

# 跨境电子商务的挑战、机会和实操对策

## 【课程背景】

据海关统计，我国跨境电商进出口规模 5 年来增长近 10 倍。跨境电商占外贸的比重由 2015 年的不到 1% 增长到 2021 年的 4.9%。2019 年跨境电商交易规模达 10.8 万亿，海淘用户规模达到 1.5 人次。2020 年我国跨境电商进出口规模达 1.62 万亿元人民币，增长 25.7%。2021 年我国跨境电商进出口规模达 1.92 万亿元人民币，增长 18.6%，实现连续两年高速增长。2022 年前 8 个月，我国跨境电商表现出非常好的增长势头。

在中国扶持政策不断出台、传统外贸加速转型、网购模式逐渐渗透等多重利好刺激下，中国跨境电商零售出口产业在 2022 年仍将保持强劲的增长势头，并呈现出品类将更加多样化、市场日趋成熟、消费者趋于多屏幕全渠道购物、物流解决方案多样化以及跨境电商主体多元化等五大发展趋势。

中国跨境电商兰亭集势登陆纽交所，2014 年百圆裤业 10 亿收购跨境出口零售的垂直类电子商务平台环球易购，伴随着国外分销渠道和采购渠道发生变化，2022 年 1 月，国务院印发《关于同意在鄂尔多斯等 27 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区的批复》。此次扩围后，跨境电商综合试验区在江苏、浙江、广东三省实现全覆盖。与此同时，我国新增跨境电商综合试验区继续向中部、西部城市和地区倾斜，并逐渐扩展至三四线城市。2022 年年初，跨境电商综合试验区首次评估结果出炉，商务部对全国前五批 105 个跨境电商综合试验区进行了综合评估。从评估结果看，105 个跨境电商综合试验区已逐步形成东部引领、协调发展格局。东部地区综合试验区建设总体成效明显，中部地区异军突起，西部和东北地区亮点纷呈。

## 【课程收益】

- 分享知名跨境涉及平台、业界精英、企业家的经营经验，丰富综合管理知识和管理方法；
- ◆ 课程易理解，在理论学习基础上，突出案例分析、小组讨论，在师生互动中开拓经营思路；
- ◆ 建立优秀的人脉网络，商场实战中以学会友；强势资源对接，实现互利共赢；
- ◆ 以知识、资源、事业为核心，定期举办会员活动，为企业后续发展积累不可多得的人际关系财富。

## 【课程对象】

公司老总、跨境电商经理、涉外离岸贸易国际货代、私营公司老板、个人外贸 SOHO 一族

## 【课程大纲】

### 一、跨境电子商务的概念

- 1、跨境电子商务的定义
- 2、跨境电子商务产业模式类型和特点
- 3、境内电商与跨境电子商务行业的发展现状和趋势

### 二、国际贸易跨境 B2B 电子商务的发展

- 1、跨境 B2B 电子商务的商业模式
- 2、跨境 B2B 电子商务平台的发展历程
- 3、跨境 B2B 电子商务平台的特点
- 4、全球主要外贸跨境主要 B2B 电子商务平台介绍之环球资源
- 5、全球主要外贸跨境主要 B2B 电子商务平台介绍之阿里巴巴
- 6、全球主要外贸跨境主要 B2B 电子商务平台介绍之焦点科技
- 7、全球主要外贸跨境主要 B2B 电子商务平台介绍之环球市场

- 8、全球主要外贸跨境 B2B 电子商务平台介绍之速贸天下
  - 9、其他全球主要外贸跨境 B2B 电子商务平台介绍
  - 10、国际贸易垂直型跨境 B2B 电子商务平台介绍
  - 11、国际贸易跨境 B2B 电子商务平台的运营和推广技巧
  - 12、国际贸易出口企业选择合适的 B2B 电子商务平台的技巧
  - 13、国际贸易出口企业使用 B2B 电子商务平台的经验分享
  - 14、国际贸易出口企业如何建立和营销自己的 B2B 电子商务网站
  - 15、国际贸易出口企业 B2B 电子商务团队的组建和管理方法
- ### 三、跨境电商实操技巧-网络主动营销

#### 第一部分 赢在网上找客户-通过搜索引擎、商务网站、网络社区找客户

##### 1. “赢”在找到客户之搜索引擎篇

###### 1) 第一招 GOOGLE 关键词搜索实用技巧

---关键词+逻辑符+语法搜索目标客户的技巧活用

###### 2) 第二招 谷歌图片搜索功能技巧发掘潜在客户

---活用 GOOGLE 地图、地球的找客户并沟通技巧

###### 3) 第三招 行业展会挖掘潜在客户技巧

###### 4) 第四招 数据平台支持大客户信息数据库发掘

###### 5) 第五招 重头戏：一网打尽海外对手经销商秘籍（同行客户挖掘）

###### 6) 第六招 由此及彼，开发目标国家客户心得-黄页、目录

###### 7) 第七招 …绝招

##### 2. “赢”在找到客户之商务网站篇

##### 3. “赢”在找到客户之网络社区篇

#### 第二部分 “赢”在跟客户

##### 网上跟客户-通过网络工具（邮件、IM）对客户进行营销

###### 1. 跟进客户——网络常用工具之 IM（即时通讯聊天工具）篇

###### 2. 跟进客户——网络常用工具之邮件跟进篇

###### 3. 网罗客户跟进 6 部曲

#### 三、跨境 B2C 电子商务的发展

##### 1、全球电商市场解析

##### 2、跨境 B2C 电子商务的商业模式

- 3、跨境电商 B2C 发展的四个发展阶段
- 4、跨境电商品牌发展之路
- 5、跨境电商的发展现状
- 6、跨境 B2C 第三方平台介绍之 amazon
- 7、跨境 B2C 第三方平台介绍之 ebay
- 8、跨境 B2C 第三方平台介绍之 aliexpress
- 9、跨境 B2C 第三方平台介绍之 dhgate
- 10、其他跨境 B2C 第三方平台介绍
- 11、跨境综合型 B2C 平台介绍之纽交所上市公司兰亭集势
- 12、跨境综合型 B2C 平台介绍之香港上市公司 DX.COM
- 13、垂直跨境独立 B2C 平台介绍和分析
- 14、国际贸易电商一站式服务商 4PX 案例分析
- 15、国际贸易电子商务代运营服务商四海商舟案例分析
- 16、国际贸易电商的物流服务商介绍
- 17、国际贸易电商的支付服务商介绍
- 18、国际贸易电商的营销服务商介绍
- 19、做国际贸易跨境电商应该关注的组织和公众号
- 20、传统出口企业转型跨境 B2C 电商的机会和挑战
- 21、中国品牌型企业跨境电商成功案例分析（四步实现电商转型）

## 四、B2C 跨境电商平台运营实战

### 一、电商平台运营之视觉营销篇

#### (1) 广告图设计 3 大心法

##### I-广告图设计心法 1：价值可视化【商品卖点案例演示】

-广告图设计心法 2：传达标准化【品牌 VI 案例演示】

-广告图设计心法 3：设计模块化【商品卖点案例演示】

#### (2) 广告图设计 4 大技法

##### I -主题要抓眼球【GXG、麦包包等正反案例演示】

##### I -风格表里如一【系列案例演示】

##### I -构图符合消费者浏览习惯【系列案例演示】

-细节决定效应【系列案例演示】

#### (3) 宝贝详情页的设计分析

##### I -宝贝详情页设计的 4 大模块思路

##### I -5 大招式消除购物疑虑【案例演示】

-6 个情感因素留住消费者【案例演示】

##### I -详情页转换的 4 大因素和 5 个注意点【案例演示】

##### I -N 种关联方式来促成交易【案例演示】

#### (4) 代表性电商品牌的视觉素材欣赏

### 二、宝贝卖点挖掘文案篇

#### (1) 电商平台卖点文案互动-现场制定类目行业的文案

(2) 产品卖点提炼的9大螺旋式方案

I - 【各大类目案例分析】

### 三、电商渠道引流篇

(1) 电商的自然流量和付费流量导图演示

(2) 站内流量 VS 站外流量【引流渠道展示】

(3) PC端流量 VS 手机端流量【引流渠道展示】

(4) 微信流量 VS 微博流量【引流渠道展示】

(5) 全网营销方案渠道引流布局【全方位精准流量汇总】

**结语：2022年互联网的电商天下，互联网的走向必然是商务本质下的电子化。**