

我们未来 6 个月的主要学习目标：掌握跨境电商的运营要点，运营独立站品牌

以下说明每个学习节点需要的时间，和需要完成的目标

目标和节点 - 调研

产品商调

Weeks 1 - 2

目标：

- 完成产品在当地市场的竞争情况报告
- 产品的销售渠道和挖掘出产品的市场机会

学习要点：

- **竞争报告**：对主要竞争对手的综合分析，包括优劣势分析，市场策略分析
- **竞争同行网站分析**：分析同行网站的用户体验，内容，搜索引擎友好度，外链和社交媒体表现
- **销售渠道调研**：分析产品的线上销售渠道，如 Google，Facebook，Tiktok 等流量渠道的销售潜力

目标和节点 - 策略

策略调研

Week 3 - 6

目标：

- 确定公司的营销路线，品牌和产品的定位
- 完成对目标受众的调研，了解他们的心理和行为特征
- 建立社交媒体平台运营路线
- 建立内容体系，用于支撑未来的内容营销落地
- 建立线上营销渠道体系，和规划各渠道的运营策略

学习要点：

- **品牌**：确定品牌的使命，独特购买主张，品牌介绍及其他宣传文案
- **产品**：确定上线的产品，确定基本的产品参数
- **受众调研**：从受众的年龄性别定位，到心理和行为特征的分析
- **关键词**：分析重点关键词和长尾关键词的竞争度和排名机会，对关键词进行整理和分类，筛选出最合适的关键词
- **线上流量渠道策略**：根据品牌，产品，受众的综合分析，确定线上流量的获取渠道，和获取的策略规划
- **社媒内容策略**：为达成目标，社交媒体内容细节的规划和策略
- **内容营销策略**：规划未来工作的内容日历，以创建目标受众感兴趣的内容
- **物流策略和收款策略**

目标和节点 - 运营准备

产品详情准备

Week 7 - 9

目标：

- 确定产品的文案
- 确定产品的图片素材
- 产品的系列和类目划分
- 产品的配件或周边产品
- 产品的使用手册
- 产品的快速问答
- 产品卖点的展示

学习和准备：

- **产品文案表**：根据关键词和产品的卖点，完成产品文案的整理，包括产品的命名，产品SKU，产品描述，关键词
- **产品分类表**：确定产品的类目，系列，标签，并为其分配相应的产品
- **产品图片和视频素材包**：提供现有的产品宣传素材，为产品上传至网站做准备
- **产品说明手册**：收集整理产品的说明和使用，这些信息对于品牌本身和客户的用户体验非常重要
- **产品卖点提炼表**：产品卖点的提炼，用于产品和视频的拍摄指导

目标和节点 - 独立站搭建

网站建设

Week 1 - 10

目标：

- 网站的用户体验符合目标受众的期望
- 网站的整体布局和风格符合品牌的价值定位
- 完成网站的电商功能
- 熟练独立站后台的操作
- 网站上线并完成域名的绑定

工作：

- **手机端适应**：网站的界面对手机端的访客是友好的
- **网站结构**：严格按照网站站内结构的最优化策略，设计网站结构
- **网站基础设置**：第三方分析代码，营销插件的安装，及其他基础设置
- **网站产品上传**：完成所选产品的上传
- **网站其他内容的上传**：如 privacy，about us，contact us 页面的内容上传

目标和节点 - 策略实施

推广和运营 - Fb/Ins

Month 3

学习目标：

- 如何增加 Ins 的粉丝量
- Hashtag 的使用
- Ins 的网红营销
- 如何追踪和分析来自 Fb/Ins 的流量
- 视频和图片的编辑
- 基础广告的投放

推广和运营 - Tiktok

Month 4

学习目标：

- TK 品牌账号的创建
- Hashtag 的使用
- TK 的网红带货
- TK 自然流量引流
- 带货视频发布
- 基础广告的投放

推广和运营 - Email

Month 5

学习目标：

- 邮件营销活动
- 邮件营销信息流
- 扩大邮件营销列表
- 营销用户分组
- 邮件营销数据报告
- 如何提高邮件转化

推广和运营 - SEO

Month 6

学习目标：

- 站内 SEO 优化
- 站外 SEO 优化
- 技术 SEO 优化
- 针对电商的 SEO
- 分析来自 SEO 的流量

推广和运营 - Google ads 和私域流量

Month 6

学习目标：

- 谷歌广告的创建和应用
- 谷歌购物广告设置
- 谷歌广告的自我审查
- 私域社群营销搭建