

# 电商实战专家 互联网营销导师 李达聪

## 互联网思维电商品牌运营攻略

### 【课程背景】

电商世界风起云涌，生生死死，传统企业何去何从？电子商务品牌的本质与核心到底是什么？品牌电商有没有成功的基因？成功电商的共性在哪里？电子商务流量为王，还是体验第一？规模制胜，还是小而美？做电商的产品与定位、客户与服务、团队与技术到底是一种怎样的关系？

从纷繁复杂中找到规律，解读电商乱象，直指本质核心。将别人不能说，不敢说，不会说的都与您分享。用心倾听，用心感悟，用心执行，撬动一个亿级市场真的不是空想。为什么有人会成功？为什么有人会失败？成功的基因是什么？失败的根源在哪里？在这个课程里，我们将以多年实战经验与努力，为您抽丝剥茧，层层分享，解构现象，直指核心。让您电商的路走得更远，走得更宽，走得更稳。

### 【课程收益】

- 1、分析现象，解读数据，揭示零售行业的发展趋势；
- 2、透过大量案例的剖析，深刻理解电商发展的规律与本质；
- 3、全面揭示电子商务典型模式的本质与核心；
- 4、解读电商运营流程图并警示电商运营中的死亡陷阱；
- 6、找到品牌电商成功的基因，加速传统企业稳健开展电子商务。

【课程时间】：6小时，可根据具体需求个性化订制内容，或缩短、延长课时

【授课对象】：传统企业掌门人、传统电商运营负责人、有志于开展电商业务者

【授课方式】：讲师讲授 + 案例研讨 + 讲师点评 + 现场咨询

## 【课程大纲】

### 第一章、风起云涌的电商江湖环境分析

- 1、过去十年电子商务的发展情况
- 2、2018年主要零售行业的发展趋势
- 3、2018年网络时尚消费趋势分析
- 3、最近半年各大电商平台最新政策解析
- 4、新零售重构传统零售案例分析

### 第二章、电商产品的大数据定位技巧

- 1、大数据市场分析
  - 1) 类目分析（市场容量、市场属性、市场趋势）
  - 2) 竞品分析  
竞争品牌（同类型品牌？标杆品牌？竞争品牌？）  
竞争宝贝（优缺点？流量布局？）
  - 3) 消费人群分析（性别、年龄、职业、地域、搜索偏好、下单时段等）
- 2、什么样的产品才能更受欢迎？
  - 1) 买家购买行为和路径分析
  - 2) 品牌即品类策略四大关键技巧
  - 3) 产品定位的五个关键因素
  - 4) 盈利型产品矩阵设计方法
- 3、价格定位，找到准确消费水平
  - 1) 定价相关因素（市场竞争、目标人群、品牌营销组合）

2) 定价策略 (渗透定价策略、竞争定价策略)

3) 常用的定价公式解析

4、颜值定位，确保最佳第一印象

1) 视觉定位的四大原则及优秀案例解析

2) 视觉定位的基本流程

3) 宝贝详情页六大主要模块设计分析

4) 文案、小视频对顾客购买决策的影响

### 第三章、如何有效的推广自己——运营管理

1、怎么让更多的人看到我？——流量获取

1) 类目的整体流量来源分析

2) 搜索型产品引流方法

3) 活动型产品引流方法

2、怎么让越多看到我的人喜欢上我？——转化率提升

1) 转化率的意义和重要性

2) 影响转化率的五个关键因素

3、怎么把自己卖出更高的价格？——客单价提升

1) 客单价的意义和重要性

2) 有效提升客单价的八大技巧

4、如何更好的吸引客户——用户运营

1) 电商行业用户运营现状

2) 用户运营的三大思路

- 3) 用户增长的魔法数字
- 4) 差异化用户运营的三大策略

#### 第四章、勾兑融合的电商营销哲学——跨界营销

- 1、营收超 2 亿的传统行业跨界营销逆袭——温州都市报
- 2、电商跨界尝试的新纪元——京东&《猫妖传》
- 3、2017 年最突破的跨界——小米&初音未来
- 4、未知小黄盒的大尺度跨界——马蜂窝&杜蕾斯
- 5、史上最强“戏精”的跨界裂变——网易&你的朋友圈