

《电商后端运营》

——产品运营系列

主讲：枫影

【课程背景】

电商后台的整体运营刚起步，急需较为完善的基于电商平台商业的后台运营策略、技巧和方法。

整体课程设计是基于“产品运营”的思路开启，围绕商业模式展开，从价值主张定位、商户管理运营、用户管理运营和服务商合作等角度出发，深入合作机制、风险管控和商业变现等点位切入。

【课程收获】

- 了解电商平台类整体商业运营模式和运营路径
- 了解商户侧、用户侧、服务商侧的运营管理规范及管控策略

【课程时间】 3小时

【课程对象】 产品运营

【课程内容】

一、电商类平台整体商业模式

1. 平台类商业核心价值：做好供需双方的匹配，实现共赢
2. 整体商业合作组织：生态平台商+商户端+用户端+服务端
3. 盈利：交易佣金、推广广告费、活动坑位费、类金融产品

【案例】解析抖音、淘宝的整体商业生态

二、平台类电商产品运营路径

路径一：电商化（参照淘宝路径）

1. 产品敏捷性迭代开发
2. 供应商（商户）招商入驻
3. 用户增长运营
4. 算法提升
5. 更多商业化实现

路径二：内容化（参照抖音、陌陌路径）

1. 用户增长运营（基于内容、社交等）
2. 电商功能开发
3. 供应商（商户）招商入驻
4. 算法优化
5. 更多商业化实现

三、平台运营管理之电商路径、策略、方法、技巧

1. 产品开发-基于用户体验和商业实现做好产品开发的项目管理
2. 供应商（商户）入驻

(1) 招商：媒体市场公关+生态内合作伙伴+区域市场拓展+标杆案例商家

(2) 商户资质审核：基于安全风控下的类目选择与资质审核

【方法】参照抖音、淘宝等电商平台的入驻规范

(3) 关注重点：个人与组织、企业的准入机制

【注意】阶段性规范问题，参照淘宝、抖音、微信小店的阶段性准入策略

(4) 商户管理：认证体系、保证金制度、积分倒扣制度、DSR 评分体系、权益机制（参考抖音的功能性权益机制）等

(5) 商户运营：产品运营文档（含学堂、产品文档、论坛等）、类目运营、活动运营、VIP 社群运营、分销平台（参照：阿里巴巴和精选联盟）

3. 用户端运营

(1) 产品风控模型：资金风控、账号风控、交易风控等风控模型（含电子协议）的建立

(2) 用户运营：用户分层权益积分体系、社交运营、社群分销运营、活动运营等

(3) 用户侧的商业化运营：付费会员

4. 服务商端

(1) 服务商的价值：为商户提供基础和商业化运营服务支持

(2) 服务商平台的搭建

(3) 服务商的类型：内容服务、培训服务、运营咨询服务、人才服务等

(4) 服务商的管理：认证、扶持、管理

5. 商业变现

(1) 商业变现赢利点：商户端、用户端、服务商端

(2) 商户端盈利点位设计：独立第三方广告平台（参照阿里妈妈和巨量引擎）

(3) 用户端盈利点位设计：付费会员、付费优惠券（参照京东、美团）

(4) 资金回路与分账体系：交易分账、广告分账