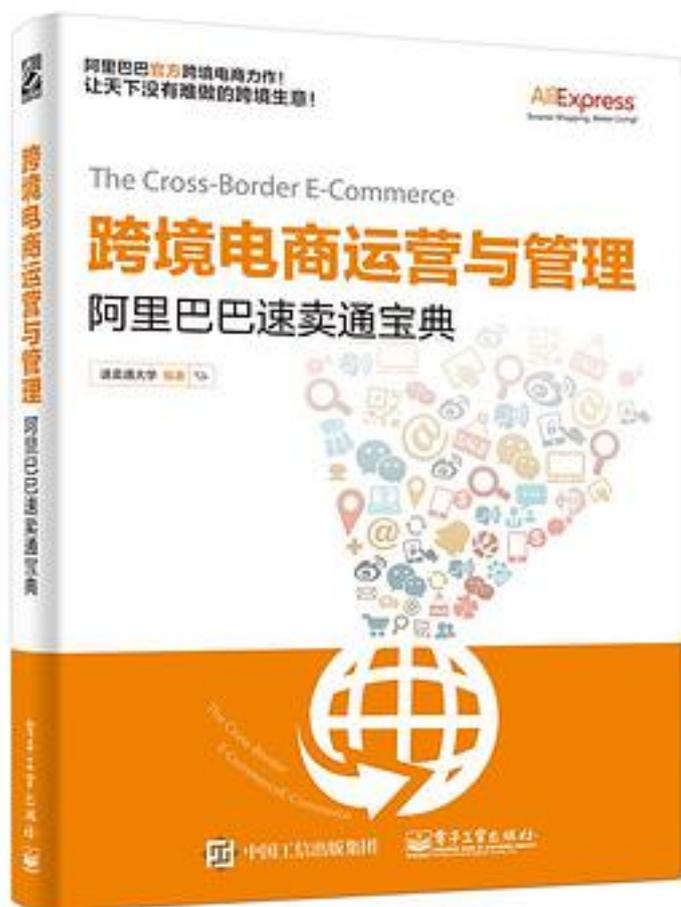


跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典



[跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典 下载链接1](#)

著者:速卖通大学

出版者:电子工业出版社

出版时间:2017-10-1

装帧:平装

isbn:9787121325823

“阿里巴巴速卖通宝典”系列自2015年陆续出版以来，累计销量已近20万册，受到了跨境电商从业者、高等院校师生的高度好评。此次“阿里巴巴速卖通宝典”是在2016年1月出版的第二版基础上的升级和补充，新增了《跨境电商SNS

营销与商机》、《跨境电商视觉呈现》和《跨境电商运营与管理》3种图书。

《跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典》从“跨境电商运营”这一课题所要探讨的四大要素——产品策略、营销策略、服务质量运维、财务体系入手，探讨了跨境电商“运营”概念的“内涵”与“外延”，进而从产品线与品牌的打造到营销策略的制定，从服务质量运维体系的建立到最终抽离出所有数据，形成客观且直观的财务报表，最终形成“跨境电商运营”的一个完整闭环。

在《跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典》的最后，当“跨境电商运营”这一课题从内涵到外延已趋完整，我们即可抽离出“人”这一运营全流程中最核心的要素，针对人的组织与管理进行深入探究。在《跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典》的最后一章中，我们将从团队分工设计入手，结合跨境电商运营全流程的操作思路，从岗位设置、考核评定及团队建设的变革等方面来探讨跨境电商团队的组织与管理之道。

希望在阅读《跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典》的过程中，读者可以和我们一道为跨境电商运营与管理之路做出更多的思考。

作者简介：

速卖通大学简介

全球速卖通（www.aliexpress.com）于2010年4月成立，是阿里巴巴集团旗下唯一面向全球市场的跨境零售平台，现已成长为中国知名跨境出口B2C平台。全球速卖通致力于帮助中国制造实现“品牌出海”，并希望在未来5~10年的时间里服务全球10亿名消费者。

全球速卖通交易覆盖220多个国家和地区（全面覆盖一带一路沿线国家），拥有18个国家语言站点；2017年4月10日，全球速卖通的海外成交买家已突破1亿人。AliExpress APP在全球40多个国家和地区应用市场的Shopping榜单中排名第一。

速卖通大学成立于2011年6月，为广大卖家提供优质课程、培训，切实帮助卖家提升能力。针对跨境交易各个环节及课题提供线上点播、线上直播、移动端课程近300门；在全国多个城市依托当地培训机构提供“鑫起点”“鑫动力”“鑫品类”“鑫视野”和“超级运营”等多种线下培训课程；组织编写并出版跨境电商的相关书籍；与各级政府、各类商会合作进行跨境电商培训。

目录：第1章 跨境电商运营与管理概述1

1.1 当我们谈论运营时，我们在谈论什么

1.1.1 “跨境电商运营”的内涵和外延

1.1.2 “跨境电商运营”的四大要素

1.2 全书概览与构架

第2章 跨境电商消费需求及购买行为分析7

2.1 跨境电商消费需求及购买行为概述

2.2 跨境电商消费需求分析

2.2.1 消费需求

2.2.2 马斯洛需求层次理论

2.3 跨境电商购买行为分析

2.3.1 影响因素

2.3.2 购买动机的分类

2.3.3 购买行为分析的基本框架

2.4 速卖通TOP5交易国跨境电商消费需求

- 2.4.1 俄罗斯
- 2.4.2 美国
- 2.4.3 西班牙
- 2.4.4 法国
- 2.4.5 英国

第3章 跨境电商运营的计划与控制36

3.1 运营计划

- 3.1.1 时间+销售额+团队规模
- 3.1.2 时间+盈利额+团队规模
- 3.1.3 团队各部门发展雏形
- 3.1.4 资金配套计划
- 3.1.5 服务供应商配套计划

3.2 计划执行

- 3.2.1 计划谁去执行
- 3.2.2 如何考核计划执行
- 3.2.3 备选执行方案

3.3 团队运维控制

- 3.3.1 团队没人怎么办
- 3.3.2 团队没钱怎么办
- 3.3.3 店铺没流量怎么办
- 3.3.4 店铺推广怎么办
- 3.3.5 店铺服务怎么办
- 3.3.6 突发新问题怎么办

第4章 跨境电商产品策略52

4.1 跨境电商初期选品

4.2 跨境电商中期产品线建立

- 4.2.1 产品上架
- 4.2.2 站内流量
- 4.2.3 平台流量
- 4.2.4 站外流量

4.3 跨境电商品牌长期培养

第5章 跨境电商营销策略73

5.1 站内营销工具使用策略

- 5.1.1 限时限量折扣
- 5.1.2 全店铺打折
- 5.1.3 店铺满立减
- 5.1.4 优惠券

5.2 直通车营销

- 5.2.1 快捷推广计划
- 5.2.2 重点推广计划

5.3 联盟营销

- 5.3.1 联盟营销简介
- 5.3.2 联盟营销使用规则

5.4 平台活动推广策略

- 5.4.1 平台举办一场活动的维度
- 5.4.2 平台活动的终端化
- 5.4.3 平台活动介绍

5.5 SNS等站外营销

- 5.5.1 各大站外营销渠道介绍
- 5.5.2 如何建立与粉丝（客户）的互动
- 5.5.3 如何宣扬潮流信息
- 5.5.4 如何让粉丝认知店长

第6章 跨境电商服务质量运维策略96

6.1 跨境电商物流体系构建

- 6.1.1 国际物流对跨境电商的重要意义
- 6.1.2 国际物流的特点
- 6.1.3 国际物流渠道种类及优/劣势对比
- 6.1.4 线上线下发货对比
- 6.1.5 国际物流选用原则
- 6.1.6 运费模板制作
- 6.2 客户服务规范与体系
 - 6.2.1 跨境电商客服体系的构建
 - 6.2.2 客服工作目标
 - 6.2.3 平台规则与卖家服务等级
 - 6.2.4 纠纷原因及解决方案
- 6.3 包装设计与开箱体验
 - 6.3.1 包装设计
 - 6.3.2 开箱体验
- 第7章 跨境电商财务体系建设策略143
 - 7.1 财务数据的记录与来源
 - 7.1.1 跨境电商产品销售的预算方法
 - 7.1.2 数据记录的基本思路
 - 7.1.3 数据记录的基础方法
 - 7.1.4 速卖通平台财务数据下载与整理
 - 7.1.5 通过ERP系统实现财务数据的准确记录与整理
 - 7.2 财务数据的整理与分析
 - 7.2.1 销售与毛利核算表整理与分析
 - 7.2.2 费用明细表整理与分析
 - 7.2.3 固定资产折旧表整理与分析
 - 7.2.4 待摊费用明细表整理与分析
 - 7.2.5 汇总的损益表整理与分析
 - 7.2.6 销售及库存报表整理与分析
 - 7.3 小结
- 第8章 跨境电商团队管理184
 - 8.1 读懂跨境电商团队管理
 - 8.1.1 客服岗位设置与规划
 - 8.1.2 岗位职责界定与招聘
 - 8.1.3 团队培训与考核定岗
 - 8.1.4 团队管理
 - 8.1.5 团队建设与管理变革和创新
 - 8.1.6 跨境电商客服人才需求趋势预测与思考
 - 8.1.7 小结
 - 8.2 管理者的修炼
 - 8.2.1 选人——招聘优秀的电商人才
 - 8.2.2 育人——培养企业的人才梯队
 - 8.3 管理的团队文化
 - 8.3.1 军队文化
 - 8.3.2 学校文化
 - 8.3.3 家庭文化
 - 8.4 团队管理
 - 8.4.1 心态管理
 - 8.4.2 时间管理
 - 8.4.3 目标管理
 - 8.4.4 沟通管理
 - 8.4.5 会议管理
 - 8.4.6 90后新生代员工管理
 - 8.5 管理工具
 - 8.5.1 订单类工具

- 8.5.2 物流类工具
- 8.5.3 商品类工具的作用
- 8.5.4 营销类工具
- 8.5.5 图片类工具
- 8.5.6 ERP工具
- 8.5.7 店铺装修工具
- • • • • [\(收起\)](#)

[跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典_下载链接1](#)

标签

电子商务

速卖通

评论

还是挺有意思的，看得出作者是非常有经验的跨境电商老兵。学到了一些行业心得，需要再认真记录消化一下。

一会儿看完系列

[跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典_下载链接1](#)

书评

[跨境电商运营与管理——阿里巴巴速卖通宝典_下载链接1](#)