

<<电子商务运营实务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务运营实务>>

13位ISBN编号：9787115300461

10位ISBN编号：7115300461

出版时间：2013-5

出版单位：人民邮电出版社

作者：崔立标 编

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电子商务运营实务>>

内容概要

<<电子商务运营实务>>

书籍目录

第1章 电子商务运营基础 1 1.1 电子商务与传统商务 2 1.2 电子商务发展现状 6 1.3 电子商务运营常见问题 9 1.4 电子商务企业组织架构 11 第2章 定位管理 14 场景 15 2.1 定位管理的目标 15 2.2 定位管理的实施步骤和方法 18 2.3 企业战略SWOT分析法 27 2.4 电子商务战略定位 29 2.5 核心知识及分析工具 33 2.6 案例分析 40 第3章 商品规划及管理 45 场景 46 3.1 商品规划及管理的工作流程 46 3.2 相关工作岗位及考核办法 55 3.3 相关专业术语解读 57 3.4 案例分析 59 第4章 渠道规划及管理 61 场景 62 4.1 渠道规划及管理的核心内容 62 4.2 相关工作岗位及考核办法 66 4.3 相关专业术语解读 67 4.4 基于第三方平台的做法 69 4.5 独立B2C的做法 72 4.6 案例分析 74 第5章 电商客服 76 场景 77 5.1 客服的定义 77 5.2 岗位职责 79 5.3 客服的任职基础 81 5.4 客服的知识结构 82 5.5 文字沟通技巧 89 5.6 在线销售型客服的工作步骤 90 5.7 语音客服的工作细则 96 5.8 售后客服的工作细则 97 5.9 案例分析 99 第6章 电商物流管理 101 场景 102 6.1 电商物流管理的目标 102 6.2 电商物流仓储布局及功能区划分 104 6.3 电商物流工作流程解析 106 6.4 相关岗位职责及考核办法 116 6.5 仓库信息管理系统 117 6.6 电商物流重要术语和知识点 120 6.7 企业案例 122 第7章 市场推广 125 场景 126 7.1 市场推广流程解析 126 7.2 相关工作岗位及考核办法 135 7.3 相关专业术语解读 139 7.4 案例分析 142 第8章 网站运营 144 场景 145 8.1 网站运营的目标 145 8.2 网站运营核心模块分析 146 8.3 相关工作岗位及考核办法 156 8.4 相关专业术语解读 159 8.5 案例分析 161

章节摘录

版权页：插图：再如，我们很多时候真的能分清楚棉、麻、涤纶等材质的区别吗？

我们是否真的知道爽肤水和柔肤水的区别？

我们是否明白唇彩、唇蜜、唇膏的区别？

我们是否明白3G的3种制式有什么不同？

诸如此类的问题在未来电商客服的实际工作中必然会遇到。

再次重申电子商务卖的是服务和信任，消费者对于专家的信任度才是最高的，让自己成为一个熟知行业知识的专家，是做好客服工作的基础。

3.品牌知识 具备了产品本身的知识，也知晓了行业内的知识，推荐自己产品的时候才能得心应手。

但是，我们在实际操作中又会经常发现，不是产品好了消费者就一定会选择购买，有些消费者宁肯多花点钱，也要买他认可的品牌的品牌的产品，而对于没有听说过的品牌总是有着各种各样的质疑。

在互联网上，由于消费者只能看到产品的图片和文字说明等，这种虚拟性，进一步造成消费者的不信任感。

如果消费者对于自己的品牌有了关注点，该如何去应对呢？

那必然是要让消费者对自己的品牌建立信心，建立品牌信心是需要很多方面的因素构成的，但是客服人员对于品牌的熟知程度将对此有很大的推动作用。

对于品牌的知识了解要从两个方面进行。

第一，必须要了解产品本身的牌知识。

如产品获得过什么样的荣誉、奖项，产品与一般产品相比有什么特殊性等。

第二，必须充分意识到自己的企业（除非企业本身即是制造者也是销售者，可以两者合一）也是一个品牌。

例如，淘宝天猫商城的企业与淘宝集市之间是有很大的差别的，商城企业参与到诚信通的活动，承诺7天无理由退换货等都是企业的品牌，若企业本身在线下时就有知名度，则可以向消费者进行阐述。

4.竞品知识 互联网是个开放的平台，任何人在不违反规则的情况下都能在其中进行商务性行为；互联网是一个打破原本地域局限的平台，通过互联网，消费者足不出户就能买到全国甚至全球的任何产品。

正因为如此，电子商务企业产品出现同质化的概率越来越高，而电子商务的开放式，又使消费者能够轻易地进行产品对比，这是传统渠道营销不会出现的问题。

因此，客服人员必须要比一般消费者，甚至是要比竞争对手的客服人员更加熟悉产品的专业知识。

唯有客服人员充分了解到了竞争对手的产品知识，才能做到在与竞争对手竞争过程中有的放矢，引导消费者做出选择。

5.促销知识 现今的电子商务，竞争已经日趋白热化，每个电子商务网站为了聚拢人气，都在不断推出各式各样的促销活动，以达到网页浏览量的最大化。

同时，据调查，国人网络购物的一个主要原因还是“便宜”，而“便宜”一部分是通过各种促销活动体现出来的！

<<电子商务运营实务>>

编辑推荐

<<电子商务运营实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>