

新經濟市場崛起 不可不知的中國電商代運營

■ 文 / 編輯部

王明山

出生：1971年

學歷：台灣明志工專(台塑王永慶所成立的一流技職學校)、美國北阿拉巴馬大學商學院

經歷：宏碁電腦集團業務主管、天揚資訊公司APP開發主管

現職：淘金信息科技江蘇有限公司、台灣淘金信息科技總經理

擅長電腦軟硬體系統整合、系統軟體專案設計、開發銷售工作與電子商務，涉獵中國市場已有10餘年，同時也是淘金時代的合夥人。



8月由現代物流所舉辦的“時尚品供應鏈高峰論壇”在上海舉辦，我們很榮幸的邀請到台灣淘金時代負責人 王明山總經理，來為我們做一場專題演講，演講內容豐富，讓要發展電子商務的人，有著深深的感觸，我們在台灣專訪了王明山總經理，深入說明企業的商品要如何能在電商平台中銷售。

- 我是連鎖流通企業，有很多連鎖零售門店，品牌知名度很高，家喻戶曉，我也設立了一個銷售網站，但，為什麼網民都不進入我們的網站？銷售成績很差？
- 我是生產商，我沒有知名度，我也到淘寶網開了一家店，但生意很差，都沒人來買，怎

麼辦？

- 我是廠商，我在淘寶網開店，要導流量，要做廣告促銷，都要花好多錢，在網上賣東西競爭大，沒利潤，值得嗎？

想進入電商領域的人，都有這樣的疑問？電商市場巨大，無國界，但如何才能做的好呢？帶著這樣的疑問，我們專程在台灣向電商代運營專家討教。王明山總經理的周遭朋友都是從事電商行業，對電商的感受，比誰都強，合夥人都來自淘寶網，看著成千上萬人的起起落落，飛黃騰達，煙消雲滅，總結出電商的成功之道。

2014年中國電商的關鍵字“電商代運營”，隨著中國網購超速成長，「電商代運營」服務順勢崛起，讓希望進入電商的企業，能夠安全有效地開展網上銷售業務。

「電商代運營」公司需具備品牌、商品、營銷、客服、供應鏈等全方面的專業能力，才能幫助企業進入中國包括淘寶、天貓、京東、蘇寧、亞馬遜…等電商平台。淘金時代，成立時間雖然將近4年，有12個分公司據點，專業團隊達800多人，不但是2013年中國唯一同時獲得「天貓淘拍檔評選金牌商」及「京東鑽石京東幫」肯定的服務團隊，更是第一個接受央視專訪的電子商務服務商，2013年間成功協助客戶創造出網上銷售人民幣八億多元（2014年上半年已達去年目標，今年預估將達20億元人民幣）的銷售成績。目前，淘金時代也是唯一在臺灣建置服務團隊的電商代運營公司，為協助台灣企業進軍中國電商市場，扮演重要的推手角色。

體系統整合、系統軟體專案設計與開發銷售工作，涉獵中國市場已有10餘年，同時也是淘金時代的合夥人。他觀察到台灣許多企業，對中國的網購消費市場及消費習性並不了解，產生產品定位及消費者溝通的落差。因此決定回台灣成立「台灣淘金」，希望協助企業突破各種難關，迅速搶進中國市場，進而建立品牌。他率領淘金時代團隊於今年三月，在台灣北中南部舉辦台灣商品進入大陸電商發展的說明會，場場客滿，他信心滿滿的說：「我要讓台灣的商品在中國大陸建立電商銷售通路，讓兩岸人民都能夠享受到台灣優秀的商品，讓兩岸企業都能賺錢獲利！」

王明山表示，真正懂行業，又懂電商銷售的人才，即使在中國也是鳳毛麟爪，大多數的企業不容易招聘到真正有實力的電商人才，所以電商代運營才會順勢興起。雖然目前據統計至少有1500家以上的電商代運營公司，但品質良莠不齊，真正能幫助企業客戶的屈指可數。王明山認為，一家真正專業的電商代運營公司，至少要符合以下條件：第一、連續獲獎、具有信譽的金牌商；第二、能同時提供不同電商平台服務；第三、有自主的系統軟體開發能力，能提供電商大數據供企業客戶決策之用；第四、具備教育培訓能力，能自主替企業客戶培訓電商人才；第五、分公司要多，客服人員要有行業專業知識。中國的行業發展，是區域性的計畫經濟，所以中國行業人才有區域分布的特性。不太可能有人同時精通多個行業，王明山語重心長的說：「用台灣客服來服務中國的消費者，雖然語言能通，但文化差異下，光是溝通理解都成問題」。

2013年度钻石京东帮



数据来源：<http://sale.jd.com/act/0UunyKwfbp58.html>

天猫2013下半年度运营服务类淘拍档评选



数据来源：<http://fw.tmall.com/?spm=a1z1g.2177293.0.0.sSci1N>

找對夥伴成功一半

台灣資深科技人王明山，擅長電腦軟硬

謀略規畫品牌力即是競爭力

預計在2015年，中國整體網購市場規模

將超過人民幣35,000億元(約新台幣16兆元)，但只有不超過10%的企業，真正有賺到錢。王明山認為，在決定投入中國市場前，需要認真思考二件事：第一、確認自家商品在中國市場是否具有競爭力；第二、確認經營主軸究竟僅以銷售商品為主，還是先建立品牌，再累積銷售數字。「沒有謀略規畫也沒有打算建立品牌的企業，千萬別到中國」，王明山有感而發地說：若一開始就缺乏品牌經營觀念，不僅無法建立知名度，往後還得面對不熟悉的通路規則、行銷廣告、金流機制及售後客服等問題。如果企業將經營主軸只設定以銷售商品為主，那就等著商品被不肖業者仿冒侵權，甚至被低價傾銷。王明山指出：「商品有其生命周期影響，唯有品牌才能延續企業的價值，建立品牌力即是創造競爭力」。

當然淘金時代也在不停的自我提升，創造淘金時代的品牌價值。王明山說：「淘金時代不斷的自我激勵，尋求成為中國電商市場代運營服務的第一品牌」。

1 市場規劃 對行業現狀，發展趨勢，競爭對手分析定位規劃	2 品牌定位 店鋪定位，產品定位 消費群體定位，品牌定位	3 電商人才培訓 專業電商企業人才培養 已成功培養專才5000人
4 店鋪代運營 天貓、京東、亞馬遜、蘇寧易購等各平台專業運營	5 產品拍攝 專業攝影基地，高級攝影師 精心拍攝	6 店鋪裝修設計 180名資深美工 (首頁美工，內頁美工)
7 店鋪推廣營運 各平台店鋪營運指導 運營策劃	8 店鋪活動策劃 幫您策劃店鋪推廣活動 讓您步步領先	9 客服外包 7(天)*15(小時) 在線客服，客服專家團

微博 微博營銷解決方案- 微博全方位託管服務

官方微博通	運營託管	增值體系
官方微博開通	粉絲+關注管理	微博定向廣告投放
實名認證	微博內容策劃製作	微訪談
升級企業版	微博客服	微直播
建立微矩陣	官微裝修設計	
	微博活動策劃執行	
	企業輿情監控與處理	
	微博運營報告	

移動APP 移動APP的解決方案 - 移動APP全方位服務

APP開發製作	運營服務	推廣服務
IOS 版本	交付與培訓	二維碼下載
安卓版本	版本升級	應用商店發布
HTML5 版本	後台數據報表	活動推廣策劃執行
後台開發	硬件平台支持	效果廣告投放
行業個性化工具	系統環境支持	
	實施指導	

微信 微信營銷解決方案- 微信全方位託管服務

基礎服務	營銷服務	增值服務
企業微信註冊認證	粉絲+關注管理	應用接口開發
生成二維碼	微信活動策劃	內部業務系統接入
內容製作推送	微信客服	行業內應用系統接入
回覆互動	微信LBS 推送	
粉絲分組管理	微信運營報告	

電商人才培育

一個好的電商經營者，不是公司有幾位懂商品的人、懂IT設計的人，就能做好電商，而是要找到一個專門懂電商的運營的人，才能做好電商。其中以人才培養最為重要，淘金時代成立了電商人才培養的商學院，對外招收有興趣從事電商產業的人加以培訓，商學院課程採用自主研发的電子商務實訓體系：職業素養、專業學習、就業指導三大板塊。

實訓流程以電子商務操作平台為基礎，以真實項目為素材，與高校的電子商務、平面設計、市場行銷等等專業課程體系對應、互補。整套課程突出“體驗式教學”，輔助“軍事化”管理，充分發揮專業指導師、培訓督導、軍事教官的作用，體現出受訓學生與企業的無縫對接，實現普通學生到電子商務專業人才的轉變。課程如下：

課程類別	課程編號	課程名稱	學時		
			合計	理論	實訓
公共課	TJ-CT01	淘寶從業心態和工作狀態	4	4	0
	TJ-PC01	電子商務概論	4	4	0
	TJ-PC02	行業知識(家紡、服裝服飾等)	20	16	4
	TJ-PC03	了解網絡零售	4	4	0
	TJ-PC04	網店工具的使用	8	4	4
淘寶美工	TJ-PC05	網絡零售平台規則	8	8	0
	TJ-AD01	網店視覺營銷	80	40	40
	TJ-AD02	圖片處理技巧	80	40	40
	TJ-AD03	促銷廣告設計	112	40	82
	TJ-AD04	內頁細節設計	80	20	60
淘寶推廣	TJ-AD05	店鋪Logo設計	80	20	60
	TJ-DP01	營銷資源介紹	80	40	40
	TJ-DP02	直通車理論與實戰	120	40	80
	TJ-DP03	店鋪後台操作指南	120	20	100
淘寶客服	TJ-DP04	如何做品牌化營銷	112	40	72
	TJ-CS01	售前的知識儲備	40	40	0
	TJ-CS02	流程培訓和準備工作	40	24	16
	TJ-CS03	客戶接待與溝通	160	40	120
	TJ-CS04	交易糾紛的處理	160	40	120
	TJ-CS05	客戶關係管理	32	8	24

如何做好電商

作為賣家而言，自建平台之路不可行，如何利用平台搭建自己的網銷管道：通俗地說：不要把雞蛋放到一個籃子裡。

如何做好電商：電商成功與否在：80% 產品結構。託管經驗告訴我們。在電商上想要取得成功，產品結構分層很重要。

遵循271原則：

- 至少要有2個活動款產品，用它報活動，引流。
- 要有7款利潤款，通過他們獲取利潤
- 至少要有1款爆款產品（未來打造一個爆款群）
- 其中的2、7、1不是指具體數字，指的是比例。

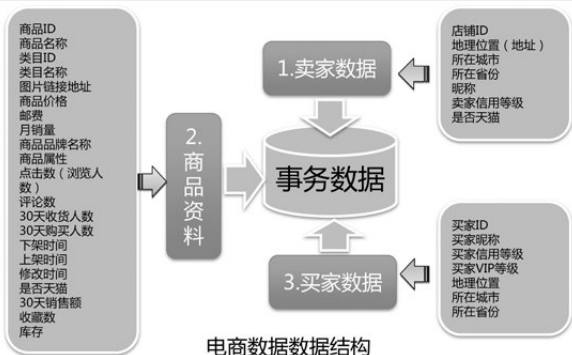
電商在運營策畫上，必須掌握電商數據實時分析，透過視覺設計、商品攝影等建立品牌知名度，做好客服，當然商品質量要好，價錢合理。



任何打造爆款的商家均會提前就給產品做好爆款的方案，以按方案執行的方式來完成最終爆款的成功打造。爆款有兩種區別：一種是專用來引流量的，也就是專門來做活動，並且往往價格低，是屬於不掙錢的產品；另一種是專門用來打造主推爆款的產品，此類產品往往在初期上架時會以預售（往往是低於原價+限時折扣）的方式進行，然後按離發貨時間為截點，來按天逐步恢復原價，而當達到一個銷售值後並很難再低價出售，當然此需要根據店鋪整體戰略來決定的。在產品庫存上，如果是預售的產品將要明確清楚到貨週期，以及顏色的齊全，還有上架時間。

以後是否要參加電商平臺的銷售活動：如果是為今後參加活動做準備的產品，在距離申報活動之前就得把價格恢復。針對產品找出的賣點來設計出文案：得根據賣點策劃出好的文案，然後美工按文案修圖，包括圖片的拍

运营策划：电商数据实时分析



攝等。主推產品的描述頁面：寶貝描述頁面要有關聯產品或活動宣傳圖（如果活動力度夠大，可以最上面放活動圖）、模特圖、產品圖、細節圖、流行趨勢分析、功能/特點介紹（賣點）、產品材質介紹、詳細的尺寸/尺碼表、產品品質介紹和承諾、包裝介紹以及公司實力，最後再放上搭配的套餐。與相關部門溝通打造專供產品：需要跨部門溝通問題，如修圖、拍攝、推廣以及產品協調。瞭解好店鋪的資料：需要瞭解店鋪的平常流量以及轉化率（平時），這對打造成專供產品將會起到至關重要的作用，可以根據轉化率算出推廣後所產生的訂單和主推款的效果。例如：2000的店鋪流量，按轉化率1%來算，店鋪整體要有20訂單，而主推此款包必須達到總訂單25%，也就是5個。



資訊在握 數據資料行銷王道

想要順利打進中國網購電子商務市場，瞭解商品定價策略、品牌定位、區域特性與消費者行為分析，是相當重要的課題。不同地區的消費習性，亦牽動商品銷路與行銷策略，例如，巧克力在上海銷路極佳，但東北人卻比較喜愛糕點類食品，所以台灣的鳳梨酥便能成功打進東北市場。又如在中國的電商平臺包括淘寶、天貓…等均提供消



費者點評機制，一般而言台灣的消費者多習慣正面回應(好的回應或不回應)，但中國消費者卻會依自己的感受給予評價，一旦商家評價落到平均水準之下，便難再獲消費者信任。因此該如何處理「差評」（台灣稱「負評」），對缺乏經驗的台灣企業來說相當吃力，淘金時代除了協助企業解決上述問題外，還能扮演「策略長」的角色。王明山發揮累積二十年的電腦軟硬體系統整合與開發功力，讓淘金時代領先其他競爭者，獨家發展出電商大數據資料庫，提供客戶透明化的銷售、流量等分析情報數據，讓企業主能獨立分析市場趨勢，精準掌握競爭品牌的定位與售價，且能透視中國各區域的消費行為，知己知彼，才能百戰百勝。

王明山說：「淘金時代在中國各分公司的高階主管們，全都來自阿里巴巴集團，他們都是中國電商第一流的人才」，有了淘金時代的協助，讓企業把時間花在建立品牌價值，不要再浪費資源盲目投產，製造出一大堆庫存，為地球製造更多負擔。

阿里巴巴集團董事局主席馬雲常說自己具有螞蟻精神，然而螞蟻要如何擊倒巨人？王明山點明：「要改變策略！」因此台灣業者不應再單打獨鬥，若想用一己之力擊倒巨人，其成功機會極為渺小。其實台灣廠商的商品創新力與服務能力比中國企業更具市場優勢，只要找對方法，並與對的夥伴合作，就能共創成功網購電子商務之路，一起在網路世界裡淘金。