

《千人千面-客户消费心理》培训课程大纲

讲师：公妍青

课程背景

1. 天猫、京东等各大电商平台，目前流量运营已处于饱和状态，无论是投产还是转化率，都需要极大的运营成本支撑，一旦广告费用和推广费用下降，则销售量急剧下降
2. 同行业之间竞争白热化，不断提升推广成本的方式来吸取流量和客户，商家的利润越来越低
3. 天猫店铺运营全面升级，提升数据化运营消费者能力，开放底层生态帮助商家向人运营
4. 当今，互联网企业的竞争已由过去的流量竞争转化为客户竞争，谁赢得客户，谁就赢得竞争，而要赢得客户，企业必须了解和明确客户消费心理和客户定位，建立一整套科学系统的客户定位和营销方法，有效开发新客户，留住老客户，让客户持续不断的进行回购。

课程收益

1. 掌握客户大数据分析的方法和策略，提升数据洞察能力，可有效的进行客户数据分析和运用
2. 掌握客户各项消费心理，可有针对性的进行客户服务和定位营销，降低企业推广成本，提升利润空间，和客户服务满意度

课程对象

电商公司员工

课程时间

0.5天（3小时）

PM : 9 : 00-12 : 00 或 14 : 00-17 : 00

课程形式

讲授辅导、案例分析、情景演练

课程纲要

第一单元 新生态下的电商运营思路

1. 传统电商模式解读

- 流量运营
- 产品运营
- 线上推广模式
- 站外流量
- 发展现状及存在问题分析

2. 创新型电商模式解读

- 信息流及新媒体渠道解读：小红书、抖音、快手、B站、微信、微博
- 产品运营转向客户运营
- 扁平化流程化组织运营

3. 天猫淘宝三年增长续航计划

- 天猫 2.0 升级计划
- 重构旗舰店，提升数字化运营消费者的能力
- 开放底层生态，帮助商家全面转向对人运营

第二单元 千人千面—精准的客户数据分析

1. 深度解读客户画像
2. 设计客户画像的标签体系
3. 强大的数据洞察分析能力

4. 研究客户哪些数据

5. 数据产出可以做什么？

第三单元 完美体验—玩转客户心理学

1. 客户的界定与分类

2. 客户人际风格类型与沟通技巧

3. 消费中的客户心理学与分析

4. 什么是客户体验

5. 峰终定律

6. 十项客户体验方式