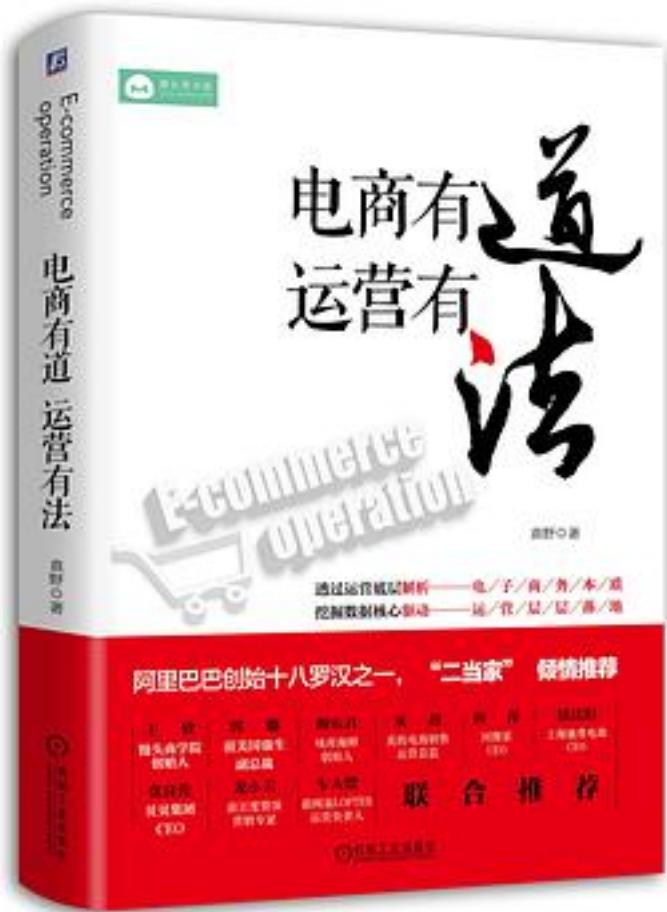


# 电商有道运营有法



[电商有道运营有法\\_下载链接1](#)

著者:袁野

出版者:机械工业出版社

出版时间:2017-5-5

装帧:平装

isbn:9787111564188

本书是一本面向电商运营经理的实操方法手册。

这本书的作者曾是资深的电商运营经理，拥有丰富的电商运营实操经验，他通过电商运营经验的总结以及实践案例的分析，

用通俗的语言对电商运营工作进行了分解和阐释，  
以期帮助初中级电商运营经理更好地完成运营工作。

作者介绍：

袁野，曾在阿里巴巴集团天猫商城担任资深行业运营经理，后到美的担任电商运营主管，负责整个电商渠道的销售与管理；再到上海驰尊电子商务公司担任副总经理，作为合伙人之一经营网络旗舰店；目前在网易严选担任渠道运营经理，负责电商渠道的规划和运营工作。在整个电商运营链路不断摸索过程中，总结出高效的运营方法，合理的组织运营管理，模块化的运营工具，均写于此书之中。

目录:序

第一章 电子商务本质

一、电子商务与互联网时代

(一) 什么是电子商务运营

(二) 互联网网站运营vs.电子商务运营

(三) 传统企业运营vs.电子商务运营

(四) 电子商务运营vs.互联网运营vs.传统企业运营

二、电子商务是互联网流量变现的正确方式

(一) 互联网流量变现的3种方式

(二) 电商营业收入更具想象力

(三) 电商运营是用户体验提升的直接发起者

三、电子商务的拐点

第二章 电子商务运营的内在逻辑

一、电子商务为什么要靠运营

二、电商运营要围绕电商的本质——零售

三、电商运营要做零售分析

(一) “零售流”的构成

(二) “零售流”的内容

(三) 电商运营怎样做好零售分析——人、货、场

四、电商运营成功的标准

五、电子商务运营场景分解

六、电商运营分场景工作重点解析

(一) 品牌商运营工作重点解析

(二) 电商平台运营工作重点解析

(三) 网上店铺运营工作重点解析

七、优秀电商运营经理的一天

(一) 优秀品牌商电商运营经理的一天

(二) 优秀电商平台运营经理的一天 (以天猫平台为例)

(三) 优秀网店运营经理的一天

第三章 电子商务数据化运营实战

一、电商运营的核心——数据化运营

二、数据化运营的经典思路

(一) 分解思路

(二) 追踪思路

(三) 结合思路

(四) 对比思路

(五) 节点思路

(六) 锚点思路

(七) 行为标记思路

三、数据化运营全景图——为了最后的成交额

四、数据化运营实战1：怎样提升优先级最高的数据因子——转化率

(一)转化率是什么？为什么优先级最高？

(二)提升转化率实战第一部分——提升静默转化率

(三)提升转化率实战第二部分——提升询单转化率

五、数据化运营实战2：怎样有效提升流量

(一)什么是流量

(二)流量的数据化分解——四象限分解法

(三)站内免费流量——网店运营最重要的流量来源

(四)站内付费流量

(五)站外流量引导

六、数据化运营实战3：客单价——零售产品最后的品牌升华

(一)定价策略

(二)搭配套餐

(三)导购员引导

七、决定流量引导效率关键——广告图片设计技巧

(一)营销角度看高点击率广告图片的3要素

(二)设计的三要素：版式，配色，文案

第四章 电商运营经典案例——双11如何成功

一、双11成功因素分析——人、货、场

(一)人

(二)货

(三)场

二、双11奇迹背后的努力——天猫运营团队如何筹备及原版方案

(一)天猫运营团队筹备双11的过程

(二)双11原版策划方案分享

三、双11商家运营环节筹备实操

(一)品牌商运营双11筹备工作解析

(二)跟上节奏——双11分时间节点工作重点

四、怎样打一场漂亮的双11战役——双11全时段工作分解

第五章 电商总监晋级之路——完全知识结构和组织管理实践

一、熟悉规则，走遍天下

二、数据指标，看懂会用

三、勤于记录，善于总结

四、岗位轮换，深入一线

五、减少情绪，解决问题

六、制度管理，共同成长

(一)统一思想

(二)层级管理

(三)建立工作标准化流程

(四)运营管理组织实践

七、阿里巴巴的运营管理

(一)关于KPI

(二)关于带人

(三)关于职业素养

(四)关于处事态度

· · · · · (收起)

[电商有道运营有法](#) [下载链接1](#)

标签

电商运营

运营

电商

电子商务

数据分析

数据化运营

产品经理

互联网

评论

产品经理也可以看看，了解运营的工作内容，感想是产品和运营工作是有重叠的，看了一些启发，还需要再消化一下，多读几本运营类的书。

---

请问作者想入门电商的小白适合看么？我是看你在知乎上的回答过来的，那边发了运营从零基础开始到运营总监的知识框架很详细，并且说书里都囊括了所有知识点，但我在目录上好像没有看到很基础的入门知识，比如一些基本概念和规则知识等，怎么回事？望解答疑惑，谢谢！

---

内容可以减半。。。

---

适合有一定运营基础的人，很本质，很有启发性

用户和电商，是互联网行业永远绕不过的弯。电商运营入门必读书，全面而到位，适合各行业人士看，让你对现代营销理论升华，开阔眼界。

额，比较浅。

不是电商人，依然从中获得大量富有洞见思想，并且对于我当下的工作具有触类旁通、举一反三的重要作用，推荐。

对于入门还不错 挺系统的

备课

还是ok的，至少我看到我不懂的知识点

前面大部分都是乾貨，要真的實踐了才知道，知行合一最難。最後一部分講「心治」很好，工作更多的意義是在於成長和跟他人一同成長，了。一直希望可以找到一群志同道合的夥伴做出一份事業，大家都能在其中獲得成長，也算一種理想主義吧。：）

方向和细节都融合的不错 顺手还可以和现有的任务做结合

我是作者。之前在豆瓣只找过房子，终于能厚脸皮推荐下自己的书。承诺不雇佣水军，就是想告诉大家，这真的是诚意之作。

商家运营讲得比较多，电商平台的运营部门没太展开。阿里真的是中国电商的黄埔军校。

没有太太用处。。。可以作为入门，随便翻翻就好

非常不错的入门书！但是想要做好运营还是需要每个方面的书都得读的！

一次线下沙龙被作者“洗脑”，果断买书来看。想了解电商全链路，本书是一个不错的入口。推荐~

电商真是个“内行看门道，外行看热闹”的行业，运营起来太复杂了。

如果想浪费时间，那么就翻开首页去挥霍时间吧~~

内容配不上书名，就是把一些通识白水一样讲一遍。

[电商有道运营有法 下载链接1](#)

## 书评

用户新增难做，维护老用户，增加复购现在显得越来越重要，下面4中策略可以有效提升复购率

- ①搭建合理的会员体系：常见的做法如会员等级体系、会员尊享活动、积分换购、会员成长体系等等。
- ②商品拥有权和消费权分离：最有效的用户忠诚就是质押，为用户有东西在你手里，又为了避...

1. 书的很多内容过于详细，所以感觉是不是有点啰嗦？

2.书中的几个表格非常有用。比如用人的那个表格，把人分成不同的层级，各个层级需要什么能力，对应多少工资，等等写的非常清楚。这样就让员工目标很清晰，知道怎么达到想要的层级。3.作者在多家知名公司认识过，所以写出来...

---

---

花了几个小时全览本书，从内容来看属电商运营入门工具书，运营内容较为宽泛不够深入，只建议入门人群（0-1年工作经验）观看，举个例子，本书在说流量这一块的时候，只是告诉读者天猫平台有哪些流量渠道，而我们在实际运营中每个阶段能够获取到的流量都是不同的，另外虽然流量渠...

---

[电商有道运营有法 下载链接1](#)