# 曲沃县乡村e镇商业带头人培育方案

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、培训对象

1、电商企业负责人；

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；

# 四、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。

# 五、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曲沃县工信局。

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，由曲沃县工信局下发培训通知。

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。

# 六、课程体系

2023年至2024年底曲沃县乡村e镇商业带头人培训课程体系、

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 入门阶段-（初级）课程 | | | | |
| 序号 | 课程体系 | 人次 | 期数 | 月份 |
| 传统电商（淘宝）人才入门培训 | | | | |
| 1 | 零基础电商创业班 | 80 | 2期 |  |
| 品牌培育专题培训 | | | | |
| 2 | 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 |
| 传统电商平台运营人才培训 | | | | |
| 1 | 基础店铺运营专题培训班 | 80 | 2期 |  |
| 2 | 网店日常运营专题培训班 | 80 | 2期 |  |
| 直播电商运营人才培训 | | | | |
| 1 | 直播电商运营人才培养专题培训班 | 400 | 4期 |  |
| 提升阶段-（高级）课程 | | | | |
| 序号 | 课程体系 | 人次 | 期数 | 月份 |
| 本地优秀市场主体Ip账号孵化培训 | | | | |
| 1 | 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 |  |

# 七、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

# 八、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。

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。由曲沃县工信局同乡村e镇培训项目组组织施行，同时借助媒体加强宣传，鼓励企业负责人、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2024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

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）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 |

## （四）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 |