电子商务:

主要利用Internet从事商务或活动。电子商务是在技术、经济高度发达的现代社会里，掌握信息技术和商务规则的人，系统化地运用电子工具，高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。这个分析突出了电子商务的前提、中心、重点、目的和标准，指出它应达到的水平和效果，它是对电子商务更严格和体现时代要求的定义，它从系统的观点出发，强调人在系统中的中心地位，将环境与人、人与工具、人与劳动对象有机地联系起来，用系统的目标、系统的组成来定义电子商务，从而使它具有生产力的性质

定位:企业——消费者的应用系统(B to C)

整体定位: 在价格战的同时，是否加入淘宝和京东两大电商平台也成为家电电商不得不做的一道选择题

客户定位:

产品定位:

产品卖点:

特点以及主要功能:

1. 网上订购
2. 网上支付
3. 电子账户
4. 服务传递
5. 交易管理
6. 广告宣传

基础体验::

视觉体验: VI，UI，宝贝描述- .致性，banner， 产品图片(实物，模特)

互动体验:活动用户参与度，用户对品牌的概念，用户之间互动讨论

功能体验:导航，搜索，个性化推荐

功能体验:导航，搜索，个性化推荐

售后体验:处理退换货，处理投诉，顾客关系维护

服务体验:客服的语言表达，客服的引导购物

数据:

网站数据: IP、PV、平均浏览页数、在线时间、访问深度比率、访问时间比率。

运营数据:

* + 1. 总订单、有效订单、订单有效率、总销售额、客单价、毛利润、毛利率、下单转化率、付款转化率、退货率;
    2. 每日数据-每周-每月-每季-每年度数据:

用户分析:

1:会员复购率

2:转化率

流量来源分析

关注转化率，还有像浏览页 数丶在线时间，访问深度等

增加直通车转化率:

自然流量的优化:

安全:

长期以来，基于开放性网络的电子商务，由于电子线路的可窃听性、电子信息的可复制性以及互联网软、硬件存在的一-些缺陷，致使.黑客攻击、病毒侵害、网上欺骗、网. 上盗窃等非法现象时有发生，加之人们的安全防范意识还比较淡薄，电子商务的安全性(包括信息的

保密性，完整性，有效性，不可抵赖性，交易身份的真实性)受到质疑，大大降低了大众对电子商务的信赖程度，阻碍了电子商务的快速发展。

安全对策: 对策:电子商务的安全问题包括(在线动态的)交易活动和(非在. 线静态的)商务信息的安全问题。为提高两方面的安全可靠性，信息技术研究机构和应用开发商应本着利国利民、勇于创新的原则，研究和创新提高电子商务安全性的新技术和新措施。

隐私权保护问题:

6隐私权的保护问题一 -电子商务发展中的主体权益保障问题因互联网固有的开放性特性和现有网络安全技术的局限性，电子商务主体的隐私权得不到可靠的保证，侵权事件屡有发生。

对策:必须加大研发力度，提高网络安全技术水平和电子商务系统的安全技术水平，才能切实保护公众在电子商务活动中的隐私权不受侵犯，增强电子商务主体的信心。