

《外贸电商定位——网商成功之道》

图书基本信息

书名：《外贸电商定位——网商成功之道》

13位ISBN编号：9787121230208

出版时间：2014-6

作者：周宁,张凌露

页数：368

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

《外贸电商定位——网商成功之道》

内容概要

通过详实的案例，解读电子商务在数据分析、IT、市场、运营4个维度上的定位之道，在帮助高管们了解一整套运作流程后，就投资产品和客户、资本运作这两个管理核心与企业家们进行分享，同时也针对实践中会遇到的常见问题做出列举和解答，是一本企业通过电子商务之路进行商业模式变革的工具书。

《外贸电商定位——网商成功之道》适合有进取心的外向型企业、意欲开拓海外市场的制造业企业、想通过外贸电子商务创业的人士，以及怀抱中国梦的外贸企业家及高管、企业营销总监、企业销售经理、企业企划总监、国际贸易人士等阅读和参考。

目录

书籍目录

第1章 后危机时代的中国制造

1

1.1 金融危机下的外贸市场

1

1.1.1 外贸市场难以消压

2

1.1.2 转型内销前途未卜

7

1.1.3 国内消费现状

11

1.2 中国制造的反思

15

1.2.1 中国制造自身产品的困局

16

1.2.2 中国制造产业的代工之殇

24

1.3 后危机时代的机遇

34

1.3.1 环境与政策下的发展机会

34

1.3.2 中国制造的优势仍在

38

第2章 海外市场的现状及机遇

44

2.1 外贸行业的中国梦

45

2.1.1 传统外贸行业的尴尬

45

2.1.2 传统贸易展会的没落

48

2.1.3 看似风光的外贸人生存状况

52

2.2 墙内开花墙外香

55

2.2.1 国外吃香国内吃瘪

55

2.2.2 外大内小的畸形市场

67

2.3 全球化带来的机遇

72

2.3.1 世界扁平化使全球化变为可能

73

2.3.2 曲线救国记

78

第3章 电子商务引发商业变革

83

3.1 公平，公平，还是公平

84	
3.1.1	游戏规则到底听谁的
84	
3.1.2	生意不是请客吃饭
96	
3.2	在更透明的世界里营商
101	
3.2.1	商业壁垒的瓦解
101	
3.2.2	传统企业转型外贸电子商务大有所为
115	
第4章	外贸电商的定位之道
125	
4.1	盲目进入互联网的陷阱
126	
4.1.1	四道选择题只有6.25%的机会
127	
4.1.2	有定位才有未来
135	
4.2	电商定位三要素
140	
4.2.1	传统定位理论
145	
4.2.2	外贸电子商务的新定位
154	
4.3	定位的评估测试
170	
4.3.1	定位测评的指标
171	
4.3.2	定位测评的方法
176	
第5章	知彼知己方能百战不殆
178	
5.1	电子商务的生态圈
178	
5.1.1	电子商务 淘宝
178	
5.1.2	构建电子商务的生态系统
181	
5.2	面对“上帝”攻心至上
185	
5.2.1	界定你的客户市场
185	
5.2.2	研究消费者
193	
5.2.3	深入挖掘并满足消费者需求
198	
5.3	基于数据库分析的产品和商业模式定位
204	

5.3.1 数据分析和挖掘将成为产品定位的优势

204

5.3.2 商业模式和盈利模式的定位

211

第6章 IT错位危机四伏

215

6.1 电子商务网站的华丽变身

215

6.1.1 电子商务网站的设计风格

215

6.1.2 购物引导性的网站设计

222

6.1.3 网站业务的相关设计

226

6.2 IT成为业务发动机

234

6.2.1 商品展示系统

234

6.2.2 订购与支付系统

237

6.2.3 站内商品搜索系统

242

6.3 好IT是商务决策智囊团

244

6.3.1 订单管理系统

244

6.3.2 以客户关系为中心的CRM系统

247

6.3.3 网站更新系统

250

第7章 有效率地构建网络品牌

253

7.1 电子商务网站的华丽变身

253

7.1.1 营销推广面面观

253

7.1.2 广告推广的定位

257

7.2 数据库营销

261

7.2.1 不断地挖掘客户

261

7.2.2 数据库营销的作用

265

7.3 品牌与口碑营销

266

7.3.1 网上的品牌与口碑

266

7.3.2 口碑营销的规律

268	
7.4	联盟营销不仅仅是一种营销平台
272	
7.4.1	联盟营销已被更多人重视
272	
7.4.2	通过联盟营销脱颖而出
273	
7.5	社交媒体营销互动为王
275	
7.5.1	从SNS说三代社交网站
275	
7.5.2	社会化媒体的传播本质
277	
7.5.3	社会化媒体的营销魅力
280	
7.6	社交媒体的重要性
288	
7.6.1	社交网络应用案例
288	
7.6.2	建立产品在Amazon平台上的口碑效应
291	
第8章	持续赢利的运营体系
294	
8.1	网站运营就是营销运营
295	
8.1.1	配备运营团队
295	
8.1.2	提供在线客服
297	
8.2	网站的持续养育
299	
8.2.1	运营团队人员建设
299	
8.2.2	网站运营的监控与调整
302	
8.3	不要败在物流上
305	
8.3.1	保持物流畅通
305	
8.3.2	海外物流解决方案
310	
8.3.3	管理好高效的物流
313	
8.3.4	电子商务网站物流配送的注意事项
315	
第9章	外贸电商的法律架构
319	
第10章	投资产品和客户
326	

10.1 丹阳眼镜的海外之旅	326
10.2 魔力假发的华丽转身	331
10.3 爆款电池的品牌蜕变	337
10.4 中国摩托的开拓之路	342
附录A 常见问题Q&A	348
附录B 企业电商化可行性分析报告（目录）	353

《外贸电商定位——网商成功之道》

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