

免费提供教学课件

免费赠送网络运营竞赛方案

必备知识点+27个实训

与国家级示范专业精品课程配套，校企合作之力作

刘春青 主编 / 梁海波 副主编

网络营销

理实一体，工学结合

情境设计，任务驱动

真实好用，经典前瞻



清华大学出版社

刘春青 主编 / 梁海波 副主编

网络营销

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

“网络营销”是电子商务专业核心课程之一。本书通过翔实的案例和清晰直观的操作步骤,介绍了网络营销的应用技能,目的是帮助读者熟悉网络营销工作岗位的任职要求及具体工作任务,以便快速掌握网络营销应用技能。

本书按照网络营销业务工作流程及企业中网络营销岗位设置要求,围绕网络运营、网络文案、网络推广、网络营销发展动态涉及的网络营销核心工作,在讲解核心知识点的同时,精心设计了27个实训,每个实训指引清晰,技术经典实用并具有前瞻性;每个任务单元还配有一定量的理实一体化题目,以满足使用者不同层次的学习需求。

本书可作为职业院校电子商务专业、计算机专业、市场营销专业及其他商贸类专业学习网络营销的教材,也可作为电子商务、网络营销爱好者、创业者的自学用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网络营销/刘春青主编. —北京:清华大学出版社,2014

ISBN 978-7-302-34317-2

I. ①网… II. ①刘… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第252586号

责任编辑:陈砺川

封面设计:傅瑞学

责任校对:袁芳

责任印制:沈露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:14.75

字 数:340千字

版 次:2014年1月第1版

印 次:2014年1月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:29.00元

产品编号:056147-01

近年来,电子商务伴随着互联网的广泛应用而得到了迅猛的发展,我国的电子商务正进入高速发展阶段。根据中国互联网络信息中心发布的统计数据显示,截至2013年6月底,中国网民规模达5.91亿,2013年上半年新增网民2656万,互联网普及率较2012年提升2%,达到了44.1%;手机网民规模达到4.64亿,较2012年年底增加4379万;我国网购用户规模达到2.71亿,网络购物使用率提升至45.9%;使用网上支付的用户也大幅攀升,其规模达到2.44亿,与2012年12月底相比,网民规模增长2373万,增长率为10.8%;手机在线支付网民规模较2012年增长了43%。此外,手机购物、手机团购和手机网上银行等也有较大幅度增长。

与发达国家相比,我国网络购物的渗透率仍然较低,网络购物的增长还远没有触顶,尤其是对于将成为未来网民增长重要群体的中年人群,还有较大的渗透空间,未来网络购物用户和市场增长空间十分巨大。此外,移动互联应用不断丰富,其中手机微博的应用增长最快。截至2013年6月底,我国微博网民达到3.31亿,手机微博用户达2.30亿。

从社会调查实践数据显示,绝大多数企业已陆续步入电子商务行列,开展不同层次的网络营销活动,各种网络推广方式层出不穷,且得到了广泛深入的应用,取得了显著成效。国家政策正在大力支持电子商务的发展,商务部已经对电子商务专业人才给予极大重视。

随着我国电子商务急剧发展,使得电子商务人才严重短缺,其中网络营销方向的人才缺口相当惊人,预计我国在未来10年大约需要200万名电子商务专业人才,而我国目前包括各类院校和培训机构每年输出的这类人才数量不到10万人。

本书旨在为适应经济发展对电子商务网络营销人才的需求而编写。本书按照“理实一体,情境设计,行动导向,任务驱动”的原则,根据现代企业网络营销工作中岗位设置、任务分工及业务流程的要求,介绍了网络营销工作岗位的职位描述及任职要求,重点对主流的网络营销工具进行介绍,且围绕网络营销及其发展动态的核心工作,包括网络运营、网络文案、网络推广等,精心设计27个实训,力求实现内容上的先进性和适用性,技术上的前沿性和代表性,实训上的可操作性与可拓展性。本书在内容选择上,主次分明,重点突出,循序渐进,文字精练,步骤清晰,通俗易懂。学习者通过任务驱动练习,可以最快捷、最直接、最简单地掌握网络营销的核心技能。

本书的最大特色是吸纳了多位著名企业的网络营销专家亲自执笔撰写,确保学习内容与企业真实应用同步,而且把企业真实的网络营销工作提炼出来作为实训项目,辅以必要的理实一体化习题,帮助训练者提升综合竞争力。

本书由广州市番禺区职业技术学校刘春青担任主编,东莞市电子商贸学校梁海波担任副主编。全书编写分工如下:广西柳州市第二职业技术学校潘晓丹、曾春负责项目1

的编写;东莞市电子商贸学校梁海波、孙令、廖兴锋负责项目2的编写;重庆市科能高级技工学校彭丞,广西南宁市第一职业技术学校桂冠,广州市番禺区职业技术学校利莉负责项目3的编写;广西柳州市第二职业技术学校潘晓丹、曾春,广州市黄埔职业技术学校蓝魏,广州市一呼百应网络技术有限公司蓝祥赢,广东省中山市沙溪理工学校钟雪梅、廖卓萍负责项目4的编写;广州市金圣斯皮具有限公司胡佳,广州市菲星数码科技有限公司黄雁冰负责项目5的编写。

在本书的编写过程中,我们参阅、借鉴并引用了大量国内外有关网络营销和电子商务等方面的书刊资料和研究成果,浏览了许多相关网站,并得到了有关学校和企业的支持,在此一并表示感谢。本书可作为职业院校电子商务专业、计算机专业、市场营销专业及其他商贸类专业学习网络营销的教材,也可作为电子商务、网络营销爱好者、创业者的自学用书。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中疏漏在所难免,恳请广大读者批评指正。

编 者
2013年7月

项目 1 网络营销及其职业认知	1
任务 网络营销及其岗位、职业素养认知	1
实训 网络营销岗位认知	8
任务测评	9
项目小结	10
项目 2 网络运营	11
任务 2.1 网络消费行为分析	11
实训 了解动机的类型及其产生的影响因素	18
任务测评	20
任务 2.2 网络市场调研	20
实训 中学生服装消费情况调查问卷表设计	29
任务测评	30
任务 2.3 网络市场细分	31
实训 网络目标市场细分实训	37
任务测评	38
任务 2.4 网络分销	39
实训 淘宝分销——寻找供应商	42
任务测评	43
任务 2.5 网络营销策略	44
实训 网络营销策略体验	55
任务测评	56
项目小结	57
项目 3 网络文案	58
任务 3.1 网络商务信息处理	58
实训 新款连衣裙采购信息的收集	65
任务测评	66
任务 3.2 软文写作	67
实训 商品推广软文写作	75
任务测评	76

任务 3.3 促销活动方案策划	77
实训 撰写促销活动方案	80
任务测评	82
任务 3.4 商品描述	82
实训 撰写商品描述文案	85
任务测评	90
任务 3.5 网络广告文案策划	90
实训 设计广告文案	95
任务测评	96
项目小结	97
项目 4 典型网络推广模式	99
任务 4.1 网络推广认知	99
实训 网络推广的应用	104
任务测评	106
任务 4.2 社会化营销	106
实训 网店社区营销活动	114
任务测评	116
任务 4.3 许可邮件营销	117
实训 许可邮件推广的应用	120
任务测评	122
任务 4.4 搜索引擎优化和竞价排名	123
实训 淘宝商品标题优化	135
任务测评	136
任务 4.5 网络广告推广	137
实训 牛仔裤服装网络广告策划	142
任务测评	143
任务 4.6 口碑营销	144
实训 论坛营销的实施	148
任务测评	150
任务 4.7 网站联盟推广	151
实训 设计网站联盟投放计划	154
任务测评	155
任务 4.8 数据化营销	156
实训 淘宝店数据化营销	161
任务测评	163
任务 4.9 视频营销	164
实训 微电影投放与推广	169

任务测评·····	170
任务 4.10 其他方式推广 ·····	171
实训 病毒式推广·····	178
任务测评·····	180
任务 4.11 网络整合营销 ·····	181
实训 网络整合营销实战·····	185
任务测评·····	186
任务 4.12 网络推广效果评估 ·····	187
实训 网络推广效果评估·····	193
任务测评·····	195
项目小结·····	196
 项目 5 网络营销发展动态 ·····	 197
任务 5.1 O2O ·····	197
实训 O2O 项目认知 ·····	200
任务测评·····	201
任务 5.2 联合营销 ·····	202
实训 制作联合营销销售页面·····	205
任务测评·····	207
任务 5.3 移动营销 ·····	208
实训 移动营销之短信营销·····	216
任务测评·····	218
任务 5.4 C2B 营销 ·····	219
实训 C2B 营销实训之团购营销 ·····	224
任务测评·····	226
项目小结·····	226
 参考文献 ·····	 228

网络营销及其职业认知



【项目情境】

阿霞就读于市育才职业技术学校电子商务专业,在校期间学习过许多实用的专业课程,特别是“网络营销”课程。网络营销是电子商务中的重要环节,承担着电子商务行业的重要工作岗位。阿霞和她的同学们积极参与网络营销技能比赛及企业实践活动,所以对中小企业商务网站的网络营销业务及网络营销部门岗位工作有所了解。某日,阿霞在“淘工作”网站看到了金圣斯皮具有限公司发布的招聘信息,有网络运营、网络文案、网络推广等岗位,于是阿霞投放了简历并很快接到了公司的面试通知。鉴于阿霞在面试过程中对应聘岗位的深刻认知和对工作计划的详尽阐述,最终成为3名入围者之一。

入围者试用期为一个月,在期满后要通过理论知识和实践考核才能被正式录用为公司员工。为了成为公司的正式员工,阿霞制订了详细的学习计划,主要是复习网络营销相关理论知识,并了解工作的具体职责,然后将这些知识与自己的工作实际联系起来,于是她打开课本……

任务 网络营销及其岗位、职业素养认知



【能力标准】

网络营销及其职业认知能力标准见表 1.1.1 所示。

表 1.1.1 网络营销及其职业认知能力标准

能力标准		
技 能	知 识	职 业 素 养
1. 能总结提炼网络营销在工作中的应用情况 2. 能准确表述网络营销岗位类别、职位描述及任职要求 3. 能准确表述网络营销岗位应具备的职业素养和职业操守 4. 能设计一份以网络营销为主的招聘广告牌	1. 理解网络营销的概念 2. 掌握网络营销的基本职能 3. 掌握网络营销与传统营销的区别 4. 掌握网络营销人才需求的岗位工作任务和任职素质要求 5. 理解网络营销职业道德素质要求	1. 具有诚信的职业道德 2. 具有创新意识 3. 具有团队协作意识

**【学习任务】**

- (1) 能通过多种方式查询资料,能准确表述企业招聘职位信息。
- (2) 能根据各岗位职业要求设计网络营销岗位招聘广告牌。
- (3) 能准确口头表述网络营销各个工作岗位的类别和具体工作要求。
- (4) 能准确表述从事网络营销岗位应具备的职业素养和职业操守。
- (5) 能依据所应聘的工作岗位制订相应的工作计划。
- (6) 能通过角色模拟的方式强化网络营销及其岗位认知。

迅速发展的网络销售与传统行业的实体销售之间的博弈日益加深,并表现出强大的生命力,催发了市场对网络营销人才的大量需求。2012年有人调研了多家电子商务企业,它们都在大规模招聘具有丰富经验的网络营销类人才,以满足公司迅速扩大的市场规模。在网上搜索到的招聘广告中,门槛较低的网络运营、网络销售顾问、文案编辑、网络营销推广都是热招的岗位。同时,一些房产、卖场、家电、电视购物、信息技术、网络科技等众多行业也都在积极招聘网络营销人才,以期通过网络渠道拓展市场。

那么,如何快速成为网络营销方面的专业人员,且拥有网络营销的实战经验,在未来的职场中占有一席之地呢?理清网络营销的概念和职能,并熟悉网络营销各个岗位对工作的具体职责是进入网络营销门槛的第一件事。

一、网络营销认知

1. 网络营销概念

网络营销是以国际互联网为载体,利用数字化信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的营销方式。它贯穿于企业营销活动的全过程,包括寻找新客户、服务老客户,并涉及网络消费者行为分析、网络市场调研、网络市场细分、网络分销、网络服务和网络沟通等电子商务活动的各个环节。

2. 网络营销的基本职能

网络营销的基本职能可从两个方面来体现。

对企业而言,网络营销有利于企业扩大市场范围,提高市场占有率。国际互联网覆盖全球市场,而企业的市场覆盖范围扩大,销量增大有利于提高企业的市场占有率。

网络营销有利于企业与顾客的良好沟通。首先,在互联网时代,消费者希望付出较小的购物成本完成购物,并在购物的同时享受网络带来的乐趣。网络营销简化了购物环境,节省了消费者的时间和精力,提高了买卖双方的交易效率。其次,消费者可以根据自己的需求收集相应的信息,如产品、厂家等,通过比较作出购买决定。企业还可以通过制作调查表来了解顾客的意见,或让顾客参与产品设计、开发、生产,使生产真正做到以顾客为中心,从而提升企业竞争力。

对消费者而言,网络营销能更好地为消费者提供服务,满足消费者个性化需求。网络营销是以消费者为导向的,因此消费者可以不受时空的限制,利用互联网寻求满意的商品和服务,甚至根据自己的需求进行订制产品及购物。

网络营销可提高消费者购物效率。信息社会生活的快节奏要求消费者用在商店购物的时间越来越短,而网络购物可使消费者在获得大量信息和得到乐趣的同时,在办公室或者家中单击鼠标即可轻松地完成购物,这种互动性的个性化服务,缩短了消费者购物的整个过程,提高了消费者购物的效率。

3. 网络营销与传统营销的区别

传统营销是以实体市场的线下交易为主的,而网络销售是以虚拟市场的在线交易为主的。网络营销与传统营销是构成企业整体营销战略的重要组成部分,网络营销是在网络环境下对传统营销的拓展和延伸,它与传统营销有着内在的必然联系,但在手段、方式、工具、渠道以及营销策略方面有着本质的区别。

(1) 产品与需求方面。网络营销把消费者的需求摆在首位,而传统营销则考虑的是企业能生产什么产品。

(2) 价格与成本方面。网络营销更多考虑消费者为满足需求愿意付出多少钱,而传统营销是根据产品生产成本进行定价,即向消费者要多少钱。

(3) 渠道与便利性方面。网络营销的渠道首先考虑顾客购物等交易过程如何给顾客方便,而不是先考虑销售渠道的选择和策略,而传统营销渠道是要经过批发商、代理商等多层次多渠道来实现营销目的。

(4) 促销与沟通方面。网络营销是一对一的、双向沟通、由消费者主导的,便于扩大消费者的随机购买率和重复购买频率,缩短消费者的购买决策时间,以达到销售的提升;而传统营销是一对多的、单向的,是以卖方为主导的。

二、网络营销岗位认知

网络营销岗位的专业人才非常紧缺。据《2012 中国互联网营销职业发展白皮书》数据显示,2012 年企业对网络营销人才需求量约为 116 万,整体缺口为 55 万~65 万。网络营销人员必须基于互联网,且能熟练运用各种网络工具,具备一定的市场营销能力,还要全面了解自己服务的行业,能根据市场营销变化为企业量身制订合理的营销方案。

企业关于网络营销部门岗位一般会设置运营经理、运营专员、网络编辑员、SEO 专员、网站推广员、网络营销文案策划、网站美工等,企业可根据内部管理机制进行岗位的相应增减。运营专员、网络编辑员和网站推广员等是基础性岗位。

1. 运营专员

该岗位主要负责网络运营部产品、品牌、创意、推广文案的撰写和网站专题活动的策划,对网站销售力和传播力负责。

从事这项工作,要求熟悉商城或网店的运营环境、交易规则,精通网上销售的各个环节,负责产品页及首页的页面编辑、图片编辑;负责商城或网店日常维护,能独立操作商品陈列,以增强网店吸引力,扩大产品销量;参与商城或网店的整体规划、营销和客户关系管理等系统经营性工作;分析网络会员的购物习惯和购物心理,能根据客户网购心理需求,对售前售后服务进行有效页面支持;负责策划、执行活动方案,优化活动效果。运营专员岗位任职标准见表 1.1.2。

表 1.1.2 运营专员岗位任职标准

序号	标 准	级别
1	有网站、网上商城成功运营经验	优先
2	具有淘宝商城或皇冠网店独立运营经验	优先
3	有 1 年以上淘宝网工作运营经验,或有开店经验	基本
4	有较好的审美能力、文字功底	基本
5	具有良好的项目管理能力、沟通能力、创新能力、团队合作精神和较强的责任心	基本

2. 网站编辑(网络编辑、网络营销文案编写)

该岗位主要负责网络运营部资讯、专题等网站内容和推广文案的撰写执行工作,定期对网站资讯内容及产品进行编辑、更新和维护工作,对网站销售力和传播力负责。

从事这项工作,要求具有一定文案写作能力,可以独立进行文章的编写;负责操作网站后台,进行网页文章发布、产品描述的日常更新;对图片或软文内容进行剪切整合处理、格式转换等工作;根据有限的产品资料,配合公司的美工给出图文并茂的产品描述;配合企划、推广人员进行专题策划和实施,根据提供的主题资料策划出宣传活动的文案;结合公司情况撰写公司的企业文化以及管理制度。

这项工作还包括软文营销、撰写时尚类信息和对产品的软文宣传,具体包括微博类(如新浪微博、腾讯微博、掌柜说等)、BBS 类(如淘帮派、母婴类亲子论坛等)的软文推广。

网站编辑岗位任职要求见表 1.1.3。

表 1.1.3 网站编辑(网络编辑)岗位任职要求

序号	标 准	级别
1	能够熟练运用 Photoshop 等编辑和制图软件,懂 Dreamweaver 优先	优先
2	具有较强的逻辑思维分析能力,语言表达、策划能力,具有扎实的文字功底、独立撰写方案的能力	基本
3	具有较强的信息搜索能力,能举一反三地从各种渠道搜索信息	基本
4	工作高效,态度积极,责任心强,工作细心,能承受较强工作压力,具有良好的沟通能力和协调能力,有团队合作精神	基本
5	具有较强的时尚敏感度(例如对女装、童装等时尚信息捕捉敏锐)	参考
6	在校学生,专业不限,热爱网站编辑工作	参考
7	具备良好的创新能力	参考

3. 网络推广/网站推广专员

该岗位主要负责网络运营、创意文案、推广文案的撰写及发布,媒介公关和广告投放等工作,负责提升网站有效流量。

从事这项工作,需要熟悉各种网络推广工具的使用,含搜索引擎营销推广、网站联盟推广、视频营销推广、论坛社区营销推广等;也包括平台内营销推广,如淘宝营销工具中的直通车、淘宝客、淘宝活动、淘江湖、钻石展位等,找到性价比高、有效的推广方式,以提高网站的访问量;负责商城或网店等各类促销活动的制定策划与实施,通过店铺推广,提高店铺流量、产品点击率和转化率;进行各种优化工作,包括产品类目排名优化(如关键词、

人气宝贝、浏览量等)、标题优化、店铺流量优化、转化率优化、数据研究统计等;多种营销工具的优化和整合运用(例如竞价排名、搭配套餐、关联营销、秒杀、限时打折、团购等);负责店铺广告图片的主题策划,与美工协同完成广告图片的设计和投放;运用其他网络推广工具如百度、谷歌等进行网络推广。

网络推广/网站推广专员岗位任职标准见表 1.1.4。

表 1.1.4 网络推广/网站推广专员岗位任职标准

序号	标 准	级别
1	熟悉搜索引擎优化 SEO 技术	优先
2	1 年以上宣传推广工作经验	基本
3	精通网络营销规则,熟悉网络会员购物习惯和购物心理	基本
4	熟悉各种网络营销推广工具的运用	基本
5	具有良好的策划推广能力和项目执行能力	基本
6	热爱电子商务工作,努力勤奋,思维活跃,有良好的创新和团队合作精神	基本

企业开展网络营销活动不仅仅只有以上这些岗位运作,还需要 SEO 专员、网页美工、网站程序员、网站客服等多个岗位通力合作。例如,在开展网络营销活动前要对市场有深入的调查分析与把握。市场策划岗位要求应聘者要有较强的谈判与沟通能力,能够独立策划产品的整体广告营销方案,还要随时监控所负责合作项目的运营情况,提交运营分析报告。

开展电子商务、网络营销业务的企业,在工作岗位及人员的最终配备方面,需要根据企业实际情况而定,业务较多的企业往往会一岗多人,业务相对较少的企业往往是一人多岗。

特别是近期市场对于开展网络营销业务的企业提出了新的要求,追求“小而美”,即企业看似规模小,然而经营思路灵活,业务开展顺畅,员工工作到位,企业整体运营状况良好。

三、网络营销职业素养认知

职业是指个人在社会从事的作为主要生活来源的工作。职业素养是指职业内在的规范和要求,是在职业过程中表现出来的综合品质,一般包含职业道德、职业技能、职业行为、职业作风和职业意识等方面。

网络营销的职业素养培养,是伴随在网络营销这个特定的职业教育环境、特定网络营销工作岗位及特定的工作管理制度下,逐步形成的一种职业道德素养,依附于娴熟的网络营销职业技能和规范的网络营销职业行为。

1. 培养诚信的网络商务意识

培养诚信的网络商务意识,让天下没有难做的生意。诚信务实是每个从事网络营销工作人员的一项最基本的职业素养,包括忠诚于企业,时刻维护企业形象和声誉;不泄露客户信息、不追求任何虚假成绩;奉行言必行、行必果的处事原则。

柳州市某职业学校电子商务专业学生阿萍,2010 年拿到毕业证的她经过慎重思考来

到上海一家经营育婴产品的厂家从事网店运营的工作,经过几年工作经验的积累,她开始创办自己的淘宝网。2012年4月,她在“淘宝网”上注册会员,3天后,通过实名认证,正式创办了一个名叫“靓宝贝孕妈屋”的网店,从此开始了网上创业。时至今日,她的网店生意越做越大,现经营着两家网上分店,业务遍及全国。在不到一年的时间里,她的月营业额平均可达5万元左右,网上顾客评价诚信度已达4.8颗星。开网店的人有很多,为什么一个普通的中职生能取得这样的业绩呢?这是诚信经营为她获得了更多的客户。

有一次王妈妈在出差前给宝宝买了几件衣服,出差回来已经一个月后,打开包裹发现有件尺码不合,有件发错了颜色。时间都过那么久,不抱希望的王妈妈还是给客服留言并说明了情况。本月订单早已经结算完毕,客服在看到留言后很为难并向阿萍请示如何处理。阿萍让录单员重新整理并迅速给客户回复致歉并承诺给王妈妈换货。这件事让王妈妈非常感动,自此以后王妈妈成了该店的常客,还经常介绍朋友来光顾。阿萍也成了同学中颇有影响力的“学生白领”族。

2. 培养爱岗敬业的精神

培养爱岗敬业的精神。首先要从乐业、勤业和精业做起。乐业,树立职业理想;勤业,强化职业责任;精业,提高职业技能。其次,作为职业人要及时以客户为尊,树立客户优质印象,想客户之所想,急客户之所急。

日本东京贸易公司负责网上订票的一位工作人员,她经常给德国某家公司的商务经理购买往来于东京、大阪之间的火车票。不久,这位经理发现了一件趣事:每次乘车,去的时候他的座位总是靠列车右边窗口,返回时靠左边窗口。经理问工作人员其中缘故,她笑答:“在去大阪时,富士山在你右边,在返回东京时,山又出现在你的左边。我想,外国人很喜欢日本富士山的景色,所以我替你买了不同位置的车票。”一桩小事使这位德国经理深受感动,促使他把与这家公司的贸易额由400万马克提高到了1200万马克。

3. 树立团结合作的意识

树立团结合作的意识是要求网络营销工作团队中每个人追求目标一致、气氛和谐;能发扬团队主人翁精神;齐心协力争创一流业绩。个人之所以要加入一个组织,为的是通过组织的力量来达到个人的目标,完成自己的事业,实现自我价值。

日本著名跨国公司“松下电器”的创始人松下幸之助先生曾说过:“我希望我的员工要像企业家那样思考,而不能只像个被雇来干活的人。”这是一种职业和工作态度。工作是为了自己,所以要为自己而把工作做好。如果你在内心深处觉得自己是在为别人工作,那么你必然会产生倦怠情绪,必定缺乏积极性,没有责任感,不懂得感恩,这样的工作态度既不利于企业的发展,也不利于个人的成长。

企业管理者希望减少成本(包括人员工资)来获得更多利润,而员工则希望得到更多报酬。公司需要有诚信、有能力、有责任感的员工,业务才能发展;而员工必须借助公司的发展平台才能获得物质报酬和精神满足。员工努力,公司才能发展;公司发展,员工才能提升。所以,企业管理者在用人时,不仅仅看中员工个人的能力,更看中员工的个人品质和工作态度,而其中最重要的就是对企业的诚信与责任。因为能力可以后天培养,而诚信与责任却需要发自内心,只有那些既有能力又具备诚信与责任的人才是企业最需要和重视的人才。

【拓展视野】

1. 电子商务和网络营销的区别

电子商务和网络营销既有区别又有联系：电子商务的核心是电子化交易，强调交易方式和交易全过程的各个环节；而网络营销是以互联网为平台的营销活动，主要研究的是在交易前的各种宣传推广。电子商务的重点是实现了电子化交易；而网络营销的重点在于互联网环境下的宣传和推广。电子商务可看做是网络营销的高级阶段，而企业在开展电子商务前可开展不同层次的网络营销活动。

2. 电子商务工作招聘信息平台

求职招聘网站推荐：

(1) 淘工作网, <http://zhaopin.taobao.com>。

(2) 前程无忧网, <http://www.51job.com>。

(3) 58 同城招聘网, <http://www.58.com>。

(4) 智联招聘网, <http://www.zhaopin.com>。

3. 金圣斯国际集团简介及网络营销岗位招聘情况

金圣斯国际集团(www.kingsons.com.cn)成立于 1997 年,总部设在广州市花都区,旗下拥有深圳电子厂、上海分公司,拥有员工 1000 多人,厂房面积超过 35 000 平方米。该集团与世界众多知名企业建立了长期合作伙伴的关系,业务遍及 105 个国家和地区,拥有一批技术过硬的专业人才,科技创新专利成果 20 多项,多次获得由政府部门颁发的“中国著名品牌”、“守合同重信用企业”、“广州市民营科技企业”、“广州市用户满意产品”等荣誉,是全球笔记本电脑外设产品技术领军企业之一。

作为行业的坐标,金圣斯集团在成为“北京 2008 奥运会合作商”、“广州 2010 亚运会电脑包供应商”的同时,又加大力度发展电子商务,勇夺“全球十大网商”称号,并于 2010 年 8 月拔得阿里巴巴《天下网商》坐拥中国 001 号头筹。该集团核心文化和信念是“创新永无止境”,集团精神是“诚信、团结、奉献、拼搏、创新”,集团远景是“致力于成为全球数码外设产品的领跑者”。

招聘职位：电商渠道运营主管

岗位职责

(1) 负责京东、1 号店、当当等店铺的日常运营管理,会店铺诊断,能及时发现店铺运营的问题及提出解决方案。

(2) 与各电商平台的运营人员保持良好互动,争取活动资源。

(3) 制订和实施店铺运营计划,针对不同平台的特点策划相应的主题活动。

(4) 懂数据分析,能根据数据研究分析用户、客户的需求,深入研究竞争对手优劣势及动态,提炼出有利于自身产品改进的意见及运营策略,提高订单转换率。

(5) 协调美工或其他人员,能快速有效地提高单个产品或者整体效果。

(6) 负责开拓具有潜力的电商分销平台。

任职要求

(1) 有一年以上的京东、1号店、当当店中店运营经验,熟悉这些平台的销售模式。

(2) 熟悉电商行业现状,对互联网和电子商务发展趋势有敏锐的洞察力、创新意识及良好的分析判断能力,有很高的商业敏感度;有清晰的电子商务项目运营思路,能针对不同业务阶段制订有效的运营策略。

(3) 对数据敏感,有数据分析能力,能够独立策划并执行相关推广活动。

(4) 思维敏捷,想象力丰富,视野开阔,有较强的执行力。

(5) 有良好的工作和学习方法,擅长对繁杂的工作进行统筹与规划。

(6) 具备分销渠道的开拓谈判能力。

(7) 会使用 Photoshop、Dreamweaver 等工具,会用代码编辑店铺。

实训 网络营销岗位认知

实训场景

阿霞从网上看到在广州某皮具有限公司发布的招聘信息中,有网络运营、网络文案、网络推广等岗位招聘,于是阿霞及其他同学一起参加面试。公司要求面试人员介绍对所应聘岗位的认知和对应岗位的工作计划,以及需要具备怎样的技能及素养才能胜任该岗位。公司通过面试者的现场表现进行评分筛选,最终确定入围者。

实训内容

- (1) 招聘广告牌的制作。
- (2) 模拟招聘现场,开展招聘工作。
- (3) 表述网络营销的概念及其应用情况。
- (4) 描述网络营销工作岗位的类别和相应的工作任务、任职标准。
- (5) 表述从事网络营销岗位应具备的职业素养和职业操守。

实训目的

- (1) 掌握网络营销各岗位的具体工作职责及任职标准。
- (2) 了解网络营销工作人员应具备的职业素养和职业操守。

成果形式

招聘广告牌、面试发言稿。

实训方法

任务驱动。

实训准备

计算机、互联网、色卡纸、彩色笔等。

实训步骤

步骤1 打开IE浏览器,在地址栏输入 <http://zhaopin.taobao.com>,打开“淘工作”网商招聘平台,在“快捷职位搜索”栏中选择职位分类、工作模式及工作地点,或者在“按关键字搜索职位”栏中直接输入“网络营销”来查找网络营销方面的职位。

步骤2 根据对网络营销职位的认知,筛选出网络运营、网络文案和网络推广等方面的岗位,制作招聘广告牌,并张贴于实训室(制作形式不限,如使用色卡纸、POP广告等)。

步骤3 模拟现场招聘的场景,学生根据兴趣选择岗位并到指定岗位前等待面试,确保每个方向的候试人员相对均等。

步骤4 担任人事经理角色的学生要求扮演面试的学生分别介绍对应聘岗位的认知和工作任务,以及应具备何种技能与素质才能胜任该岗位,如果上任将怎样开展工作。

步骤5 面试者根据经理提出的要求回答问题,人事经理对面试者进行综合评价记录。

步骤6 经理宣布面试结果。

步骤7 教师对整个实训项目开展情况进行点评、总结、反思,并提出改进措施。

实训评价

对整个实训执行过程进行评价,特别是对实训过程中所取得的成果进行评价。评价主体包括实训本人、实训小组、指导教师及第三方,可以邀请本专业合作企业专业人员、电子商务行业协会机构专业人士等担当第三方参与评分。填写网络营销岗位认知实训评价表,见表1.1.5。

表1.1.5 网络营销岗位认知实训评价表

评价项目	招聘广告牌的制作(25%)	现场面试的表述(50%)	职业素养(25%)
评价标准	A. 非常合理 B. 合理 C. 不合理	A. 流畅、详细、精准 B. 简明、扼要、基本到位 C. 表述不流畅、脱离主题	A. 大有提升 B. 略有提升 C. 没有提升
自己评分			
小组评分			
教师评分			
第三方评分			
分项综合得分			
总得分			

说明:

1. 表格内按百分制打分。
2. 可以邀请合作企业专业人员、电商协会等机构专业人士担当第三方参与评分。
3. 分项综合得分=自己评分(20%)+小组评分(30%)+教师评分(30%)+第三方评分(20%)。
4. 各标准对应的分数范围: A. 80~100分 B. 60~79分 C. 60分以下。

任务测评

一、判断题

1. 网络营销和传统营销属于整个市场营销活动中的一部分。()
2. 网络营销岗位只包括网络编辑、网站推广、网络运营这些岗位。()
3. 网络营销是促进电子商务活动的重要环节。()
4. 网络营销活动是虚拟网络环境下的营销活动。()
5. 开展网络营销需要一定的网络环境。()