

# B2C 市场趋势分析和案例分享

## 【课程特色】

1. 课程内容融合近 200 家运营商企业、70 家电力企业、40 家银行企业的实际案例和操作经验，有很强的指导性、实战性；
2. 授课通过案例分析、视觉呈现、思维导图、世界咖啡等引导技术，课程参与性更强，更容易转化为行动，辅助培训落地；
3. 讲师近 11 年市场营销活动策划、互联网传播管理研究及实践，经验非常丰富。

## 【课程收益】

1. 熟悉互联网行业的发展趋势
2. 熟悉电商网站的布局与设计思路
3. 掌握电商网站营销推广的方法与策略
4. 了解 B2C 电商网站的实际工作内容
5. 学习借鉴其他优秀的 B2C 网站的运营案例

**【实施方式】** 专题讲授、案例分析、行动学习、经验分享、情景互动等

**【课程对象】** 市场管理人员、市场营销策划人员、新媒体运营人员等

**【课程时长】** 2-4 天

## 【课程大纲】

### 第一讲：电商平台的发展现状和主要模式分析

#### 一、电商发展的现状与趋势

📌 案例分析：凡客诚品的电子商务战略

🌈 案例分析：韩都衣舍的成长

二、B2C 与传统营销方式的对照关系

三、互联网商业模式的创新公式和发展规律

1、社会化电商的优势

2、反向团购

🌈 案例分析：蘑菇街、美丽说、豆瓣、携程

3、云电商模式

🌈 案例分析：苏宁云电商模式

四、电商不同发展阶段极其特点

1、发展电子商务必须具备的条件

2、电商三步曲

3、线上线下的结合

🌈 案例分析：万达的电子商务战略

🌈 案例分析：银泰百货电子商城

4、电子商务物流的简介

**第二讲：电商平台的运营管理与营销推广**

一、电商平台商品的选择

1、产品类别

2、产品供应策略

3、产品定位与销售行为的匹配

4、如何打造爆款

5、关联销售

## 二、电商平台的运营管理

- 1、流量的价格和多样性
- 2、影响转化率的因素
- 3、提高转化率的方法
- 4、决定客户满意度的因素
- 5、网络推广四步曲
- 6、网站推广的七种武器
- 7、电子商务的运营成本分析

## 三、电商平台的运营推广

### 一、互联网营销基础

- 1、不同企业的网络营销模式
- 2、网络营销面对的市场
- 3、网络营销的四项基本原则
- 4、网购用户的分析
- 5、网络品牌的传播规律

### 四、互联网营销方案

- 1、分析自身资源
- 2、网络营销方案的内容
- 3、方案的细化
- 4、网络营销的4个阶段
- 5、不同阶段的不同策略

📌 案例分析：凡客的网络营销方案

## 🌈 案例分析：小米手机的推广方案

### 五、微博营销推广

- 1、微博营销的特点
- 2、微博营销的主要方法

### 六、微信营销推广

- 1、微信营销的特点
- 2、微信营销的主要方法

案例分析：小米的微信公众帐号的营销分析

## **第三讲：基于用户场景的电商网站设计新思维**

### 一、营销型网站的规划与布局思路

- 1、营销型网站技术要求
- 2、营销型网站关键词布局
- 3、营销型网站的优化
- 4、如何提升网站的公信力？
- 5、如何提升网站成交力？
- 6、如何提升网站传播力？

### 二、营销型网站设计与布局思路

- 1、DIV+CSS 网页布局思路
- 2、FLASH 动画设计与交互式动画设计思路
- 3、视觉强化与前端设计思路
- 4、广告创意理念
- 5、门户专题设计

## 6、电子商务产品单页设计

### 三、基于场景化网页用户体验、交互设计思路及案例介绍

#### 1、概念区分

#### 2、用户体验与交互设计基本原则介绍

🌈 案例分析：Tencent 网站设计精髓介绍

🌈 案例分析：Amazon 网站设计的思路分析

### **第四讲：优秀 B2C 电商平台的运营案例分析**

#### 一、天猫平台运营

##### 1、天猫平台的优势

##### 2、天猫平台的运营模式

#### 二、京东 POP 平台的运营

##### 1、京东平台的优势

##### 2、京东平台的运营模式

#### 三、当当网平台的运营

##### 1、当当网的平台优势

##### 2、当当网平台的运营模式

#### 四、中粮我买网的运营

##### 1、我买网的平台优势

##### 2、我买网的运营模式

### **第六讲：沙盘演练：老师现场辅导**

#### 一、自主设计电商运营方案

#### 二、解读自己的方案

三、现场指导和点评方案

四、头脑风暴、学员互动，输出优秀方案