

企业电商战略落地的布局与整合

一、课程背景：

企业互联网电商触网是未来的必然趋势，是所有企业都绕不开的路！

所有的企业正经受着 4 大痛：

出路之痛——未来的出路在哪里？

纠结之痛——传统店铺真的不行了吗？

迷茫之痛——创业到底是从实体开始还是网店开始？

策略之痛——为什么我的电商不赚钱？

企业布局电商时，越来越难落地，传统渠道和电商渠道到底怎么整合，成为企业的困扰；

企业在进行电商运营时，推广困难、引流困难、赢利困难，成为压在企业身上的三座大山！

企业在进行电商触网的时候，感觉很难落地！

以上几点已经成为互联网+时代下所有企业的痛点，如何突破困境获得新生是每个企业迫切解决的问题。本课程正是在这样的背景下开发与设计的！

二、课程目标：

- 1、解决企业电商运营中路径难、没思路、缺模式的三大战略难题；
- 2、解决企业电商实施中的平台布局问题。自建？天猫？京东？微店？
- 3、解决企业电商实施中线上线下品牌、价格、渠道合理布局难题；
- 4、解决企业电商运营中的策略难、创意难、推广难的难题；
- 5、解决企业电商运营中的 6 个落地难题。

三、针对对象：企业电商启动与实施的内训课程、传统企业管理者；中小、微小或个体企业家。

四、培训时间：2 天（可调整为 1 天）

五、授课方式：

- 1、知识呈现案例化：用大量的案例引出关键知识点；
- 2、知识掌握小组讨论、小组演练化；
- 3、知识框架模式化：易掌握、易记忆、易实施。

六、课程大纲：

模块一

整合路径：确定电商触网的行军路线

- 1、传统企业触网的起点和终点。
- 2、互联网时代，企业经营的5个变局。
- 3、企业布局电商的三条路径。
- 4、电商发展的10大趋势

模块二

整合思维：思想动员，用10大思维让企业植入电商基因

- 1、有效网络营销的前提和条件。
- 2、完成企业电商基因的10大思维。
- 3、如何将10大思维有效落地到电商运营中。

模块三

整合模式：排兵布阵，9大模式让你的企业站在赢利制高点

- 1、电商模式沙场点兵。
- 2、平台模式亮剑互联网时代。
- 3、O2O模式的5个应用场景。
- 4、C2B、C2F、C2D破解传统渠道诟病。
- 5、F2F，直销中的直销。
- 6、品牌模式、渠道模式、市场模式。
- 7、O2M、C2B2C等模式的运用。

模块四

整合平台：确定战场，打造全网融合的电商营销体系。

- 1、**淘宝、京东、微店，电商平台沙场点兵。**
- 2、电商平台 VS 电商模式。
- 3、淘商系、微商系、网商系的运营模式。
- 3、电商全网营销体系构建与实施。

模块五

整合策略：拟定作战策略，用 4 大营销策略让电商发挥威力。

- 1、王老吉热销背后的事件营销。
- 2、电影泰囧的高票房与病毒营销。
- 3、爱尚鲜花口碑营销的关键与实施
- 4、饥饿营销的机制、步骤及案例。

模块六

整合创意：研制弹药，用两大终极利器整合客户

- 1、创意互动基于的人性与应用。
- 2、让创意吸引受众眼球的金字塔思维。
- 3、网络营销中常用的互动策略。
- 4、吸引用户参与的 6 个诱饵。
- 5、创意与互动的传播机制。

模块七

整合工具：提升装备，用 5 大装备让企业实现全员营销

- 1、直面全员营销的 5 大装备。
- 2、5 大装备的使用人员素质。
- 3、5 大装备的应用场景。

模块八

全面落地：完成任务

- 1、设定目标：目标体系制定和可行性分析。

- 2、用户定位：谁是我们的客户，他们在哪里。
- 3、确定模式：设计符合企业的电商运营模式。
- 4、打造平台：打造合理的电商组合平台。
- 5、构建组织：组织结构、协作机制、考核激励。
- 6、确定策略：思维、理念、模式与工具整合。
- 7、制定方案：进度、预算、人员、工作量化的整体实施方案。
- 8、优化改进：执行过程的评估与改进。