

# 《运营不累》

## 图书基本信息

书名：《运营不累》

13位ISBN编号：9787121236796

出版时间：2014-8-1

作者：淘宝大学

页数：220

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)

# 《运营不累》

## 内容概要

淘宝大学卖家秘籍系列丛书由淘宝大学组织一流专家团队编写，将电子商务领域目前最优秀最前沿的知识融会贯通，总结出卖家进入电商平台的功夫秘籍：《运营不累：弹指神通，布局规划思路通》《视觉不哭：美人心计，视觉营销夺流量》《客户不丢：吸心大法，新老客户众归心》。

《运营不累——弹指神通，布局规划思路通》由电商运营领域最优秀的作者团队完成，将电商运营规划分为电子商务的宏观趋势分析、用互联网思维建立企业战略构架、人货场运营模型三个部分，把电商的运营上升到战略、布局的高度，书写电商的本质。《运营不累——弹指神通，布局规划思路通》是阿里巴巴及淘宝网第一次以官方、书面的形式去解答商家该走一条什么样电商之路的问题。

《运营不累——弹指神通，布局规划思路通》既是一本工具书，也是一本思想书。它既适合于专业运营网店的店长，也适合于电商的负责人和企业家本人。

## 书籍目录

### 第1章 电子商务的宏观趋势分析 / 1

在不经意之间，中国的电子商务已经走过了具有划时代意义的十年。从一种新鲜的交易手段到现在成为一种日常购物方式，电子商务改变的不仅仅是销售的模式，更重要的是它在悄悄地改变人们的生活习惯。本章利用一系列重大事件，向读者还原一个真实的电子商务变革。

#### 1.1 淘宝的发展现状及对电子商务发展的深刻影响 / 2

#### 1.2 传统渠道和电商渠道的差异 / 4

##### 1.2.1 传统企业之痛 / 4

##### 1.2.2 传统企业与电商企业的根本差距 / 5

#### 1.3 传统企业进入电子商务面临的冲突与解决思路 / 6

##### 1.3.1 传统企业进入电子商务的核心问题 / 6

##### 1.3.2 传统企业进入电子商务的解决思路 / 7

### 第2章 用互联网思维建立企业战略构架 / 11

互联网思维是当下网络环境中提及率最高的一个词。事实上互联网思维代表的绝不仅仅是一种思维方式，它更多地代表着行为模式、工作模式与沟通模式。甚至，可以上升到一整套的商业模式。传统企业单一的流程、烦琐的决策、粗犷的营销，往往不接互联网地气。如何按照互联网及其背后的商业模式对现有的企业战略方向进行重新定位，对业务构架进行重新整合，是每个企业主入场前的一个必修课。

#### 2.1 以人为本（消费者需求模型搭建决定企业转型成功基因） / 12

##### 2.1.1 网购消费者的行为变化趋势 / 12

##### 2.1.2 利用互联网数据分析网购人群需求 / 18

##### 2.1.3 互联网思维下客户管理模型 / 28

##### 2.1.4 客户数据模型的建立与应用 / 40

##### 2.1.5 互联网思维与五角效应模型应用 / 50

#### 2.2 产品为王（用互联网思维建立产品体系是市场竞争的根本） / 61

##### 2.2.1 互联网产品定位之道 / 62

##### 2.2.2 基于互联网研发生产的产品模型搭建 / 75

#### 2.3 流量取胜 / 88

##### 2.3.1 淘宝内外流量端口特征分析 / 89

##### 2.3.2 流量战争的战略分析 / 121

##### 2.3.3 流量端口的战略布局 / 128

##### 2.3.4 利用不同工具获取不同流量 / 135

#### 2.4 品牌永恒 / 145

##### 2.4.1 品牌定位 / 145

##### 2.4.2 市场切割 / 151

##### 2.4.3 卖产品还是卖品牌 / 159

##### 2.4.4 电子商务环境中企业、品牌和消费者的关系 / 163

##### 2.4.5 品牌成为核心的电子商务营销战略 / 168

### 第3章 人货场运营模型 / 171

电子商务的本质是商业的电子化，交易形式的变化并没有改变交易本质的逻辑。人（消费者）、货（商品）、场（店铺）依旧是构成商业流程的三原色。本章重点探讨如何用传统商务原理去建立更符合商业本质的电子商务运营模型。

#### 3.1 两端两面构成的人货场运营模型 / 172

##### 3.1.1 以产品为核心：两端两面及人货场横向关系 / 172

##### 3.1.2 三种价值传递：品牌价值、产品价值、体验价值 / 176

##### 3.1.3 人货场运营模型重点：企业电商系统端的三交闭环逻辑 / 183

#### 3.2 人货场模型的两种常态应用模式：日销模型与活动模型 / 201

##### 3.2.1 细水长流的持久战与蓄水开闸的闪电战：日销与活动的区别 / 201

3.2.2 论持久战：人货场日销模型 / 202

3.2.3 论闪电战：人货场活动模型 / 210

## 《运营不累》

### 精彩短评

- 1、一直买了没看，其实一直想找本运营很全的书看看
- 2、梳理了一些流程逻辑，没有多少实操价值，但是提供了一些宏观的思考~~
- 3、看完了没什么感觉 对于里面的那些运营我都知道具体没有什么技巧可言
- 4、还是不错的，讲述清楚，表达清晰
- 5、关于电商运营比较系统的思考，很实用，没有假大空的套话，其中的模型方法很实用，擦~一不小心写成京东商品评论了。
- 6、从淘宝的运营出发，很接地气
- 7、淘宝大学卖家秘籍系列丛书由淘宝大学组织一流专家团队编写，将电子商务领域目前最优秀最前沿的知识融会贯通，总结出卖家进入电商平台的功夫秘籍：《运营不累：弹指神通，布局规划思路通》《视觉不哭：美人心计，视觉营销夺流量》《客户不丢：吸心大法，新老客户众归心》。还可以，电商人士悟出干货。
- 8、很好的书，见过的最好的关于电商运营的书。有比较深刻的理论系统，不是那些派代经验贴可以比拟的。你以为电商运营就是报大促活动、降价、促销、做直通车、做钻展，其实不然。更重要的是产品、供应链、品牌、营销、定位、定价这些摸不着、看着很虚的东西，是影响持久的东西，是高等级运营才会的东西。持续学习和努力中！
- 9、内容较简短，也会真正做电商的人才能领悟里面的干货吧。

## 《运营不累》

### 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)