《电商数据分析与数据化营销》

一、摘抄

电子商务是一个充满魅力、不断演化扩张的新世界。随着消费者购买力的增强、社交媒体用户的激增、信息基础设施和技术的不断进步，过去20余年中国电子商务经历了从“工具”（点）、“渠道”（线）、“基础设施”（面）到“电商经济体”不断扩展和深化的发展阶段，并取得了举世瞩目的成就。根据商务部的数据，2018年全国网上零售额突破9万亿元，对社会消费品零售总额增长的贡献率达到45.2%，直接或间接带动就业超过4000万人，毋庸置疑，电子商务已成为中国经济社会转型发展的重要行业。

以互联网技术为核心的电子商务是一个发展迅速、创新层出不穷的行业。新技术变革、新模式涌现、新市场创造带来了巨大的商业机会和无穷的想象空间。从技术的角度来看，大数据、云计算、人工智能、虚拟现实等技术的快速发展，为电子商务创造了丰富的应用场景；而新技术的应用催生营销模式不断创新，从而驱动新一轮电子商务产业创新。以创新 O2O、新零售为典型的新商业模式应运而生，数据驱动、网络协同、客户体验等成为电子商务2.0时代的核心要素，智能商业时代俨然已经开启。从区域的角度来看，各大电商争夺的“主战场”已悄然从一二线城市延伸到三四线城市，从国内市场逐渐向东南亚、非洲、中东等新兴电商市场转移，县域电商、跨境电商成为新的风口。诚然，这些新变化发生的同时，对覆盖全球经济的电商生态体系各类参与方也提出了更高的要求。

其中，最为突出的是电商人才如何支撑匹配行业发展的问题，这个问题已经成为各地发展电子商务的瓶颈。从需求端来看，电商行业发展相对落后地区的电商转型都面临着电子商务人才严重匮乏的窘境。在校电子商务专业的学生虽然掌握了一定的电子商务理论知识，但在实际操作和应用层面并无足够的解决问题的实际能力。而从业人员在实践当中积累的知识往往过于零散化和片段化，缺乏系统性和前瞻性，限制了其能力的进一步提升。从供给端来看，国内现有电商相关专业学生及电商从业者的学习内容难以与时俱进，以工业时代理念、模式、机制和体制培养人才的一整套传统的教育体系，也越来越不能适应新经济时代下对人才的巨大且崭新的知识要求。

阿里巴巴商学院对创新创业型电子商务人才培养的探索与实践从未停止，教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会在过去的数年中更是开展了大量有意义的工作，在电商人才培养的总体目标、专业素质构成、培训体系设置、产教融合拓展等方面提出了诸多宝贵建议。本人作为教育部高等学校电子商务类专业教学指导委员会的一员，参与和见证了国内电子商务人才培养的改革与创新，深知要在互联网发展日新月异的情境下保持相应电子商务知识内容体系的先进性是一个非常艰巨的挑战。

打一个比方，有4个男孩同时喜欢1个女孩，A男孩认为追求女孩，只要殷勤就可以了，所以他每周给女孩送一束花，每天都给女孩打电话；B男孩认为，物质基础最重要，所以他每天开着豪车接送女孩，跟女孩介绍家里有几家公司、几套豪宅；C男孩工作非常努力，空余时间不是在锻炼身体，就是邀请女孩跟他一起做公益活动；D男孩只是偶尔跟女孩联系，但是他在社交平台上经常显示自己的工作成绩得到肯定、设计方案获奖等内容。

大家觉得哪个男孩更容易得到女孩的芳心呢？有关于营销的书籍会把这4种行为分别定义为：A是推销，B是促销，C是营销，D是品牌。你可能觉得C和D的模式似乎更高级、胜算更大，其实不然，在现实生活中，每一种模式都可以找到成功的案例，因为每个女孩都是不同的，甚至一个女孩在人生的不同阶段对感情的诉求也是不同的，男孩在适当的时间，以适当的方式出现，往往比刻意使用方法更重要。男孩要想更快地获取女孩的芳心，首先就要考虑她现在需要什么、在意什么，你做什么会让她怦然心动，这才是正确的方法，而有人认为这种方法就是真正意义上的营销。

2008年美国营销协会对营销的定义为：“营销是一种组织职能和一套流程，用来对顾客创造、沟通和交付价值，以及以有益于组织和利益相关者的方式管理顾客关系。”其中，“营销是一种组织职能和一套流程”这里强调的是如何决策，如何形成科学的决策；“用来对顾客创造、沟通和交付价值”这里强调的是能给顾客带来什么价值，如何让有效的内容可以触达顾客并让顾客认可；“以有益于组织和利益相关者的方式管理顾客关系”这里强调的是建立有益且持久的客户关系，也就是说，希望顾客能够认可产品和服务，能够再次为产品和服务付费，甚至积极主动地去宣传产品。

二、心得

中国自加入WTO以后逐渐成为了世界工厂，在经历飞速发展的这十年，得天独厚的生产要素优势让我们在跨境电商发展道路上扮演着着举足轻重的角色。

本书主要对时下热门的速卖通/亚马逊/eBay/WISH四个平台进行了介绍，涵盖了做跨境电商的整个流程，从选品到运营，上架，物流到结汇，也从另一个视角下反应了这一庞大的生态圈以及其催生的服务业：刷单、专利申请、商标注册、外汇中介等，非常适合跨境电商初学者阅读，了解。