

《平台战略》模式设计与落地运营

课程名称	平台战略 ——模式设计与落地运营	对应素质	战略思维、企划运营、 电商操盘
课程属性	知识、技能	适用对象	企业决策层、电商负责人、运营团队
标准课时	2天	讲师	喻旭
课程特色	1、鲜：带来生态平台建设的最新最全的信息和玩法。 2、实：基于上千创新案例的总结提炼，形成方法工具，落地实用。 3、惠：传授数百名互联网顾问和操盘手的运营“秘籍”。		
课程收益			
1、取“势”：拨开网络平台的面纱，了解思维、本质和逻辑。 2、明“事”：明了网络平台的商业模式设计和实施路径。 3、学“式”：学习网络平台运营的各种方式方法，为梦想插上翅膀。			
课程大纲			
第一节 平台思维与本质			
案例导读：共享经济下，airbnb 的成功之路			
一、新物种、新挑战			
<ul style="list-style-type: none">● 互联网平台，对实体产业的冲击和影响● 平台去中间化，产业链缩短● 平台战役与实体的跨界与融合			

二、平台战略的定义

- 业内定义
- 关键发现

三、平台战略的 5 大支柱

- 网络效应
- 长尾经济
- 场景重构
- 参与体验
- 社交经济

第二节 平台战略的 3 场战役

一、卖货型平台

- 思想：流量中心
- 方法论：流量、转化、客单价模型
- 案例：京东商城、中粮我买网

二、聚粉型平台

- 思想：用户中心

- 方法论：专注、极致、口碑、快
- 案例：蘑菇街、花样年

三、产业 B2B 平台

- 思想：生态思维
- 方法论：机制、多边、补贴、竞争
- 案例：万科地产、五星控股

第三节 产业 B2B 平台（专题）

一、产业 B2B 的 3 座大山

- 意识习惯
- 配套环境
- 灰色利益

二、产业 B2B 的特性

- 商务流程差异化
- 行业重度垂直
- 本质：商务电子化

三、B2B 类型

- 自己用：采购型、分销型
- 别人用：交易型、增值服务型、B2B 协同型
- 案例：绿城地产、科通芯城、天音通信

第四节 平台商业模式

一、商业模式设计

- 定位多边市场
- 激发网络效应
- 设定“付费方”与“被补贴方”
- 生态开放策略与管制
- 设计关键盈利模式

二、关键问题

- 挖掘产业痛点
- 破解高流程成本难题
- 在线交易（非标问题、飞单问题、使用习惯问题）

三、实施路径

- 阶段 1：聚深粉——高频切入
- 阶段 2：卖好货——自营起量、开放造势

- 阶段 3：圈生态——生态画圈

第五节 平台引爆与运营

导读：一张图看清平台运营

一、运营体系

- 运营定义：不是网络推广
- 运营目标：用户量、活跃度
- 运营体系：不是一个部门事情
- 运营类型：产品型驱动效率最高

二、运营指标

- 来源量：持续发展的动力
- 转化率：决定运营的效率
- 活跃度：用户真正的评价
- 留存率：运营成功的关键
- 净推荐：用户口碑价值

三、运营周期

- 种子期：关注留存率

- 爆发期：设计引爆点，提高来源量
- 平台期：只为活跃度

四、网络推广

- 媒体矩阵：全渠道连接用户
- 活动策划：策划引爆点
- 内容策划：占领用户眼球时间
- 会员管理：CRM2.0 模式
- 合作推广：3 种方式
- 渠道拓展：增加流量来源

互动研讨

——以上，为全部内容，谢谢。