
企业互联网销售和服务的概况及未来发展前景

主讲人：武威

培训对象：地市分公司的总经理、分管电子商务副总经理

培训时长：1天

课程背景

随着互联网与电子商务的飞速发展，通过网络进行营销推广服务变得无处不在。本课程专门讲述传统企业如何借助互联网的力量做好企业的营销与服务。

课程收益

- 掌握行业内外优秀企业互联网销售和服务特点
- 了解互联网和电子商务发展趋势和行业发展的概况及发展前景
- 对公司互联网销售和服务发展战略有清晰的认识
- 形成对互联网销售和服务作为实现公司战略目标重要途径之一的共识

课程大纲

第一章：凡客诚品的营销案例

- 一、互动营销
- 二、体验营销
- 三、搜索引擎营销
- 四、电子邮件营销
- 五、博客话题营销
- 六、网络媒体推广
- 七、网站销售联盟
- 八、口碑营销

第二章：奥巴马网上PK希拉里

- 一、建设奥巴马官网
- 二、电子邮件营销
- 三、视频广告
- 四、植入式广告
- 五、搜索关键词广告
- 六、与选民微博互动

第三章：亚马逊与贝塔斯曼的网上书城

- 一、Amazon 简介
- 二、Amazon 网络营销特点
- 三、Bertelsmann 简介
- 四、Bertelsmann 网络营销特点
- 五、贝塔斯曼书友会

第四章：京东商城——每秒销售一件商品是如何练成的

一、基本框架与功能

二、商业模式分析

- 1、战略目标
- 2、目标客户群
- 3、收入利润来源
- 4、竞争优势

三、经营模式分析

- 1、京东商城的支付方式
- 2、物流配送
- 3、售后服务及特色服务等

四、管理模式分析

- 1、组织结构与组织形态
- 2、京东商城的资本模式
- 3、团队管理
- 4、管理的程序化模式化
- 5、信息系统的建设
- 6、京东商城体系

第五章：Dell 的网络营销成功案例

一、戴尔公司战略介绍

1、直销——戴尔成功的秘诀

- ① 直接与顾客打交道，了解他们的需求并且把产品直接销售给顾客
- ② 市场细分
- ③ 降低甚至消除库存

2、大规模定制

- ① 存货价值被信息价值所取代
- ② 物质资产用于购买知识性资产
- ③ 创建合作伙伴关系，而不是密集型商务系统

二、戴尔公司战略分析

- 1、竞争焦点
- 2、竞争主体

第六章：通用电气公司网络营销策略分析

一、以亲情为主题的网络营销

二、利用网络构建新的营销环境

三、网站的精确营销体系

- 1、精确营销体系的由来和作用
- 2、GE 公司的精确营销体系
- 3、GE 公司客户关系的三个层次
- 4、GE 公司客户关系的丰厚回报

第七章：电子商务现状以及未来发展趋势

1. 从中关村的变迁看财富是如何创造的
2. 从数字看电子商务的发展趋势

第八章：如何看懂电子商务

1. 传统企业的困惑
2. 电子商务的模式

第九章：电子商务的项目是如何运作和赢利的

1. 网络营销 3 步曲和 2 个关键点
2. 简介网络营销的七种武器
3. 电子商务平台的选择
4. 人才的需求
5. 资金的需求
6. 技术的需求
7. 项目的核心
8. 你是否有条件做电子商务的业务

