

B2C网站运营缺一不可的六大核心电子商务师考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/644/2021_2022_B2C_E7_BD_91_E7_AB_99_E8_c40_644972.htm 对于B2C网站，我们需要“运营”，但对于运营的理解，我们似乎很简单，不就是更新产品、核查库存、管理供应商、跟进客户、处理订单、管理物流等等吗？但这是运营的全部吗？难道每个B2C网站做的运营工作都一样吗？带着这个疑问小励深入的考虑一下，得出了这个结论，所谓运营应该有二个层面，刚才所说的都属于第一个层面的运营，而更深层面的运营则是要通过运营打造出B2C网站的核心竞争力。什么是B2C网站的核心竞争力？小励认为具体表现在下面六个方面：1.价格：在B2C网站上的外在表现是价格低，内在要素则是你必需具有成本上的绝对优势。所以如何降低成本是网站运营的第一要务。这里的成本不仅仅表现在拿货价格上(经销价格、OEM外包、自建工厂)同时也表现在人工服务成本和配流配送成本、还有库储的成本。记住：在当前的B2C网购市场上，价格对购买的影响因素达到50%以上。2.促销组合：你对市场的把握能力怎么样？你对消费者的购物心理了解多少？在这基础之上，你所设计的主题活动、折扣、优惠、积分、返还、加价购、满就送等，会对顾客有多少的刺激？对销售有多少的拉动？小励认为促销活动的更深层次的意义决不是在于当天买出去多少，而是在于有多少顾客享受到了，并利于他们满意度来帮你做口碑宣传。这类核心竞争力表现在我们对商业、市场、顾客的感觉和把握。传统零售公司比拼的就是这个能力。本文来源:百考试题网 3.服务：感觉。服务方面的优势讲究的是感

觉。不用管价格，促销。感觉对了就好。服务的及时性、周到性、以及下次购买时你是否记得TA，这些都非常关键。对于B2C网站，服务还包括你的页面的设计、你的购买流程的设计、你的UI和UE表现。就像小励，买书只去卓越，不去当当，而论单一本书，卓越的价格都高于当当。服务这项核心竞争力的本意就是想尽一切办法让顾客建立起在你的网站上的购买习惯。www.Examda.CoM考试就到百考试题

4.到达：

如何将你的网站以最方便最快捷的方式展现在顾客的面前？在传统领域，我们通过地面店来实现，国美和苏宁的店加起来有3000家了，在互联网上，具体表现就是我们如何做推广，让顾客看到的机率越大，我们的赢面越大。我们除了需要在目标顾客出没的地方做推广，很多具有商业先知的公司会自行打造一个推广平台来突现和保持这方面的核心竞争力。如阿里妈妈和好耶。来源：考试大的美女编辑们

5.技术：

表面上来看，好像技术不重要，现在成熟的网站搭建技术很多。无非是网页设计的漂亮点、产品表现3D点，但这个与网站运营并不是有太直接的关系(你怎么看待百度贴吧？它可以用最原始的页面和技术运营出最高的人气)，在这里小励强调的是对数据运营的分析 and 挖掘技术。如何做顾客的交叉行为分析，通过分析结果给顾客推荐所需要的产品。现在国际上最强的就是亚马逊，国内的卓越正在往这个方面不断的加强。

百考试题论坛 6.需求：

发现需求、创造需求，这才是运营中最玄妙的核心竞争力。没有，你做的只能到优秀，要是有了，就算你前面的5项做的很一般，也能很轻松的做到卓越！设想一下，你如果能够知道下一季度什么东西会好买，你还会做的差吗？举个实际的例子，现在全国卖的最好的产品是什

么？呵呵，是进口化妆品，原因呢，当然是因为金融危机问题。在金融危机的影响下，产生了女性“口红”效应，教会女性的钱如何花钱，如何更省钱，因此女性对化妆品的消费能力不仅没有减弱，反而有上升的趋势，像法诺斯代购网，就是利用金融危机，对女性消费群体的理性影响下，提倡教会女性以更省的成本买最好品质的化妆品，从而从优秀走向卓越。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com