

# 电商平台运营与营销推广实战

## 一、课程背景：

淘宝、天猫、京东等电商平台已经成为每个企业产品销售的必然渠道，但大部分企业对这些平台的运营模式、方法、策略了解不到位；

淘宝集市的卖家，95%的都在亏损；天猫商城 90%的卖家都在亏损；双十一当天，1%的商家占了 90%的交易额，99%的商家赚的只是库存；电商平台亏损已经成为常态；

传统企业大举入网，买家低价心态横行，电商平台已经进入红海。电商平台的卖家对未来出路陷入迷茫；

企业在进行电商触网时，面临着各种各样的困境，其中懂平台，有技能的人才严重短缺。

## 二、课程目标：

- 1、解决淘宝、天猫、京东等电商运营中的 3 大方向难题；
- 2、掌握淘宝、天猫、京东等电商的运营流程、方法、策略；
- 3、掌握电商平台运营中模式、品牌、运营、推广 4 个难题的突围；
- 4、解决产品转化中的精准度、诱饵、搭配、客服、口碑等难题；

三、**针对对象**：企业中高层管理者、企业电商运营部门人员、创业人士中小企业主

四、**培训时间**：2天（可调整为1天）

五、**授课方式**：

- 1、知识呈现案例化：用大量的案例引出关键知识点；
- 2、知识掌握小组讨论、小组演练化；
- 3、知识框架模式化：易掌握、易记忆、易实施；

六、**课程大纲**：

### 第一部分 诊断问题

一) 现状分析 □

思考：你认为开淘宝店赚钱吗？你认为把产品放到京东或天猫店就是电商吗？

- 1、 淘宝集市点 600 多万家卖家，95%的都在亏损；
- 2、 天猫商城，6 万多卖家，90%的都在亏损；
- 3、 双十一当天，1%的商家占了 90%的交易额，99%的商家赚的只是库存；

4、传统企业大举入网，买家低价心态横行，电商平台已经进入红海。

## 二) 查找原因

- 1、方向不清，趋势不明；
- 2、模式传统、品牌落后、运营无力、推广无章
- 3、客户转化率低、客户留存难。

【讨论】你认为现在的电商卖家普遍的问题是什么？上面讲述的那个原因最突出？

## 第二部分 解决方案

### 一) 真相解构

- 1、淘宝、天猫、京东各个平台的运营特点及优劣；
- 2、各家电商平台的政策风向和趋势；
- 3、未来的客户迁移特点；
- 4、网民权威数据道出得电商平台的趋势与走向

### 二) 运营突围

- 1、电商平台运营的模式突围之道：土豪模式 VS 屌丝模式

2、 电商商家的品牌运营突围之道：规模制胜 VS 小而美（案例分析：某平台电商案例）

3、 电商商家的运营突围之道：技术流 VS 价值体验（案例分析：某女装类目案例）

4、 电商平台的推广突围之道：爆款 VS 核心价值链（案例分析：某化妆品类目案例）

### 三) 修炼内功

1、 店铺内功修炼的 6 个维度：定位、卖点、描述等；

2、 市场空间寻找与店铺定位

3、 产品卖点提炼的 6 大逻辑 24 个方法；

4、 做好宝贝描述的 6 度模型；

5、 优秀店铺装修的 4 大标准；

6、 打造宝贝详情页的 8 个法则

研讨：给一个产品，将这款产品的卖点、描述、平台店铺的装修方案、详情页的布局策划出来。

### 四) 引流策略

1、 电商平台流量全景图与全网营销策略；

- 2、 淘宝站外引流的方法与策略；
- 3、 淘宝站内免费引流的方法与策略；
- 4、 淘宝站内（直通车、钻展、SEO 等）收费引流的方法与策略；

研讨：请用思维导图软件，将一款产品的流量导入图绘制出来

## 五) 提升转化

- 1、 到有鱼的地方钓鱼；
- 2、 打造爆款，建立合理的产品结构；
- 3、 让关联产品如愿成交的四个关键；
- 4、 临门一脚，让客服发力的 6 个要点；

思考：以下 3 种产品的“鱼”在什么地方，如何建立他们的关联产品。

挽留客户 1、 提升客户留存率的 6 大意义；

- 2、 如何利用鱼塘理论留客；
- 3、 如何维护客户情感，增加客户留存率；

请选择一款你最熟悉的产品，并构建出它的鱼塘，写出提高这款产品客户留存率的步骤。