

《大数据背景下的电商品牌建设与运营实操》

讲授专家：李勇

培训对象：电商运营管理人员（总监、经理、主管）
品牌中心从业人员
物流中心从业人员

课程时间：2天（12小时）

课程背景：

随着互联网不断发展，电商竞争愈加激烈，在品牌定位，运营管理，流程制定等各个方面都会影响到一个电商平台的经营效果，如何做好品牌，运营，物流仓储等各个电商模块，在众多企业的电商中心中仍处于摸索时期。

- 如何更有效的对自身电商产品或平台的品牌进行定位？
- 如何在细分市场找到爆款突破口？
- 如何做好运营数据的分析？
- 如何通过数据库进行有效营销？
- 如何借助大数据平台管理并优化好自身电商平台？
- 如何更好的做好物流仓储的管理和优化？

以上这些，成为了当下各大企业电商管理人员关注的重点。

本课程亮点：

- 大数据时代，我们该如何清醒的看待品牌和运营，品牌是企业之根，运营是浇灌施肥开花结果的一个过程，再好的根也有不开花不结果的，根就没种好，再好的技术也没有办法使其开花结果，或者开错花结错果，到底该如何做好品牌之本，又该如何通过运营使其茁壮成长，本课程详细讲解了互联网大数据时代的品牌和运营之间如何相互影响，该如何分别独立的看待他们，又该如何有效结合，课程中分别详细描述了这些。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解并掌握品牌定位与电商产品的关系
- ◇ 了解并掌握大数据环境下的网络营销策略
- ◇ 了解并掌握电商运营数据分析及数据库营销
- ◇ 了解并掌握电商仓储平台的体系管理办法

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	互联网电商品牌打造	<ul style="list-style-type: none">❖ 品牌到底是什么❖ 结合自身优势，参考竞品公司，定义自己的受众群体❖ 聚焦发力进行品牌传播和维护❖ 某电商平台案例分析❖ 互联网时代品牌创新实施建议	本单元让学员明确当今时代品牌该如何定义，传播及维护



培训过的企业：

- 浙江移动、北京移动、上海移动、广东移动、湖南移动、山西移动、上海电信、贵州电信、武汉电信、辽宁电信、北京电信、上海联通、深圳联通、湖南联通、福建联通、海南联通、黑龙江移动、四川邮政局、广东邮政局、广西邮政局、云南邮政局、吉林邮政局、陕西邮政局、新疆邮政局
- 四川农信社、广东农信社、重庆农信社、山东农信社、湖南农信社、湖北农行、湖南农行、内蒙农行、上海建行、上海招商银行、广西中兴银行
- 中国人寿、人保产险、泰康人寿、中国银行、兴业银行、青岛银行
- 阿里巴巴、京东、百度
- 海尔集团、海信集团、红星美凯龙、青啤集团、浪潮集团