

高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材

ECETC | 电子商务从业人员培训考试认证项目指定教材



# 电子商务

## 运营管理

方佳伟◎主编 宋英◎副主编



### 内容系统、知识前沿

全面介绍了电子商务企业运营管理的基本概念、管理技巧以及电商行业实战项目。



### 真实案例、实战演练

结合电商企业“双十一”、团购促销等典型实战案例，为读者讲解电商运营的具体思路和操作方法。



### 丰富的教学资源

配套 PPT 课件、教学素材等教学资源。

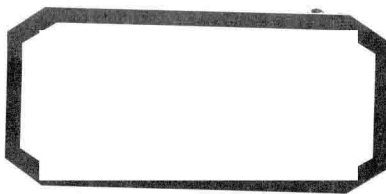


 中国工信出版集团

 人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

高等院校电子商务职业细分化

ECETC | 电子商务从业人



# 电子商务 运营管理

方佳伟◎主编 宋英◎副主编

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目(CIP)数据

电子商务运营管理 / 方佳伟主编. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2016.8  
高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材  
ISBN 978-7-115-42730-4

I. ①电… II. ①方… III. ①电子商务—运营管理—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第137182号

## 内 容 提 要

本书系统讲解了电子商务企业运营管理的知识和实践,包括初识电子商务企业运营和管理、电子商务企业组织架构与职能、多渠道销售和分销管理、客户服务管理、营销推广执行和监管、商业定位及IT支持、电子商务仓储物流,以及电商企业运营中的事件项目管理和紧急事件处理等。本书可以帮助读者全面了解电商企业的运营流程和运营方式。

全书内容系统、知识前沿,案例典型、实战性强,且配有丰富的教学资源。本书不仅可以作为高等院校电子商务、经济管理等相关专业的教材,也可供从事电子商务企业运营相关的从业、创业人员学习和参考。

---

◆ 主 编 方佳伟  
副 主 编 宋 英  
责任编辑 刘 琦  
执行编辑 朱海昀  
责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号  
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
北京鑫正大印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16  
印张: 13.5 2016年8月第1版  
字数: 333千字 2016年8月北京第1次印刷

---

定价: 35.00元

读者服务热线: (010) 81055256 印装质量热线: (010) 81055316  
反盗版热线: (010) 81055315



我国电子商务行业的快速发展以及消费者在线购物的普及,使得越来越多的企业开始接触和开展电子商务业务。与此同时,已经涉足电子商务的企业也需要进一步优化自身的运营管理,以达到更高的企业目标。为了帮助大家更好地了解电子商务企业运营管理的知识和实践,上海科学技术职业学院、遵义职业技术学院与上海商派网络科技有限公司组织国内行业专家,严格按照职业任务和技能要求,合作开发了本书。

## 本书的目标

本书旨在让读者系统地了解电子商务企业运营管理过程中涉及的内容,包括了解电子商务企业运营和管理的目标,熟悉电子商务企业组织架构与职能,掌握多渠道销售和分销管理,掌握电子商务客服运作的特点,掌握营销推广的执行和监管,熟悉商业定位及 IT 支持,熟悉仓储物流的决策与实施,熟悉企业运营中的事件项目管理和紧急事件处理等。

## 内容特点

- ✓ **真实案例、实战演练:** 本书结合典型的实战案例进行讲解,不仅教会读者如何了解和分析电子商务企业的运营和管理,而且详细说明了运营一家电子商务企业的具体思路和操作方法,还让读者“亲临”电商企业“双十一”、团购大促销等现场,解决企业实际问题。
- ✓ **内容系统、知识前沿:** 本书介绍了电子商务企业运营管理的基本知识、管理技巧,以及电商行业实战项目。读者学习时可结合知识、案例、实战训练进行思考与分析,为做好电子商务企业运营管理工作打下坚实基础。
- ✓ **丰富的教学资源:** 本书配有 PPT 课件、教学素材等教学资源。选书的教师可以登录人民邮电出版社教育服务与资源下载社区 ([www.ryjiaoyu.com](http://www.ryjiaoyu.com)) 获取资源。读者还可以登录“我的书库网” (<http://study.wdwd.net>) 获取相关教学资源,进行自主学习及交流活动。

## 体例特色

在对众多培训学校目前教学方式、教学内容等方面调研长达一年的基础上,我们有针对性地设计并编写了本书。全书体例特色如下。

# FOREWORD

- ☑ **项目导入：**以项目导读的模式引入本项目的教学主题，让读者了解相关知识在实际工作中的应用情况。
- ☑ **知识讲解：**结合读者阅读习惯，以任务驱动的方式将必备的理论知识进行全面且系统的解构，并通过图片、图形和表格等方式，使枯燥的理论知识更加形象化，帮助读者提高学习效率。
- ☑ **实战训练和任务评价：**每个任务完成后，结合实际工作需要给出实战训练，以提高读者的实践能力；完成任务的学习后，要求读者进行相关评价和自我总结。
- ☑ **项目小结：**对每个项目所讲的内容进行一次系统梳理，使读者在学习完每一个项目内容后，通过项目小结重温所学习的内容。

本书由上海科技职业技术学院的方佳伟担任主编，遵义职业技术学院的宋英担任副主编。由于编者水平有限，书中难免存在错误和欠妥之处，恳请广大读者批评指正。

编者

2016年3月



## 01

## 项目一 初识电子商务企业运营和管理 ..... 1

- ④ 项目导入 ..... 1
- ④ 任务1.1 了解电子商务和电子商务企业 ..... 2
  - 任务目标 ..... 2
  - 任务描述 ..... 2
  - 任务实施 ..... 2
    - 1.1.1 什么是电子商务 ..... 2
    - 1.1.2 电子商务的发展动因 ..... 4
    - 1.1.3 商业类电子商务企业 ..... 6
    - 1.1.4 服务类电子商务企业 ..... 10
    - 1.1.5 电子商务与传统商务的对比与关系 ..... 12
    - 1.1.6 我国电子商务的发展历程 ..... 14
  - 任务评价 ..... 15
- ④ 任务1.2 了解电子商务企业运营和管理 ..... 16
  - 任务目标 ..... 16
  - 任务描述 ..... 16
  - 任务实施 ..... 16
    - 1.2.1 电子商务企业运营的案例 ..... 16
    - 1.2.2 电子商务企业运营的目标和内容 ..... 19
    - 1.2.3 电子商务企业管理的案例 ..... 21
    - 1.2.4 电子商务企业管理的目标和内容 ..... 24
  - 任务评价 ..... 25
- ④ 任务1.3 认识电子商务企业运营和管理的重要性 ..... 26
  - 任务目标 ..... 26

# CONTENTS

任务描述	27
任务实施	27
1.3.1 运营对电子商务企业的重要性	27
1.3.2 管理对电子商务企业的重要性	28
任务评价	28

④ 项目小结	30
--------	----

## 02

项目二 电子商务企业组织架构与职能	31
-------------------	----

④ 项目导入	31
--------	----

④ 任务2.1 了解电子商务企业的组织架构与职能	32
--------------------------	----

任务目标	32
任务描述	32
任务实施	32
2.1.1 电子商务企业组织架构的特征	32
2.1.2 典型的电子商务企业组织架构图	32
2.1.3 电子商务企业的主要职能部门及其职能	34
任务评价	37

④ 任务2.2 走进电子商务企业	38
------------------	----

任务目标	38
任务描述	38
任务实施	38
2.2.1 瓦特沃	38
2.2.2 商派	41
2.2.3 职能型组织结构	44
任务评价	46

④ 项目小结	47
--------	----



## 03

### 项目三 多渠道销售和分销管理..... 48

④ 项目导入 .....	48
④ 任务3.1 电子商务企业新项目的入驻与开展 .....	49
任务目标 .....	49
任务描述 .....	49
任务实施 .....	49
3.1.1 多渠道销售 .....	51
3.1.2 主要在线销售平台合作模式及差异对比 .....	53
3.1.3 各平台入驻流程及入驻准备 .....	54
3.1.4 各平台入驻费用 .....	56
任务评价 .....	59
④ 任务3.2 电子商务平台的选择、入驻流程与差异 .....	60
任务目标 .....	60
任务描述 .....	60
任务实施 .....	60
3.2.1 直销平台的入驻 .....	60
3.2.2 分销平台的入驻 .....	62
3.2.3 自建分销系统 .....	64
3.2.4 第三方多渠道入驻服务 .....	65
任务评价 .....	69
④ 任务3.3 电子商务企业分销模式与管理规范任务 .....	70
任务目标 .....	70
任务描述 .....	70
任务实施 .....	70
3.3.1 电子商务企业分销模式简介 .....	70



# CONTENTS

3.3.2 分销策略的实施	71
3.3.3 分销策略总结	73
任务评价	73

项目小结	75
------	----

## 04

项目四 客户服务管理	76
------------	----

项目导入	76
------	----

任务4.1 电子商务客服运作的特点	77
-------------------	----

任务目标	77
任务描述	77
任务实施	77
4.1.1 电子商务客户服务的岗位职责	77
4.1.2 电子商务客户服务的工作职责	78
任务评价	83

任务4.2 客户服务对电子商务运营的推动作用	84
------------------------	----

任务目标	84
任务描述	84
任务实施	84
任务评价	96

任务4.3 客户服务体系的考核管理及行为规范	97
------------------------	----

任务目标	97
任务描述	97
任务实施	97
4.3.1 客户服务的考核管理规则	98



## 05

4.3.2 客服人员的规范用语 .....	102
任务评价 .....	103
④ 项目小结 .....	104
<b>项目五 营销推广执行和监管 .....</b>	<b>105</b>
④ 项目导入 .....	105
④ 任务5.1 了解电子商务企业营销推广常用方法 .....	106
任务目标 .....	106
任务描述 .....	106
任务实施 .....	106
5.1.1 网络推广和网络营销 .....	106
5.1.2 活动推广 .....	106
5.1.3 软文推广 .....	108
5.1.4 SEO .....	110
任务评价 .....	111
④ 任务5.2 基于云平台的推广和营销及手机端应用 .....	112
任务目标 .....	112
任务描述 .....	112
任务实施 .....	112
5.2.1 全渠道电子商务销售平台——云生意 .....	112
5.2.2 新型营销模式 .....	119
任务评价 .....	134
④ 项目小结 .....	135

# CONTENTS

## 06

### 项目六 商业定位及IT支持 ..... 136

#### 项目导入 ..... 136

#### 任务6.1 商业定位 ..... 137

任务目标 ..... 137

任务描述 ..... 137

任务实施 ..... 137

6.1.1 电子商务企业的定位理论 ..... 137

6.1.2 电子商务企业的战略定位 ..... 138

任务评价 ..... 140

#### 任务6.2 系统解决方案 ..... 141

任务目标 ..... 141

任务描述 ..... 141

任务实施 ..... 142

6.2.1 单品类零售平台解决方案 ..... 142

6.2.2 百货零售平台解决方案 ..... 142

6.2.3 多语言电商平台解决方案 ..... 143

6.2.4 移动电商解决方案 ..... 143

6.2.5 多渠道销售解决方案 ..... 143

6.2.6 线上分销解决方案 ..... 144

6.2.7 供货商入驻 (B2B2C) 平台解决方案 ..... 145

6.2.8 线上、线下服务解决方案 ..... 147

6.2.9 大中型电商仓储解决方案 ..... 147

6.2.10 线下系统、电商系统集成解决方案 ..... 148

6.2.11 多门店O2O解决方案 ..... 148

6.2.12 专业市场B2P2B线上分销解决方案 ..... 151

任务评价 ..... 153

#### 项目小结 ..... 154



## 07

## 项目七 仓储物流的决策与实施.....155

## D 项目导入.....155

## D 任务7.1 了解电子商务仓储物流.....156

任务目标.....156

任务描述.....156

任务实施.....156

7.1.1 物流在电子商务中的角色和作用.....156

7.1.2 典型的物流管理模式.....156

7.1.3 电子商务仓储物流组织的架构.....158

任务评价.....159

## D 任务7.2 了解仓储物流的管理和运营.....160

任务目标.....160

任务描述.....161

任务实施.....161

7.2.1 常用物流系统ERP平台.....161

7.2.2 电商物流外包合作方式与管理模式.....166

7.2.3 国内主流的第三方物流公司.....168

任务评价.....170

## D 项目小结.....171

## 08

## 项目八 企业运营中的事件项目管理.....172

## D 项目导入.....172

# CONTENTS

④ 任务8.1 电商“周年庆”活动的筹备与管理	173
任务目标	173
任务描述	173
任务实施	173
8.1.1 周年庆活动方案分析	174
8.1.2 线上投放广告	175
8.1.3 物流	176
任务评价	177
④ 任务8.2 “双十一”活动的筹备与管理	178
任务目标	178
任务描述	178
任务实施	178
8.2.1 “双十一”活动的筹备	178
8.2.2 各部门的筹备流程	180
任务评价	183
④ 项目小结	185

## 09

### 项目九 企业运营中的紧急事件处理 186

④ 项目导入	186
④ 任务9.1 商品价格异常招致订单亏损	187
任务目标	187
任务描述	187
任务实施	187
9.1.1 退货	187
9.1.2 换货	188



任务评价.....	191
<b>④ 任务9.2 订单暴增导致事务处理缓慢 .....</b>	<b>192</b>
任务目标.....	192
任务描述.....	192
任务实施.....	192
任务评价.....	193
<b>④ 任务9.3 社会新热点引发特殊事件 .....</b>	<b>194</b>
任务目标.....	194
任务描述.....	194
任务实施.....	194
任务评价.....	195
<b>④ 任务9.4 电子商务企业的危机事件及危机公关.....</b>	<b>196</b>
任务目标.....	196
任务描述.....	196
任务实施.....	196
9.4.1 危机事件.....	196
9.4.2 危机公关.....	198
任务评价.....	200
<b>④ 项目小结.....</b>	<b>201</b>

# 01

## 项目一

# 初识电子商务企业运营和管理



### 项目导入

企业运营和管理是企业经营活动中的主要内容，是对企业活动、资源进行的一系列计划、组织、指挥和协调等工作。企业运营和管理关乎企业的健康发展和企业目标的实现。电子商务企业运营和管理则是企业在电子商务过程中的运营和管理工作，是通过网络技术实现的运营管理活动。在本项目中，我们将了解什么是电子商务企业的运营和管理。



#### 知识目标

- 了解电子商务和电子商务企业
- 了解电子商务企业管理和运营
- 认识电子商务企业运营和管理的重要性



#### 技能目标

- 能够说明电子商务企业运营和管理的基本内容
- 能够说明电子商务企业运营管理的职能要求



#### 素养目标

- 具备一定的企业管理意识
- 具备简单的企业运营技巧



## 任务 1.1 了解电子商务和电子商务企业

### 任务目标

- 了解电子商务的概念。
- 了解电子商务的发展动因。
- 了解常见的电子商务企业类型。
- 了解电子商务与传统商务的区别和联系。
- 了解我国电子商务的发展历程。

### 任务描述

通过对电子商务基本内涵、电子商务发展动因、电子商务与传统商务的区别、我国电子商务发展历程,以及商业类和服务类两种电子商务企业的基本介绍,帮助学生了解电子商务和电子商务企业的基本情况。

### 任务实施

#### 1.1.1 什么是电子商务

电子商务通常是指在全球各地广泛的商业贸易活动中,在互联网(Internet)开放的网络环境下,基于浏览器/服务器应用方式,买卖双方不谋面而进行的各种商贸活动,是实现消费者网上购物、商户之间网上交易和在线电子支付,以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型商业运营模式。

联合国国际贸易程序简化工作组对电子商务的定义是:采用电子形式开展商务活动,它包括在供应商、客户、政府及其他参与方之间通过任何电子工具共享非结构化商务信息,并管理和完成在商务活动、管理活动和消费活动中的各种交易。电子商务让消费者通过网络在网上购物、支付,节省了客户与企业的时间和空间,大大提高了交易效率。

互联网是电子商务的基础,互联网的发展促进了电子商务的形成与发展,此外,电子商务的形成与交易离不开以下4方面的关系。

##### 1. 第三方电子商务平台

指在电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和,如淘宝网、京东商城、唯品会、苏宁易购等。

##### 2. 第三方交易平台经营者

指在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照,从事第三方交易平台运营并为交易双方提供服务的自然人、法人和其他组织,如淘宝网隶属的阿里巴巴集团等。



### 3. 第三方交易平台站内经营者

指在电子商务交易平台上从事交易及有关服务活动的自然人、法人和其他组织，如淘宝网上网店的店主、从事网上产品销售的公司等。

### 4. 支付系统（Payment System）

由提供支付清算服务的中介机构和实现支付指令传送及资金清算的专业技术手段共同组成，用以实现债权债务清偿及资金转移的一种金融安排，如淘宝的支付宝、各大银行的网络银行系统等。

此外，电子商务还包括消费者、产品和物流等构成要素。



## 案例阅读

### 案例一 网络大事件：360 & 腾讯大战

2012年11月3日，腾讯宣布在装有360软件的计算机上停止运行QQ软件，用户必须卸载360软件才可登录QQ，强迫用户“二选一”。这就是2012年发生的网络大事件——“360 & 腾讯大战”。这场大战缘于2012年双方“明星产品”之间的“互掐”。2010年9月27日，360发布了其新开发的“隐私保护器”，专门搜集QQ软件是否侵犯用户隐私。随后，QQ立即指出360浏览器涉嫌借黄色网站推广。双方为了各自的利益，从2010年到2014年，上演了一系列互联网之战，并走上了诉讼之路。

双方互诉3场，奇虎360已败诉。其中奇虎360控诉腾讯公司垄断案尤为引人注目，2014年10月16日上午，最高人民法院判定：腾讯旗下的QQ并不具备市场支配地位，驳回奇虎360的上诉，维持一审法院判决。该判决为互联网领域垄断案树立了司法标杆。

这起被称为“互联网反不正当竞争第一案”的案件，是迄今互联网行业诉讼标的额最大、在全国有重大影响的不正当竞争纠纷案件，也是《中华人民共和国反不正当竞争法》出台多年以来，最高人民法院审理的首例互联网反不正当竞争案，案件本身引发了行业、用户和法律界各方的关注。有行业人士认为，诉讼本身就促进了中国互联网企业创新生态的营造，也推动了中国市场经济的开放与竞争。

持续4年之久的“360 & 腾讯大战”终于落下帷幕。

“360 & 腾讯大战”的实质是企业对客户网络入口的争夺，掌握客户网络入口意味着掌握了更多的客户资源。从互联网时代到电子商务时代，客户网络入口日益成为互联网电子商务企业的必争之地，这也是我国互联网与电子商务发展到新阶段的象征之一。



## 案例阅读

### 案例二 电子商务：淘宝购物

在消费者信息多元化的21世纪，可以首先通过足不出户的网络渠道，如淘宝、京东商城等了解本地商场的商品信息，然后再享受网上购物乐趣，这已经成为消费者的习惯。图1-1为