

《互联网搜索引擎优化（SEO）技巧培训》

- 培训对象：**
- 1、互联网时代，希望学习互联网电商运营的人士；
 - 2、企业内与产品、客户接触的管理、营销、服务人士；
 - 3、企业内从事营销与服务工作的相关人士；
 - 4、希望开展电商运营的企业相关人员；

课程时间：2天(12小时)

课程背景：

- 阿里巴巴集团董事会主席马云表示，“如果你准备进入在线市场，并正考虑与我们的天猫和淘宝竞争，那么这就已经是一个错误。相反，你应当试图在阿里巴巴做得不好的地方填补空缺。”淘宝，京东及苏宁易购已经占掉了中国电子商务市场总份额的96%，形成绝对的垄断地位，而这些互联网电商平台中的商户竞争更是进入了白热化阶段，面对淘宝、京东、百度搜索、360搜索等如何在后电商时代做好运营，是值得我们深思和探索的。

本课程亮点：

- 站内的淘宝，京东的平台商户竞争极为激烈，站外的百度、360、搜狗等搜索平台规则变化无常，如何能让我们的电商平台中脱颖而出，根据公司的定位，该如何定义企业产品在平台的作用，如何掌握他们的规则，如何做好竞争对手分析，如何做好品牌定位，如何做好组织结构，如何做好运营策略，又该如何把淘宝和京东的客户引到微信上，如何通过微信做好线上和线下活动的对接，本课程将详细介绍以上部分，理论结合实际案例，课程落地性极强。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解后电商时代该如何看待全网营销的机会；
- ◇ 了解百度，360搜索及天猫京东各平台的运营规则；
- ◇ 了解电商平台中的具体工具使用，例如数据魔方等；
- ◇ 掌握店铺运营的核心知识和运营技能；
- ◇ 了解线上和线下该如何结合；
- ◇ 了解大数据和品牌结合；

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	后电商时代的机会	1、什么是全网营销 2、SWOT分析 3、做好企业全网营销的战略部署 4、成熟电商平台的运营规则 案例：某电商平台案例分析	本单元让学员综合了解后电商时代的机会
单元二	数据化分析运营	1、常用数据的了解和分析	

		2、量子恒道生意参谋 3、数据魔方 4、SEO及SEM推广 ◇ 百度SEO及SEM推广该怎么做 ◇ 360搜索的SEO及SEM推广该怎么做 5、移动媒体营销 练习：本章实践思考	数据是不会撒谎的，了解数据背后的规则
单元三	电商营销策划	1、淘宝客引流 2、玩转直通车 3、布好钻石展位 4、了解天天特价 5、淘抢购和淘金币营销	流量是至关重要的，如何引流是必须要了解的
单元四	京东运营揭秘	1、京东运营的优势是什么 2、物流快递 3、打造爆款 案例：红酒爆款分析 4、试用中心	解读京东运营规则
单元五	如何通过品牌及大数据的应用来做推广	1、如何通过品牌定位提高DSR得分 2、如何通过品牌体验来做好客户挽留及客户转化 3、大数据和整合营销的秘诀	解读品牌和大数据如何结合可形成天地网的综合一体化营销

讲授老师介绍：

李勇

- 山东大学研究生 计算机专业
- **10** 多年互联网电商平台运营实战经验
- **10** 多年企业管理与培训经验
- 上海鲸工网 COO
- 易车配网络产品 VP
- 互联网产品及运营专家
- 互联网营销与策划专家
- 国际职业培训师行业协会认证高级讲师



曾供职于：华为高级督导，百度产品经理，易车配（车后）VP，鲸工网 COO

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