

电子商务商业模式

主讲人：武威

培训对象：中高层管理

培训时长：1天

课程收益

掌握商业模式的内涵、特点、发展规律
探索电子商务商业模式及营销推广的创新思路

课程大纲

第一章：电子商务发展的现状

1. 鞋服行业的电子商务转型

案例：凡客诚品的电子商务战略

2. 电子商务的市场

案例：韩都衣舍的成长

第二章：经典的互联网商业模式的种类

1. B2C 电子商务模式

2. B2C 与传统营销方式的对照关系

3. B2B 电子商务模式

4. C2C 电子商务模式

5. B2B、B2C、C2C 三种商业模式比较

第三章：互联网商业模式的创新公式和发展规律

1. 社会化电商的优势

2. 反向团购

3. C2B 模式

蘑菇街案例

美丽说案例

豆瓣案例

4. O2O 模式与团购

携程案例

5. F2C 模式

天猫爱蜂潮案例

6. 云电商模式

苏宁案例

7. Solomo 模式

第四章：电子商务不同发展阶段及其特点

1. 发展电子商务必须具备的条件

2. 京东电子商务三步曲

3. 服装企业转型电子商务的四大困惑

4. 线上线下的结合

案例：万达的电子商务战略

案例：银泰百货电子商城

5.电子商务物流的简介

第五章：电子商务的运营推广

一、互联网营销基础

1.不同企业的网络营销模式

2.网络营销面对的市场

3.网络营销的四项基本原则

4.网购用户的分析

5.网络品牌的传播规律

二、互联网营销方案

1.分析自身资源

2.SWOT 分析

3.网络营销方案的内容

4.方案的细化

5.网络营销的 4 个阶段

6.不同阶段的不同策略

案例：凡客的网络营销方案

案例：小米手机的推广方案

三、电子商务的运营管理

1.访问量和转化率

2.网络营销的七种武器简介

3.网络营销管理的工作内容

4.电子商务的运营成本分析

案例：凡客的运营成本分析

第六章：社会化媒体营销营销

1.六度分割理论与 150 法则

2.SNS 社区传播机制

3.企业 SNS 营销的方式

案例:优衣库的促销活动

案例:星巴克落户爱情公寓

案例:麦当劳——我们见面吧

第七章：微营销

1.微博营销的特点

案例：开启餐饮的 2.0 时代

案例：寻找手机的主人

案例：欠睡的人

2.微信营销

案例：麦当劳的微信公众帐号