

# 《传统企业电商突围之路（双色）》

## 图书基本信息

书名：《传统企业电商突围之路（双色）》

13位ISBN编号：9787121252392

出版时间：2015-1

作者：石锦

页数：292

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](http://www.tushu000.com)

# 《传统企业电商突围之路（双色）》

## 内容概要

近几年传统企业频繁转向电子商务领域，它们都过得好吗？在面对新市场的销售中都遇到了什么问题呢？传统企业转型到底有没有完整的转型步骤呢？《传统企业电商突围之路》作者是一位传统企业转型专家，长期帮助传统企业转型电商领域，《传统企业电商突围之路》中用了大量案例、操作流程和步骤。

《传统企业电商突围之路》系统地讲解了电子商务中的现状和机遇、传统企业转型的步骤和具体方法、电商团队的组织结构和管理心得，内容逻辑清晰且丰富，是一次结构化的陈诉。

《传统企业电商突围之路》适合传统企业转型电子商务人群、电商从业人群、各个层级的网店卖家。

## 书籍目录

### 第1章 传统企业电商机遇 1

从B2C到C2C再到O2O，电子商务不断完善自身体系与模式，在不到十年的时间内，成为市场竞争中的硬性支撑，在波谲云诡的市场竞争中脱颖而出，不断刷新人们对企业发展市场变化的认知，电商市场不再是简单的价格战，产品的核心竞争力、良好的品牌形象、营销策划与宣传推广等，每一个不同的阶段都会成为电商市场竞争中举足轻重的筹码，我想这些藏在滚滚硝烟中的机遇，你也许需要更透彻地去了解。

#### 第一节 电子商务的五年阶梯 2

#### 第二节 可以不转型，但是要升级 35

##### 一、渠道的升级 36

##### 二、服务的升级 37

##### 三、产品的升级 38

#### 第三节 电子商务的渠道类别 38

##### 一、自营独立渠道 39

##### 二、第三方自营渠道 40

### VI 传统企业电商突围之路

#### 三、百货类自营渠道（京东） 42

#### 四、垂直平台 45

#### 五、特卖平台 46

### 第2章 传统企业电商现状 49

对于已经进入到传统企业的电商情况相信各位看官一定很感兴趣，我在这里不讲成功案例，因为没有成功是可以复制的，最起码电商领域没有，在这里我只讲失败案例，我们来梳理一下为什么传统企业实力雄厚却在电商领域失败了。

#### 第一节 急匆匆触网的后果 50

##### 一、失败案例 50

##### 二、为什么失败 52

#### 第二节 经常遇到的问题 54

##### 一、人才的问题 54

##### 二、数据的问题 57

##### 三、定位的问题 58

##### 四、竞争的问题 60

##### 五、融合的问题 61

##### 六、独立的问题 62

#### 第三节 目的不明确导致的迷失 64

##### 一、分析别人不如先分析自己 64

##### 二、目的是什么 65

### 第3章 传统企业转型步骤 67

任何事情都是需要有步骤的，这个道理放在传统企业向电子商务行业转型升级中也是一样。真正的电商行业并不是我们所片面理解的开一个店铺，上传一些产品，做一些推广就可以达成销售目标的。这其中的步骤如果错了，就可能一步错、步步错。就好比盖房子，地基如果没有打牢固，盖得再高，也需要推平了重新来过。本章希望通过讲述合理的企业转型发展步骤，帮助各位在往电商转型的道路上少走弯路，快速成功。

#### 第一节 如何做好数据调查 68

##### 一、数据对于我们的重要性 68

##### 二、数据分析的逻辑和方法 70

##### 三、数据软件的使用方法 73

##### 四、触网前必备的三分数据 106

#### 第二节 店铺定位的技巧 113

一、线上和线下定位的区别 113

二、店铺定位的核心 115

三、竞争环境的确定 116

四、扭转命运的差异化定位 116

第三节 视觉呈现的思路 122

一、我们是怎么获取信息的 122

二、绕圈购物的思路 125

三、主题化营销 128

四、场景化营销 130

第四节 运营方案的规划 135

一、毛利与净利润的规划 136

二、运营方案的规划 140

第4章 传统企业电商战略 147

记得不久之前，互联网上流传着一句话：“世间最远的距离，不是我站在你面前你却不知道我爱你；而是我看着你，你却在玩手机。”还有一个广告讲的是：年近古稀的老爷爷，每次快乐的家庭聚会，孙子孙女们都是低头玩手机，不说话。于是老人家定下家规，家庭聚会的时候，任何人都不许玩手机。看似调侃的一个互联网段子，却清晰地说出一个事实：智能手机及APP应用，已经彻底改变了所有人的生活。无论你有没有手机，你都被影响着，被改变着，无论你愿意不愿意，智能APP已经走进了你的生活，你无法抗拒。

第一节 全网营销的战略布局 148

一、全网营销的战略思路 148

二、多平台运作战略 162

三、分销体系战略布局 171

第二节 移动互联崛起的新机遇 182

一、移动互联崛起的原因 182

二、APP 183

三、微信推动的新模式 184

四、手机淘宝战略布局 192

五、O2O营销战略的规划 194

第5章 电商团队组织结构 201

电商KPI没有统一的模板，每一次电商KPI考核会因为侧重点不同而做出不同方面的调整。这个调整的方式要结合企业电商团队规模、行业特点、发展阶段、销售目标、人员能力、激励效应等因素综合考虑。本章从公司规模出发来深入探讨一下定制岗位结构、岗位工作内容、部门的衔接关系和团队岗位考核参考指标的一些方式和方法。

第一节 年目标百万级电商团队结构 202

一、团队岗位结构 202

二、团队岗位工作内容 203

三、团队岗位工作衔接关系 206

四、团队岗位考核参考指标 207

第二节 年目标千万级电商团队结构 217

一、团队岗位结构 217

二、团队岗位工作内容 218

三、团队岗位工作衔接关系 231

四、团队岗位考核参考指标 232

第三节 年目标亿万级电商团队结构 233

一、团队岗位结构 233

二、团队岗位工作内容 234

三、团队岗位工作衔接关系 244

四、团队岗位考核参考指标 244

# 《传统企业电商突围之路（双色）》

## 第6章 电商团队管理心得 255

在这里我想说，作为企业的管理者，如果你已经把注意力放在团队管理上，那么业绩的增长只是时间问题，无需担心。接下来，让我们一起以了解员工跳槽的原因为契机，开启企业团队管理的大门。记得在和一位老板聊天时，他告诉我上个月运营总监辞职了，营业额降低了40%，问我该怎么办。这的确很难处理，团队管理是所有电子商务公司的头等难题，我认为源头不在于管，而在于如何理。

一、员工为什么离职 256

二、招聘什么样的人 262

三、90后团队管理之道 272

全书总结 278

后记 280

关于电商 280

关于写作 280

关于本书 281

# 《传统企业电商突围之路（双色）》

## 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](http://www.tushu000.com)