
电子商务多平台管理

[课程关键词]

电子商务 管理系统 营销管理 多平台运营

[课程背景]

市场同质化加剧竞争的残酷，电子商务运营成本压力，运营管理零散，没有做好电商，反而被“电伤”，如何应对电子商务越来越高的营销成本，获取更多有效的营销通道，实现低成本高产出的营销收益，是电子商务运营终极追求；
本课程以组建专职网络营销团队，团队架构组建和职能明细，团队梯队建设，网络营销团队管理和运营策略，规避团队运营误区，管控节点！运营策划网络互动营销模式！网站运营实施策略！；

[课程对象]

企业董事长／总经理/企业决策层/营销高管/营销管理/管理团队

[课程目标]

承接整合营销推广内容，更细致分解多平台管理的先决条件，建立运营架构，明确清晰运营模式，分析了解运营思路建立运营四化模型。对多个主流平台做差异化特点分析，以确定出企业与平台间的运营定位，最终实现多平台持续发展！

[课程优势] (课程特色)

双效通道：应用+训练；顾问+教练！
用运营实战为核心。
击核心！有效应用，价值倍增！
发营销思维！

以解决问题为导向，
化繁为简，直
强化运营策略，启

[课程大纲]

卷、电商运营管理现状分析
1、电商“三国演义”

-
- 2、运营现状瓶颈分析
 - 贰、案例：主流电商平台 SWOT
 - 参、电商多平台运营整体规划图解
 - 四、电商多平台运营四化模型图解
 - 伍、电商多平台运营团队建设
 - 1、平台运营团队架构
 - 2、网络营销团队架构
 - 3、招聘渠道建设与管理
 - 4、五星级团队服务文化
 - 六、电商管理内部平台建设
 - 1、网店平台
 - 2、IT 系统
 - 3、仓储系统
 - 4、培训体系
 - 七、标准化分销拓展管理
 - 1、分销团队建设运营
 - 2、分销体系规划
 - 3、分销商招募
 - 4、分销平台整合应用
 - 5、分销商扶持管理
 - 八、精细化网店运营管理
 - 1、有效流量
 - 2、吸引用户
 - 3、销售成交
 - 4、后营销再营销
 - 九、电商目标与任务管理
 - 1、流程化的目标精算
 - 2、数据化任务管理
 - 壹零、持续发展纵横论
 - 1、进化线递增发展
 - 2、成长线时间发展

[课程时间]6 小时