# 曲沃县乡村e镇电商人才培训方案

一、培训背景

为深入推动培育乡村e镇工作，助力乡村振兴，实施市场主体倍增工程,全方位推动高质量发展，根据《山西省培育乡村e镇实施方案》任务要求，加快培育乡村e镇商业带头人；开展新型商业带头人培育，培育一批具有示范带动效应的商业带头人，开展电商人才定制培训，培育一批本地网红,发挥网红效应。开展品牌设计、市场营销、 电商应用等专业培训,强化实操技能,提升对返乡农民工、大学生、退役军人等就业创业服务水平,提高就业转化率。

二、培训目标

促进曲沃县主导产业直播带货规范健康发展，构建新媒体电商人才支撑体系，培训选拔新型电商带头人才，有效提升电商从业者的专业策划与运营营销能力，帮助电商从业者运用新媒体直播平台矩阵，拓展产品网销途径，打造区域性标杆品牌，助力传统商贸企业转型与地方产业发展模式创新。

三、培训预期效果

通过2023年-2024年底系统培训课程规划，曲沃县乡村e镇预期取得如下效果目标：
   1、人才培训500 人次；
   2、带动就业50 人；
   3、本地人才库储备30 人；
   4、新增市场主体10 个；
   5、开通线上店铺10 个；
   6、带动主导产业网络零售额100 万。

四、培训对象

1、有志从事电商创业的群众；

2、电子商务新从业人员；

3、新从事电子商务业务的企业经营者和工作人员等；

4、返乡农民工、退役军人；

5、应届毕业生。

五、培训方式

培训遵循“培训周期”、“培训管理”和“培训评估”的专业理念，结合丰富的电商实操教学，通过分组式、实操式和乡镇巡回式（深入田间地头、企业车间、实地实践教学）培训，帮助参训学员提升电商岗位能力。

六、培训流程

（一）开班准备工作

1、曲沃县乡村e镇培训项目组要根据培训进度、培训要求，递交培训整体方案及培训排期表至应县商务局。

备注：培训方案包括但不限于培训时间、培训地点、培训内容、培训人员、培训流程、培训目标、培训排期。

2、培训方案审核通过后，由曲沃县商务局下发培训通知。

3、培训通知下发后，由曲沃县乡村e镇培训项目组通知学员进行培训，并提前规划好可供培训的场地。

4、培训开班前，曲沃县乡村e镇培训项目组要在县域内媒体对该期培训进行公开宣传。

5、培训开班前，曲沃县乡村e镇培训项目组准备培训学员信息登记表、签到表，培训反馈表。

6、培训开班前曲沃县乡村e镇培训项目组按要求建立该期培训学员微信群。

7、培训开班前曲沃县乡村e镇培训项目组应准备物料横幅、相应课件、讲课所用电脑、LED大屏等相关设施设备。

（二）培训工作

1、参加培训学员应填写学员登记表、学员签到表、学员住宿登记表（如有需要）。

2、负责培训的工作人员应在培训开始前，将学员拉至微信群，方便信息的通知与管理。

3、培训学员微信群管理要严格，严禁群内发布任何危害国家利益的言论，禁止涉及黄赌毒等敏感话题，群成员要相互包容，相互监督，禁止有歧视、攻击、骚扰、过激等不良言行。

4、培训过程中要及时录像并拍照。

5、培训结束后，学员填写培训意见反馈表。

6、培训结束后，应对学员进行结业考核。考核通过的学员颁发结业证书。

7、培训应注重培训质量而非数量，增强培训的针对。

（三）培训特点

1、实用性强：最前沿的实战成果，从理论观点到实战实操案例的分享,让学员全面掌握当前时代发展最新趋势与模式，把握新风口。

2、操作性强：在深入理解的基础上，提炼、总结、归纳大量的案例经验，达到理论与实践相结合的目的。

3、参与性强：理论分析、案例讨论、实例研讨、现场微咨询等灵活多样的培训形式，让学员在轻松愉快的环境中得到系统提升。

七、课程体系

    2023年-2024年底曲沃县乡村e镇电商人才培训课程体系、

|  |
| --- |
| 入门阶段-（初级）课程 |
| 序号 | 课程体系 | 人次 | 期数 | 月份 |
| 乡镇巡回短视频人才普及培训 |
| 1 | 短视频拍摄与剪辑技能专题培训班 | 300 | 5期 |  |
| 直播电商主播人才培训 |
| 2 | 网红主播人才培养专题培训班 | 200 | 2期 |  |
| 传统电商（淘宝）人才入门培训 |
| 3 | 零基础电商创业班 | 80 | 2期 |  |
| 品牌培育专题培训 |
| 4 | 爆款产品打造专题培训班 | 80 | 2期 |  |
| 进阶阶段-（中级）课程 |
| 序号 | 课程体系 | 人次 | 期数 | 月份 |
| 新媒体短视频营才培训 |
| 1 | 短视频变现专题培训班 | 200 | 2期 |  |
| 传统电商平台运营人才培训 |
| 2 | 基础店铺运营专题培训班 | 80 | 2期 |  |
| 3 | 网店日常运营专题培训班 | 80 | 2期 |  |
| 直播电商运营人才培训 |
| 4 | 直播电商运营人才培养专题培训班 | 400 | 4期 |  |
| 微信视频号人才培训 |
| 5 | 视频号创造营 | 100 | 2期 |  |
| 提升阶段-（高级）课程 |
| 序号 | 课程体系 | 人次 | 期数 | 月份 |
| 本地网红直播带货培训 |
| 1 | 网络达人直播带货专题培训班 | 50 | 2期 |  |
| 本地优秀市场主体Ip账号孵化培训 |
| 2 | 短视频KOL打造专题培训 | 50 | 2期 |  |
| 本地生活网络营销培训 |
| 2 | 实体商家抖音本地生活专题培训班 | 50 | 2期 |  |

# 八、培训内容

 因材施教，根据培训对象，制定培训课程，分层次展开系统化培训及实操演练。

详情请见附件

# 九、培训的可持续发展机制

1、提供免费入驻办公服务。电子商务公共服务中心集中为企业和创业青年提供信息对接、产品推介、快递物流、业务支持和办公场所等服务（孵化）项目，并为学员提供“六免政策”，即“免费提供场地、免费提供技术指导、免费培训人员、免费提供网络、免费提供水电、免费产品展示”,不断完善和充分发挥服务。

2、电商氛围营造。通过电子商务公共服务中心，协助政府举办电子商务启动会、农产品电子商务动员大会、农村电子商务相关论坛或农村电子商务创业大赛等活动，挖掘和培育一批优秀网商、典型网商、创业案例，整合政府网站、电视、报纸、微信、微博等宣传渠道进行宣传，并将本地电子商务氛围营造、平台建设与当地农特产品宣传、文旅产品推介有机结合。

3、电子商务公共服务中心运营商运营办工作人员将积极做好服务资源落地和专业服务需求对接工作，加快服务资源整合、规范服务流程、建立服务标准，不断增加和优化服务办法，做好公共服务中心电商孵化指导服务，帮助学员成长，为当地电子商务开展提供一站式服务及解决方案，促进整体电子商务事业的发展。

4、针对已培训创业人员持续以电话、微信、走访形式进行回访跟进，保证至少每个月对已培训创业人员进行一次跟踪回访,通过培训建群，与学员长期沟通，通过回访了解学员情况并对想要继续学习学员进行孵化，与已就业、开店学员进行跟踪回访并做好统计工作。

5、每月对孵化学员进行统计。邀请来电商公共服务中心进行一对一孵化。定期查看学员店铺经营状况和销售情况，定期对学员店铺进行指导维护，确保学员店铺的存活率和转化率，对于学员在店铺运营过程中所存在的问题及时进行整改，确保店铺的正常运营。

6、商业带头人IP打造孵化服务。定位账号：①账号、人物特点分析；②账号定位；③长期规划方案、短视频发布方案、涨粉方案。

7、商业带头人直播团队孵化服务。运营教练跟踪指导帮助完成：①制定直播计划；②对接选品服务；③直播话术编写；④直播间搭建服务；⑤制作对应直播SOP；⑥预计线下服务周期30个工作日。

优质主播和场控跟踪指导：①落地执行运营方法；②辅助直播陪跑1个月。

孵化团队进行3个月的线上跟踪服务处理直播中遇到的问题等，全面提升直播团队整体运营能力。

8、商业带头人店铺孵化服务。一对一实操指导帮助开通店铺并帮助店铺上传产品；店铺运营团队现场跟踪指导店铺实操运营。

9、定时对培训进行总结，总结经验，维护培训成果，使跟踪服务、辅导孵化等定向服务形成常态化的工作机制。

10、颁发结业证书。由应县商务局同应县塔乡鲜生乡村e镇培训项目组组织施行，同时借助媒体加强宣传，鼓励企业相关职员、各乡镇、农民专业合作社有电子商务学习意愿的农村群体、返乡创业青年、退伍军人加入电商培训、考核合格后发放国家认可的相关《职业技术证书》。

# 十、培训档案归类及人才库建立

培训结束后，曲沃县乡村e镇培训项目组将培训签到表、培训学员信息统计表、满意度调查表、培训相关照片及相关课件电子版备份，并进行佐证资料的整理，最终形成曲沃县2023年县域电商人才储备库。

附件培训内容

## （一）直播电商人才培训

（1）网红主播人才培养专题培训班

目标学员：

直播新人（年满18周岁）或有一定直播基础但无体系化知识的主播

课程收益（价值）：

1.全勤学员直播帐号开通率达90%

2.全勤学员学习完成后90%开播率

课程亮点：

1.学员现场实操上播

2.讲师手把手教学

3.以大赛形式考核学习成果

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程时间 | 课程主题 | 课程大纲 | 学时 |
| 第一期 | 网红主播的解析及镜头感实操训练  | 1. 网红变现渠道及案例解析2. 网红类型和特点解析3. 训练镜头感 | 3 |
| 主播声音打造 | 1. 普通话技巧训练2. 声优训练3. 变声器和麦克风的使用技巧 | 6 |
| 主播的IP人设打造 | 1. 主流网红直播平台介绍2. 网红主播风格解析3. 分析自身优势4. 强化主播人设（昵称、头像、简介） | 3 |
|     第二期 | 拍摄引流视频 | 1. 网红直播间玩法2. 顶级主播的玩法和模式3. 注册“两微一抖”账号4. 拍摄预热视频 | 6 |
| 直播间日常运营技巧和撰写主播话术 | 1. 日常运营技巧2. 直播话术技巧3. 发布日常运营内容（加人，聊天，发朋友圈）4. 设计直播话术（开场、加热、刺激消费、结尾） | 6 |
|      第三期 | 主播粉丝互动策略 | 1. 粉丝互动技巧2. 主播禁忌清单3. 收集、撰写互动段子4. 设计互动小游戏5. 描述个人经历 | 3 |
| 美化直播间和学习剪辑软件  | 1. 直播器材和工具的选择2. 直播间装修3. 练习剪映工具4. 练习潮自拍、美图秀秀 | 6 |
| 主播形象设计  | 1. 主播形象及礼仪2. 主播化妆及穿搭技巧3. 练习拍照和P图4. 练习说话及演讲 | 6 |
|        第四期 | 撰写直播脚本  | 1. 带货直播技巧2. 直播脚本策划3. 策划直播脚本4. 演练带货直播 | 3 |
| 演练整场直播 | 1. 粉丝持续运营技巧2. 数据运营技巧3. 演练整场直播 | 5 |
| 网红主播吸粉策略 | 1. 社交平台吸粉策略2. 视频直播平台吸粉策略3. 自媒体平台吸粉策略4. 网络电台吸粉策略5. 其他平台吸粉策略 | 5 |
| 网红社群的构建和运营 | 1. 社群平台的选择2. 社群管理结构与成员划分3. 社群规则的制定4. 社群运营活跃社群的方法5. 构建社群品牌 | 5 |

（2）直播电商运营人才培养专题培训班

目标学员：

有一定直播基础但无体系化知识的运营工作人员

课程收益（价值）：

1.基本掌握基础运营常识

2.全勤学员学习完成后独立运营账号

课程亮点：

1.学员现场实操上播

2.讲师手把手教学

3.以大赛形式考核学习成果

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程时间 | 课程主题 | 课程大纲 | 学时 |
|    第一期       | 主流平台申请账号的路径及标准 | 1.直播平台的选择2.直播账号申请3.各类平台的规则 | 3 |
| 体验主流平台直播 | 1.直播体验：手机直播体验（以淘宝直播运营为例）2.直播体验：抖音直播体验。 | 6 |
| 直播平台的基础运营和直播流程 | 1. 直播中控台2. 发预告3. 商品上架4. 插件使用5. 流程解析：手把手模拟直播工作流程 | 9 |
|      第二期 | 直播间装修  | 1. 直播间装修——定位2. 直播间装修——空间3. 直播间装修——设备1. 完成直播间的装修与陈列 | 3 |
| 搭建直播团队  | 2. 直播团队组建——运营直播3. 直播团队组建——场控4. 直播团队组建——主播5. 5-6人为一组，自由组队，分好角色，团队1分钟介绍 | 6 |
| 直播间的选品和脚本撰写  | 1. 直播策划及实施——选品2. 直播策划及实施——直播标题和封面3. 直播策划及实施——产品脚本策划直播策划及实施——主播话术及玩法 | 9 |
|     第三期 | 直播间的选品和方案制定 | 1. 挖掘产品卖点与福利主播孵化流程及选品方案制定 | 3 |
| 直播间的效果检测和优化 | 1. 制定并实施团队管理与绩效体系2. 解读直播数据指标优化直播效果 | 6 |
| 淘宝店铺管理及后台操作 | 1.图片空间的高效使用及图片上传管理2.不同物流运费模板的设置方法3.官方货源与第三方货源利弊分析4.一件代发货源操作六步曲 | 9 |
|     第四期 | 订单管理及淘宝客服技巧 | 1.千牛工作台的基础设置2.买家购物流程详细分析3.交易订单状态三部曲分解与处理技巧4.售后客服必备之9个能力 | 9 |
| 高效转化之营销工具设置与使用 | 1.优惠券设置技巧提升店铺转化率2.破0销量实战操作3.店铺运营必备常用软件4.电商运营黄金公式解析5.如何高效提升指标数据方法 | 9 |

## （二）新媒体短视频人才培训

短视频变现专题培训班

目标学员：

各行业从事新媒体运营、短视频运营、品牌宣传、市场营销类相关人员。

课程收益（价值）：

1. 明确短视频背后的商业价值，理解人物形象（IP）带货设定。

2. 清晰打造人设的方法。

3. 理解人设是一种无形资产，有了知名度自然就会有凝聚力与扩散力，继而成为推动企业发展的动力。

课程亮点：

1. 梳理抖音最容易模仿和变现的几种基本模型。

2. 梳理5大脚本公式，12大人设立体变现，10步打造优秀短视频的方法和公式，易于模仿，可快速裂变上手。

3. 每天上午理论，下午实操课内完成1个项目，成长稳步可见。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 时间 | 课程主题 | 内容知识点 | 实操作业 |
| 第一期  | 剪辑工具1天学会制作具有变现力的爆款视频 | 1. 剪映五大功能栏的认知2. 剪映剪辑功能的使用3. 剪映音频、文字、贴纸的添加4. 剪映画中画重叠技巧的使用5. 剪映特效、滤镜、调节打造惊艳画质 | 1. 掌握剪映的基本功能，明确五大功能栏的使用2. 了解剪映的各大剪辑工具的含义及用法3. 能够独立运用剪映完成影片剪辑4. 完成一条指定视频，运用到10大剪辑技巧5. 完成一条自我介绍的短片 |
| 内容定位1天学会内容定位轻松打造爆款视频 | 1. 万能总结法轻松搞定位2. 10秒对标视频脚本拆解法3. 10分钟轻松找到行业爆品法4. 10步轻松打造带货短视频 | 1. 找到自身的定位，以及变现模型2. 什么样的视频是容易上热门的，去哪里找3. 提取对标视频的文案，避免违规词汇4. 上传前的几个重要步骤5. 根据老师的要求拆解一条短视频，并1:1拍摄出来 |
| 第二期 |       人设打造1个公式教你轻松打造人设 | 1. 打造人物IP的十二大立体符号2. 万能人设公式3. IP包装的六大技巧  | 1. 根据项目定位找寻调研方向，从而制定人物IP方案2. 根据定位和对标账号，确定自身的产品IP方案根据自身定位，明确自己的理念IP方案3. 根据人物IP方案，制定账号包装方案4. 牢记IP包装公式，为转化提供帮助5. 手机设计首页头图和视频封面6. 拍摄一条人设短视频 |
|   商品挂车1天实现短视频挂车轻松变现 | 1. 付费蓝v和免费蓝v有什么不同2. 无粉无作品如何挂车最省钱3. 精选联盟轻松赚钱7部曲4. 10大运营技巧提高成功率 | 1. 理解付费蓝v和免费蓝v的本质区别，变现的不同模型2. 抖音变现的第一步是拥有商品橱窗，怎样免费获得功能，有哪些限制，如何选品上车。3. 如何挂车提高转化150%4. 发作品的时间应该怎么选5. 1:1拍摄测评视频 |
|             第三期 |     流量运营1天学会流量密码上热门事半功倍 | 1. 9大方法轻松蹭到爆款流量2. 巧用付费dou+撬动免费流量 | 1. 巨量算数的使用方法2. 热点宝的使用方法3. 几大重要的发布入口4. 如何关联到实时热点5. 如何让作品在搜索引擎中排在前列6. 什么时候选择点赞评论7. 什么时候选择粉丝量8. 达人相似什么情况下使用，有什么技巧能够保证投放效果9. 投放时间要选多长时间合适10. 按照要求完成一条短视频的拍摄+剪辑 |
|      数据分析1天学会数据运营让获客转化事半功倍 | 1. 短视频数据的运营技巧2. 巧做流量矩阵，让效率翻倍3. 几种爆款赛道的案例分享 | 1. 抖音数据的基本要看哪些2. 播放指数差应该怎么提高3. 互动指数差应该怎样提高4. 吸粉指数差应该怎样提高5. 矩阵的几种类型和形式6. 几种行业的优秀模型7. 拍摄一条总结性短视频 |

## （三）微信视频号人才培训

目标学员：

企业新媒体/直播团队、新媒体创业者、职场想做副业的人、应届大学毕业生、个体老板

课程收益（价值）：

1.学会账号定位和IP提炼

2.学会视频脚本创作公式

3.了解视频号背后逻辑和推荐机制

4.掌握视频号涨粉技巧和开播流程

5.掌握视频号私域流量池打造方法

6.学会3中引流策略和账号裂变打法

课程亮点：

30%的干货+30%的案例解析+40%现场演练

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 时间 | 课程主题 | 课程大纲 |
|         第一天 | 微信视频号是否值得布局 | 视频号生态逻辑及发展趋势 |
| 视频号的商业价值 |
| 视频号定位与IP塑造 | 企业和/个人如何玩转视频号 |
| 视频号IP定位方法 —— 有趣有故事 |
| 视频号内容定位 —— 没有定位就没有地位 |
| 研究同行，找到对标 —— 三人行，必有我师 |
| 视频号选题策略 | 视频号选题五大原则 |
| 视频号选题五大维度 |
| 视频号选题注意事项 |
| 视频号取名三原则 —— 过目不忘的账号昵称 |
| 视频号推荐算法和标签逻辑 | 视频号推荐机制 |
| 视频号流量分发机制 |
| 视频号流量获取 | 如何获得更多推荐 |
| 视频号封面设计 —— 颜值就是生产力 |
| 视频号标题大全 —— 标题党的10项修炼 |
| 视频号内容写作技巧 —— 内容为王 |
| 第二天 | 视频号内容输出 | 视频脚本创意 |
| 视频拍摄知识 |
| 视频剪辑工具介绍 |
| 视频号运营策略 | 视频号28个运营技巧 |
| 不能碰触的雷区 |
| 8重容易封号降权的操作 |
| 视频号涨粉及引流 | 视频号为门店导流技巧 |
| 视频号直播涨粉技巧 |
| 视频号变现 | 视频号无货源模式 |
| 视频号变现10中变现方法 |
| 视频号裂变 | 视频号矩阵玩法和裂变玩法 |

## （四）电商平台（淘宝、天猫、拼多多）人才培训

（1）零基础电商创业课程

目标学员：

职校大学生；

有电商创业需求的人；

传统行业转型电商相关需求学员；

课程收益（价值）：

课后即可完成开店，实现店铺基础运营，开启电商创业之旅；

课程亮点：

### 1.课前在线完成店铺注册，课上手把手实战式教学，加速学习效果；

### 2.14天全程督导，不定期社群直播答疑，有效缩短学习周期，杜绝拖延；

### 4. 官方课程，紧跟行业规则技巧；

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 时间 | 课程主题 | 课程大纲 |
| 第一天 | 店铺注册 | 注册申请流程：1.开店必备材料：手机号、本人身份证原件、邮箱账号、两张本人银行卡；2.手机app下载：支付宝、手机淘宝、千牛；3.注册流程演示； |
| 常见问题解析：1.注册不成功的场景：·手机号码被占用-使用邮箱注册；·年龄不满16周岁-长大后再来；·过往有违规-找客服申诉（解决成功率不高）·身份信息不一致-自查不一致问题，统一相关信息； |
| 身份信息绑定 |
| 银行信息绑定 |
| 人脸识别 |
| 上传身份证 |
| 人脸识别 |
| 地址信息核查 |
| 开店协议签署 |
| 个人钉钉绑定店铺 |
| 创业档案填写 |
|       宝贝上架（实操录屏+素材包） | 素材包下载和解压 |
| 账期保障开通 |
| 选择发布路径 |
| 选择产品类目 |
| 填写产品标题 |
| 产品属性填写（\*必须填写） |
| 设置产品价格和库存 |
| 上传主图和主图视频 |
| 上传详情页（文案/图片/视频）并同步手机端； |
| 设置运费模版:退换货地址设置\包邮模版/按条件包邮模版设置 |
| 其他设置及发布 |
| 请直接参照页面红色提醒文字并做相应修改 |
| 第二天 | 电商创业及成功案例解读 | 电商创业投入的设备：手机、电脑、网络等基本办公设备与条件； |
| 成熟电商企业基本团队架构：采购、运营、美工、物流、客服（初级创业者可以身兼数职） |
| 对应县域产业设计相关案例 |
| 对应县域产业设计相关案例 |
| 常见的坑【侵权、售假、广告法】 |
| 如何防诈骗。其他给地址链接 |
| 店铺基础设置 | 店铺名称设置 |
| 店标在线制作 |
| 店铺经营场所设置 |
| 店铺简介 |
| 保障金计划设置 |
| 账期保障开通 |
| 按需，确保店铺开启； |
| 产品选择与上架 | 市场分析（前台分析） |
| 竞品分析（前台分析，不涉及数据分析） |
| 一件代发平台选择（1688/淘分销） |
| 货品选择 |
| 类目匹配 |
| 健全属性 |
| 标题制作 |
| 主图及主图视频发布 |
| 产品定价 |
| 详情页修订 |
| 库存信息和销售信息调整 |
|          第三天 | 宝贝管理 | 检查产品数量是否满10件 |
|  产品发布违规问题分析与解答 |
| 在售产品管理 |
| 仓库中产品管理 |
| 删除产品管理 |
| 店铺营销工具实操（免费试用15天） | 竞品折扣分析 |
| 产品折扣设置与验证 |
| 折扣数据查看 |
| 竞品优惠券分析（从裂变、单品、店铺优惠券3个方面展开） |
| 优惠券设置与验证 |
| 折扣数据查看 |
| 竞品满减力度分析 |
| 店铺满减活动设置与验证 |
| 折扣数据查看 |
| 千牛工具使用 | 工作台设置【我的应用设置（商品、交易、店铺、数据、采购）、店铺数据配置（流量、订单配置、金额配置】 |
| 旺旺聊天设置【自动回复、签名】 |
| 生意参谋开通 |
| 货品数据解读【主营类目、单品】 |
| 流量数据解读 |
| 成交数据解读 |

###

（2）基础店铺运营

目标学员：

已完成开店但日常运营不理想的商家

课程收益（价值）：

30天内店铺有成交；

课程亮点：

### 1.课前在线完成店铺注册，课上手把手实战式教学，加速学习效果；

### 2.14天全程督导，不定期社群直播答疑，有效缩短学习周期，杜绝拖延；

### 3、官方课程，紧跟行业规则技巧；

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 时间 | 课程主题 | 课程内容 | 章节 |
| 第一天 | 店铺流量解读 | 免费流量 | 自然搜索流量 |
| 店铺流量 |
| 付费流量 | 直通车 |
| 超级推荐 |
| 钻展 |
| 淘客 |
| 私域流量 | 微淘 |
| 买家秀 |
| 淘宝群 |
| 会员中心 |
| 专属客服 |
| 内容流量 | 直播 |
| 短视频 |
| 如何寻找竞品店铺？ | 确定关键词 | - |
| 确定类目及属性 | - |
| 确定价格区间 | - |
| 确定店铺类型和层级 | - |
|        第二天 |        点击率与转化率 | 点击率和转化率的价值 | 点击率价值 |
| 转化率价值 |
| 点击率影响因素 | 产品因素 |
| 价格因素 |
| 销量因素 |
| 折扣因素 |
| 位置因素1 |
| 主图因素（主图短视频因素）2 |
| 转化率影响因素 | 产品因素 |
| 价格因素1 |
| 销量因素2 |
| 折扣因素3 |
| 主图因素（主图短视频因素） |
| 客服因素 |
| 评价因素 |
| 客户服务 | 客户接待流程 | 迎 |
| 询 |
| 送 |
| 需求挖掘技巧 | FAB |
| 促进成交技巧 | 关联推荐 |
| 议价 |
| 催付 |
| 售后服务技巧 | 退换货 |
| 不良评价处理 |
| 投诉处理 |
| 客户维护技巧 |
| 第三天 | 免费流量打造 | 主图优化 | 主图的制作标准 |
| 主图差异化打造 |
| 素材中心资料提交 |
| 详情页优化 | 卖点深挖 |
| 页面框架 |
| 标题制作 | 搜索规则 |
| 关键字搜索与组合 |
| 付费流量解读 | 直通车介绍 | 位置、作用、公式 |
| 超级推荐介绍 | 位置、作用、公式 |
| 淘客介绍 | 渠道、扣费方式、结算方式和周期 |
| 微淘与买家秀基础运营 | 微淘基础介绍 | 作用、呈现方式 |
| 微淘发布流程 | 实操演示 |
| 买家秀介绍 | 买家秀征集 |
| 买家秀选择与装修 |
| 买家秀基础运营 |

###

（3）网店日常运营

目标学员：

已开店3到6个月，有基础销量的淘宝商家

课程收益（价值）：

体系化了解淘宝店铺日常运营技能（产品定位、流量获取、转化率提升、岗位分工），掌握数据分析（本店数据）、营销活动报名（常规类目）、爆款打造等技能，具备体系化店铺运营能力从而达到店铺销售额提升的结果

课程亮点：

### 1.活动报名sop

### 2.数据分析模板

### 3.爆款打造优秀案例输出

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 时间 | 课程名称 | 课程内容 | 课程大纲 |
| 第一天 | 店铺数据分析 | 店铺数据的路径（数据采集） | - |
| 店铺数据分析表（实操填表） | - |
| 数据化店铺诊断 | 店铺数据的路径 | 生意参谋的自主取数？或从各个路径取得相应数据 |
| 店铺数据的分析 | ①分析指标及解读（流量转化、加购、收藏、跳失率、平均停留时长）②数据趋势分析（大盘分析、市场容量）/或直通车流量解析 |
| 销售公式 | 销售额=流量\*转化率\*客单价 | ①解读公式指标 |
| 转化率提升 | 转化率拆解 | ①转化漏斗线②转化率分类③转化率谁负责（岗位分工职责） |
| 静默转化率-页面线 | ①主图②详情页③其他基本功（价格、销量、促销、买家秀、评价、问大家）④主图视频 |
| 咨询转化率-客服线 | ①客服基础技能②客服绩效考核 |
| 店铺转化率-运营线 | ①优惠活动的设置②基础销量的打造③会员/粉丝设置（可结合静默转化） |
| 快速提升流量 | 流量的渠道与规则 | ①流量渠道拆解（搜索、推荐、内容等）②流量的规则（各渠道的基础逻辑和算法） |
| 流量的布局 | ①爆款商品的选择②预算费用③产品不同阶段的流量玩法 |
| 搜索和推荐的新玩法 | ①详解人群标签②推荐的新玩法（跟随实时） |
| 产品定位 | 店铺产品矩阵 | ①波士顿矩阵②个人店铺产品矩阵实操 |
| 第二天 | 活动报名与执行 | 活动的意义和价值 | ①平销和动销的关系②活动的目标 |
| 活动的分类和入口 | ①活动分类表②活动要求（素材表） |
| 活动策划报名和执行 | ①活动策划（选品、销售目标及拆解）②活动报名③活动执行（分岗位完成）④活动复盘 |
| 爆款打造 | 爆款的价值 | ①爆款对店铺的运营价值②爆款对团队的价值 |
| 爆款的基本素质（指标） | ①产品的市场分析②爆款的7大指标（转化率、点击率、停留时间、加载时长、跳失率、加购率、收藏率） |
| 爆款打造的5个阶段 | ①测试期-选品试卖②准备期-基础销量打造③推爆期-多渠道引流活动推爆④爆款期-维持销量的方法⑤连带期-衰退之前的价值利用 |
| 从单个爆款到群爆款 | ①次爆款的数据分析及布局②次爆款的搭载操作 |
| 第三天 | 付费推广-直通车 | 直通车的作用 | ①流量获取②测款 |
| 点击率提升 | ①测图、测款②测词 |
| 低价引流 | 智能计划 |
| ROI提升 | ①人群溢价②时间及地区调整 |
| 付费推广-超级推荐 | 超级推荐的作用 | ①流量获取②测款 |
| 点击率提升 | ①测图、测款②测渠道（资源位）③短视频、直播 |
| ROI提升 | ①人群优选②人群闭环（AIPL） |
| 付费推广-淘客及站外 | 淘宝客的分类及作用 | ①淘宝客原理及分类②淘宝客的价值 |
| 淘宝客的选择 | ①产品在不同阶段的淘客选择②如何找到淘客 |
| 淘宝客的防坑指南 | ①常见的淘宝客套路②如何避坑 |

## （五）品牌培育

### 爆款产品打造专题培训

目标学员：

商家需拥有一定规模的货品

课程亮点：

### 掌握洞察市场及客户需求的方法

### 理解产品策略制定到执行的完整链路

### 了解爆款线上线下营销渠道

### 掌握产品销售爆发全生命周期玩法

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程时间 | 课程主题 | 课程大纲 |
| 第一天 | 爆款产品思维密码 | 爆品的简要定义 |
| 供应链稳定 |
| 销量高 |
| 利润空间合理 |
| 品质稳定好评率高 |
| 控制运营成本（引流成本、售后成本、物流、供应链成本等） |
| 提升运营效率（转化率、产品效率、团队效率、供应链效率等） |
| 基础爆品：刚需、高复购、性价比（案例） |
| 趋势爆品：快速增长型，季节（案例） |
| 创新爆品：市场空白、开创性品类、技术类（案例） |
| 精品网货的打造方法 | 市场趋势分析法（重点关注市场容量、增速，品牌集中度、简要讲解） |
| 消费者人群画像的分析方法 |
| 竞品分析及优劣势对比 |
| 产品价值 |
| 产品成分解析 |
| 对比评测 |
| 场景故事 |
| 权威背书 |
| 包装标准（视觉、规格） |
| 质量品质 |
| 价格 |
| 体验（口感、功能） |
| 使用场景 |
| 优化快递方案（时效、成本、服务） |
| 建立产地仓 |
| 建立销地仓 |
| 创新应用案例（如大包换小、吃法赠送、品类漂移、明星联动、大市场配角、周期延长、大菜预制、文旅赋能、技术赋能） |
| 通过“爆款产品能力模型表”进行实践操作 |
| 第二天 | 爆款产品全域营销 | 淘系、拼多多、京东等主流电商平台 |
| 小红书、抖音、快手、微信等内容电商平台 |
| 大卖家/达人/淘小铺 |
| 线上/线下对接会 |
| 盒马、大润发、天猫超市、天猫农场、公益基金等直采渠道 |
| 产品购买决策周期 |
| 产品市场成熟度 |
| 人群覆盖属性对比 |
| 运营团队投入对比 |
| 流量特点对比 |
| 推荐线上线下产品销售、对接渠道 |
| 第三天 | 淘宝爆款产品销售爆发 | 不同行业生命周期判断（以面向县域为例） |
| 测试期期运营策略 |
| 引入期运营策略 |
| 成长期运营策略 |
| 爆发期运营策略 |
| 衰退期运营策略 |
| 店铺视觉呈现1）标题2）主图详情页3）短视频4）属性设置 |
| 定好价格：爆款的定价规格策略1）定价对销售的影响2）爆款商品的成本测算3）如何在红海市场中做出差异化定价4）不同类型爆款的定价法则5）促销价格的呈现 |
| 传统基础引流内功1）高点击率主图制作2）高引流能力标题优化 |
| 流量渠道解析1）搜索流量解析2）推荐流量解析3）内容流量解析4）付费工具解析 |
| 用好工具1）使用直通车打造爆款2）使用引力魔方打造爆款3）使用淘客工具打造爆款4）使用热浪引擎打造爆款 |
| 爆品数据据分析：爆款的数据分析1）如何从店铺现有数据分析出爆款2）如何通过数据进行爆款的优化3）如何通过数据进行爆款推广的风险把控4）如何监控竞争对手的数据 |
| 延长爆款生命周期1）如何从店铺现有数据分析出爆款2）如何通过数据进行爆款的优化3）如何通过数据进行爆款推广的风险把控4）如何监控竞争对手的数据 |
| 延长爆款生命周期1）如何让一个爆款延续的更久2）如何利用爆款让店铺上一个台阶 |
| 使用爆款前中后流程表现场实操演练，输出商家专属销售策略 |

## （六）乡镇巡回培训

短视频拍摄与剪辑技能专题培训班

目标学员：

零基础小白、有一定电商基础的人、技能技巧提升需求者

课程收益（价值）：

1.90%新媒体账号的建立；

2.成功发布一条短视频（15s以上）

3.新媒体的运营规则和技巧（淘宝达人账号）

4.成功发布产品并熟悉账号

课程亮点：

紧跟行业规则与技巧，讲解核心架构，短视频平台运营实战经验分享

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 日期 | 课程主题 | 课程大纲 |
|  | 新媒体短视频营销概述及成功案例剖析 | 1.电商相关国家政策2.行业规范及趋势 |
| 1.优秀成功案例分享2.行业优秀案例分享 |
| 新媒体基础工具准备 | 1.相机像素2.帧率设置 |
| 1.剪辑工具准备：剪映、亲拍2.直播工具准备：抖音主播 |
| 1.基础设备：手机、自拍杆、美颜灯2.专业设备：稳定器、主光灯 |
| 新媒体帐号体系建立 | 1.什么是商业定位（新媒体变现）2.快速商业变现（怎么做？） |
| 1.确定表现形式2.主题ip（以主题为中心）3.人物ip（以人物为中心） |
| 1.如何进行人设打造2.人设打造的方法（五步法or九宫格法等） |
| 1.昵称选取的技巧2.头像筛选3.头图制作4.简介编辑技巧5.封面设置 |
| 1.超级符号的定义（案例）2.如何打造超级符号（外貌、性格、行为、话术习惯） |
| 1.帐号注册与认证2.帐号基础信息完善 |
| 短视频直播行业内容打造-1 | 1.短视频的素材来源2.短视频运营工具箱（实用素材推荐）3.工具箱使用方法 |
| 1.短视频选题剖析2.标题的选取技巧 |
| 1.短视频常见的形式（真人口述、视频+配音、情景剧、PPT等）2.不同形式（真人口述、视频+配音、情景剧、PPT等）的案例分享 |
|  | 短视频直播行业内容打造-2 | 1.脚本类型选择（讲故事、晒过程、教知识、谈特色、说产品、尬段子）2.短视频分镜脚本制作（人物、场景、背景音乐、故事大纲、内容、台词、景别、运镜、时长）3.各行业经典脚本案例解析4.成功编写一个短视频脚本5.标题优化 |
| 短视频拍摄 | 1.拍摄的技能技巧（推、拉、摇、移、跟等技巧）2.拉片分析（画面、台词、时长、景别、运镜、场景、视频效果、服化道） |
| 短视频剪辑与发布 | 1.剪辑的技能技巧（剪映与亲拍的使用）2.创意短视频剪辑（封面、分割、变速、音量、动画、编辑、特效、滤镜、转场、字幕等）3.视频导出 |
| 1.短视频标题与封面的选取2.热门话题与地理位置定位3.短视频产品上架4.产品添加与发布 |
| 短视频实战演练与数据化运营 | 1.拍摄剪辑（15秒以上3个场景的短视频）2.成功发布 |
| 1.新媒体运营规则解析2.新媒体推广技巧 |
| 1.短视频数据分析指标解析与方法2.有效播放率3.互动率4.进店率5.完播率6.其他数据指标 |
| 1.账号诊断2.内容诊断（词句违规检测、数据诊断）3.复盘与点评 |
| 1.有店铺学员后续变现方法2.无店铺学员后续变现方法 |

## （七）跨境电商人才培训

（1）跨境电商-通用技能专题培训班

目标学员：

对跨境电商有兴趣的小白商家

课程收益（价值）：

1.理论

2.多平台通用技能掌握

3.跨境电商意识建设、信心

4.具备运营基础能力

课程亮点：

1.互动实操

2.多平台

3.案例全面

4.典型工作岗位情景体验，角色扮演，学员参与度超过95%

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程时间 | 课程主题 | 课程大纲 |
| 预习 | 跨境电商行业基础入门 | 1.行业趋势+案例2.文本资料同步 |
| 第一天 | 学员破冰分组+情景设置体验 | 1.激励规则说明2.随机分组3.典型工作岗位分工4.团队商标设计与展示（为后续商标讲解配套实操）5.点评与奖励 |
| 跨境电商行业认知 | 1.跨境电商定义及行业背景2.跨境电商现状及发展趋势3.跨境电商模式及特点4.跨境电商业务全流程 |
| 跨境电商品类规划与商标 | 1.跨境电商品类规划与选择2.跨境电商品牌认知与商标设计 |
| 跨境电商市场调研与选品 | 1.跨境电商市场调研2.跨境电商选品方法 |
|  |  |
| 跨境电商产品卖点挖掘与故事化情景体验 | 1.回顾选品方法，现场选品实操（10min）2.学员现场团队研讨（10min）2.团队展示——“新品发布与推介会”（40min） |
| 跨境电商平台选择策略 | 1.主流跨境电商平台认知2.跨境电商平台选择策略（尽量引导阿里系平台） |
| 跨境电商经营规则与法律 | 1.跨境电商注册与发布类规则2.跨境电商交易类规则3.跨境电商客户服务类规则4.跨境电商法律法规5.跨境电商风险管理案例分析 |
| 跨境电商商品拍摄与图片设计 | 1.跨境电商商品拍摄（构图方法等）2.跨境电商图片设计（主图副图的规则） |
|  第二天 | 跨境电商物流与仓储 | 1.跨境电商常用物流方式认知（四大快递、海外仓、专线物流等）2.跨境电商典型物流运费计算（DHL、EMS、中邮小包）3.跨境电商物流包装4.跨境电商仓储与关检税费 |
| 跨境电商物流方案选择情景体验（课堂测验） | 物流运费计算测试，建议1.先个人计算，再小组计算2.整体讲解 |
| 跨境电商物流包装情景体验（课堂实操） | 物流包装演示与实操1.物料分发2.打包测重实操3.点评总结 |
|  |  |
| 跨境电商商品发布 | 跨境电商商品发布“五险一金”认知（如下）1.跨境电商商品发布之类目2.跨境电商商品发布之属性3.跨境电商商品发布之标题4.跨境电商商品发布之图片5.跨境电商商品发布之详细描述6.跨境电商商品发布之定价 |
| 跨境电商商品发布情景体验（课程实操） | 商品发布现场实操1.商品详情页excel模板发放2.分组填写3.分组汇报4.点评总结 |
| 跨境电商营销与推广 | 1.跨境电商营销推广理论认知2.跨境电商站内营销推广3.跨境电商站外营销推广 |
| 跨境电商客服与沟通 | 1.跨境电商客服工作范畴2.跨境电商客服工作目标3.跨境电商客服工作技巧4.跨境电商售前售中售后沟通 |
| 跨境电商沟通情景体验（课程实操） | 跨境电商沟通课堂实操（角色扮演） |

## （2）跨境电商-零基础创业培训班

目标学员：

1.对跨境电商有兴趣的零基础商家

2.有一定跨境电商经验，希望在速卖通上进行交易的商家

3.对速卖通有兴趣的学员

课程收益（价值）：

1.开店，100%会开店

2.掌握全套速卖通基础运营逻辑

3.助力当地产业有出海机会

课程亮点：

1.全程实战，操作技能落地

2.系统化

3.速卖通前沿趋势

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程时间 | 课程主题 | 课程大纲 |
| 预习 | 速卖通基础知识 | 1.速卖通宣传片与发展历史2.开通速卖通必备资料3.线下授课资料（电脑等） |
|  | 破冰与分组 |  |
| 第一天 | 跨境电商平台认知 | 线上平台与传统外贸的区别 |
| 跨境电商平台发展与趋势 |
| 跨境电商热门国家盘点 |
| 各平台优缺点介绍（引入速卖通） |
| 速卖通开店及平台规则解析 | 1.速卖通注册与认证2.速卖通平台规则（交易、搜索、物流、评价、放款等）3.中国好卖家 |
| 速卖通行业分析与选品 | 1.速卖通行业分析（利用生意参谋的品类数据进行分析、引导）2.速卖通选品策略与方法 |
|  |  |
| 速卖通物流仓储与运费模板 | ~速卖通物流解析1.平台物流（经济、简易、标准、快速）2.优选仓与海外仓~运费模板设置运费计算方法和介绍/设置运费模板的基本思路及注意事项 |
| 运费计算课堂实操 | 1.发布运费计算应用题2.小组计算3.总结奖励 |
| 速卖通优质商品发布 | 1.速卖通商品发布流程（类目、属性、标题、图片、详情描述+定价） |
| 速卖通商品发布实操 | 1.商品发布小组实操2.总结奖励 |
| 第二天 | Day1回顾 | 1.回顾前一天内容 |
| 速卖通店铺装修与视觉 | 1.店铺装修2.产品视觉优化 |
| 速卖通流量获取 | 1.速卖通自主营销（折扣、优惠券、满减等）2.速卖通联盟营销3.速卖通直通车4.速卖通平台营销 |
|  |  |
| 速卖通订单管理与收款 | 1.速卖通线上发货流程及注意点2.速卖通订单物流追踪3.ERP介绍4.速卖通资金账号设置与收款 |
| 速卖通客户服务 | 1.客服服务话术（咨询、物流、产品、订单、售后纠纷等）2.买家会话工具的使用方法3.DSR与好评率提升 |
| 总结与回顾 | 运营每日工作清单（建议） |

##