

店铺运营实干教学学成后单店利润月入八千到一万

产品名称	店铺运营实干教学学成后单店利润月入八千到一万
公司名称	郑州一言明道电子商务有限公司
价格	22000.00/套
规格参数	
公司地址	郑州市金水区农业路72号国际企业中心A座2404号
联系电话	13526793584

产品详情

一、制定销售计划任何一件事，都需要有一个战略，然后是战术分解。运营也不例外。我们首先是规划整体的运营计划，然后分解，最后完成。举个例子：你每个月要销售1200件产品这个目标是，那么细化，你每天销售40件，假设我们转化率是1%，那么每日你需要流量4000。这4000的流量，我们从哪里来呢？该如何分配，也就是我们制定销售计划后的分解一个优秀运营拥有哪些网店运营技巧？在这个案例中，有几个关键点，要把握住：产品、转化率、流量，然后我们再具体谈谈运营该具备什么能力。

二、产品1、选品：运营首要问题就是选择，有句话很对，选择比努力更重要，方向对了，就算慢点，总会有成功的一天。选品和选择自己爱人一样，选择对了，生活会幸福指数会更高，选择错误会心力交瘁。如何选择产品呢？注意一下4个点：市场分析，你要看整体市场的趋势是如何的，竞争对手分析，你的对手关注点在哪里，他们做了什么？顾客分析，顾客需求点是什么，要透过现象看本质，挖掘顾客核心的需求点，举个例子：比如我，电商师叔是做户外产品卖帐篷的，但是顾客是买产品吗？是，但是又不全是？为什么呢？顾客表面是购买产品，实际上是想如何使用产品给自己带来幸福感。再往深处想想，顾客是希望通过正确使用产品，来体验户外的生活，与大自然接触。于是顾客这里的点是体验，那么什么样的产品给顾客户外体验是最好的，这个就是选择的核心点。最后1个是卖点分析，自己的优点在哪里？给顾客带来什么好处？这4个点就是选品的核心内容。

2、测款产品出来后，并不是直接推广，必须要有一个过程，测试。这个道理和汽车一样，一款新的汽车出来不是马上推广市场，而是测试他的性能，不过它是工具测试。而我们的产品测试则是人，一款新的产品出来以后，我们需要用人来测试到底是否得到大众的喜欢，记住，不是你喜欢不喜欢，这个没有任何价值，而是到达一定基础人群的喜欢程度，根据不同类目人群不一样，但至少1000的基数是一个基本起步线。测款的方式有很多，比如：直通车、钻展、活动、社群粉丝投票、店铺首页热力图等等，方法不一，目的相同，选择出大家都喜欢的款式，让它变成风口上的猪，飞起来。

3、定价定价这个不要小看，因为你定价的高低，直接划分了你的顾客人群，低价低端市场决定了走量、中高端市场，决定了利润。定价也是一个综合的思考角度，方式不一，你可以根据成本定价法，利润定价法，竞争对手定价法等确定一1、卖点个合理的方式，但是不能偏离你产品的质量属性，一定要和质量想匹配。

三、转化要产品买的好，必须要有打动人的地方，页面的卖点，是最核心的地方，顾客并不是贪便宜，是需要一个理由，告诉他为什么你的值这个价。那么卖点挖掘就要出来，卖点是你的，但是顾客是需要的对他有什么好处？所以你的卖点一定要对应能给顾客什么好处？

2、文案文案也是有技巧的，好的文案就像一个故事，吸引大家一致读下去，如何在卖点挖掘之后，设计出好的文案，就需要精心打磨了，建议是去多看看竞争对手，他们的店铺，找找灵感。最开始，并不需要你去独创，

你可以模仿，他们能卖的好，这样做，必然有他们的理由。3、视觉卖点、文案都有了，那么颜值也要跟上去，才有市场，在这里运营可以和美工沟通，举个例子，我，电商师叔，开始文案都是我一手制作出来，然后我挨着挨着一张一张的画出来，需要成什么样子，需要如何修改，等美工完成1.0版本之后，再看如何调整。前期美工和运营必然需要一个磨合期。看你如何定位，如果你定位美工是实施，那么就1、2、3每个步骤的去处理工作。如果你定位是结果授权，那么你就把你的想法告诉她，碰撞之后，她把文案和美工一起完成。不过初期，我建议是运营带着美工多走几次，当成熟了以后，再慢慢一步步放手。

四、流量流量一直是做电商比较热衷的环节，但是我为什么把流量写在第4位，而不是开篇就讲流量，因为大家一直有一个误区，我缺流量。但是，你产品没有选对、定价没有做好、转化率很低，即使你有再多流量，你也留不住。没多大意思，如果是免费流量你可能无所谓，但是大多都是付费流量，都是钱，这些钱，你来交学费都说不上，完全是打水漂而已。那么流量有哪些渠道?很简单，换位思考，你是顾客，你会在哪些渠道买东西?1、免费流量常见的免费流量有自然搜索、类目流量、手机淘宝自然搜索2、付费流量常见的有直通车、淘宝客、钻石展位3、活动流量常见的有平台活动，比如聚划算、淘抢购、天天特价、官方大促，比如双11，店铺自由活动，你自己可以安排计划活动，到这里大家可能觉得，差不多完了，其实还有一个压轴的重要环节。社群你可以简单理解为粉丝。1个新顾客的成本是1个老顾客成本的6倍。当我们老顾客流量占比越来越大的时候，我们店铺相对才比较流量结构成本是不健康的。健康，才会做的风生水起。如果你一直花钱去获取新的流量，一来你成本越来越贵不说，二来本身花钱来的五、社群那么问题来了?如何在淘宝上社群，和顾客互动呢?现在淘宝最好的工具就是微淘了，你可以通过吸粉、互动、成交三个环节，让老顾客第二次，第三次回来购买你的产品，而且老顾客都是免费流量。1、吸粉如何吸粉简单点，就是让顾客收藏你的店铺、让客服导购引导关注你定位微淘。2、互动互动可以在微淘里面玩玩盖楼、抢红包、猜价格。而店主本身可以作为一个行业的专家出现，除了产品外，给大家带来一些相关产品的专业知识，也可以把日常的一些工作生活才微淘上分享，这样顾客会觉得卖家越来越亲切，从交易变成朋友。从陌生变成信赖。举个我自己的例子，我有2个身份，一个是户外店帐篷的老板，这里我就把自己专业的户外游玩高手一面展现出来，带给他们新的路线和体验。一个是作为“电商叔叔”电商的老师、和电商会长，我会让自己培训、上课、分享电商展示出来，让他们更能了解到我。从而会更信任我。3、成交最终社群是为了成交，赚钱，当你提供给顾客超值的東西，超值的专业知识，对你都产生了信赖，那么他需要这类产品的时候第一时间会想到你。但是如果你能让顾客在某一个特定时间点想到你，给顾客加深影响，那么你就成了，就像美剧《行尸走肉》，每周一集，几年时间，我一直记得这部美剧。而如果我们每月、或者每周有一个折扣日，那么顾客一直记得你，你用直播的方式，或者群内传播出去。这样，你将完成吸粉、互动、成交整个流程，把老顾客保存在自己手里，做的越久，你会做的越来越轻松。关于教学问题：可以直接到我们公司进行实地考察，免费试听专业店铺老师都是教学课程。如果你实在因为距离或者没有时间来到公司，不能进行面对面教学，别担心！我们有店铺精细化运营技术课程，老师一对一教学，同样可以做到日卖爆单。售后服务：我们公司有专业团队管理，保证售后服务!!!我们郑重承诺：学员与老师面对面教学直到教会为止，教不会不要钱!!!公司地址:郑州市中原区桐柏路与沁河路交叉口东行500米全季大厦