚至声音等媒介，让用户能在最短的时间内抓住企业所要传递给目标消费者的核心思想，而不是让人陷入一个“迷茫的海洋”甚至产生错觉。海尔网上商城搭建直观向用户呈现网络购物及个性定制等相关栏目。栏目划分、模块化明确，团购、在线设计、节能专区的栏目的设置意在突出海尔商城的与众不同之处。

案例2 海尔商城网站

任务2 海尔商城网站规划

2. 海尔商城网站定位

海尔网上商城的主要功能有：

- 在线直销；
- 网上制定服务；
- 网上服务中心；
- 顾客登记；
- 产品咨询；
- 电子刊物；
- 在线报修；

网站应最大限度地满足顾客需求：

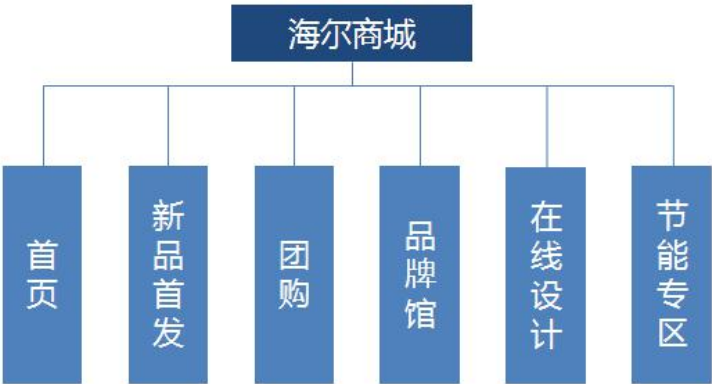
- 海尔集团的商务目标需要通过满足消费者的需求才能实现，所以企业网站不仅要适合自身特点，还应最大限度地满足顾客需求。海尔商城着力于服务大众，惠于大众的目标，在网站策划上更多的是从用户购物角度去思索、策划。

案例2 海尔商城网站

任务2 海尔商城网站规划

3.海尔商城网站内容规划

栏目构建：



网站的内容确立以后，要进行内容分类和组织。栏目设计的最基本任务是建立网站内容展示的框架，具体要确定哪些是必需的栏目，哪些是重点栏目，并建立栏目的层次结构

- 设计栏目时应遵循一些基本原则：
- 列出的栏目都应是网站最有价值的内容；
- 与网站定位无关的栏目应删除；
- 栏目的设计应方便访问者的浏览、交互和查询；
- 突出直接的电子商务主题。

栏目名称	栏目设置内容及原因
首页	商品展示首页，所有商品分类展示平台
新品首发	新品发布，最新商品集中展示平台
团购	海尔商城团购频道，热销产品的团购促销，吸引用户的栏目之一
品牌馆	海尔品牌旗下其他品牌展示
在线设计	在线设计，海尔商城特色，用户在线自己定制家电组合
节能专区	节能补贴的商品展示区域

案例2 海尔商城网站

任务2 海尔商城网站规划

3.海尔商城网站内容规划

META编辑：

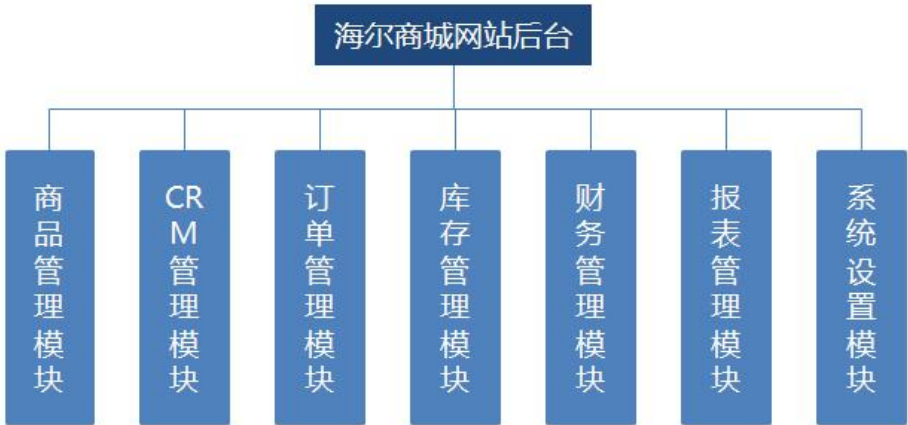
栏目	TITLE	Keyword	Description
首页	海尔商城-海尔集团唯一网上官方商城，全场包邮送装一体可至乡镇村。家电网购空调，冰箱，洗衣机，电视，热水器的首选商城	Haier, Hiaer商城, 海尔, 海尔集团, 海尔商城, 海尔官方商城, 海尔官网, 海尔官方网站, 海尔官方旗舰店, 海尔旗舰店, 海尔商城旗舰店、海尔网上商城, 海尔官方网站, 空调, 海尔空调, 冰箱, 海尔冰箱, 洗衣机, 海尔洗衣机, 电视, 海尔电视, 海尔家电, 家电网购。	海尔商城, 海尔集团唯一网上官方商城。送装一体可配送到乡镇村, 按约送达超时免单全场包邮, 家电定制网购省钱更省心! 家电网购, 就到Haier官方商城。
新品首发	新品频道-海尔商城-新生活从这里开始	冰箱, 洗衣机, 专场, 特价, 空调, 海尔, 低价, 网上, 专场, 冰点, 价格, 奥运, 电子商务, 网购, 品牌直销, 家电, 飓风行动, 席卷全城, 冰箱, 彩电, 洗衣机, 热水器, 直降, 抢购, 限量, 价格	冰箱, 洗衣机, 专场, 特价, 空调, 海尔, 低价, 网上, 专场, 冰点, 价格, 奥运, 电子商务, 网购, 品牌直销, 家电, 飓风行动, 席卷全城, 冰箱, 彩电, 洗衣机, 热水器, 直降, 抢购, 限量, 价格
团购	海尔团购-海尔商城-新生活从这里开始	海尔团购-海尔商城-新生活从这里开始	海尔团购-海尔商城-新生活从这里开始
品牌馆	品牌专区-海尔商城-新生活从这里开始	冰箱, 洗衣机, 专场, 特价, 空调, 海尔, 低价, 网上, 专场, 冰点, 价格, 奥运, 电子商务, 网购, 品牌直销, 家电, 飓风行动, 席卷全城, 冰箱, 彩电, 洗衣机, 热水器, 直降, 抢购, 限量, 价格	冰箱, 洗衣机, 专场, 特价, 空调, 海尔, 低价, 网上, 专场, 冰点, 价格, 奥运, 电子商务, 网购, 品牌直销, 家电, 飓风行动, 席卷全城, 冰箱, 彩电, 洗衣机, 热水器, 直降, 抢购, 限量, 价格
在线设计	在线设计-海尔商城-新生活从这里开始	在线设计-海尔商城-新生活从这里开始	在线设计-海尔商城-新生活从这里开始。
节能专区	节能专区-海尔商城-新生活从这里开始	节能家电, 海尔节能家电, 节能减排, 节能冰箱, 节能空调, 节能洗衣机, 节能电视	海尔节能, 省电先行。海尔节能家电, 为节能春天添绿色, 海尔冰箱每天不到1度电, 买海尔空调享国家节能补贴, 海尔节能LED电视拉丝面板时尚典雅节能也优雅

案例2 海尔商城网站

任务2 海尔商城网站规划

3.海尔商城网站内容规划

网站后台模块设计：



网站功能	功能描述
商品管理模块	商品管理模块实际上是一套基于数据库的即时发布系统，包含商品管理及促销管理，可用于各类产品的实时发布，前台用户可通过页面浏览查询，后台管理可以分类，发布产品型号、价格、简介、样图、相关下载文档等多类信息。
CRM管理模块	该模块主要包含会员管理、定向营销、客服管理以及呼叫中心，此模块能够把客户资源有效的管理起来。通过网站会员管理模块，可以收集完整的会员资料，对会员进行管理，根据会员的等级给予不同的权限，并为会员提供与您的产品或服务相关的具体功能。
订单管理模块	订单录入及订单审核
库存管理模块	负责商品的出入库检测、配送、库存管理
财务管理模块	供应商结算、渠道结算、配送结算以及内部结算
报表管理模块	搜索报表、销售报表、财务报表、客服报表及仓储物流报表的生成
系统设置	常规的基础设置、权限设置以及帮助中心

案例2 海尔商城网站

任务2 海尔商城网站规划

4.海尔商城网站前台布局

海尔商城作为B2C网站，首页首屏的内容呈现尤为重要，突出网站主题的同时，展示出商城商品类别多样性。图为海尔商城首页 Axure原型设计：

网站主要商品的集中展示、栏目设置覆盖了绝大多数用户需求，图片+文字组合直观的向用户体现了商品的基本信息

网站首屏，栏目导航的明确设置便于用户进入对应的栏目，搜索框的设置成为网站商品的主要入口，热门搜索词的推荐也是出于用户体验角度出发。网站轮换焦点图的更新是网站商品促销的重要展示窗口

商城公告、活动公告区域、提供商城最新信息，考虑到团购时间的即时性，将团购栏目设置在顶栏，方便用户第一时间察觉。

客户晒单+客户服务专区，晒单专区的设置体现用户积极性。网站售后服务与支撑的设置是电子商务网站必须的栏目之一。



案例2 海尔商城网站

任务3 海尔商城网站设计

4.海尔商城网站前台布局

海尔商城的网站内容与功能正如网上商城的名称一样，以销售产品为主，同时辅以一些关于海尔公司的资讯介绍。同时网站还实现了家电在线DIY、家居在线设计、在线设计咨询，在推销自身的同时注重了用户体验，显得较有亲和力。

海尔商城，主要功能就是引导消费者通过网站购买海尔的产品。消费者在网站购物体验中，首先关注的要点是产品。即如何选择最合适的产品，如何最快捷的找到想要的产品，如何方便的完成从选择到最后收货的整个购物流程。体现在网站功能上，网上商城的网页提供了产品搜索功能，消费者既可以按产品分类进行搜索，也可以在搜索的空白文本框中输入关键字，点击搜索完成。



- 网页头部，网站LOGO与导航。LOGO的使用。LOGO就是网站的徽标或商标，形象的LOGO不仅有利于用户对网站主体和品牌的识别，而且有促进网站推广的作用。
- 在商品导航上应提供商品分类、热卖商品、单个商品的详细展示及最新商品等多种方式。此外，还应提供商品按关键词进行搜索的功能。
- 商品展示区与解决方案展示区，右侧销售排行以及最近销售为新顾客提供更多的购买信息。
- 网站尾页，传统的电商布局，提供各种购物保证与指导。

案例2 海尔商城网站

任务3 海尔商城网站设计

4. 海尔商城网站前台布局

海尔商城，关注的就是如何最有效的把产品介绍给消费者。体现在网站功能上，有关产品最重要的就是产品推广和产品推荐两方面。产品推广方面，在网上商城的主页上分别有最新上架、精品推荐和热卖排行三大主要内容。最新上架和精品推荐都附有产品实物图和价格，产品名等基本信息的介绍。消费者点击产品图片或是热卖排行的链接，都能进一步详细了解产品的信息。



海尔商城的购物要求首先注册成为会员才能进行，整个注册过程比较简单，只需要经过3个步骤即可注册成为会员。在注册登陆之后就可以开始真正的购物过程了。对于消费者比较关心的支付方式、订单查询、产品维修和售后服务等也有比较清晰的介绍。海尔作为一向很注重售后服务的公司，海尔商城更是强化了海尔这种重视消费者为消费者提供便利服务的形象。

案例2 海尔商城网站

案例分析

海尔商城电子商务的应用实现企业价值 缩减环节，降低成本，收益增加； 提供在线帮助，节省管理成本； 非核心企业外包，降低库存量提高收益。实现了从传统零售到电商的一步。

网站定位

- 海尔商城网站定位明确，涉足电商，以通过电子商务手段更进一步增强海尔在家电领域的竞争优势，提供用户个性化家电配置方案以及便利的个性化服务。推动销售的模式向拉动的销售模式转变，提高新经济下的企业核心竞争力。

网站特色

- 网上制定服务是海尔商城区别与其他B2C网络商城的特点之一， 海尔最先开始的是冰箱的指定服务。海尔针对用户的需要，预先设计了多个套餐，客户 也可以选配自己喜欢的产品组件，系统会进行自动报价，直到客户满意为止。定制完成，输入个人和收货信息，就可以等待产品的直接送到。同产品定制类似，用户也可以详细选择需要的服务项目。以空调服务制定为例，客户可以从空调移机、加装饰板、清洗保养等十几个服务项目中选出自己需要的服务，系统会整体报价。

案例2 海尔商城网站

案例分析

用户体验

- 页面与频道。海尔商城栏目分类上，针对品牌的详细分类为用户选购带来更多便利性，包括专门为大客户增加的大宗采购栏目反映出海尔商城对用户服务的细心态度。
- 用户交流。作为网络商城，海尔商城在用户交流方面也考虑了很多，在线设计以及客户服务的设置为提供更多的服务保障。

网站不足

- 产品单一。而从商品品类的丰富程度而言，无论是日日顺还是全时电器网，与一线电子商务网站相差甚远。人们更加喜欢方便的角度而言，单一品牌或者是简单的几个有名品牌仍不能满足客户的多样化需求。

案例2 海尔商城网站

案例分析

网站不足

- 支付手段、物流配送体系有待加强。支付手段、支付手段在在线支付环节，全时电器网无特别之处。不过对于习惯了货到付款的消费者而言却并不方便，因为目前全时电器网只支持武汉市内的货到付款商品订单。与京东、卓越亚马逊等遍布全国的物流配送体系相比，仍有不小的差距。与消费者免费配送的理念相去甚远，同时对于主打农村市场的日日顺而言，如何保证产品质量、如何做好售后服务等传统网络购物存在的问题依然面临考验。业界专家指出，其对农村消费者的产品配送、售后服务更加大成本，而商品目录不能随时对产品价格进行调整，则不能使消费者与日日顺在价格上即时沟通，市场反响如何仍需观望。
- 渠道冲突。从国美、苏宁等全国连锁卖场，到海尔自有专卖店以及日日顺电器等自有小型连锁店，再到全时电器网，海尔可以称得上是中国家电企业中销售渠道最多的企业。但是如何处理好多个渠道之间关系，是海尔进军电子商务不能回避的问题。在线下，海尔拥有成千上万家实体店铺，而网店的覆盖面则几乎没有地域上的限制，渠道之间势必将产生利益冲突。如果处理不当，没有很好地规范多渠道的价格体系，甚至可能出现网上侵占网下的现象。

一、电子商务网站布局的概念

二、电子商务网站设计要素

三、电子商务网站规划

一、电子商务网站布局的概念

1. 什么是版面布局

布局，就是以最适合浏览的方式将图片和文字排放在页面的不同位置。什么才是“最适合”并没有一个标准答案。一般来讲包括：

(1) 实用功能

网页内容的主次一定要从网页的版式上体现出来，网页设计要突出重点内容；

网页的导航一定要清晰，这和网页的版式设计有着非常重要的联系；

网页的版式布局设计决定了网页的布局，布局合理和逻辑性也是网页版式设计的要点。

(2) 审美功能

网页的版式要具有整体性、一致性，总体来讲就是统一；

要合理地划分整个页面，安排页面各组成元素，即分割；

通过合理运用矛盾和冲突，使设计更加富有生机和活力，即对比。

一、电子商务网站布局的概念

2. 版面布局的步骤



(1) 绘制草案

新建页面就像一张白纸，没有任何表格，框架和约定俗成的东西，你可以尽可能的发挥你的想象力，将你想到的“景象”画上去（可以用一张白纸和一支铅笔草绘，也可以用PHOTOSHOP等软件）。这属于创造阶段，不讲究细腻工整，不必考虑细节功能，只以粗陋的线条勾画出创意的轮廓即可。

(2) 粗略布局

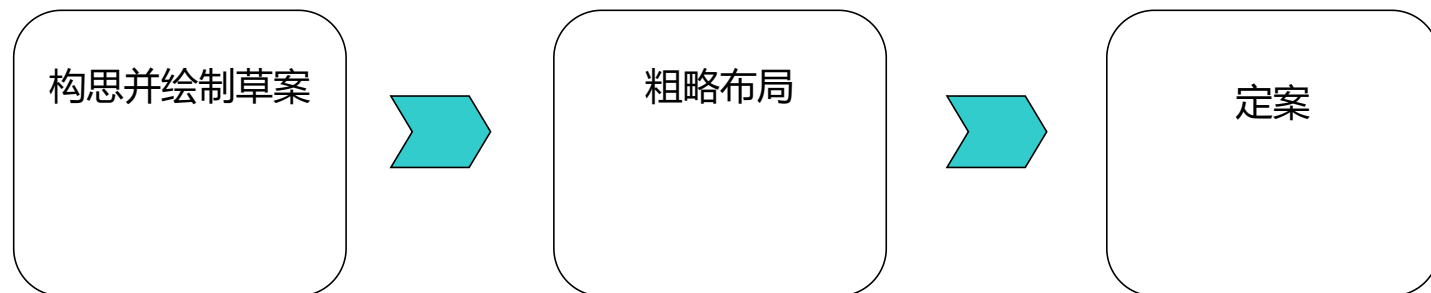
在草案的基础上，将你确定需要放置的功能模块安排到页面上。功能模块主要包含网站标志、主菜单、新闻、搜索、友情链接、版权信息等。注意，这里我们必须遵循突出重点、平衡协调的原则，将网站标志，主菜单等最重要的模块放在最显眼，最突出的位置，然后在考虑其他模块的摆放。

(3) 定案

将粗略布局精细化，具体化。

一、电子商务网站布局的概念

2. 版面布局的步骤



一、电子商务网站布局的概念

二、电子商务网站设计要素

三、电子商务网站规划

二、电子商务网站设计要素

1. 网站LOGO

2. 网站导航

网站导航的分类主要有以下几种。

(1) 按页面**结构**分类，网站导航通常分为主导航、辅助导航和面包屑导航。

主导航。网站主体结构的表现，指引用户访问网站最基本的路线，是网站整体结构的灵魂。

辅助导航。导航重要组成部分，展示网站的重要功能点、或者提示浏览者的重要信息点。

面包屑导航。标示着浏览者当前浏览的页面与网站主框架的结构关系。

(2) 按**层级**分类，网站导航又可分为一级导航和多级导航，一级导航 主导航只采用一级深度，而不把子级别显示出来；而多级导航则是在组织主导航的时候会把2级深度的结构表现出来。

(3) 按**效果**分类，网站导航又可分为标签式、普通链接及下拉式，标签式可以清晰的表现出当前的位置与导航的对应关系，显示效果较强烈；普通链接简介明了，实现方式简单；下拉式往往是为了配合显示二级分类而产生的方便用户直接进入更深的层级，减少二次选择。

(4) 按**作用**分类，栏目导航可分为：栏目频道式，这种方式一般是将网站的主要栏目结构表现出来，用户可以明确的知道网站整体结构和功能；商品分类式，网站的主导航是把网站主要的商品分类显示出来，引导用户直接进入商品分类中；混合式，主导航中，把上面提到的两种呈现结构都表现出来。

二、电子商务网站设计要素

3. 栏目分类

- (1) 一级栏目。优点：简洁直观，可节约网页空间、利于用户快速关注；
缺点：无法提供精确导航，信息量少，并且不利于用户对网站中商品有概括性的了解；
- (2) 二级栏目。优点：相对清晰，导航形式更易于被用户接受；可以提供更好的引导作用，使用户进入二级分类目录后获得更多商品信息，以提高商品浏览量；
- (3) 三级及以上栏目。优点：分类更加详细清晰，导航更加精准，可为用户提供更快速准确的导向；同时也可以帮助商品分类多的网站，在空间占用率与导航效率上找到一个相对平衡点；

4. 注册登陆

1) 注册入口的三种形式：

纯图片形式

纯文字形式

混合形式

2) 注册步骤分类：

一步式注册

两步式注册

多步式注册

自由式注册

二、电子商务网站设计要素

5. 网站购物流程

(1) 三步式购物流程。

流程：选商品、填写订单信息、去付款

(2) 分步进阶式购物流程。

流程：选商品、填写收货人信息、选择配置送方式、去付款

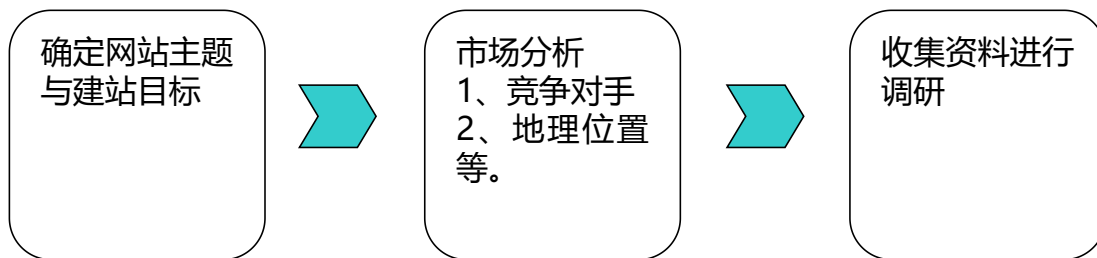
(3) 快速购买。

流程：买家在游览商品的时候，商品右侧会出现一个“快速购买”按钮，用户点击这个按钮立刻弹出小窗口进行填写收货人信息

6. 用户咨询与论坛管理机制

7. 网站地图

三、电子商务网站规划



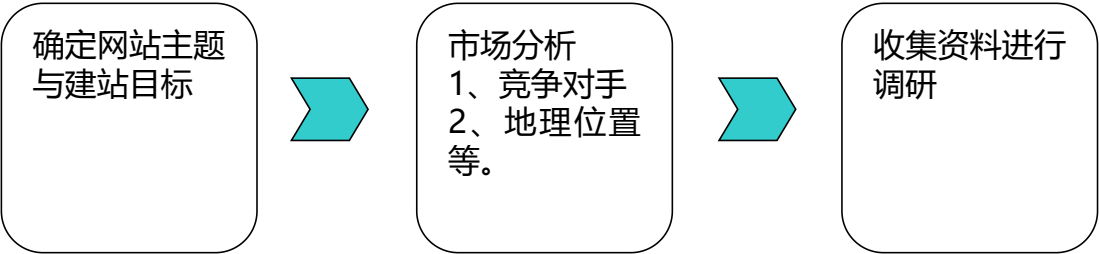
1. 确定网站主题与建站目标

如何为自己的网站确定主题和目标呢？

首先，企业要确认建立网站的目标是树立企业形象，还是展示产品、拓展市场；是宣传自己的思想、理念，还是调查用户反映、改进售后服务；是为企业做宣传，加强客户的沟通，还是要实现网络营销与电子商务。

其次，要分析企业自身的具体情况，包括企业的进货渠道资源、企业的市场销售资源优势、企业的品牌知名度及消费市场认知度、企业的资金实力和企业所处的行业地位等。

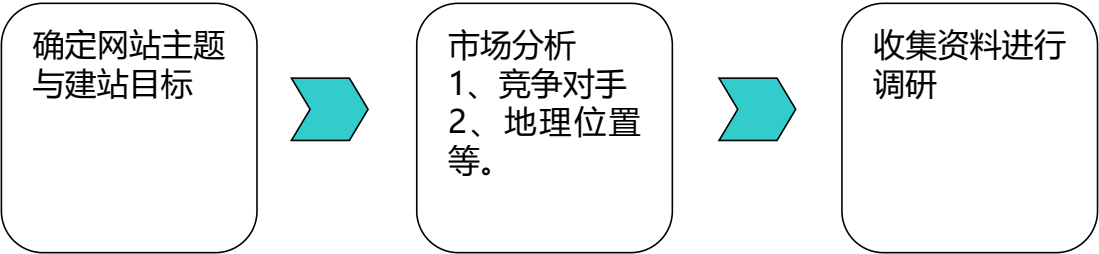
三、电子商务网站规划



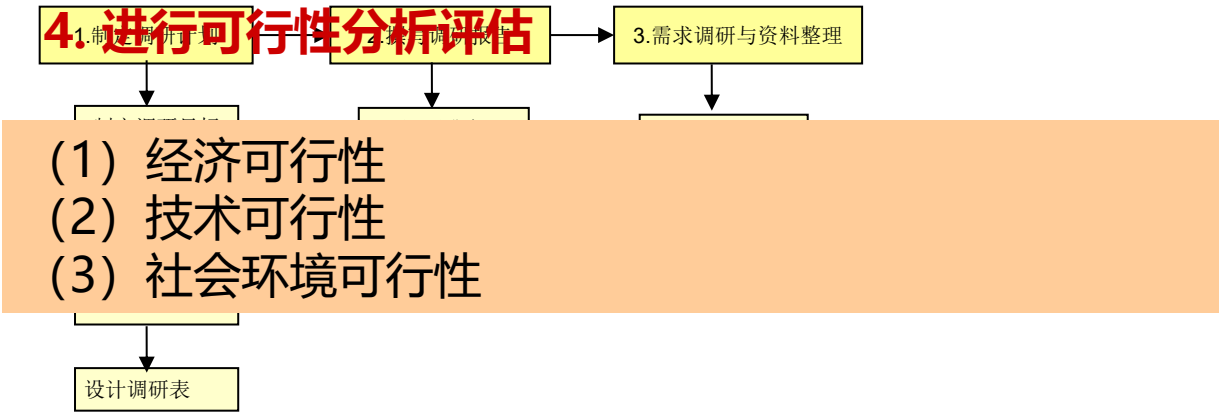
2. 市场分析



三、电子商务网站规划

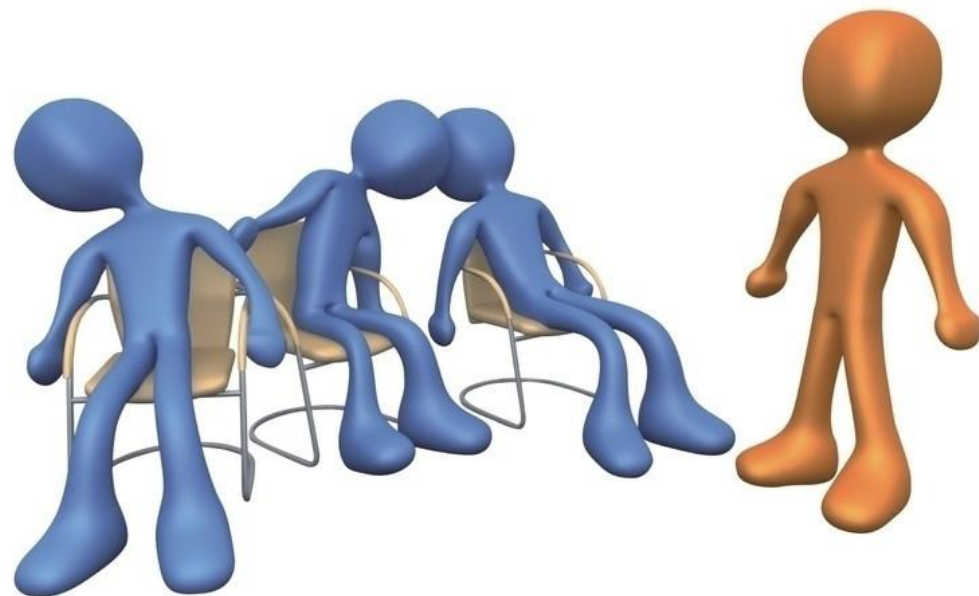


3. 收集资料、广泛调研，进行目标客户分析



结束

End



《《 休息，休息一下

总有一些时候

你需要寻找灵感或者协助