

GXJH

工学结合新思维高职高专财经类
“十二五”规划教材

DianZi ShangWu 电子商务

主 编 杜 敏

副主编 韩彩霞 王莉红 谷 宏



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材

电 子 商 务

杜 敏 主 编
韩彩霞 王莉红 谷 宏 副主编

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务 / 杜敏主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2010

工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材
ISBN 978-7-81134-475-2

I. ①电… II. ①杜… III. ①电子商务 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 012626 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

电 子 商 务

杜 敏 主 编

责任编辑: 马 荷

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 19 印张 438 千字

2010 年 2 月北京第 1 版 2010 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-475-2

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 29.00 元

出版说明

工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材是对外经济贸易大学出版社贯彻教育部教高〔2006〕16号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的要求,联合天津对外经济贸易职业学院、天津职业大学、河北工业职业技术学院、北京工业职业技术学院、天津国土资源和房屋职业学院、天津海运职业学院等国家、省(直辖市)级示范性高等职业院校推出的一套面向高职高专层次、涵盖不同专业的立体化教材。本系列教材包括国际经贸、财会金融、工商管理、物流管理、电子商务、旅游与酒店管理等六个专业。

根据教高〔2006〕16号文件关于“高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程,根据技术领域和职业岗位(群)的任职要求,参照相关的职业资格标准,改革课程体系和教学内容,建立突出职业能力培养的课程标准,规范课程教学的基本要求,提高课程教学质量”的要求,本套教材着眼于提高学生专业实际操作能力和就业能力的宗旨,采取了情景模块、案例启发、任务驱动、项目引领、精讲解重实训的编写方式,让学生在理论够用的基础上,在专业技能培养环节,特别是“教学做一体化”方面有所突破,“确保优质教材进课堂”。

根据国家职业教育的指导思想,目前我国高职高专教育的培养目标是以能力培养和技术应用为本位,其教材建设突出强调应用性和适用性,既要满足专业教育又能适应就业导向的“双证书”(毕业证和技术等级证)的人才培养目标需要。根据教育部提出的高等职业教育“与行业企业共同开发紧密结合生产实际的实训教材”的要求,本套教材的作者不仅具有丰富的高等职业教育教学经验,而且具有企业第一线实践经历,主持或参加过多项应用技术研究,这是本套教材编写质量与高等职业特色的重要保证。

此外,本套教材配有教师用PPT文稿,方便教师教学参考。

愿本套教材的出版对“十二五”期间我国高等职业教育的创新发展和高职人才培养质量的稳步提升有所助益!

对外经济贸易大学出版社

2010年2月

编著说明

21 世纪以来,我国电子商务发展进入到了一个前所未有的迅速发展的大好时期,中国互联网络信息中心于 2009 年 7 月公布的《中国互联网络发展状况统计报告》(也称为第 24 次报告)调查数据显示,我国网民使用网络的类别主要分为:网络娱乐类、交流沟通类、信息获取类和商务交易类,其网络应用使用率排名依次是 215.5%、215.5%、148.1%、62.9%,商务交易类的网络使用率远远低于其他各类。电子商务是与网民生活密切相关的重要网络应用。2008 年,网络购物市场的增长趋势明显。除网络购物外,网络售物和旅行预订也已经初具规模,网络售物网民数已经达到 1 100 万人,通过网络进行旅行预订的网民数达到 1 700 万人。

与网络购物密切关联的网络支付发展十分迅速,目前使用的网民规模已经达到 5 200 万人,年增长率达到 57.6%,有力地推动了网络购物的发展。

截止 2009 年 6 月底,网络购物用户人数已经达到 7 400 万人,年增长率达到 60%。比较国外的发展状况,我国互联网普及率在 2008 年底仅为 22.6%,远远落后于我们的近邻日本和韩国。韩国网民的网络购物比例为 60.6%,美国为 71%,均高于中国网络购物的使用率。由此可以得出我国互联网的普及还有广阔的市场,发展电子商务还有更大的潜力。

目前,电子商务的发展得到了政府、企业等各方的重视和认可,并逐步渗透到各行各业,对于专门的电子商务人才需求越来越殷切,并且对于商务运营和商务技术管理活动的复合型高级管理人才需求尤其迫切。

根据《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》(国发【2002】16 号)和《国务院关于大力发展职业教育的决定》(国发【2005】35 号)文件精神,为了大力发展职业教育,加快人力资源开发,为国家经济建设源源不断地输送大量高素质的电子商务应用型人才是当前高职院校电子商务专业教育的当务之急,因此,受编制任务的驱动、以学生能动学习为主、使学生在完成任务的过程中掌握商务知识和计算机相关应用技术的教材,以满足电子商务课程新型教学需求成了高职院校教育教学改革的重要一环。

本教材就是为适应高职教育教学改革的需要而进行的教材改革的尝试,凝聚了作者对高职教育理念的理解和对电子商务课程改革和教材建设的深度思索,因此,具有如下特点:

第一,贯穿任务驱动模式。本教材打破了传统教材章节等编排体例,将《电子商务》各个知识模块编排为:前期任务——组建电子商务团队;任务一,网络购物体验;任务二,网上商店运营;任务三,网络营销;任务四,B2B 交易;任务五,网上支付与诚信交易;任务六,移动电子商务。全书共分 7 个任务、14 个子任务。

第二,突出学生主体地位。本教材在完成前期任务后,共分 6 个任务,根据每个任

2 电子商务

务的具体要求分为“任务综述”、“子任务n”、“案例分析”、“子任务完成评价”、“完成本任务需要的背景知识”、“知识拓展”、“真刀真枪”等模块。开篇就以任务为驱动,任务和子任务排序由简至繁、由易至难,学生在完成任务的过程中发现自己知识空白,从紧随任务之后的“案例分析”、“背景知识”中自主学习完成该任务所需的知识,学生通过“知识拓展”模块可以培养可持续发展能力。最后,在真刀真枪部分,通过动手完成任务来提高动手能力和综合能力。

第三,电子与商务并重。每个任务的完成既突出网络环境,又展示商务内容,实现“商务”与“电子”并重,从而突破了现有“商务型”或“电子型”的偏颇,培养既掌握计算机和网络技术又熟悉商务知识的人才,满足社会和企业对于电子商务知识和技能的需求。

本书编著分工如下:谷宏(前期任务)、王莉红(任务一)、韩彩霞(任务二、六)、王长江(任务三)、孙静(任务四)、杜敏(任务五)。本书由杜敏策划、审定、总纂。在高职教育教学改革大潮中,本编写组人员努力使教材符合高职教学需要、反映国际先进职业教育理念、体现工学结合的教学思想、将“教、学、做”融汇一体。由于作者对于教育理论学习还不够深透、论证电子商务课程的主要工作任务可能会有缺漏和错误,希望全国专家、同行不吝赐教。

杜敏

2009年10月

目 录

前期任务：电子商务团队建设	1
任务一 网络购物体验	12
子任务 1 网络信息收集整理	12
子任务 2 电子邮件的使用	22
子任务 3 网上银行	33
子任务 4 网络购物体验	46
任务二 网上商店运营	55
子任务 5 开店前的准备	55
子任务 6 网上商店的建立	76
子任务 7 网上商店的运营	95
任务三 网络营销	119
子任务 8 网络营销	119
任务四 B2B 交易	146
子任务 9 B2B 的交易流程	146
子任务 10 B2B 交易之国内贸易阿里巴巴中国站	162
子任务 11 B2B 交易之国际贸易阿里巴巴国际站	194
任务五 网上支付与诚信交易	232
子任务 12 支付宝交易	232
子任务 13 诚信通	260
任务六 移动电子商务	278
子任务 14 移动电子商务	278

前期任务：电子商务团队建设

学习目标

该任务的完成将使学生学会组建电子商务团队，掌握组建团队考虑的因素、团队的构成、组建团队的步骤、优秀团队的条件、组建电子商务团队的步骤，能对以上各项任务分别策划，并组建出自己的电子商务团队。

任务评价

学生自由结组，每5个学生组建一个小团队，全班组建成一个电子商务团队。要求每个学生分别写出自己的兴趣、爱好、特长等自我介绍，然后拟定和自己能够组建小团队的名单；经过互选，组成团队，然后选出团队（以后的网店店长）领导者；领导者组织团队成员召开会议，起草本团队的工作目标、具体分工和工作制度；召开店长会议，组建班级电子商务团队，选出总领导者，并起草整个团队的工作目标、具体分工和工作制度，布置工作，并检查、督促、评估。

一、构建团队考虑的三个因素

（一）知己知彼的团队成员

绝大多数创业团队的核心成员都很少，一般是三四人，多也不过十来人。因为人数太少，几乎每个从事管理工作的人都觉得能够轻易驾驭。但实际上，这个创业团队成员虽少，但是都有自己的想法，有自己的观点，更有一股藏于内心的不服管的信念。因此，我们对创业团队中的每个成员都不能抱以轻视的态度。

优秀的创业团队的所有成员都应该相互非常熟悉，知根知底。《孙子兵法》中云：“知己知彼，百战不殆”，在创业团队中，团队成员都非常清醒地认识到自身的优劣势，同时对其他成员的长处和短处也一清二楚，这样可以很好地避免团队成员之间因为相互不熟悉而造成的各种矛盾、纠纷，迅速提高团队的向心力和凝聚力。

现在，许多大学生选择创业，他们选择的合作伙伴也多是同学、朋友、校友，但还是很快就失败了。为什么呢？因为他们选择的合作伙伴虽然都是他的“熟人”，但是他的那些“熟人”之间是缺乏交流、沟通的，说到底，还是团队成员是相互陌生的。甚至在许多校园 BBS 上，广发“英雄贴”的方式招募人员来组建团队，虽然都是同龄人，但是毕竟没有共同经历过“血与火”的考验，这样的团队成员之间是缺乏凝聚力的。

任何团队应拒绝陌生人（包括欠缺沟通的熟人、朋友）的加入。

2 电子商务

(二) 才华各异、相得益彰的创业团队

创业团队虽小，但是“五脏俱全”。创业团队成员不能是清一色的技术成员，也不能全部是搞终端销售的，优秀的创业团队成员各有各的长处，大家结合在一起，正好是相互补充，相得益彰。

相对来说，一个优秀的创业团队必须包括以下几种人：一个创新意识非常强的人，这个人可以决定公司未来发展方向，相当于公司战略决策者；一个策划能力极强的人，这个人能够全面周到地分析整个公司面临的机遇与风险，考虑成本、投资、收益的来源及预期收益，甚至还包括公司管理规范章程、长远规划设计等工作；一个执行能力较强的成员，这个人具体负责下面的执行过程，包括联系客户、接触终端消费者、拓展市场，等等。此外，如果是一个技术类的创业公司，那么还应该有一个研究高手（甚至是研究领导者型人物），当然，这个创业团队还需要有人掌握必要的财务、法律、审计等方面的专业知识。惟有这样，团队成员才能算是比较合格的。

需要注意的一点是，在一个创业团队中，不能出现两个核心成员位置重复的可能性，也就是说，不能有两个人的主要能力完全一样，比如，两个都是出点子的人，两个都是做市场的，等等，出现这种情况是绝对不允许的。因为只要优势重复，职位重复，那么今后必然少不了有各种矛盾出现，最终甚至导致整个创业团队散伙。这样的例子举不胜举。

那些正打算创业以及已经开始创业的人请仔细思考以上问题，看一看自己的创业团队是否真正做到了各个成员才能各异、相得益彰？如没有，那么，请早做其他打算。

(三) 创业团队必须有胜任的带头人

在企业管理和市场营销中，我们经常谈论领导者的核心竞争力；事实上，在创业团队中，带头人作用更加重要。下面有两个带头人的例子：

例一：某乙在父辈资助下，计划投入 30 万元建连锁书店。乙此前没有接触过出版这个领域，因此希望自己的好朋友甲过来帮他进行全面的市场推广，他任董事长，只做“决策”，不干预具体业务。但是甲通过自己以往和他的交往，知道他素来习惯于“干涉”他人工作。对于这样的创业设想，如果甲在乙的盛情下勉强“就范”，结果可想而知。

例二：张三的大学同学有了一个科技创新，拉到一笔风险资本，也是极力邀请张三过去。张三却深知，自己虽与他私交很好，但他根本不适合做企业，张三对他的所有感想根本不“感冒”。创业团队中必须有可以胜任的领导者，而这种领导者，并不是单单靠资金、技术、专利来决定的，也不是谁出好的点子谁当头的。这种带头人是团队成员在多年同窗、共事过程中发自内心的认可，其他的所有一切都没有这一点重要。

许多创业团队在很短的时间内就消亡了，很重要的原因在于创业团队的带头人其实根本不是一个合格的领导者。而领导者的作用，说得直白点，就是“决定一切”！

许多年轻人雄心勃勃，冀望一日升天；他们敢于第一个吃“螃蟹”，但是他们不一定是胜任的创业团队带头人，他们最多只是起到了一种“先锋”示范作用。

优秀的创业团队，不可缺少能够胜任的带头人！

其实优秀的创业团队还必须具备以下一些条件，比如，所有核心成员分工明确，股权分配明确；核心成员要有相应的工作（实践）经验，甚至要对整个行业有相当的了

解等等。

总之，创业非易事，但并非无可作为；创业要想成功，有一个优秀的创业团队是非常关键的。

二、组建团队的五个步骤

无论是西方大型企业，还是我国的中小型企业，无一例外都在强调团队意识。但是，能否真正建立起团队精神，却是困惑众多管理者的问题。如何构建一个无敌的团队，往往通过五步就可以完成。

第一步，合理的数量。

也许很多管理者尝试把众多的员工塑造成一个团队。但是，这种尝试无疑都会以失败告终。在目前的经济条件下，不可能建立一个拥有众多员工的高效团队。因而，以项目或者阶段任务来构建团队是最有效的方法。

第二步，能力互补。

对于一个团队来说，其成员之间是紧密合作的关系。与传统组织相比，它不但强调信息共享，也强调集体的效绩。因而，他们之间的技能应该是互补的。在组建团队的过程中，英明的企业管理者会让团队成员之间的能力互补，年龄和经验互补，甚至性格和行为方式也要互补。

第三步，责任明确。

与传统的组织不同，团队的责任强调个人责任，也强调集体责任。团队有总的责任，也有明确的分工。每一个团队成员并非是简单地做完自己本职的工作，还需要担当对团队成员的责任和集体的责任。如果团队的目标没有达到，每个团队成员所担当的责任基本是相等的。

第四步，目标清晰。

团队应该有清晰的目标。这个目标即是团队存在的理由。每个团队成员，都需要对这一团队目标作出承诺。这个目标应该是非常具体的目标。这个目标不但要规定出具体的任务，也需要规定出完成任务的具体时间。它甚至应该深入到团队成员的日常生活之中。

第五步，淡化领导。

团队的领导是要建立和谐的成员关系。它更强调指导，而非领导。在团队中，不宜设置一些诸如行政类的管理机构，而应该让最有能力的人担当管理的角色。这个管理者应该建立自我指挥的工作团队，保持团队对目标的忠诚、对团队技术的警觉以及对外部的警觉，还要善于沟通外部的关系。

如果能真正做到这五步，每个管理者都可以构建出无敌的高效团队。尤其是在“知识密集型企业”中，构建出这样的团队更会使企业目标高效地完成。

三、组建优秀的创业团队

创业者为什么寿命会比较短呢？许多人分析主要的原因在于创业过程中，几个股东意见不一致，发生内讧。粗略一看，确实是这么回事，但事实上却不尽然。

长期从事市场和管理类工作的人，一定深谙“未雨绸缪”的重要性，懂得“做企

业就是做人”的道理，知道“人力资源才是企业发展的最关键要素”。

创业者之所以多遭破产厄运，最主要的原因在于他们缺少一支优秀的创业团队。可以说，失败的创业者从创业一开始，就奠定了创业失败的命运。

四、组建自己的电子商务团队

在许多创业者面前，实体店和网店结合的方式是最好的选择，很多人都相信，这种两条腿走路的方式是稳妥的。对于传统企业而言，电子商务也是缓解成本压力、刺激发展、抓住商机的好办法。有研究显示，做电子商务的企业比没有做电子商务的企业有更强大的生命力，在金融危机中，存活率要高出5倍。

这是一个令人吃惊的数字，但是也正反映了电子商务的未来发展趋势。但是，在看好电子商务的同时，有很多人提出疑问，怎样才能做好电子商务，如何组建起一个高效的电子商务团队呢？

要做好电子商务，首先需要明晰三点：需要多少人？这些人做些什么事情？怎么做好这些事情？最简单的团队组成可以是，一个可以做B2C网站的技术人员（能以SHOPEX等网店系统为基础构建你要的B2C网站就行），他最好懂些美工；一个负责营销推广的人，以线上营销推广为主；一个负责产品信息和供应以及货运。以三个人组成的团队开始，再根据网站运营具体情况适当补充人员。

准备更充足的电子商务团队可以在以上三个职务中再添加一到两个工作人员，提高团队整体力量。除此之外，可以增加一个客服人员、一个财务人员，使整个电子商务更为完善起来。

但是，如何挑选合适的工作人员，建立一个高效的团队呢？这个就比较麻烦了。不合适的人呆在某个岗位，造成团队整体工作效率下降，这是常有的事情。而甄别人才并不容易。知名电子商务智能应用平台专家、香港海洋科技给出了一个可行的方法，将电子商务各项工作尽量简化，使一般工作人员经过培训能快速掌握其中关键业务。

如何简化电子商务各项工作？海洋科技的方法是开发一个专门的Gtone电子商务智能应用平台，将网店建设、网店优化、网店推广交给Gtone平台处理，企业只需要一个博客软文推广人员，兼处理产品信息发布管理；一个负责产品供应、货运，兼处理售后的退换货问题。在网店上规模后，再扩展人员。为避免企业人员无法快速掌握电子商务网站平台，海洋科技提供一对一的技术支持与培训服务，帮助企业快速训练出一个高效的电子商务团队。

实践训练

建立团队

一、团队的性质

（一）建立一个以客户为中心的组织

随着网络时代的到来，把企业建立成一个以客户为中心的组织模式是非常重要的，这

一点已为长期经验所证明。因此，企业在制定电子市场策略时，也应将客户放在中心的位置。“不管是旧经济时代的企业还是新经济时代的企业都必须意识到，一个成功的企业必须既能够清楚地理解客户的需求，又能够清楚地认识到引起客户需求的动因。这一点并不会因为网络时代的到来而受到影响。因为，在网站上做生意并不等于人们就愿意接受更差的服务、付款与作业模式。”（汉蒙，Rhea & Kaiser 公司的互动媒体负责人）

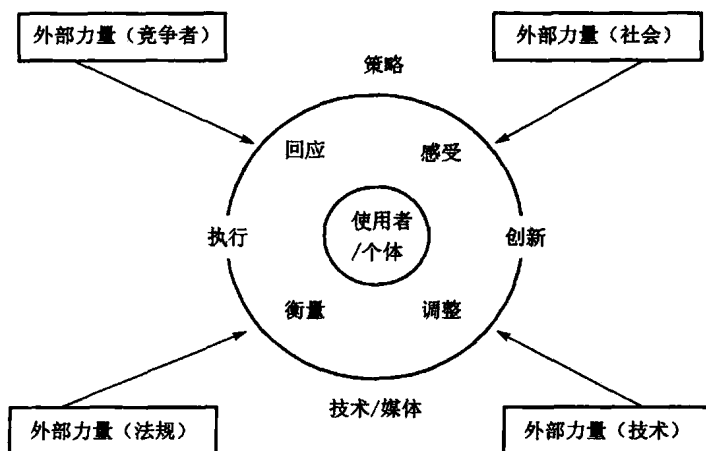


图1 客户为中心的组织结构

在网络经济时代，各企业必须对所有与客户相接触的各环节加以认真地对待。互联网给各企业提供了多种沟通渠道，通过这种方式很容易与客户建立关系，并很容易给客户提供各种服务。因此，电子市场应该充分利用此优点，制定出能够对客户整个生命周期都提供服务的策略。不论是现实还是虚拟的客户接触企业都应该仔细考虑。

（二）建立一种支持“真正”伙伴关系的文化

对于21世纪的企业来说，与其他企业建立伙伴关系是其成功的一个关键因素。各种新潮的思维及各种先进的技术，加上互联网的出现，给企业间建立真正的伙伴关系创造了前所未有的优越条件。新经济时代要求每一个企业都必须将其注意力放在自己具有竞争优势的项目上，这就需要这个企业与其他企业建立伙伴关系，这个企业就能让其伙伴来完成期处于劣势的任务。当然，建立真正的伙伴关系意味着企业之间必须建立一种长期互利、稳定的关系，同时，企业仅还应实现信息、设备、资源、员工及客户的共享。

（三）建立一个以项目为中心的企业

随着互联网的发展，速度变得越来越重要。因此，一个企业能否快速组织一些团队展开工作，使自己的企业能紧紧跟上时代步伐，这一点非常重要。

以项目为中心的企业可以对提高企业运行效率的员工给予激励与奖励。通过把决定成功的关键因素分解为一系列的项目，企业就可以更快地达到目标。

对于一个以项目为中心的企业来说，成功的关键在于公司不同团队间建立一种团队精神。然后把许多必须快速完成的工作分成许多小部分，让每个小部分工作都能够得到快速完成。要做到这一点，企业必须让所有参与项目的员工有统一的认识，让他们意识

6 电子商务

到时间的紧迫感。如果可能的话，企业还应该让员工自己选择感兴趣的工作，同时给员工创造良好的工作环境，并努力给员工开辟一块相互交流经验教训的空间。

当项目推出来时，应赋予该项目一个具有识别性与远景意义上的名称，这个名称必须要表明项目的内容及其对公司的重要性，这种做法可以让项目参与者感到骄傲。不管对项目成员或整个公司来说，项目的短期性会让他们产生使命感，因为在许多企业的功能性业务中，使命是不具备意义的，因为员工只会感受到一堆理性工时的工作流程。因此推动、执行与完成项目的确需要凝聚相当大的员工士气。

此外，当企业要设定醒目的阶段性目标时，必须从大处着眼。不管是参与项目的哪个部分，各部门的员工都可以献计献策并与相关人员讨论期对项目成败的重要性，是员工感受到他们在企业中备受重视。这种经营模式可以创造出一种快速行动的企业文化，即有重要目标摆在面前时，所有的资源都可以被灵活地运用。因此，传统的资源应用模式将会被逐渐淘汰。

（四）建立一种使命感

以项目为中心的企业模式是一种激励与动态性的企业模式。虽然这种模式不一定对每一个企业都适用，但对大多数企业来讲，这种模式都有其独到之处。比如汽车行业就采用了这种模式将重点集中在新车型的研发上。高新技术产业也采用此种模式发展了诸多的计算机企业及电子产品企业。

（五）建立一种目的性

对任何成功的企业来说，目的性、中心及明确的目标都是非常重要的。对经理人来说，做这些关键其实是很难控制的，我们在企业中常见的是对时间的紧迫感，而不是真正的目标感。虽然通过不断地互动可以把企业的脚步推向前进，但最后所有人都感到非常疲惫。对大多数企业而言，根本不愁没事可做，但他们大多缺乏远景与目的性。

而新建的在线公司中则有另外一种现象，这些经营者通常握有市场资金，同时员工也充满了乐观的想法。因此，对当今的管理团队来说，最重要的是创造出一种可以激发创新与创业者精神的组织环境，而这些也成为企业吸引与留住员工的一个关键。

（六）确立团队目标

所有团队成员在一定程度上必须清楚地知道整个团队要取得的目标。这就需要：

- 建立团队的远景与目标；
- 使每个成员清楚地知道如何为达到目标而工作；
- 评估团队目标与整个组织目标的相互关系。

只有澄清这些基本要素，团队成员才不会将其与其他的目标相混淆，造成全部或部分目标丢失。团队必须仔细认真地说明每个成员的责任、作用，并保证每个成员清楚地知道其责任和工作内容、目标，这是团队的基本特征和保障。

要确定企业对企业电子市场策略的主要目标，首先要对以下问题作出回答，然后确定出少数几个目标，最后确定出最高目标：一旦所有的问题都得以回答完毕，而且也依照对企业的重要性进行排序，就可以接着采取下一个步骤。电子市场策略问题包括：

- （1）对你的供应商产生最大影响是你的一个主要目标吗？

- (2) 扩大你的供应商范围是你的一个主要目标吗？
 - (3) 通过 B2B 电子市场提高效率来降低经营成本是你的一个主要目标吗？
 - (4) 活动收入是你的一个主要目标吗？
 - (5) 建立 B2B 电子市场内策略以获得竞争优势是你的一个主要目标吗？
 - (6) 对现存的电子市场施加影响是你的一个主要目标吗？
 - (7) 建立和经营一个电子市场是你的一个主要目标吗？
 - (8) 建立一个垂直电子市场或一个水平电子市场是你的一个主要目标吗？
 - (9) 目标客户是谁？他们是终端客户吗？他们是纵向市场的购买商和/或供应商吗？
 - (10) 你需选择的市场对象是什么？
 - (11) 你的企业有丰富的市场经验吗？
 - (12) 你的经验能转化为确定的竞争优势吗？
 - (13) 如果建立一个电子市场，你的企业会有足够的影响力吗？
 - (14) 在你所选择的行业中，你能够确定你的企业能获得广大客户的青睐吗？
 - (15) 经过特定的一段时间后，你的企业能获得成功吗？（这里所说的成功指的是拥有足够的客户和供应商以保证你的企业能长期、稳定发展）
 - (16) 你所进入的市场是具有许多客户和供应商的分散市场，还是由少数主要的客户和供应商的集中市场？
 - (17) 你所在的行业中，谁占据主导地位？
 - (18) 影响力较大的几个企业能达成一个共同的约定吗？
 - (19) 能建立一个公平的商务模式吗？
 - (20) 谁将为企业提供资金？这些资金是来自企业内部还是外部？
 - (21) 本行业中还有其他成功的模式吗？
 - (22) 你的主要动机是保持当前市场地位还是积极地进行市场拓展？
- (七) 团队工作的优势

团队工作效率远远高于个人的工作效率，这是一个不争的事实。在团队中使每一个人真实地感觉到是团队的一员，能够得到更多的支持，帮助他们取得更多的业绩。一个有效的团队能够分享和开发团队的全方位的聪明才智，补偿个人的不足。

二、团队的构成

(一) 团队人员的组成

简简单单地将一群人组织到一起是不能组成一支有效的团队，从而实现一支有效团队的作用。

一支成功的团队需要下列因素：

- 具有多样化的成员；
- 具有共同的、有挑战性的目标；
- 团队成员的全员参与；
- 良好的沟通。

支撑着上述因素的是一个坚强的团队领导者！坚强的领导者不意味着独裁。团队领导者必须斟酌团队工作的环境与条件，并创造一种能够使所有成员将其各自的能力凝聚在一起，从而实现目标的氛围。

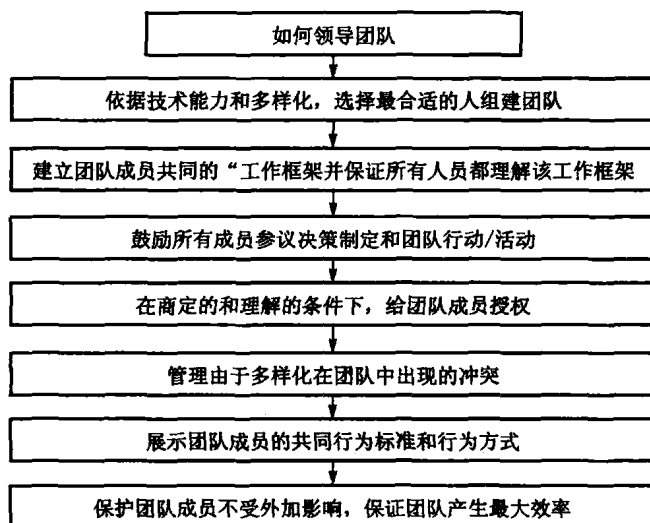


图2 领导和管理团队的主要工作环节

（二）团队是一个平衡的队伍

团队成员并不是将各方面的专家组合到一起就能组成一支有效的团队。团队需要由不同性格、态度团队成员组成。心理学家 Meredith Belbin 曾经分析了构成团队的九种不同的角色。这里并不是说领导者必须将团队成员分为九种不同的角色。绝大多数个人具有特定的工作方式和工作态度使其能够承担一个以上的角色。团队工作就是保证团队的全部9项功能能够得到覆盖的基础上，允许团队成员发挥自己的独特作用。团队成员可以作为“协调员（Co-coordinator）”或者承担更多的功能和作用，甚至承担你按平时工作方法无法承担的责任和作用。

表1 团队成员的九大角色

团队成员的9大角色		
序号	角 色	贡 献
1	企业/工厂 Plant	• 负有创造力、想象力、非传统的 • 具有解决疑难问题能力
2	资源调查者 Resources Investor	• 性格外向、爱交际、热情、沟通能力 • 寻找机会 • 拓展联系
3	协调者 Co-coordinator	• 成熟、自信、良好的管理人才 • 澄清目标、推动决策制定、引领愿望

团队成员的9大角色		
序号	角 色	贡 献
4	塑造者 Shaper	• 具有挑战性、动态的、在压力下生存 • 具有能力和勇气克服困难
5	监控评估者 Monitor evaluator	• 严肃、具有战略头脑、具有洞察力 • 监控所有可能性、判断准确
6	团队成员 Team worker	• 合作、温和、理解力强、善于沟通与交涉 • 聆听、开发、避免和化解矛盾、平静
7	实施者 Implementer	• 纪律性强、可靠、保守、有效率 • 将想法付诸实践的能力
8	完成实现 Completer	• 辛勤、勤奋认真、急切、渴望 • 查询错误与失误 • 及时交货
9	专家 Specialist	• 单纯、自我激励、有技巧 • 提供知识与技能

三、团队的管理

（一）全员参与

为了使全体成员能够为实现同一目标而工作，团队领导需要将全体成员参与到确立的目标中，并将其贯穿于整个团队工作过程中的各个方面。每一名团队成员必须平等地参与团队行动和团队决策。团队领导需要积极地管理整个决策过程：鼓励胆怯的成员积极阐述自己的观点和建议、并有意识地。为了保证全体成员能够在同一个框架下工作，团队领导一定要向全体成员解释清楚团队解决问题的方法和决策方式。

（二）强化团队

为了使团队工作的一致性，就需要使全体成员共同工作、共同训练以及共同娱乐。给员工提供和创造自信心和自由的发表各自观点的环境，以鼓励公开的沟通与交流。

有些经历使用其他团队任务的方法替代团队建设，例如使用户外冒险过程的方法去建立团队。这些方法确实能够将人员组织到一起，但是存在着团队成员将团队工作看成是一种游戏的危险。在很多情况下，必须绝对避免将团队工作看成是应对管理任务而建立一支有效团队的一种补充。这样将不会由于缺乏目标和角色设置或缺乏应有的决策过程得到有效的补偿。最实用、最成功的团队建设应该反映了团队真实生活中的行为。

（三）处理团队中的问题

团队中出现的问题绝大多数起源于团队成员之间的不信任。例如，彼此之间的承诺

没有保障，或者是信任遭到背叛。团队领导者应该通过建立清晰的工作标准和不断的绩效考核来避免此类问题的发生。领导力和磋商能够开发和建立全体团队成员可以接受的共同的价值观。

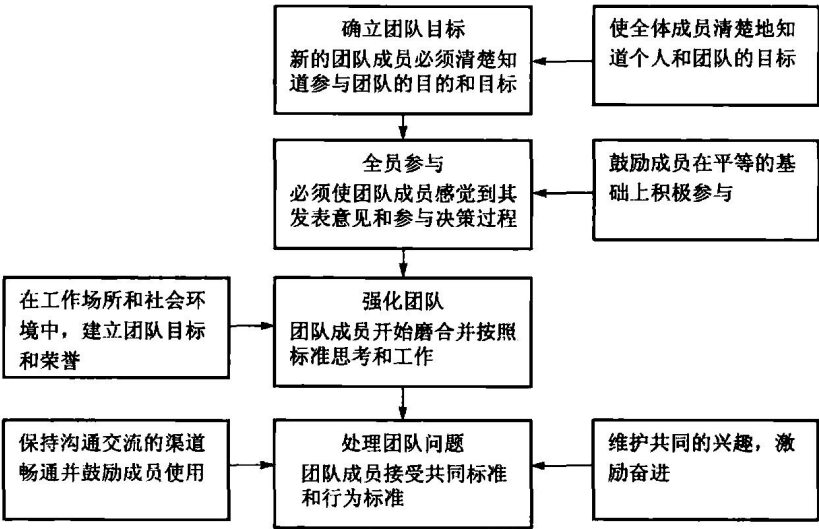


图3 用工作目标协调团队成员工作

千万杜绝将领导者的全部信仰植入团队的管理过程中从而拒绝人员管理。团队是通过具有不同技能的、不断地激励个体来发挥作用的。

（四）如何带领团队工作

带领团队成员完成相应的任务或工作，要求团队领导更多地使用建设性的时间管理。带领团队成员工作的价值远远高于开发成员的技能。

带领团队工作应决定何种任务或工作由你本人亲自承担，何种工作委托他人承担。

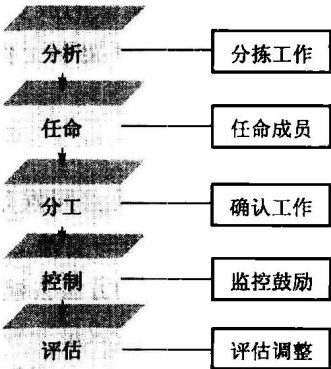


图4 带领团队工作的具体步骤

诚实地说，带领团队成员工作有时意味着你将放弃你喜欢的工作，有时，如果没有更合适的成员去承担该项工作时，你本人就要暂时承担相应低端的初级工作。

带领团队工作远非处理一项任务——你不仅要求成员为了完成任务而履行其职责，而且代表你本身去亲自参与，但是你仍然保留的义务。

将组成角色的任务列一个清单，清单应该反映出自己的职业计划以及考虑需要时刻更新的技能。决定何种工作必须由你亲自承担，何种任务可以委托他人完成。即使初次冒着降低质量和速度的风险，也要这样做！代理团队工作的步骤如图。

（五）制定商业计划

为了维持电子市场策略的长期稳定发展，制定一个商业计划书是非常重要的。这种