

《电商怎么做》

图书基本信息

书名：《电商怎么做》

13位ISBN编号：9787121264382

出版时间：2015-8-1

作者：子道

页数：188

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《电商怎么做》

内容概要

《电商怎么做》是继《子道说：电商不难》之后的又一聚焦电商领域的力作，尽管《子道说：电商不难》的阐述在细腻中略显杂乱，但它在推出之后仍然广受好评，在不到一年的时间里成功售出逾32000册，跻身国内畅销电商图书行列。该书也帮助许多读者实现了电商困局的突破。

《电商怎么做》极为准确地阐述了电商经营的核心逻辑和执行细节，具备通俗易懂、观点直接且醍醐灌顶的特点，其系统性则更加严密，条理更加清晰，并融合了许多新的思考和实践。强调了企业做电商的目标：盈利。

《电商怎么做》值得所有从事电商行业的人常备在案头，以便时时反思困局，查找不足，开阔思维，实现突破。

《电商怎么做》不能保证你挣很多钱，但会教授你省很多钱，少走很多弯路。它是醍醐灌顶式的电商内核讲解，也是1人1本的电商教材，你值得拥有。

《电商怎么做》

作者简介

子道
畅销书作家，江西临川人。
2001年毕业于九江学院，曾在深圳工作4年（麦当劳、星巴克），广州工作3年（李锦记），杭州工作5年（阿里巴巴）。
目前专职从事写作。
著有畅销书：
《子道说：电商不难》
《问商》
《电商怎么做》

书籍目录

- 1 线上和线下 / 1
 - 一．传统零售模式
 - 二．线上零售模式
 - 三．线上和线下的相同点
- 2 电商的分类 / 5
 - 一．开放电商平台
 - 二．垂直电商平台
 - 三．自建电商平台
- 3 要不要做电商 / 11
- 4 找到电商人才 / 15
- 5 电商产品结构九大思维 / 20
 - 一．做精品
 - 二．做专注
 - 三．做深度
 - 四．主推明确
 - 五．注重展现
 - 六．产品外观有多重要
 - 七．如何让产品变得有价值
 - 八．产品选择范围
 - 九．如何改产品结构
- 6 雕琢电商呈现 / 35
 - 一．品牌形象
 - 二．产品结构
 - 三．完整性
 - 四．产品详情
 - 五．店铺首页
 - 六．消费者评价
 - 七．简单直接和确定性
 - 八．营销呈现
 - 九．文案调性
 - 十．色彩运用
 - 十一．统一性
 - 十二．包装
 - 十三．信息传递
 - 十四．时间节奏
 - 十五．逻辑合理
 - 十六．价值观：个性、文化和“崇拜”
- 7 电商销售和服务 / 52
 - 一．这家店的基本情况
 - 二．核心思考
 - 三．整改措施
 - 四．整改三个月以后的结果
- 8 电商流量的获取 / 60
 - 一．流量的深层次结构
 - 二．关于流量的几个误区
 - 三．流量推广工具
- 9 最美妙的时刻 / 75

- 一．大卖家的20条共有特征
 - 二．成功的商业源自细节
 - 10 逻辑大于技术 / 86
 - 11 消费者的认知和结构 / 91
 - 一．20%卖家
 - 二．80%卖家
 - 三．20%买家
 - 四．80%买家
 - 12 进、销、存 / 99
 - 13 被低估的电商卖相 / 102
 - 一．产品外观
 - 二．包装设计
 - 三．电商呈现
 - 四．营销水准
 - 14 电商团队的认知协同 / 108
 - 15 参透电商平台 / 110
 - 16 凸显差异优势 / 112
 - 一．如何理解消费者
 - 二．电商的核心能力要素
 - 17 胜败在于商业智慧和文化 / 117
 - 18 坐怀不乱 / 123
 - 一．粉丝经济颠覆论
 - 二．流量决定论
 - 三．移动端颠覆论
 - 四．O2O 颠覆论
 - 五．电商操作技术决定论
 - 六．社交平台颠覆论
 - 七．活动资源决定论
 - 19 坚固的“注册壁垒” / 131
 - 20 我的一个演讲 / 136
 - 一．产品结构
 - 二．团队结构
 - 三．服务结构
 - 四．流量结构
 - 21 一句话聊电商 / 146
- 尾声

精彩短评

1、名字很low的好书

《电商怎么做》

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:www.tushu000.com