

电商营销规划

1. 依据数据分析找到市场爆点

整体分析：

市场分析、
行业分析、
竞争对手分析、
消费趋势分析、
销售状况分析

2. 自身产品和店铺分析找到差异化优势

产品 SWOT 分析：优势、劣势、机会、威胁

3. 营销战略规划

市场引爆点、
市场布局、
主导操作思路、
运作模式、
市场进入与运作思路及设计

4. 营销战术规划与平台玩法设置

产品策略、
产品定位与细分、
价格策略、
渠道策略、
渠道选择、
渠道拓展顺序、
渠道规划、
渠道占比、
渠道销售量预测分析、
上市时间计划

5. 促销思路概要及促销与推广细案

上市渠道促销计划、
上市终端消费者促销计划、
上市终端推广计划、
媒介促销安排、
后期促销跟进计划

案例介绍：2017 年海尔厨电年度电商营销全案详细讲解

学员需求涉及的内容很细碎，而且高低参差不齐，有些需要一定策略思维，而有些又基础到因为自身懒惰而不懂。涵盖自然搜索优化和平台权重优化；人群需求定位和产品定位匹配；直通车推广与优化；品牌店铺定位和店铺诊断。建议这部分在课程中间或结束后以自由答疑的互动方式处理。此外，希望给到松下品牌方的建议，要思路清晰的制定课程体系，而且要以大品牌的线上渠道运营思路来制定课程，众口永远难调。