**6月21日培训活动策划**

**培训主题：亚马逊运营的重点和难点**

6月6-9日，上海第一届电商节即将耀世登场！企业、政府、服务商、高校四网合一，为上海成为全国乃至全球电商制高点打好基础！

顺着国家一带一路的浪潮，为帮助上海外贸企业从**传统的OEM/ODM业务模式升级到具备“创新，质量，品牌”的高端价值链业务**，上海跨境电商联盟配套第一届电商节，为广大外贸企业安排1天培训活动，介绍如下：

# 培训收益：

全天围绕着“从制造到**创新**，从产能到**质量**，从产品到**品牌**”，可以深刻了解：

1. **出口电商的三个最重要结果和重点内容：**

* 工贸企业在海外打造自有品牌的机会、方式、投入和可能性；
* 产品创新怎么开展？通过电商平台，如何获取需要具体创新哪些内容？比如：外观、功能、颜色、大小等？
* 做电商直面消费者，产品质量有多重要？因产品质量导致的退货和换货，会吃掉大量的净利润；因产品质量带来的差评，极大影响产品排名和订单转化率，哪怕再大的广告力度也无法挽回。那么做B2C，产品质量如何管理和把控？

1. **促使结果变现的“幕后”支持工作：**

* 品牌：在电商平台上打造品牌通过“线上活动，SNS传播，产品内容”3种方式进行打造。讲授线上营销推广的不同方式。
* 创新：选品分析，同类产品数据分析，竟对分析：产品细节、定价、营销推广方式；从客户评价中获取创新信息。
* 质量：包含产品质量和服务质量；从人员分工上如何保障产品质量和线上服务质量？自己做品控有哪些好办法和注意事项？

# 

# 培训大纲：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **培训模块** | **课程描述** | **时长（H）** |
| **开场** | 培训开场介绍，培训破冰活动 | 0.5H |
| **运营的重点和难点** | 1. **不当的人员架构带来的风险**  * 账号的安全性风险 * 人员搭配不合理导致的品质风险和服务质量风险 * 工作效率低的风险  1. **规避选品风险**  * 趋势分析、竞争分析、成本分析、销量分析  1. **运营风险**    * 利润与清仓    * 客服与优化 | 3H |
| **Prime Day的运营技巧** | 亚马逊一年一度的Prime Day拥有巨大流量，在流量的推动下，大部分产品的销售额都有3-5倍增长。  虽然Prime Day的LD申请已经来不及了，还可以做哪些有效准备？   1. 库存，listing优化 2. 必不可少的站内广告。。。 | 1H |
| **营销推广** | 1. **好学耗用的亚马逊站内4大推广方式**  * SP, BD, LD, Promotion  1. **日益重要的亚马逊站外推广的主要方式**    * 用广告位购买进行平台外引流    * SNS营销    * 点击付费 | 2H |
| **16:30-17:00** | 答疑 | 0.5H |

# 讲师介绍

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Rita老师：华东某超级卖家运营总监**   * 传统外贸出身，7年跨境电商资深卖家，擅长项目采购及运营 * 对风险管控极佳，成功操盘30多个项目 * 单项目销售300万美金以上 |

**培训对象**：有一般贸易出口业务的企业，希望了解出口电商具体做法的企业

**培训时间**：1天

**培训地点**：蓝快风云服务站，上海浦东耀华路215号6号楼301室

**培训联系人**：狄青，18521398063

**美味午餐和舒适场地费用分摊：200元/人，请扫码报名。名额以付款为准。**

注：本次活动的赞助商是四海商舟，学员可以在课堂上了解四海商舟的服务特色和优势项目。