

# 互联网时代下新媒体电商运营的创业途径



# 目录

## Contents

---

### 第一章

学生应该有的成长经历

### 第二章

个人经验分享

### 第三章

什么是新媒体运营?

### 第四章

为什么选择新媒体电商运营

### 第五章

如何做好新媒体电商运营

### 第六章

新媒体电商运营案例分析

### 第七章

思路总结+学习渠道分享



# 1. 学生该有成长经历

成功不是将来才有的，而是从决定去做的那一刻起，持续累积而成。

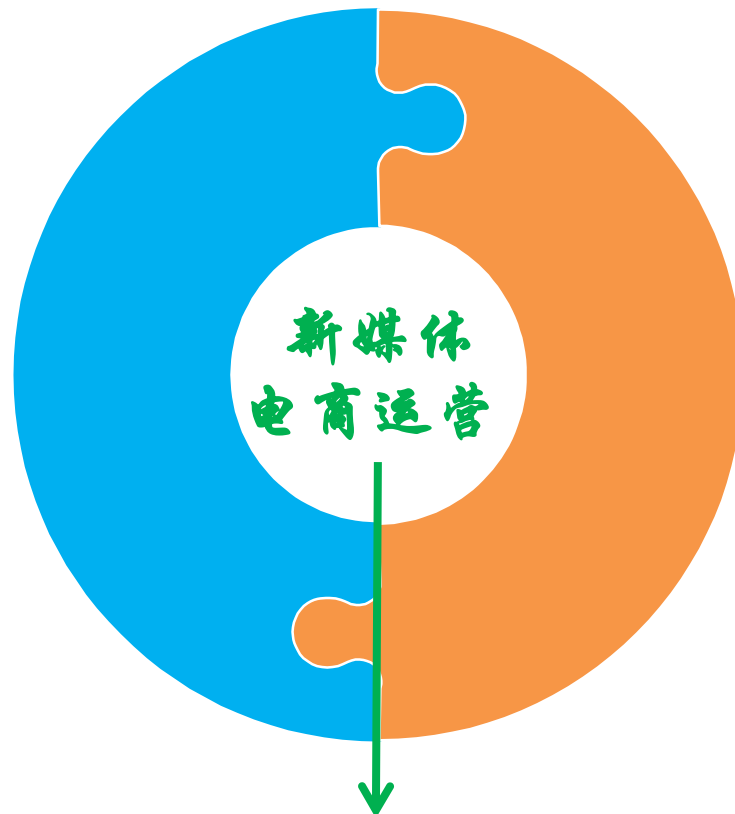
## 2. 个人经历分享

想做就去做！创造条件 and 机会去做！  
创业不是多么伟大的工程，而是在  
你有想法动起来的那一刻开始，你  
就已经成功

# 3. 什么是新媒体运营?

制造内容  
创造流量  
产生传播

新媒体



电商

获取流量  
产生订单  
获得利润

利用内容传播创造流量+产品（服务）产生销量



# 4. 为什么选择新媒体电商运营?

运营是通过拉新、留存、促活，分析产品数据、用户数据、开展各类活动来维持产品生命力和活力的一项工作。”实质就是：“帮公司挣钱”

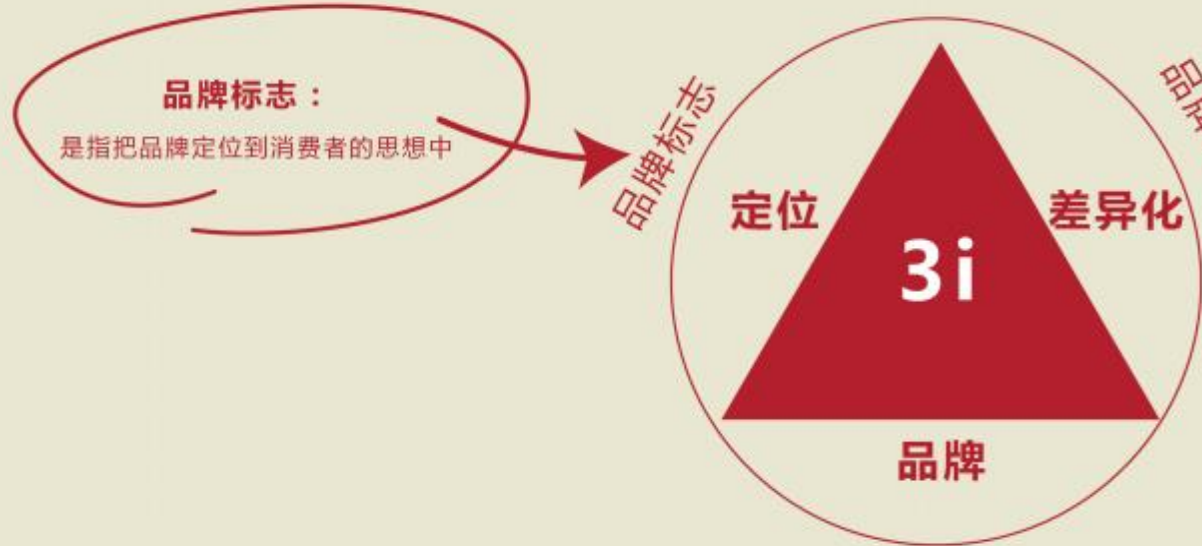
- 1) 掌握一手动态资讯
- 2) 积攒自己的用户流量
- 3) 创造个人价值

# 5. 如何做好新媒体电商运营?

新媒体  
电商运营  
不简单



## 营销3.0模型



**品牌标志：**  
是指把品牌定位到消费者的思想中

**品牌道德：**

是指营销者必须满足在品牌定位和差异化过程中提出的主张同时决定着企业能否实现承诺，能否让消费者信任自己的品牌，其目标是要获得消费者的精神认同

▲ 在营销3.0中，营销者应把品牌同时定位到消费者的思想和精神中去，这样才能打动他们的内心。定位可以引发对购买决策的理性思考，品牌需要真正的差异化来吸引精神、确认决策，最终再思想和精神两方面的作用下，内心便会引导消费者采取行动，做出购买决定。

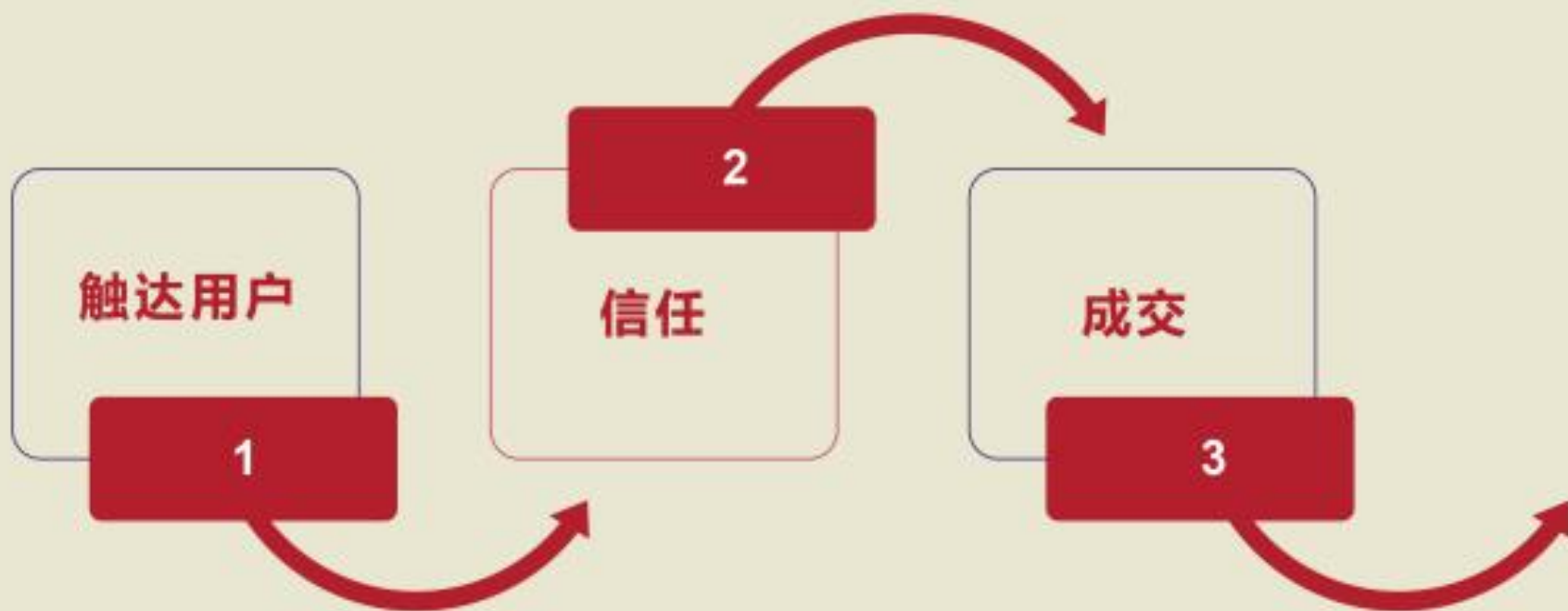
**品牌形象：**是指和消费者行程强烈的情感共鸣



1

3.0时代下移动互联网品牌打造

## — 成交逻辑



2

3.0时代下移动互联网品牌打造

## 二 漏斗原理

人人自媒体  
广告投放策略

媒体

互动

场景

内容

漏斗本身即容器，而目前的  
功端最好用的容器是微信。

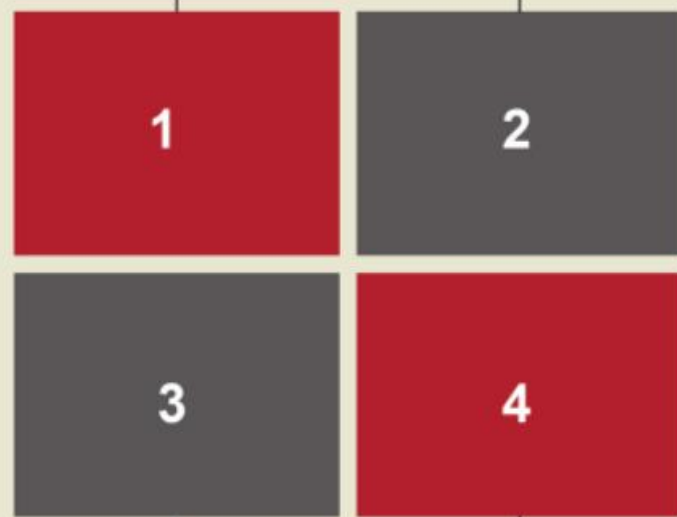
3

3.0时代下移动互联网品牌打造

## 三 移动互联网品牌打造核心理念

品牌要具备差异化价值

产品要有媒体属性



足够低的成本触达用户

超用户预期

# 6. 案例分析——康新牧业微信端品牌打造

投票活动

拼团活动

多商品活动

助力拼图

朋友的券

每天摇一摇

奔跑吧兄弟

小贩快跑

新品发布

扫码领红包

.....

互  
动  
营  
销

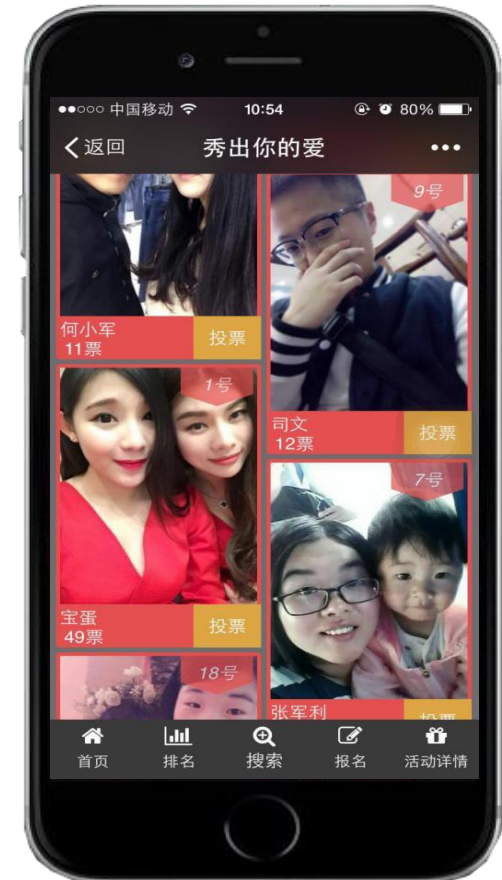
脑洞大开





# 投票活动

用户参与邀请好友投票，超强的传播能力；参与投票的用户转化参赛用户，用户参与邀请好友投票，超强的传播能力；参与投票的用户转化参赛用户，裂变快；低门槛的奖品引流入店；差异化奖品带动二次消费，可以设置强制关注。裂变快；低门槛的奖品引流入店；差异化奖品带动二次消费，可以设置强制关注。



# 拼图活动

商家可以自由组合商品做团购，用户可以参团购买商品，团的人数凑齐了，可以按优惠价进行购买，没有组成的团队金额全部退款。



# 朋友的券

朋友的优惠券可以通过分享相互使用；通过朋友的券活动，让商户发出来的卡券在领取后能够在微信好友之间进行裂变式传播，相互分享，让更多的人参与消费。



# 小贩快跑

扮演小贩形象的躲避游戏。

限定的时间来进行游戏，通过躲避与7相关的数字，游戏简单有趣。

考验用户的反应能力，游戏刺激令人着迷，可分享朋友圈进行比拼。

我们规定在500米之上的玩家可以获得相应的奖品。







# Thank you

---

