

# 全网营销——打造电商赚钱系统

## 课程背景：

2018年天猫双十一战绩突破2135亿，物流订单量超过10亿。一个阿里集团营收2502.66亿，养活7.3万多名员工，年纳税516亿，平台成交总额达4.82万亿。人均产能340多万，为人均最高的中国互联网企业。

淘宝天猫上超过1000万的店铺，另有出口a通、速卖通、国内B2B诚信通上总计数百万商家和企业，还有蚂蚁金服、支付宝、阿里云、菜鸟网络的大物流体系等，其他旁系、支系，投资并购的企业若干。如此庞大的商业帝国为何能在短短20年的时间内迅速形成？

2015年9月成立的**拼多多**，2018年7月在美国上市，当时市值240亿美金。

2015年6月成立的**云集**，号称中国“会员电商的一股”于2019年5月3日在美国纳斯达克成功上市，市值达30.87亿美金。为什么这些企业成功速度会如此之快？

是得益于中国经济的飞速发展，国内消费升级带来的红利？还是因为借了移动互联网的东风，运用了微信等移动端的营销工具利器之便？

古老的中华文化瑰宝《易经》告诉我们，世界唯一不变的法则就是变，市场在变，客户在变，竞争对手在变，消费场景、支付方式通通都在发生改变！

墨守成规注定与时代脱钩，没有永恒成功的企业，只有时代的企业。企业有生命周期，不同的时代，必须用顺应时代潮流的营销方式和方法才能呼吸到上层新鲜的空气。

从最初的网络营销到B2B企业电商，再从B2C电商到微商，到今天的直播电商，消费者的“羊群效益”发挥着推波助澜的巨大作用。透过现象，分析数据，洞察营销背后的事实真相，科学规避常识性的错误，建立起严打预警的机制，构建共同学习进步的电商人脉圈子，向拿到结果的同行和前行者学习，只要思想不滑坡，机会就永远存在。

## 传统企业进驻电商的五大困境：

困境一：决策——是否进驻电商？如何才能快速启动？

困境二：团队——挖人还是培养？电商团队如何架构与管理？

困境三：销量——流量？平台资源利用？如何提升转化率？

困境四：运营——供应链管理？淘宝规则？诚信通规则？日常管理？

困境五：冲突——线上与线下价格、品牌传播的冲突与协调？

.....

大家都知道不做电子商务将无商可务，可是太多企业触网都是人云亦云，没有明确定位，没有系统思维，没有战略计划。所以企业没效益，人才留不住。张勇老师针对传统企业这些困境开发了这套《全网营销--打造电商赚钱系统》课程，并且在全国已经开了620多期，参与课程的学员给予了100%的好评，对中小企业触网提供了非常大的帮助，让中小企业少投入，稳步发展，充分利用互联网时代的机会，从互联网获取客户、销售产品、创立品牌。

## 课程收益：

- 知趋势：全面了解电子商务发展趋势以及企业互联网思维模式及营销趋势；
- 懂案例：经典案例新颖分析，全面了解企业的互联网转型方略和落地方案；
- 学平台：全面系统学习网络营销平台，普及运营及营销的多种实操技巧；
- 掌方法：知晓网络营销定位、策划、运营、推广、成交5大模块成功方法；
- 搭团队：获得网络营销落地搭建团队一系列建议，包括绩效考核与效果分析；
- 出效果：后续的顾问指导，全方面帮助网络营销系统企业落地，出实际效果。

课程时间：2-3天，6小时/天

**课程对象：**企业 CEO、董事长、总经理或电商运营相关负责人

**课程方式：**讲师讲授+视频演绎+案例研讨+角色扮演+讲师点评

## 课程大纲

### 第一讲：互联网营销发展趋势

#### 一、从网民的角度揭示互联网在中国发展的前景和潜力

1. 人在哪生意就在哪，互联网从买个新鲜发展到今天的全天候网购。
2. 商业网民在哪里？如何抓住商业网民的眼球？企业在互联网究竟应该干什么？
3. 企业上网的商业模式解析，做对事比做事本身更重要。
4. 太多企业在天猫受挫，不是天猫有问题，是企业没做对事。广东今年有 1800 多家天猫店出淘，全国超过 8000 家出淘，这些出淘店都是因为亏损，但天猫的总量却在快速增长

**案例分析：**韩都衣舍与茵曼的天猫营销策略分析

#### 二、分析当下中国的网络零售、网络品牌打造的现状以及成果

1. 中美贸易大战的导火索引发的知识产权保卫战。
2. 网络品牌的形成基因是什么？
3. 传统企业线上品牌如何打造，怎么解决线上线下的冲突？七匹狼是如何线上线下融合的？
4. 如何快速建立网络品牌，而且深入人心？

**案例分析：**阿芙精油是怎么快速打起出互联网精油第一品牌

#### 三、从企业的角度，分析传统企业转向电商的可行性以及一般规律

1. 方向不对累死人，而且没效果，如何选择适合发展的互联网商业模式。B2B,B2C 还是 C2M？
2. 各行业运用电商的规律
3. “上网是找死，不上网等死。”如何让自己的企业不找死？

#### 四、网络营销商业模式的探讨与数据报告

1. 2018 年中国电子商务总规模 31.63 万亿，淘宝、天猫、京东等加起来只有 6.52 万亿，更大的数字来自 B2B，如网站和诚信通、出口通等。你的企业有多少来自 B2B？
2. 淘宝有 1000 多万商家，自己有工厂有品牌的店铺不会超过 5%
3. 微信上数千万的微商，加上各类直播平台，跨境电商、外贸平台还有数百万电商卖家。
4. 与其自己去开店，还不如让成百上千的电商微商卖家帮我们带货，让专业的人做专业的事。
5. 如何把自己的企业经营成创业平台，公司平台甚至行业平台，发挥知识产权的价值？

### 第二讲：网络的实战运营

#### 一、全方位的介绍和认识阿里巴巴

1. 1.2 亿注册用户，1000 万企业商家，在阿里巴巴的超级平台上如何让自己进入前三页？
2. 阿里巴巴的新变化，不用天天更新产品也能卖得很好。
3. 做好国内 B2B 的三步曲

#### 二、经营好天猫通要做好哪几件关键的事情

1. 眼球经济时代，店铺设计是基础
2. 图片与视频营销是重点
3. 在线交易的手段与方法，如何让不适合在线交易的产品也排名靠前？
4. 产品组合策略，爆款和利润款怎么平衡？

#### 三、网络营销定位与 5A 级别的设计装修

1. 千人千面，店铺做到小而美而不是大而全
2. 阿里巴巴宝典：店铺装修的七星阵法
3. 发布 7 星的宝贝的技巧

4. 产品重发的最佳时间点在哪里?少做无用功
5. 为何总排不到前三页?
6. 做了几年诚信通了都没接到过生意,如何在一个月内让店铺火起来?

#### 四、成功淘宝、天猫店铺故事的分享与改善建议

1. 阿里巴巴年批发 5000 万是怎么炼成的?

案例分析：优秀网商故事

### 第三讲：优秀网商运营与分销

#### 一、电商的趋势、优秀网商的运营解析

1. 移动互联网已经起势,如何兼顾播商、微商还有传统电商?
2. 世界经济规律,逢九必变,再不触网,企业今年都熬不过。

#### 二、网店装修设计的要点以及注意事项

1. 店铺的第一印象至关重要
2. 主色调、辅助色调与点睛色的搭配比例
3. 主广告图的设计重点和技巧

#### 三、淘系的推广方式分解(免费和付费)

1. 不要一搞活动就只想到聚划算
2. 淘宝活动的参与技巧

#### 四、分销的优势以及分销的管理

1. 分销的模式与优缺点
2. 如何快速招商
3. 怎样区分优质与劣质的经销商

#### 五、分销平台的构建与核心功能解读

1. 目标客户的精准定位
2. 招商计划书的核心要点
3. 代理商分销商的经营策略

### 第四讲：网赢天下之搜索营销

#### 一、网络营销新突破——效果型网站

1. 搜索引擎技术的多元化应用
2. 企业的互联网多平台组合策略
3. 效果型网站的核心要素

#### 二、效果型网站怎样内外兼修

1. 什么是效果型网站?死网站的问题究竟在哪?
2. 如何让普通文员也能做好网络营销
3. 20 多年搜索营销进化背后的规律解密

#### 三、营销理念、SEO 怎样植入实现全网营销

1. 人工智能代替昂贵的半吊子技术员
2. 搜索引擎的算法规律剖析与营销事件回顾
3. 英国留学移民项目如何做到全网第一
4. 核心关键词抢位、卡位到全网覆盖

### 第五讲：微营销实战运营

#### 一、微信与微电商时代

1. 微信造就的那些微商品牌
2. 微信是生活方式也是新的商业地产

### 3. 微商与微营销崛起的企业案例

## 二、互联网竞争的本质是流量之争，入口之争

1. 互联时代的入口经济
2. 流量分散之后的私域流量池打造
3. 入口习惯的养成就是网络品牌的前身

## 三、强关系与圈子效益

1. 微信朋友圈的商业价值巨大
2. 美容院和医美的结合年入千万
3. 小区门口的茶庄抢了港货店和水果店的生意
4. 未来的生意就是圈子生意

## 四、微时代的跨界电商

1. 疯狂的跨界
2. 电商如何利用微媒体与微平台
3. 头条和抖音都可以开店
4. 新势力和传统的 BAT 越战越激烈

## 五、微博、贴吧、知乎、一点资讯的综合推广

1. 微博营销焕发新的魅力
2. 狗吧，母婴吧，闺蜜吧，运动达人吧都是牛人吧
3. 神奇的人工智能、人脸识别、数据分析
4. 大号变现和客户群重叠的可行性分析
5. 如何让你的微博增加 5 倍的曝光率？
6. 创造热闹氛围，让信息源自动传播
7. 集中精力推广一个细分领域的账号，目标粉丝 100 万以上
8. 从专注到专家，借力大平台免费宣传
9. 微博推广必须知道的五大秘诀

## 六、新媒体营销与直播电商

1. 微信与抖音的结合新工具介绍
2. 今日头条的营销案例分享
3. 录播与视频现场直播的平台差异
4. 平台之间竞争与博弈的缓冲地带
5. 淘宝直播、一直播、火山、西瓜、快手的各自优势分析
6. 新工具、新平台的整合打法介绍

## 第六讲：沙盘演练：老师现场辅导

1. 企业自主设计网络营销(品牌)推广方案
2. 企业解读自己的方案
3. 专家现场指导和点评企业个案
4. 头脑风暴、学员互动

## 第七讲：网商人才战略

### 一、网商人才招聘技巧与培训

### 二、网商人才架构分析与制度制定标准

1. 如何把 KPI 用活用好
2. 90 后的电商员工怎么管理
3. 如何不让企业成为培训学校？

### 三、网商人才的考核机制

量化、可行是关键，物资、精神双管齐下

#### 四、我们的人才成长计划

1. 网商企业留人技巧
2. 网商企业的员工激励系统
3. 自动自发工作的网商企业文化打造

课程内容回顾总结