

网络营销策略班 (3天)

主题	内容
洞悉互联网趋势	<p>课程重点：深度解读电商发展</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 互联网的前世今生 ➢ 互联网的三种商业模式 ➢ 互联网七大趋势 <ol style="list-style-type: none"> 1、网络消费者的需求多样化； 2、服务行业借团购之力加速迈入电商大门； 3、规模化+平台化+品牌化； 4、社区化+区域化+移动化； 5、从建立社交图谱到多元化的兴趣图谱； 6、社会化网络+电子商务=社会化电子商务； 7、Solomo=社交的+本地的+移动的 ➢ 电商之货惑豁——深度解读电商发展 以谁为中心？因何而花钱？靠什么挣钱？用什么买？ 未来的七条箴言
定位系统	<p>课程重点：互联网品类定位：低成本快速打造第一品牌</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 客户的心智模式 ➢ 互联网的特性 通过搜索寻找关键词、中小企业也可以投、产品定制化（选择多，需要精准定制）、推广/购买无地域限制、购买通路和推广通路重合（高效、低成本） ➢ 品牌定位的方法 老大定位、老二定位、创新品类定位 ➢ 品类定位战略 <ol style="list-style-type: none"> 1、认知就是事实，品类在心智里 2、客户买的是品类，不是品牌 3、品牌价值决定于品类价值 4、让品牌成为品类的代表 ➢ 低成本快速打造第一品牌 产品定位——核心产品定位、核心功能定位、独特卖点定位 关键词定位——通过关键词定位目标客户、客户需求
主题	内容
团队建设	<p>课程重点：打造高效电商团队</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 组建团队前的思考 寻找突破口 平台、客户群、配送、经营方式、主打品类的区别 ➢ 团队组建 商品部、销售部、推广部、售后部 ➢ 各岗位职责分配 策划型人才、专业技术人才、推广人才

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 团队组建方式 承包制+内部买卖式的矩阵式管理 哪些可外包？哪些可招聘？哪些必须内部培养？ 人员流动大怎么办？ ➤ 监督调整——数据背后的意义
建站系统	课程重点：网站建设+网店规划
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 网站规划 用关键词定位的思维去规划网站首页 网站首页，目录页，产品页的设计要素及规范 用品类定位的思维去规划营销型站群 营销型站群的结构、特点 ➤ 网店规划 官网与各平台的区别、规划布局、老板应该抓什么 ➤ 商品页面策划 四大方向——土特产、感性消费品、功能类、标准化 四大方法——对比、公信力、真实体验、细节 ➤ 广告文案策划 传统广告与网络广告的区别 只要精准客户的关注 内容——第一人称（为客户扫盲、谁爆料谁受益、把握大事件）、借力媒体、冒充客户（秀宝贝、提问回答、专家推荐）
主题	内容
推广系统	课程重点：免费模式+众包模式
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 从小米看推广策略 ➤ 搜索引擎优化 搜索引擎优化原理、站内优化、站外优化（优质外链） ➤ 社会化网络营销 电子杂志、论坛、问答与百科…… ➤ 病毒式营销 全面规划、选择最开始的活跃用户、制造话题和热点 ➤ 微营销 微博——微博营销的风格、微博营销的特点与定位 微信——微信的四大作用、三大工具、加粉互动、案例分析 微营销的五大应用思维
运营系统	课程重点：运营的过五关斩六将
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 电子商务市场的特点 各平台竞争态势、发展分布（地域、品类） ➤ 电商生态 ➤ 运营战略 传统企业进入电商前的思考 业务全局与战略规划

	<p>不同阶段运营的重心</p> <p>➤ 电商运营</p> <p>电商运营指标</p> <p>过五关</p> <p> 流程再造、仓库管理、客户关系、绩效管理、数据管理</p> <p>斩六将</p> <p> 一把手工程、选择合适的供应商、建立基础数据、实施培训、标准 作业流程、适应行业变化</p>
--	---