

教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书
财经商贸类职业培训用书

网络营销岗位实训

沈 煜 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

www

教育部职业教育与成人教育司推荐教材配套用书
财经商贸类职业培训用书

网络营销岗位实训

沈 煜 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是职业教育财经商贸类专业培训用书。全书以电子商务应用为依托,按照网络营销岗位实际工作要求,以基于真实的电子商务实训平台——北京财贸职业学院财贸商城(<http://www.caimall.com>)为操作环境,通过网络开店经营、案例分析、分组讨论等多种形式,帮助学生熟悉和了解网络营销岗位的操作规程,掌握网络营销岗位所需的基本技能。

全书分为市场调研与创业计划、网店建议与页面设计、供应商引进与商品管理、促销活动策划、网络宣传推广、支付方式与配送方式、客户服务与订单处理 7 个方面共 25 个单元训练。

本书配有实训教学光盘,主要包括西单 igo5 电子商务实训教学系统(教学版演示)、相关背景知识等。

本书既可作为中职、高职财经商贸类专业学生实训之用,也可作为在职商贸人员培训之用;可单独使用,也可与模拟公司综合实训系列教材配套使用。本书还可作为学生就业与创业教育以及下岗职工再就业的实训教材。

图书在版编目(CIP)数据

网络营销岗位实训/沈煜主编. —北京:高等教育出版社,2007.7

ISBN 978-7-04-021104-7

I. 网… II. 沈… III. 电子商务-市场营销学-专业学校-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 078313 号

策划编辑 陈伟清 责任编辑 刘 荣 封面设计 张 志 责任绘图 宗小梅
版式设计 张 岚 责任校对 刘 莉 责任印制 宋克学

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京地质印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 6.5
字 数 150 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2007 年 7 月第 1 版
印 次 2007 年 7 月第 1 次印刷
定 价 17.20 元(含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 21104-00

序

随着市场经济的不断发展,商业更加发达,流通业更加活跃。现代商业已从传统买卖业形态朝着连锁化、规模化、人本化、网络化方向发展,成为 21 世纪最有发展前景的行业之一。大力发展我国现代商业,需要培育数以千万计的适应现代市场经济发展要求的新商人。

目前,我国正在大力发展职业教育,从多途径、多层次培养现代商业从业人员。在人才培养模式上,北京财贸职业学院构建的专项技能训练、商业岗位体验、岗位综合模拟、校外顶岗实习四位一体的实践教学体系,体现了职业能力递进式培养过程,促进了能力培养层次不断上升,是系统培养学生商业职业能力和职业素养的有效模式。该学院创建了“大学生商业一条街”,面向财经商贸类专业开设了商业岗位体验系列课程,包括店长岗位、营业员岗位、收银员岗位和网络营销岗位体验,根据财经商贸类专业学生应具备的共同能力要求,无差异地顶岗体验商业经营管理活动。这些课程是学生到企业工作岗前的实战演练,实现了卖场与课堂两结合、工作与服务同进行的教学目的。学生在真实的市场环境中,面对真实的顾客,开展岗位体验。在全新的开放式课堂中,培养具有财贸学生基本特征的应用能力及未来从事商业管理的能力,培养具有服务意识、诚信品格的职业素养,为尽快适应就业要求和岗位需要奠定了坚实的基础。

为适应商业从业人员在岗培训、财经商贸类专业职业教育开设“零售商业岗位技能训练”课程的需要,北京财贸职业学院和北京西单友谊集团等单位在多年实践教学的基础上,组织编写了商业岗位实训系列教材。按照关键岗位群的技能要求,系列教材分为《店长岗位实训》、《营业员岗位实训》、《收银员岗位实训》和《网络营销岗位实训》四册。每册包括该岗位的主要训练内容,每项训练又分为实训目的、实训内容、实训环境、岗位职责、业务流程、服务规范,尽可能地反映各岗位应具备的职业能力和职业素养。

《店长岗位实训》以“当好商店的店长”为出发点,按照店长一天和一个周期的实际工作要求,设计了 28 个训练,便于学生进行店长岗位业务和管理能力训练,主要包括:店长卖场一天的活动、商品布局与陈列、组织促销活动、商品盘点、服务管理和管理制度建设等训练。

《营业员岗位实训》以“当好营业员”为出发点,按照营业员岗位职业标准和实际工作要求,设计了 23 个训练,便于学生进行营业员岗位业务训练,主要包括:营业员职业素质、服务礼仪、沟通、营业前操作、迎接顾客、商品介绍、处理顾客异议、商品成交和商品盘点等训练。

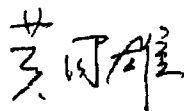
《收银员岗位实训》以“当好收银员”为出发点,按照收银员岗位实际工作要求,以收银系统为平台,设计了 26 个训练,便于学生进行收银员岗位业务训练,主要包括:收银员职业素质、收银机操作、营业前收银准备工作、营业中收银结账工作和营业后收银作业等训练。

《网络营销岗位实训》以电子商务应用为主线,按照网络营销岗位实际工作要求,基于真实的电子商务实训平台,设计了 25 个训练,通过网络开店经营、案例分析、分组讨论等多种形式,帮助学生熟悉和了解网络营销岗位的操作规程,掌握网络营销岗位所需的基本技能。其主要内容包括:市场调研与创业计划、网店建设与页面设计、供应商引进与商品管理、促销活动策划、网络宣传推广、支付方式与配送方式、客户服务与订单处理等训练。

该系列实训教材的主要特点:一是训练内容真实,通过构建真实或仿真的环境,设置真实的职业岗位,按实际工作业务操作流程,分工协作,进行卖场经营业务处理,有效地培养学生的职业岗位综合能力。二是结构体系新颖,根据相关职业标准、实际工作要求和实训教学的基本规律,按照训练目的、训练内容、训练场景、训练资料、训练步骤、训练指导、训练时间、考核标准的顺序组织教材结构体系。三是实训模式独特,将实际卖场工作过程与项目教学法、任务驱动式教学法、案例教学法有机结合,形成了以就业为导向的“职业岗位训练模式”。应用这种模式,首先设计任务,进行合理分组和分岗并确定岗位职责,通过“角色扮演”和“协同工作”等方式进行综合训练,按照规定的流程达到岗位要求,有效地调动学生的学习积极性。四是学习资源丰富,配备了体系比较完整、内容比较丰富、形式比较新颖的教学资源,包括实训大纲、实训教材、案例、教学光盘、网络资源及计算机软件。其中教学光盘主要包括实训现场实录、业务操作指导和相关知识内容等。

本套教材适合作为各类职业院校财经商贸类专业学生实训用书,也可作为商业从业人员在职培训或转岗就业培训用书。

中国人民大学教授、博士生导师
中华人民共和国商务部特聘专家
北京市政府商业顾问
中国商业经济学会副会长



前 言

在经济全球化和全球信息化迅速发展的今天,电子商务以不受地域、时间限制,成本低,效率高、方便、快捷的特点,受到越来越多的企业和用户的欢迎。越来越多的传统企业逐步加入到电子商务的行列中来,在其传统业务之外设立网络营销岗位,通过互联网开展销售和服务。传统企业的网络营销业务逐渐成为传统销售渠道之外的另一条重要销售和品牌推广渠道。这一发展趋势给电子商务人才提供了一个更广阔的发展空间。

网络营销岗位是一个新兴的岗位群,除要求从业人员具备销售知识和技能外,还需要具备网络推广、网络促销、客户服务等多方面的能力。为了使职业教育能够培养出企业需要的实用网络营销人才,我们依据国家劳动和社会保障部电子商务师职业标准中有关网络营销的部分内容,按照网络营销岗位的实际操作流程和工作要求,结合基于西单 igo5 网站等北京电子商务协会会员单位多年电子商务网站运营经验开发而成的电子商务实训平台系统编写这本《网络营销岗位实训》教材。

本书以传统行业真实、成熟的电子商务应用为依托,参照电子商务企业网络营销岗位真实的业务流程而设计,从网络营销岗位实际工作要求出发,通过网络开店经营、案例分析、分组讨论等多种形式,帮助学生熟悉和了解网络营销岗位的操作规程,掌握网络营销岗位所需的基本技能。

本书根据实训教学的基本规律,采用项目教学法,按照训练目的、训练内容(或训练场景)、训练资料、训练步骤、训练指导、训练时间、考核标准的顺序组织教材结构体系。

本书由沈煜任主编,张琳任副主编。北京西单友谊集团西单 igo5 网站 CEO 林亚审阅了本书,并提出了很多宝贵意见。本书在编写过程中,得到了北京电子商务协会、北京财贸职业学院、北京西单友谊集团西单 igo5 网站的大力支持,在此一并表示感谢。

电子商务行业发展迅速,加之编者水平有限、时间仓促,教材中难免存在疏漏和不妥之处,敬请广大读者批评指正。

本书为商业岗位实训系列教材之一,与本书同时出版的还有《店长岗位实训》、《营业员岗位实训》、《收银员岗位实训》。本系列教材力求兼顾零售商业不同岗位的需求,希望通过此系列教材能够补充财经商贸类专业教学与企业需求之间的落差,使财贸毕业生能够掌握实际作业知识,迅速适应企业要求,获得企业肯定。本系列教材总主编由王茹芹、周宏担任,系列教材开发成员有孙万军、杨蕊、商和功、崔玉华、陈凌、沈煜等。

编 者

2007 年 3 月

目 录

1 网络营销岗位实训概述	1	训练 13 商品质量监控	45
1.1 网络营销岗位概述	1	训练 14 商品信息管理	46
1.2 网络营销岗位实训目的	3	训练 15 网店首页商品展示推荐	49
1.3 网络营销岗位实训内容	3		
1.4 网络营销岗位实训环境	4	5 促销活动策划	51
1.5 网络营销岗位作业流程与规范	8	5.1 促销活动的表现形式	51
		5.2 促销方案的策划	52
2 市场调研与创业计划	13	训练 16 网络促销常用的表现形式	52
2.1 市场调研	13	训练 17 促销策略及策划方案的撰写	54
2.2 创业计划与分析	13		
训练 1 设计市场调研计划书	14	6 网络宣传推广	59
训练 2 设计市场调研问卷	16	6.1 网站推广的目标	59
训练 3 撰写市场调研报告	17	6.2 网络推广常见形式	60
训练 4 撰写创业计划书	19	训练 18 制定网站推广目标	61
训练 5 创业计划展示	20	训练 19 网络推广常用方法	64
		训练 20 低成本的网络推广技巧	70
3 网店建设与页面设计	21		
3.1 了解网上购物流程	21	7 支付方式与配送方式	74
3.2 注册网店及基本信息维护	22	7.1 B2C 零售常用的支付方式	74
3.3 个性化页面的设计与制作	22	7.2 B2C 网站常用的配送方式	76
训练 6 网上购物流程体验	23	训练 21 支付方式的添加	80
训练 7 网上商店的注册	28	训练 22 EMS 邮件详情单的填写	81
训练 8 网店基本信息维护	30		
训练 9 网店个性化首页设计制作	32	8 客户服务及订单处理	84
训练 10 网店个性化首页的上传	35	8.1 客户服务	84
		8.2 订单处理	88
4 供应商引进与商品管理	38	训练 23 在线客户问答的处理	89
4.1 与供应商谈判的步骤	38	训练 24 客户电话咨询及投诉的处理	92
4.2 商业谈判与沟通技巧	39	训练 25 货到付款与款到发货订单的处理	92
训练 11 供应商洽谈与引进	41		
训练 12 谈判场景模拟	43	参考文献	95

学习目标

- 熟悉网络营销岗位工作内容及岗位职责
- 熟悉网络营销岗位实训目的、实训内容和实训环境
- 了解网络营销岗位作业流程与规范

1.1 网络营销岗位概述

本教材描述的网络营销岗位具有特定的含义,是指在实体卖场的销售体系中,通过互联网开展商品营销活动的岗位群,其组成涉及内容编辑、产品策划、网络推广、商品销售、物流配送、客户服务等多项职能。

从业务流程上来讲,网络营销岗位一般设置在实体卖场的电子商务部、市场营销部或网络销售部,主要承担将实体卖场中的商品通过互联网渠道和企业网站平台进行销售的工作,而商品资源、财务结算等环节也与卖场共享。网络营销岗位只负责中间的销售环节和相应的客户服务,利用各种形式电子商务特有的宣传方式、销售方式和服务手段来进行商品的推广和销售,最终为企业创造经济效益和社会效益。

1.1.1 网络营销岗位工作内容

网络营销岗位群(或实体店铺的网络销售部门)的主要工作内容是通过互联网进行商品销售、市场宣传、客户服务等相关工作。从销售工作的性质来讲,与实体卖场没有本质的区别,只是通过互联网这个无形的虚拟销售场所而非实体卖场进行的(或者说,是通过独立域名而非有实际门牌号的店铺)。

网络营销岗位的工作涉及与网络销售有关的各个环节,主要包括以下几方面内容。

- (1) 网上销售环境的建立(站点或网店的搭建);
- (2) 商品信息、图片信息的加工整理;
- (3) 页面的策划和商品陈列;
- (4) 营销活动的策划和实施;
- (5) 网络宣传推广,扩大知名度,吸引购买者;
- (6) 订单处理和开展客户服务;

(7) 支付与物流配送管理。

1.1.2 网络营销岗位职责

从企业实际运营情况看,网络营销岗位工作内容繁杂,技术含量不一,涉及页面编辑、产品销售、产品策划、市场推广、客户服务、物流管理等多个不同的方面。因此其岗位职责也需要根据相应的工作内容来制定,具体涉及以下主要内容。

1. 内容编辑职责

- (1) 新商品上架;
- (2) 商品图片的加工;
- (3) 添加赠品或系列商品;
- (4) 供货商信息录入和修改;
- (5) 新闻资讯维护;
- (6) 商品分类的维护。

2. 产品销售职责

- (1) 商品信息收集整理;
- (2) 网站频道维护(产品推荐和专题推荐等);
- (3) 解答客户咨询及售前服务;
- (4) 负责产品线促销活动计划和采购计划的制定和实施;
- (5) 库存数量及库存成本控制;
- (6) 供货商的开发和维护。

3. 产品策划职责

- (1) 商品促销专题的策划;
- (2) 节日促销、主题促销、整体促销活动的组织和策划;
- (3) 促销专题页面的审核和监督;
- (4) 会员周刊(促销邮件)的策划和监督发放;
- (5) 页面促销资源的发布和协调;
- (6) 对外合作资源的调配和管理。

4. 市场推广职责

- (1) 以正规网络营销手段提升网站知名度和综合排名;
- (2) 为网站开展的业务制定网上推广方案并负责执行;
- (3) 为网站页面内容建设提供搜索引擎并优化支持;
- (4) 网上广告业务的推广及广告业务的洽谈;
- (5) 客户渠道的拓展;
- (6) 网站专业信息数据的采集;
- (7) 维系企业或网站与客户之间的良好业务关系。

5. 客户服务职责

- (1) 与客户就发货、调货、退货、库存等工作进行及时沟通;
- (2) 订单确认、修改订单状态、订单上流水、订单取消等相关操作;

- (3) 订单的收录、对账、审核等；
- (4) 跟踪库房发货、物流进程、到货时间，掌握客户收货详情；
- (5) 收集、整理、汇总市场信息，分析销售数据；
- (6) 处理客户意见、建议和客户投诉。

6. 物流配送管理职责

- (1) 与配送公司的发货交接；
- (2) 对配送公司配送时限的监督和跟进，并进行有关单据的数据录入；
- (3) 开拓新的分销渠道，整合配送公司的配送运力和价格体系，努力降低配送成本；
- (4) 进行与物流相关的网站配送说明页面的修改和完善以及系统资费调整。

1.2 网络营销岗位实训目的

采用电子商务、网络营销的产品销售方式具有低成本、不受地域限制、传播速度快的特点，已经被越来越多的企业认可并逐渐成为一种商务活动发展趋势，许多传统企业也希望可以通过网络营销的方式拓展销售渠道和服务对象。如何才能帮助传统企业顺利进入互联网并实现网上销售呢？这就需要通过在企业内部设立专门的网络营销岗位，按照网络营销特有的运作模式管理，最终实现网络销售业务的顺利开展。

通过网络营销岗位的实训，可以使实训者对企业网络营销岗位的工作内容和 workflows 有基本的认识和理解，便于实训者按照岗位职责开展各项工作，促进企业尽快树立网络品牌、保证网络销售工作的顺利进行，最终能够将传统的商品资源、服务资源与互联网销售方式有机地结合起来，给企业带来实际收益。

1.3 网络营销岗位实训内容

网络营销岗位的实训内容可以按照工作内容的不同划分为以下几个方面。

1.3.1 市场调研与创业计划

企业网络营销活动的开展需要事先对营销目标市场进行调研和分析，确定项目的整体目标和实施计划。通过本项目的训练，可以使实训者了解如何做项目的前期规划，以及掌握市场调研的方法。

1.3.2 网店建设与页面设计

指导实训者熟悉网上店铺建立的基本过程，掌握网店基础信息维护要点，了解页面设计基本原理，掌握基本的页面制作流程。

1.3.3 供应商引进与商品管理

指导实训者了解供货商引进的步骤和关键点，掌握与供货商谈判的技巧，学习商品质量方面的有关法律法规，掌握网店商品添加的相关操作。

1.3.4 促销活动策划

指导实训者了解网络促销的常用方式及实施要点,了解促销策略制定及促销方案撰写的要点。

1.3.5 网络宣传推广

指导实训者了解如何制定网站宣传推广目标,掌握几种常见的网络推广方法。

1.3.6 支付方式与配送方式

熟悉常用的支付方式(如邮局汇款、银行电汇、货到付款、银行卡在线支付、手机支付、电话支付)的概念和特点,了解邮局包裹、EMS 速递邮件的配送范围、资费标准、禁止寄递的物品范围、包裹封装规定等,熟练掌握邮件详情单的填写规范。

1.3.7 客户服务及订单处理

了解网上销售整个过程中客户服务的基本形式和要点,掌握电话客服中的语言礼仪,了解基本的订单处理流程。

1.4 网络营销岗位实训环境

1.4.1 硬件环境

网络营销岗位主要是通过互联网销售商品,因此不需要建立真实的店面,只需要购置若干台服务器和相关的网络设备搭建网站系统,网站管理者可以通过互联网,管理网站销售和服务的过程,消费者可以通过网络访问、浏览并完成商品交易。

1. 电子商务实训平台系统网络拓扑结构

电子商务实训平台系统网络拓扑结构如图 1-1 所示。

2. 主要硬件设备清单

网站设备:服务器、交换机、防火墙。

实训设备:计算机、针式打印机、电话机。

1.4.2 软件环境

本书涉及的网络营销岗位实训采用一套由北京西单友谊集团设计开发的基于真实环境的电子商务实训平台(西单 igo5 网站)。实训者可以通过该平台提供的管理功能开展网络营销活动。

1. 实训平台的特点

(1) 基于真实环境下的电子商务实训平台,具有真实的商品信息、真实的业务流程、真实的订单提交、真实的支付平台接入、真实的商品交易和真实的网站运营管理。

(2) 电子商务实训平台在西单 igo5 网站成熟的运作模式上进行提炼和加工而成,融入了传统零售业从事电子商务的宝贵经验。

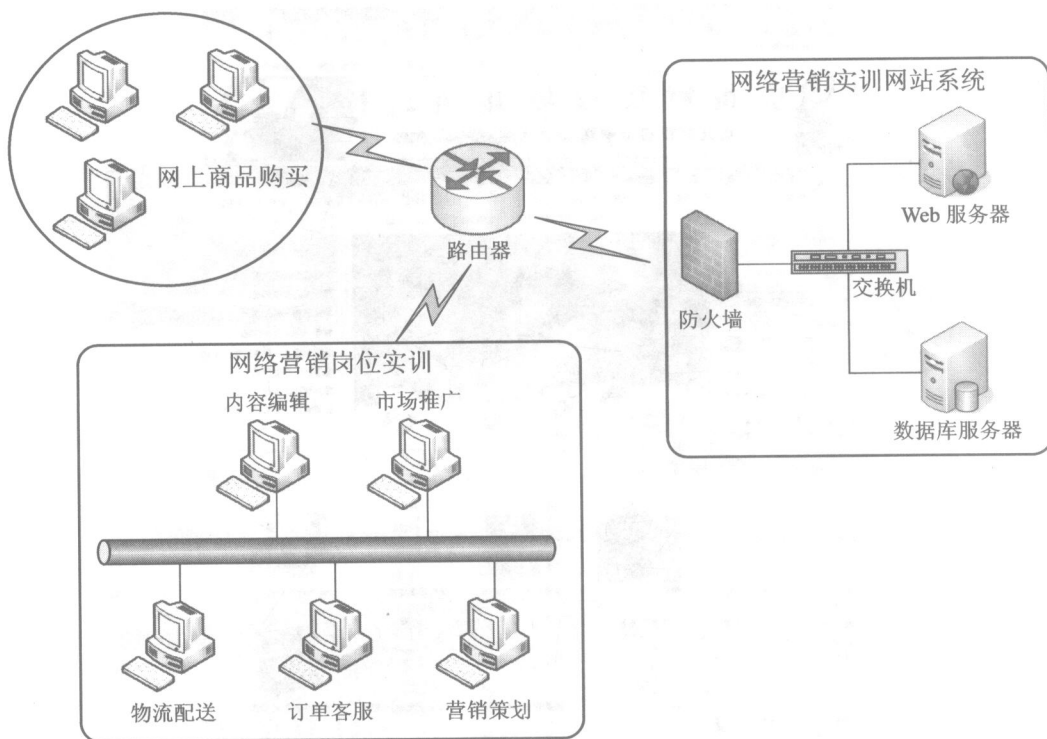


图 1-1 实训系统网络拓扑图

(3) 实训者以开店的形式开展网络营销活动,并可以在一定的周期内持续开展真实的经营活 动,以便体验到真实的电子商务全景。

(4) 项目设置上充分考虑培养实训者的综合素质,以网络经营管理为主线,锻炼实训者开展 创业计划、项目实施、经营推广活动的能 力,最终达到提高实训者就业能力的目标。

2. 电子商务实训平台系统构成

下面以北京西单友谊集团为北京财贸职业学院开发的实训平台——“财贸商城”为例介绍电 子商务实训平台的应用系统构成。

(1) 前台购物系统。前台购物系统提供一个完整的电子商务交易平台,包括平台首页、各个 二级频道页、商品最终页、会员专区、购物流程、帮助中心、搜索引擎、在线支付网关接口等,可以 实现商品搜索、订单提交、在线支付等相关功能。

财贸商城首页如图 1-2 所示。

(2) 店铺管理系统。店铺前台系统为实训者提供店铺模板、商品的页面展示,包括店铺首 页、店铺帮助页面、商品搜索页面、客户评论页面、自制个性化页面等。财贸商城店铺首页如 图 1-3 所示。

店铺后台管理为实训者提供开设店铺的后台管理功能,包括店铺信息管理、商品管理、促销 推广促销管理、客服订单管理、配送支付管理等功能。财贸商城店铺管理页面如图 1-4 所示。

(3) 平台管理系统。平台管理系统是整个电子商务实训平台的管理中枢,提供了维持平台 正常运作所需的相应管理功能。如基础数据管理、权限管理、商品管理、页面推荐管理、订单管



图 1-2 财贸商城首页



图 1-3 店铺首页

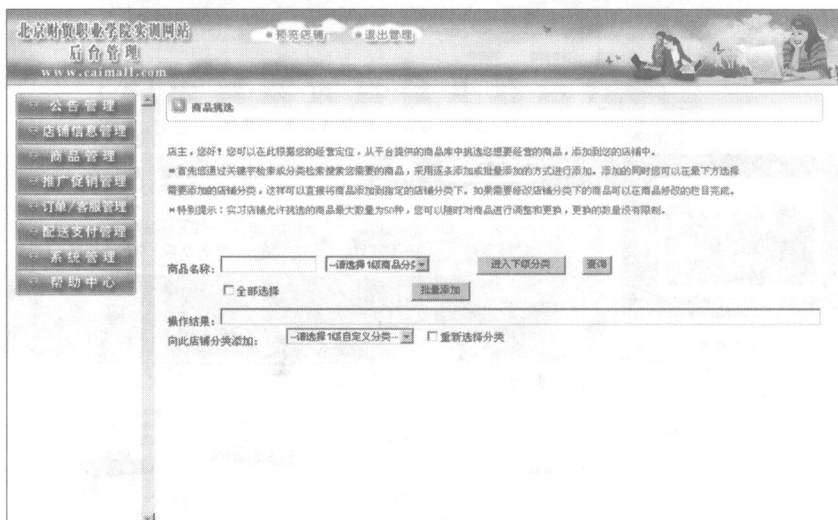


图 1-4 店铺管理页面

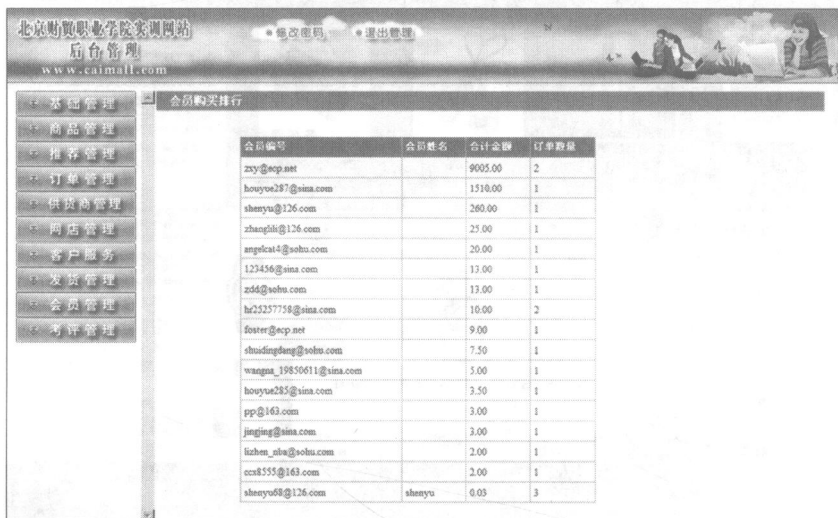


图 1-5 平台管理页面

理、网店管理、供货商管理、实训考评管理等。财贸商城平台管理页面如图 1-5 所示。

(4) 代理及接口程序。维持系统正常运转所需的各种代理程序,如订单同步代理、邮件生成代理、邮件发送代理、页面同步代理等。

1.5 网络营销岗位作业流程与规范

1.5.1 供货商引进流程

供货商的引进需要经过寻找供货商、制定谈判计划、谈判、签约后追踪效果的几个主要阶段。

执行步骤如图 1-6 所示。

1.5.2 商品上架流程

1. 商品上架基本流程

商品上架是重要的销售准备工作,产品经理负责供货商的引进和商品的引进工作,负责填写商品上架单。商品信息的加工整理和上架工作由内容编辑负责完成。其工作流程如图 1-7 所示。

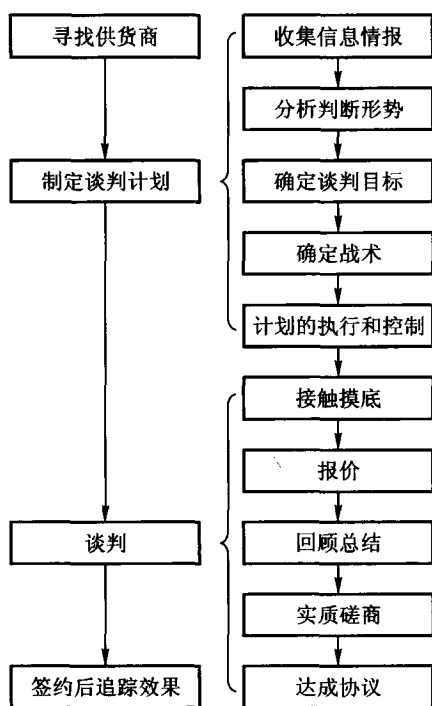


图 1-6 供货商引进流程示意图

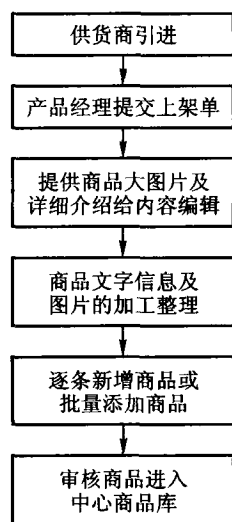


图 1-7 商品上架流程图

注:商品上架单至少应包括的基本信息:商品名称、商品主分类、商品进价、供货价、市场价、商城价、供货商信息等。

2. 商品上架操作规范与标准

(1) 名称:主要由“品牌+型号+类型+颜色”几部分组成,例如“联想 XP100 掌上电脑(银白色)”。正标题名称字数限制在 100 个字符之内。

(2) 品牌:含中英文,例如“爱普生(EPSON)”。

(3) 价格:分进价、供货价、商城价、市场价四种。

(4) 分类:分为主类别和从属类别,从属类别的定义方便于该商品在更多分类中显示。

(5) 规格:通信器材的详细规格有适用机型、颜色、重量、尺寸、适用网络等。通信类标准配置分电池类型、电池容量及充电器类型等参数。

(6) 检索关键字:填写标准按品牌、型号、属性等,之间用全角“;”隔开,例如“联想;XP100;掌上电脑”。此项内容为方便顾客查找相关商品。

(7) 生产厂商:填写该商品生产厂商的标准全称。

(8) 图片:图片分为大中小三种规格。小图标准:宽 100 像素×高 100 像素;中图标准:宽 200×高 200 像素;大图标准:宽 400×高 400 像素(视图片清晰度可适当调整尺寸大小);另外还有商品多角度的图片,按大图的标准定尺寸。为了使图片统一,图片处理后背景一律为白色,没有边框。

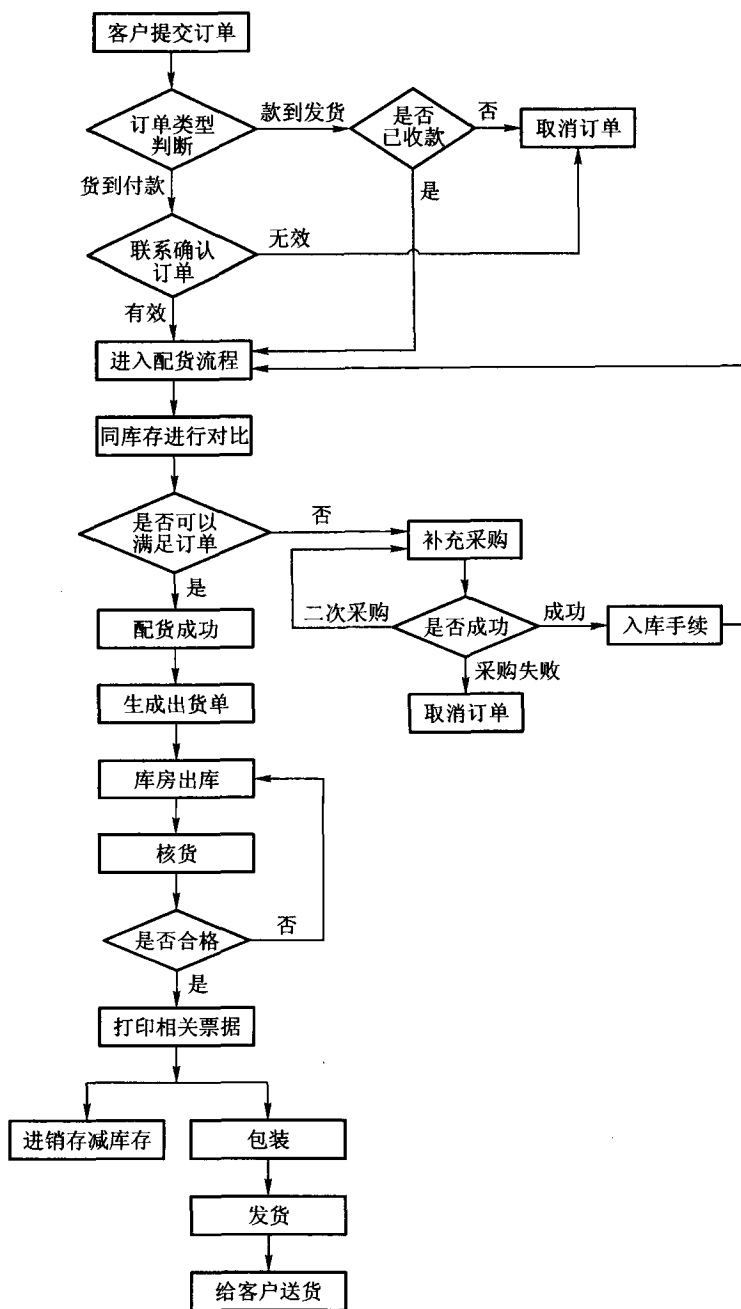


图 1-8 订单处理流程图