

《传统企业转型升级电子商务》

课程背景

随着企业的各项经营成本越来越高，大多数传统企业也开始寻求通过电子商务的手段来拓展自己的业务和品牌影响力。传统企业做电子商务并不是在网上开店这么简单，需要涉及到商业模式、品牌推广、处理线上线下冲突、渠道运营管理、口碑传播等诸多方面，本课程专门为传统企业讲述如何转型电子商务。

课程收益：

- 1.传统企业电子商务定位
- 2.电子商务模式的确定
- 3.电子商务转型总的互联网思维
- 4.电子商务的战略规划
- 5.电子商务的营销策略
- 6.社会化媒体营销

课程大纲：

第一章：2015 电子商务行业趋势

- 1.移动电商
- 2.互联网金融
- 3.移动支付成为主流支付方式之一
- 4.O2O
- 5.大数据
- 6.多平台运营
- 7.社会化营销

第二章：传统企业转型中的互联网思维

一、用户思维（对市场、消费者的理解）

- 1、长尾市场

案例：9158 如何取胜

- 2、兜售参与感

案例：互联网礼品销售

- 3、用户体验至上

案例：手机 QQ 改动了什么地方？

- 4、互联网的 4in 法则

二、简约思维（对产品规划、产品设计的理解）

- 1、产品做减法，少即是多
- 2、简约即是美

三、极客思维（对产品/服务、用户体验的理解）

- 1、打造让用户尖叫的产品
- 2、服务即营销

四、迭代思维（对创新的理解）

- 1、小处着眼，微创新
- 2、快速迭代

五、流量思维（对经营模式的理解）

- 1、免费是为了更好的收费
- 2、流量的成本和流量的多样性

3、坚持到质变的“临界点”

六、社会化媒体思维（对营销的理解）

1、利用社会化媒体，口碑营销

案例：“黄太吉”牌煎饼

2、利用社会化网络，众包协作

案例：小米是如何“红”的

七、大数据思维（对企业资产的理解）

1、什么是大数据

2、是全体数据、而不是单一样本

3、需要混杂性、不需要精确性

4、是相关关系、而不是因果关系

5、大数据的应用创新

八、平台思维（对商业模式的理解）

1、打造多方共赢的生态圈

案例：腾讯的平台战略和战术

2、善用现有平台

九、跨界思维（对产业边界、产业链的理解）

1、携“用户”以令诸侯

2、用互联网思维，大胆颠覆式创新

案例：网络修箱包

案例：雕爷牛腩

第三章：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

第四章：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

第五章：传统企业的电子商务定位

1.企业是否需要转型电子商务

2.企业转型电子商务必须具备的条件

3.电子商务企业失败的主要原因

4.案例：京东战美苏

5.传统企业电商基因与挑战

6.电子商务面对的市场

7.电商定位遇到的具体问题

第六章：电子商务的战略规划

1.企业转型电子商务的四大困惑

2.电子商务的成本问题

3.电子商务人才问题

4.不同企业的电子商务布局

4.1 常见分销渠道的选择与合作

4.2 自建电子商务平台的模式分析

5.循序渐进的转型发展路径

5.1 一线品牌企业的电商转型路径

5.2 二三线品牌企业的电商转型路径

5.3 企业转型电子商务的几种策略

第七章：电子商务的营销策略

1.电子商务营销的主要手段

2.网络对消费者行为模式的改变

3.网络营销的业务定位——小而美

4.网站前台和后台的运营