

---

# 电子商务整合营销

## [课程关键词]

电子商务 营销策略 整合营销

## [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，致使营销策略乏力，加之一发不可收拾的“地摊思想”，为此付出大量财力物力人力，可惜结果却不尽人意！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；本课程以电子商务立体化营销通道为起点，打造互联网时代电子商务的整合营销实施策略，掌握营销环节核心执行要素；

## [课程对象]

企业董事长／总经理/企业决策层/营销高管

## [课程目标]

以企业战略思维看待电商营销，确定企业差异化定位展开企业电商化营销之路，了解各类营销方式和平台，实现资源整合的有效性，建立系统化确保整合营销实施和优化策略落地和执行，从而规避企业电商化运营中的风险。

## [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、基于用户为中心的营销分析策略

- 
- 1、用户信息通道建设
  - 2、用户的覆盖影响
  - 3、如何形成用户记忆决策
  - 4、用户互动的信息分享制作

#### **贰、整合营销之“四流”**

- 1、流量
- 2、浏览
- 3、留住
- 4、留恋

#### **参、网络营销重中之重：用户体验轮**

- 1、战略方面
- 2、概念方面
- 3、产品方面
- 4、发展方面

#### **四、整合一体化的电子商务营销架构**

- 1、店内营销推广
- 2、淘宝系营销推广
- 3、软性营销推广

#### **伍、基于互联网的全网营销方式**

#### **六、口碑营销重要性及模式**

- 1、营销模式变革
- 2、口碑营销价值
- 3、微博营销信息集群

#### **七、整合营销执行策略与四化模型**

#### **八、现场互动分享：企业电商化整合营销解析**

## **[课程时间]6 小时**