

传统企业互联网+转型系列实战课程之：

《电商运营成长系列课程》

课程背景：

互联网带来的跨界转型浪潮正以前所未有之势颠覆传统行业，那些你不知道的竞争对手“跨界”而来抢了你的市场份额，同时，互联网对传统企业的改造与融合也在悄然发生着，企业与企业之间、行业与行业之间的疆界将被打破，这是一个超过万亿的巨大商机，也是一次产业格局大洗牌的机会。

随着互联网技术的高速进步电子商务无孔不入渗入到我们的生活工作等方方面面，马云说：你现在不做电子商务将来你将无商可务，这并不是一句危言耸听的话，而一步一步成为了现实。所以在这样的时代，你如果不能尝试学习来改变自己，你将一定会被这个时代淘汰。

课程特色：说实战故事、讲落地方案、送实操工具

课程收获：

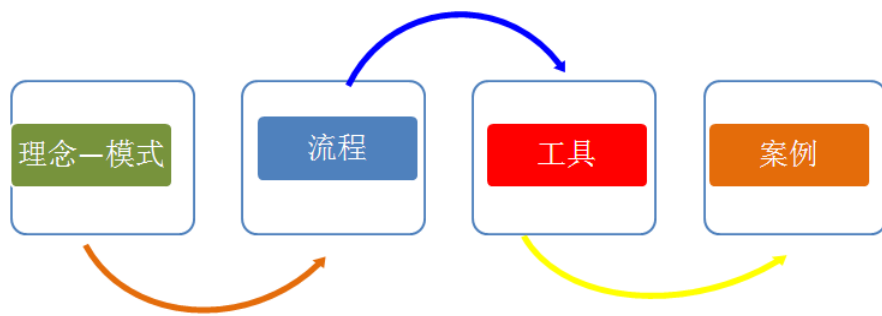
- 通过教学让学员能够真正理解互联网带来的新商业机会
- 了解并熟知电子商务的基本技术及进阶技能
- 通过教学互动学员能够用方法与工具维系顾客
- 学会用工具设计产品营销流程
- 熟悉并掌握电商策略落地实施的实战方法

授课形式：课堂讲述、案例分析、短片播放、图片展示、个性解答

授课对象：电商从业者

课程时间：三个成长阶段

课程模型：



课程内容：

《电商运营成长系列课程》基础篇(2天)

一、网站页面入门技术(2小时)

1. 了解平台产品各板块的基本功能、作用
2. 了解平台各个页面名称、位置术语
3. 了解平台页面的意义

二、电商商品基本技术(4小时)

1. 从产品到商品的提炼
 - 1) 商品的概念
 - 2) 商品运营的要素
 - 3) 商品的命名技术
2. 如何做好商品信息展示
 - 1) 商品页面的包装与设计元素
 - 2) 横幅广告的用处与妙处
3. 商品卖点提炼技术
 - 1) 好卖点是利器
4. 商品的定位策略
 - 1) 分析竞品定价的重要性
 - 2) 通过竞品分析找到商品定位

3) 如何计算毛利率

4) 如何计算利润率

三、关于电商促销那些事(2 小时)

1 . 为什么要促销及促销的类型

2 . 促销的常用手法与技术

3 . 怎样策划一场促销活动

4 . 促销活动的策划与流程

5 . 经典促销案例解析

四、单品的推广策略(4 小时)

1 . 单品的生命周期解析

2 . 单品引入期的推广策略

3 . 单品成长期的推广策略

4 . 单品成长期的推广策略

5 . 单品成熟期与衰退期的营销策略

《电商运营成长系列课程》中级篇(2 天)

一、移动电商的新游戏规则(1 天)

1 . 从产品到商品的演化路径

1) 商务活动移动化

2) 商品比特化

3) 社区网络平台化

2 . 小品类也有大市场

1) 小品类的五个特征

- 2) 细分品类开辟蓝海
- 3) 独特卖点产生销动力
3. 活动型商品的精准定位
 - 1) 高频的快速掠夺用户利器
 - 2) 快速的渗透用户心智的工具
 - 3) 开通消费者感知品牌的通路
 - 4) 用户兴趣点的挖掘与商品展示技巧

二、明星产品的选品密码

1. 爆品必备的三大要素
 - 1) 最少的款式
 - 2) 最长的生命周期
 - 3) 快速的高频产量
2. 爆品的三大标准特征
 - 1) 大众型产品
 - 2) 地域限制少
 - 3) 售后要求不高
3. 用关键数据锁定爆品机会
 - 1) 最受欢迎的购物搜索关键词
 - 2) 关键词的来源及优化工具
 - 3) 行业同类产品动销力的分析

案例解析：单品之王“阮清风”成就了 my.ing

现场实操：选出具有爆品潜质的三个产品(30 分钟)

三、内容电商的新玩法(3 小时)

1. 电商都需要一个好文案

1) 讲一个好故事吸睛

2. 直播电商的技术

1) 如何选择直播平台

2) 开通直播的基本技术

3) 直播电商的基本技术

3. 不是网红也能直播的玩法

1) 直播的目的就是卖货

2) 直播卖货经典案例解析

四、数据分析的必备技能(3 小时)

1. 电商数据分析指标体系

2. 数据思路与数据分析工具

3. 数据提取与数据存储

4. 数据可视化模型建立技术

《电商运营成长系列课程》高级篇(2 天)

一、后电商时代的多 1 度营销三板斧(6 小时)

1. 电商江湖风云变幻

1) 电商卖家的生存现状

2) 京东也能出大卖家

3) 建立商效的电商运营系统

2. 模式独特笑傲江湖

1) 品牌模式的成长路径

2) 通路模式的打造秘籍

3) 个性模式的塑造兵法

3. 把握脉搏,纵行江湖

1) 平台模式下的电商技术

2) O2O 模式下的电商技术

3) 全模式下的电商要术

案例分享：幸福邮差的故事

4. 多 1 度的动销力构建

1) 移动时代的微营销技术

2) 开源不节流的推广方式

3) 转化率的三维度

5. 多 1 度的全网营销

1) 象“西单女孩”学营销

2) 将免费进行到底

3) 自媒体的营销技术

6. 多 1 度的社会化营销挖掘

1) 网红经济的变现能力

2) 客户忠诚度计划

3) 社会化营销工具解析

二、爆品为剑创新行销(6 小时)

打造爆品的技术

1. 引爆单品的基本功

2. 爆品的生命周期解析

1) 爆品生命周期判断法

2) 不同周期的文宣特点

3) 不同周期的营销重点

3. 爆品的视觉营销要点

1) 视觉是引爆的重要入口

2) 品质视觉化清除消费障碍

3) 独特卖点的简单明了展示

4. 单品引爆的拐点设计

1) 以用户为导向揪住痛点引爆

2) 个性化设计打造引爆拐点

3) 利用顾客关注设计引爆拐点

5. 单品引爆的策略

6. 降维营销让蚁群集体围观

1) 爆品的第一标志

2) 从消费者金字塔模型划分维度

3) 降维营销升维发力

7. 场景营销创新爆品沟通策略

1) 你若端着我便无感

2) 在圈子里与“亚文化”共和

3) 可预见的体验让爆品更有价值感

8. 用机群模型巧妙布局推广

1) 全网营销布局机群模型图解

2) 全网各平台营销布局的侧重点

3) 推广布局的重点及策略

案例分享：一款会说话的人字拖

现场实操：设计你的单品引爆的拐点(30 分钟)

三、单品引爆从执行开始

1. 引爆赢在格局，败在细节

1) 移动端与顾客沟通的重点

2) PC 端与顾客沟通的重点

3) 减少选择机会促进顾客购买

2. 在成长期卡位营销

3. 有趣的视频让消费者参与

1) 让产品快乐地动起来

2) 每位消费者都是代言人

2) 病毒视频制作密码

4. 各种媒介推波助澜的玩法

1) 独乐乐不如众乐乐

2) 社区平台的传播

3) 多微平台的传播

现场实操：制定你的单品引爆策略(30 分钟)