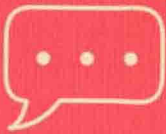


高职高专“十二五”规划教材

网店经营与管理

WANGDIAN
JINGYING
YU GUANLI



王淑清 主编

杨秀义 吕品 副主编



化学工业出版社

高职高专“十二五”规划教材

网店经营与管理

王淑清 主编

杨秀义 吕品 副主编



化学工业出版社

· 北京 ·

本书是一本任务驱动型网店经营与管理教材。主要讲述了网店经营应具备的素质要求、前期准备和条件、货源的选择、买卖流程的操作、网店安全、网店装修、交易技巧、店铺营销等内容。本书按照电子商务专业人才岗位能力需求编写,以具体工作项目为载体,设计、组织课程内容,形成以工作任务为中心、以技术实践知识为焦点及以技术理论知识为背景的课程内容结构,体现了对电子商务知识的优化重组。以网店经营管理应用为导向,对课程内容进行了设计,使独立、离散的知识得到有机串接,实现了学科课程向工作(任务)体系课程的跨越。

图书在版编目(CIP)数据

网店经营与管理 / 王淑清主编. —北京: 化学工业出版社, 2011.7

高职高专“十二五”规划教材

ISBN 978-7-122-11542-3

I. 网… II. 王… III. 网上销售-商业经营-高等职业教育-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 113942 号

责任编辑: 李彦玲

装帧设计: 王晓宇

责任校对: 陈 静

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装: 化学工业出版社印刷厂

787mm×1092mm 1/16 印张 17¼ 字数 442 千字 2011 年 9 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 33.00 元

版权所有 违者必究

前 言

根据教育部 2006 年第 16 号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》等文件精神，高职高专院校要积极构建与生产劳动和社会实践相结合的学习模式，把工学结合作为高等职业教育人才培养模式改革的重要切入点，带动专业调整与建设，引导课程设置、教学内容和教学方法改革。

本书是一本任务驱动型网店经营与管理教材，通过对职业教育教学规律的深入研究，立足实际，以任务导入、任务提出、工作过程、相关知识点、任务训练、素质拓展、小知识、小案例作为主线进行教材内容编排。本书具有以下特色。

1. 强调课程内容与岗位技能零距离对接，突破实践技能的培养，充分利用互联网培养学生网店经营管理的能力，避免电子商务模拟软件的购买及使用带来的弊端，提高实训环节的可操作性和真实性。任课教师可以在能够与网络连接的场地授课，充分利用网上资源进行教学。

2. 突出“以能力为本位，以就业为导向”的特色。根据网店经营管理相关岗位技能要求调整教材内容，重点介绍网店经营与管理的方法，对目前主流的淘宝网上开店以及店铺经营管理的方法进行了详细的介绍，通过应用案例、小知识、素质拓展等内容拓展了学生的视野，方便教师教学与读者自学成才。

3. 突出“实用、够用、实战”特色。本书没有大量的理论知识，更多的是操作方法和网店经营管理的技巧，按照工作过程进行的编写。本书严格按照电子商务专业人才岗位能力需求编写，以具体工作项目为载体，设计、组织课程内容，形成以工作任务为中心、以技术实践知识为焦点及以技术理论知识为背景的课程内容结构，体现了对电子商务知识的优化重组。以网店经营管理应用为导向，对课程内容进行了设计，使独立、离散的知识点得到有机串接，实现了学科课程向工作（任务）体系课程的跨越。

4. 任务驱动统领教学过程。本书以任务驱动统领教学过程实施，提高了学生学习的自主性、积极性，可以使学生由被动听课变为主动探索行为（完成某项工作），从而进一步促使学生通过课程学习切实获取所需的职业能力。

5. 教材体例设计新颖。本书一方面吸纳了国外教材的优点；另一方面考虑到我国高职高专学生的文化背景和基础教育养成的吸纳知识的习惯，兼容并蓄，形成了本教材的功能体系。

本教材是多位老师合作的成果，许多内容是作者在多年教学、科研实践中思考的结晶。河北能源职业技术学院的王淑清编写情景四、情景六和情景七，开滦集团人力资源部的杨秀义编写情景一和情景二，南昌工学院（原江西赣江职业技术学院）吕品和曹静雅共同编写情景三、情景十二和情景十三，廖运文编写情景八和情景九，安徽六安职业技术学院高于十编写情景五、情景十和情景十一。王淑清设计编写方案并担任主编，对全书进行了总撰。杨秀义、吕品担任副主编，并为本书的编写提供了大量的帮助，在此一并表示感谢。

本书有配套的电子教案，请到化学工业出版社教学资源网(www.cipedu.com.cn)下载或联

系 a64518888@sina.com 索取。

在编写过程中，我们参阅了国内外一些专家学者的研究成果及相关文献，还得到化学工业出版社的大力支持，在此一并表示衷心的感谢！由于作者的水平和时间有限，本书难免有不足之处，敬请用书老师和广大读者指正！

王淑清

2011年6月

目 录

情景一 分析网店经营者应具备的素质	1	情景八 如何让自己的店铺别具一格	135
任务1 网店经营者的素质要求	2	任务1 宝贝拍摄技巧	136
任务2 网店岗位设置及岗位要求	5	任务2 宝贝图片处理与美化	139
任务3 分析自己的能力素质,找到 适合的工作岗位	7	任务3 店铺装修与功能使用	147
情景二 撰写网上商店经营情况调研报告	13	情景九 掌握网店经营中商家工具的使用	158
任务1 利用搜索引擎查找资料	13	任务1 阿里旺旺下载安装及使用方法	159
任务2 整理资料,分析资料	20	任务2 淘宝助理软件的应用方法	163
任务3 撰写调研报告	27	任务3 拍拍助理软件的应用方法	169
情景三 分析网店经营者如何制订管理方案	34	任务4 淘宝分销平台的应用技巧	171
任务1 如何选择网店经营平台	35	情景十 网店交易技巧	174
任务2 分析自己店铺的盈利模式	38	任务1 客服心态分析	175
任务3 网店的定位	41	任务2 客服能力、服务技巧	180
情景四 建立自己的店铺	47	任务3 谈判与沟通技巧	192
任务1 开店前的物质准备	48	情景十一 如何宣传自己的店铺	197
任务2 认识不同网络平台网店交易规则	50	任务1 店铺宣传与推广体系	198
任务3 网上开店	55	任务2 运用淘宝网免费活动资源 宣传店铺	200
情景五 开设店铺时货源的选择	68	任务3 运用店内常规宣传方式宣传店铺	209
任务1 虚拟商品与实体商品的选择	69	任务4 运用店内促销工具宣传店铺	215
任务2 利用网络平台寻找供应商	71	任务5 运用淘宝网付费营销方式宣传	223
情景六 学习买卖流程操作	76	任务6 店铺宣传技巧	229
任务1 淘宝网上购物操作	77	情景十二 分析电子商务物流服务对网 店运营的影响	233
任务2 淘宝网上订单处理操作	90	任务1 如何选择物流商	234
任务3 在拍拍网、易趣网等平台网上 开店的操作步骤	96	任务2 如何进行物流包装	242
情景七 网络安全和识别骗子的技巧	99	任务3 如何利用物流加强网店品牌建设	247
任务1 网络信誉等级机制	100	情景十三 学习网店数据的搜集、 统计与分析	250
任务2 账号防盗,交易防骗	107	任务1 如何在淘宝上添加量子恒道工具	251
任务3 分析网络骗局	123	任务2 如何解读量子恒道数据	255
		参考文献	270

情景一 分析网店经营者应具备的素质

知识目标

了解网店经营者应具备的素质要求，熟悉网店岗位的设置及岗位要求，利用 SWOT 分析方法分析自己的能力，找到适合的工作岗位。

技能目标

会利用互联网查找资料，分析不同的网店经营者的素质和能力。分析自己进行网店经营的优势，充分发挥优势并采取有效的方式来弥补不足。

素质目标

通过查阅成功网店经营者具备的素质，分析自己从事网店经营管理的优势与不足，充分发挥优势弥补不足，树立信心，做一个成功的网店经营管理者。

任务导入

厦门网店运营经理招聘

工作地区：厦门市	职位性质：全职	人数：5人
职位月薪：面议	学历要求：大专	工作经验：两年以上
语言要求：英语	综合能力：一般	英语口语能力：一般
汉语综合能力：熟练		
年龄要求：25~35岁	性别要求：不限	身高要求：不限

公司基本信息

性质：民营/私营企业/非上市公司

规模：50~150人

公司网站：<http://www.xxx.com>

公司所在地：厦门

岗位职责

1. 负责制订网店的战略运营规划及各个时期的营销推广计划，完成公司下达的业绩目标。
2. 对网站经营及营销推广进行页面浏览访问、销售情况、老客户回访等各方面数据分析，检测经营策略及营销推广效果，根据数据反馈及时调整策略。
3. 制作部门广告、活动及备用款预算，保证网店正常经营。
4. 协调与生产物流沟通，做好生产计划，使物料充足，良好的生产计划满足销售需求，控制合理的库存成本，保证物流顺畅和良好的客户体验。
5. 做好与商品部门沟通，实现新品上架和节日集体营销活动的对接，保证营销计划的图片、文字等各种素材准时到位（特别是大型活动方案的制作）。
6. 与品牌战略部一起协调与各平台的合作关系，保证充足的资源需求，稳步推进销量增长。

7. 管理团队, 团队运营及销售能力培训, 营销推广的指导, 组织框架完善, 销售和运营团队引进和培养打造, 保证所有工作顺利高效执行。

任职要求

1. 具有两年以上电子产品行业销售经验及网店管理经验。
2. 诚实踏实、进取心强, 有较强沟通协调能力及网络营销能力。
3. 对淘宝网、Ebay 等网络营销工作有较深的认识, 有完整网店零售销售系统策划思路和能力。
4. 熟悉淘宝的各种操作规则, 通过淘宝的相关软件进行网店的日常管理。
5. 能独立完成网店营销工作, 能够具有较强的管理能力和统筹策划能力。

任务提示

类似招聘信息网上随处可见, 通过这些招聘信息可以看出电子商务企业对网店经营者的素质要求和能力要求。随着电子商务的发展, 网上开店的人也越来越多, 网店管理就成了新的问题。并不是所有的人都能经营管理好网上商店, 那到底什么样的人才能经营管理好网上商店呢? 换句话说, 网店经营管理者应该具备哪些素质呢? 请利用搜索引擎在互联网中进行搜索, 然后, 对收集到的信息加以整理, 归纳出网店经营管理者应该具备的素质。然后再充分分析自己的优缺点, 根据优点去选择适合的职业岗位。请以积极的态度、饱满的热情去完成各分任务。

任务提出



任务1 网店经营者的素质要求

利用搜索引擎查找关于网店经营者的素质资料, 然后, 对相关资料加以整理, 并注明出处, 注意信息的客观性和真实性。

工作过程

搜索引擎的选择→关键词的选择→信息的收集整理→总结网店经营者的素质

相关知识

一个好的经营者需要有良好的个人经营素质和良好的心理素质, 只有两个都具备才能经营好一个店铺。

一、良好的经营素质

(1) 具有良好的市场判断能力, 根据不同的市场, 选择经营不同的商品, 使所经营的商品始终适销对路。(2) 具有良好的价格分析能力, 主要表现在两个方面: 一方面在保证质量的前提下能进到价格更低的商品; 另一方面在保证利润和竞争优势的前提下能将商品标出一个适宜的出售价格。(3) 具有良好的网络推广能力, 可以通过各种方式让更多的浏览者进入自己的网店, 而不坐等顾客上门。(4) 具有敏锐的市场观察力, 可以随时把握市场的变化, 据此调整自己经营的商品种类与经营方式。(5) 具有热情的服务意识, 可以通过良好的售后

服务建立起自己的忠实客户群体。源源不断地吸引客源，增强忠实客户群体的队伍。

二、良好的心理素质

网上开店，除了具备必要的经营技巧外，心理素质也是很重要的，作为一个成功的网店掌柜，必须要有过硬的心理素质。

（一）有很强的责任心

责任，是一个人对他人、对社会应尽的义务，责任感、责任心是个人对待自己所承担责任的认识和态度。网店就像是婴儿，有责任让它健康地成长，不生病，成为社会的栋梁之才。网店经营者不仅要为网店负责，为员工负责，还要为所有接受这个网店商品的顾客负责，担子是很重的。

小故事

难忘的“4.28”

2008年4月28日凌晨4时41分，T195和5034两列客车在胶济铁路山东周村至王庄间相撞造成特大交通安全事故。事故中死亡人数达到72人，受伤人数达到416人。经初步调查认定，列车相撞是一起人为责任事故。

此次特大责任事故的发生，是文件及调度令传递混乱、漏发调度命令、安全生产责任不到位等错误的积累所导致的。如果其中的任何一个人具有高度的责任心，那么这起震惊世界的灾难就不会发生。



探讨“4.28”特大交通事故，谈谈从中得到的启示。

（二）有激情

这种激情从表面上来看是吃饭睡觉都想着它，但在更深的层面上是作为网店经营者遇到很多困难、坎坷的时候，仍能全身心地投入。如果是职业经理人，那就只是当它是个身外之事，这就像许多华尔街的人拿着别人的钱做投资一样，对他们而言，钱只是个数字而已，但自己开网店不一样，网店经营者是需要倾注感情的。

（三）坚持的精神

在通往成功的道路上，会遇到很多困难和挫折，最重要的是要对自己和自己的团队有信心，坚持走下去，笑到最后的人笑得最甜。人不可避免地会犯错误，关键在于要从中吸取教训，不能因害怕犯错而缩手缩脚。社会上骗子很多，互联网上骗子更多，所以，必须要有被骗的心理准备。时刻警惕骗子的光临，能做的就是擦亮自己的眼睛，时刻准备把骗子打回原形。刚开店时骗子更多，有可能第一个顾客就是一个骗子，千万不要因此打击信心，如果遇到这样一个小小的打击就趴下了，那在网络上经营管理自己的店铺是不可能成功的。

（四）跟上时代

网店经营者必须有敏锐的商业嗅觉，随时关注周围的动态，注意观察世界的变化，跟上时代的节奏。在信息时代，信息就是一切，尽可能多地获取信息、丰富自我是获得灵感的最好途径。

（五）有诚信的经营理念

虽然创业者都很想马上赚钱，但有一点不能失去——诚信。诚信是一辈子的事情，不要因为一些蝇头小利而丧失了最基本的做人原则，那样失去的反而要比得到的更多。

（六）执行力

创业者光靠概念和想法是不够的，一定要把它落实到实处，一件件地执行下去，即使这个想法是错的也要去试试，不然这一大堆想法永远只是概念。

（七）有一个良好的心态来面对挑战

虽然我们对事业倾注了全身心，希望也努力使它成功，但也必须接受一个事实，那就是

在网店经营过程中一定是有大量坎坷的,可能成功,也可能失败。网店经营管理的成功是“天时、地利、人和”的综合体,缺一不可,并非创意好就足够了,所以,即使不成功也不要懊恼。要珍惜整个网店经营管理的过程,在网店经营管理过程中尽力去克服种种困难,是个让人非常受益的过程,对将来整个一生都是笔很好的财富。

小故事

态度决定一切

某公司的裁员名单公布了,其中有内勤部的小灿和小燕,规定一周后离岗。

第二天上班,小灿心里憋气,情绪仍然很激动,逢人就发牢骚,该干的活全扔在一边,别人只好替她干。

小燕也哭了一个晚上,可是难过归难过,离走还有一周呢,新人还没到岗,工作总得有人干。于是她默默地继续着自己的工作。同事们知道她要下岗,不好意思再找她,她就主动揽活。她说:“新人还没到,我的活还得干,你们有事尽管说,别不好意思。”于是,同事们又像从前一样,小燕总是随叫随到,坚守着她的岗位,坚守着她的职责。

在这个星期里,小燕把她经手的工作都认真地做了一个总结;在最后三天,她把借公司的东西一一送还,把她借出的东西一一列表送给主管;在最后一天,把自己手头上还未做完的工作列了一个清单,详细地说明了进展和遇到的问题;在最后一个小时,她把自己的工作室和工作台收拾得干干净净、利利索索;在最后一分钟,她向主管和同事微笑着道别,向他们表示感谢。

在她挥手准备离开时,老板微笑着走了进来,宣布了一个出人意料的消息:“小燕留下来!尽管她的工作谁都能做,但她高度的敬业精神和强烈的责任意识并不是谁都具备的,像小燕这样的员工公司永远也不会嫌多!”

👉 小燕的哪些品质让她保住了自己的工作?从小燕身上你得到了什么启迪?

很多时候,买家是来购买服务的,服务态度直接决定成交量。设身处地地想,自己做买家的时候,也是选择服务态度好的,那些不耐烦的店主一概飘过。为什么?同样的商品淘宝上有成千上万家,为什么要在这里受气?将心比心,为买家服务是最天经地义的事。永远比别人谦逊一分,是开店的基本要素。

任务训练

利用互联网络查找不同类型网店经营者的素质有什么不同,举例说明网店经营者共同的特征。

素质拓展

成功的网店经营者,必须具备的四项能力

身为一个网店卖家,不但要有勇还要有谋,这样才能成就大业。以下几个条件你都做好准备了吗?

(一) 懂得换位思考, 网店问题好解决

其实淘宝上的卖家们大部分也都是买家,卖家往往在抱怨买家不理解自己的同时,忘记了自己作为买家的时候对产品或者对卖家的期待。之前有位卖家发帖喊冤,说是快递私下自己转了物流,造成买家冒着大雨打车去取货,买家最后给了中评,说是付了几十块钱的快递费用还需要自己冒雨打车去取,太不像话了。当时帖子里大家回复意见不一,部分卖家认为该买家也是卖家,应该体谅卖家不容易,可也有部分卖家认为,事态发展到最后,买家给出差评都不为过,因为就交易的过程及结果来说,买家经济精神上都有不同程度的损失,换位思考一下,谁买东西能接受这样的结果呢?物流有异常时,卖家要积极作出响应,通知买家,与快递公司沟通,双方面协调,就不会出现这样的中评了。

(二) 善于沟通, 是作为一个成功者必备的素质

提前准备并非指做好被中评然后申诉的准备,而是提前开始做售后服务,将这个中差评

的苗头扼杀在摇篮里。这里所谈的售后，不是指买家接到商品收货后的过程，而是指卖家发货之后的过程。那么期间就牵涉到一个物流问题，这里很多卖家都有抱怨过物流快递怎么怎么，沟通真的很重要，不同的人用不同的沟通手法，不要因为途中的出现失误让买家失去对自己物品的购买欲望，买家也是人，除了少部分利用漏洞牟利的黑心人，大部分买家都是通情达理的。所以只要用心多多沟通，还是能找到解决之道的。

（三）中差评不可怕，巧用中差评

这里所讲的是关于售后的解释部分，随着店铺的发展壮大，遇到不同的买家，能维持100%好评到永久的必然是少数，这中间有一些说不清道不明的因素。遇到实在是无法协调的问题，除去沟通和申诉，卖家还有一条渠道来申冤，那就是差评下面的解释。这点可能很多卖家都没有注意到。回复信息不要用词尖锐，不要把对方的电话、地址、姓名等私人信息公布出来，有理有据地解释，用词不卑不亢，这样就算是多几个差评也会让人产生好感。所以说，中差评解释有的时候还能起到正面的影响。当然，遇到差评不解释的等同于默认，这是必然的想法了。

（四）网店经营的省钱秘诀，选用好的图片存储空间

相信大多数的店家都会认识到，随着网店的不断扩大，网店空间也就越来越小，能存储的图片越来越少，选用一个好的图片存储空间就成了一件必要的事情。不过在挑选图片存储空间这方面，很多店家往往都以为随便选用一个就行了，其实这样不但让网店没有保障，还花费了不少的金钱。挑选好的图片存储空间能省去这些麻烦，推荐挺棒网上提供的图片存储空间，比较好用也放心。

能够真真正正地做到以上四点，离网店成功的日子就不远了！

摘自：<http://blog.china.alibaba.com/blog/tingbang08/article/b0-i22489128.html>

任务2 网店岗位设置及岗位要求

分析网店的岗位设置及岗位要求，为自己的店铺编写岗位招聘启示，同时也能找到自己从事网店经营更适合的岗位方向。

工作过程

网店岗位设置情况→岗位能力要求→编写网店岗位招聘启示

相关知识点

淘宝网运营岗位设置及岗位职责、岗位要求。

一、淘宝网运营总监

岗位职责：（1）负责公司淘宝店的全面运营、管理、推广，提高店铺点击率和浏览量，领导团队完成店铺销售目标；（2）负责在公司现有商品中选定推广商品，制订商品推广方案，制订营销方案及执行，通过策划各类活动，结合各种互联网资源有效地提升淘宝商城旗舰店及旺铺在淘宝网的知名度，聚集流量和人气，形成销售；（3）负责直通车关键字的设定、文字编辑、文案，并配合美工方面做好页面规划。

职位要求：（1）熟悉淘宝的运营环境、交易规则、淘宝的推广ROI，有淘宝等购物网站五钻以上推广实战工作经验，有成功的推广成功案例；（2）熟悉网店运营和淘宝网的各种营销工具，精通网络推广，熟练掌握淘宝直通车、淘宝客等推广技巧，熟悉淘宝各类社区的状况以及可利用的资源；（3）具有良好的文案撰写能力，善于运用感性文字打动买家，熟练掌

握软文、交换链接、邮件推广、SNS推广、论坛推广以及其他推广方式；(4)有丰富的淘宝网网站运营团队建设及全局管理经验，全面负责整个团队的业绩考核工作；(5)有独立和独到的营销思维，善于把握重点，制订推广计划和营销突破点。

二、淘宝网页面设计师

岗位职责：(1)淘宝店面以及网站整体形象设计更新；(2)商品描述页面美化；(3)图片编辑处理；(4)促销活动及其他相关平面设计支持，与销售策划人员做好沟通，有创造性地体现栏目策划意图；(5)网店整体维护更新。

职位要求：(1)从事过网页设计、网站美工两年以上，具有良好的美工灵感与功底；(2)熟练掌握 Photoshop、CorelDraw、Illustrator 等各类设计软件和 Dreamweaver、Flash 等各类网页设计软件；(3)对图片具有较高的鉴赏和编辑能力；(4)能根据主管要求，体现网页或杂志的风格；(5)工作态度积极，处理事情责任心强，有较强的独立工作能力和团队合作精神；(6)有极佳的设计感觉；(7)了解网页或杂志的主旋律；(8)了解印刷和后期制作流程。

三、淘宝商城网店客服

岗位职责：(1)通过在线聊天软件淘宝旺旺、QQ 等通讯工具为网络买家介绍商品、解答疑问，促成交易；(2)中文打字速度 65 字/分钟以上，具有良好的语言沟通能力，脾气好，有耐心，思维敏捷能同时应对多个客户的购买需求；(3)商品上下架及其他网店商品信息修改维护；(4)认真学习网购平台各项规则，不断提高销售技巧，提高接待成交率；(5)售后问题的处理，为客户提供超越期望值的服务；(6)积极完成团队当月各项任务目标，积极反馈客户需求信息；(7)其他与销售相关的工作。

职位要求：(1)对电子商务有浓厚兴趣，熟悉淘宝网等电子商务平台基本操作流程，有志于此领域长期发展；(2)身心健康，为人诚实正直，思维敏捷，工作耐心细致，待人热情，有良好的服务意识；(3)具有较好的网络及电话沟通能力和技巧，具有较好的学习能力，能独立思考和解决问题；(4)有团队合作精神，能吃苦耐劳，能承受较大工作压力，能适应较长的工作时间，且能够长期稳定工作至少一年以上；(5)熟练使用日常办公软件，普通话流利；(6)要有很强的自律性和主人翁精神，能把网店当成自己的店来做，这点最关键，因为客服的收入来源于店主店铺的营业总收入。

因为网店经营模式到目前为止并没有完全成型，所以，对于电子商务岗位设置还没有一个统一的标准，在此仅站在 C2C 网店经营管理的角度进行分析，还请读者继续拓展知识。

任务训练

1. 通过互联网查找淘宝网招聘信息，了解岗位设置以及岗位职责要求。
2. 了解拍拍网上网店招聘信息及其岗位职责。
3. 了解易趣网上人才招聘信息，了解网店岗位设置情况及技术能力要求。

素质拓展

电子商务运营总监——三际网上商城

岗位职责：全面负责公司独立网店三际商城及淘宝商城、拍拍、乐酷天的运营及管理。

工作细则：

1. 负责公司淘宝店铺推广、提高店铺点击率和浏览量，辅助客服部完成店铺销售目标；
2. 熟练运作淘宝网店、门户网站后台建设及操作各类网络营销方法；

3. 熟练运作网站排名、流量原理,了解搜索引擎 SEO 优化,负责公司网站的策划与搜索引擎匹配,网站检测等相关技术性推广,善于利用多种技术形式迅速提升网站人气,熟练掌握软文、交换链接、邮件推广、SNS 推广、论坛推广及其他特殊的推广方式;

4. 定期针对推广效果进行跟踪、评估,并提交推广效果的统计分析报表,及时提出营销改进措施,给出切实可行的改进方案;

5. 管理自己的团队。

(注:本岗位需要一定的能力及工作经验,非诚勿扰。)

应聘要求:

1. 大专以上学历,男女不限,3年以上电子商务类网站的运营工作经验,26周岁以上;

2. 有事业心,希望在创业公司工作,疯狂热爱电子商务;

3. 熟悉电子商务的运作流程,管理淘宝网、拍拍、乐酷天、独立站以及其他网络的分销渠道,努力完成既定的销售目标;

4. 针对销售任务制订相应销售目标、销售策略和实施计划,调动各部门以配合运营方案的实施和销售目标的达到;

5. 拥有电子商务网站平台的销售管理经验、懂得把控销售流程中的关键点,带领并激励销售团队努力完成既定目标;

6. 管理企业品牌覆盖的各类网站的日常销售、促销互动、供应链流程的高效执行;

7. 熟悉并擅长对网站导购、网上销售、客户意见处理、客户资料管理、通过电脑和电话与客户进行沟通、文字上传等工作的培训,有电子商务类网站,如独立购物型网站、淘宝网、拍拍等电子商务销售及推广经验;

8. 有较强的目标客户分析能力和产品规划能力;

9. 对电子商务的运作模式有较为深刻的理解,理解国内电子商务的发展进程,熟悉国内外常见的电子商务操作模型。

摘自: <http://www.bingojob.cn/post/e0b95e8d-5398-417a-8114-efc7f2855de1.html>

任务3 分析自己的能力素质,找到适合的工作岗位

工作过程

自我能力分析→根据网店岗位能力要求选择最适合自己的工作岗位→编写自我能力分析报告

相关知识点

“认识你自己!”据说这是镌刻在古希腊宗教中心戴尔菲阿波罗神庙墙上的一句箴言,又据说古希腊哲学家苏格拉底曾对这句话进行过论证和解说,更据说,这句箴言是古希腊哲学里面一个重要的命题,深深地影响了人类两千多年来的思辨和认识。

一、SWOT 分析

找到适合自己的工作类型之后,还需要进一步分析自己的优势和劣势以及所面临的机遇和威胁,以提高自己在激烈的竞争环境中求职的成功率。下面将介绍一种常用的竞争分析方法——SWOT 分析法。

SWOT 分析法又称为态势分析法,它是由旧金山大学的管理学教授于 20 世纪 80 年代初提出来的。所谓 SWOT 分析,就是将与研究对象密切相关的各种主要内部优势、劣势、机会

和威胁等,通过调查列举出来,并依照矩阵形式排列,然后用系统分析的思想,把各种因素相互匹配起来加以分析,从中得出系列相应的结论,而结论通常带有一定的决策性。

运用 SWOT 分析法进行选择分析,就是将密切相关的各种主要内部优势因素(Strengths)、劣势因素(Weaknesses)、机遇因素(Opportunities)和挑战因素(Threats),通过调查和挖掘罗列出来,并对这些因素进行综合分析,找到利用或弥补的方法,如图 1-1 所示。

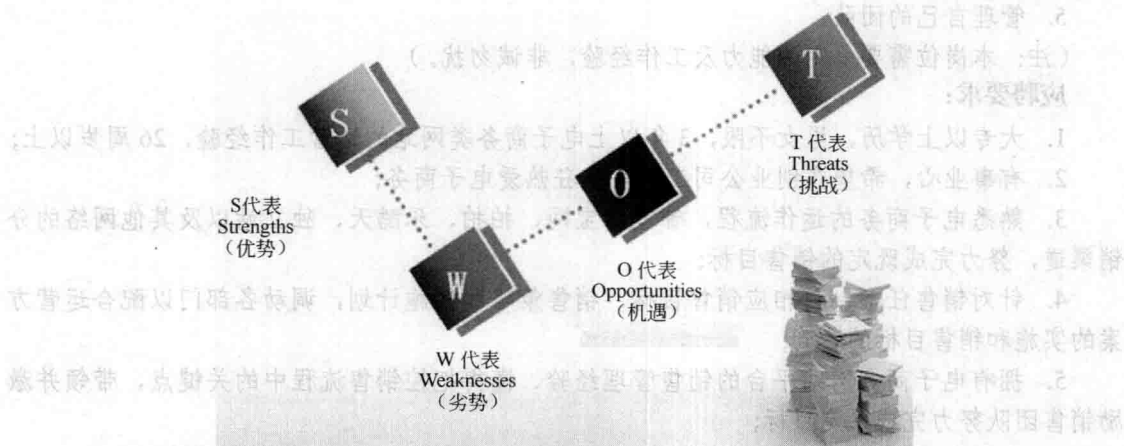


图 1-1 SWOT 分析法示意

使用 SWOT 模型对自己作进一步分析后将得到一个关于自我的系统认识,从而对自己准确的定位和进行正确的选择奠定坚实的基础。进行 SWOT 分析,主要有以下几个方面的内容。

(一) 分析环境

就是要分析目前的各种环境因素,包括外部环境因素和内部能力因素。

(二) 构造 SWOT 矩阵

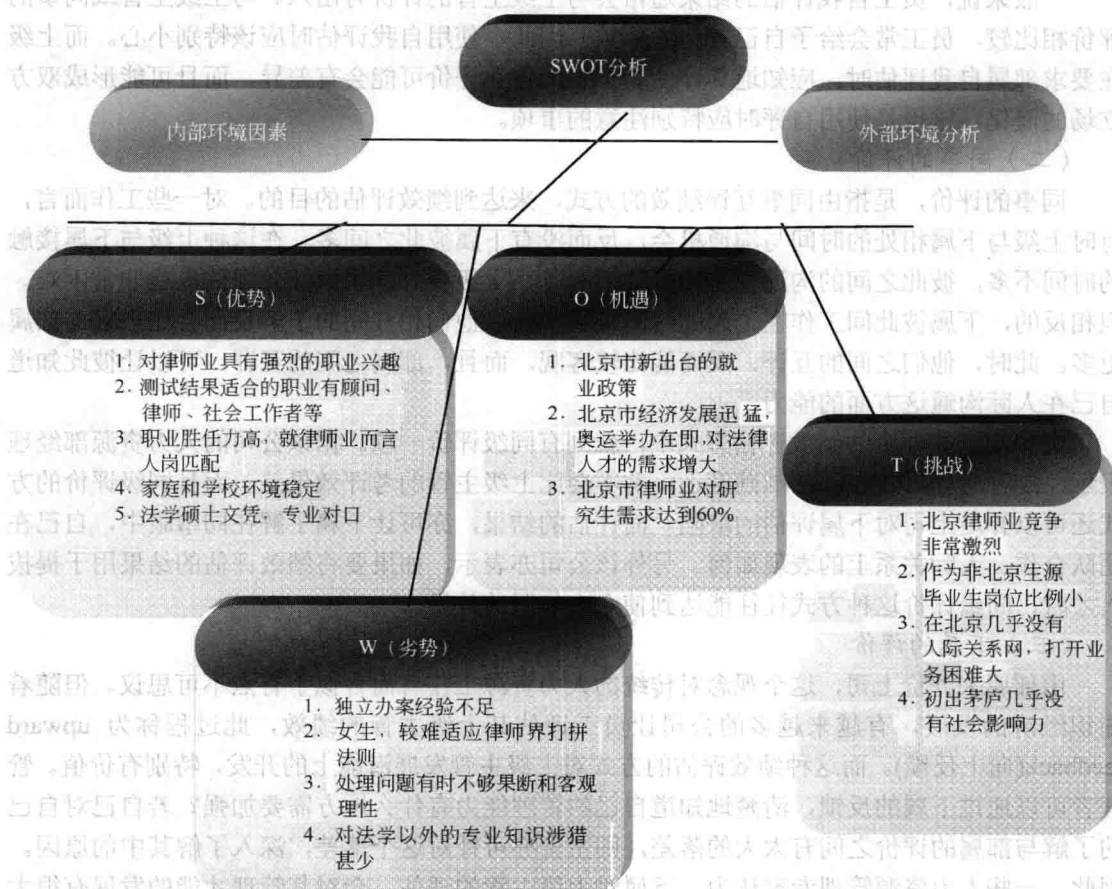
将调查得出的各种因素根据轻重缓急或影响程度等排序方式,构造 SWOT 分析矩阵,见表 1-1。

表 1-1 SWOT 分析矩阵

内部	优势 S (1) 擅长什么? (2) 有什么新技能? (3) 能做什么别人做不到的? (4) 和别人有什么不同? (5) 最近因何成功? (6) 什么领域适合自己?	劣势 W (1) 什么做不来? (2) 缺乏什么技能? (3) 别人有什么比自己好? (4) 不能够满足哪种学习领域? (5) 最近因何失败?
	外部	机遇 O (1) 这个领域有什么适合自己的机会? (2) 可以学到什么技术? (3) 可以提供什么新的技能? (4) 可以吸引什么新的顾客? (5) 怎样可以与众不同? (6) 在 5~10 年内的发展?

小案例

某学生个人 SWOT 分析案例



二、360 度绩效评估法

360 度绩效评估法是 20 世纪 80 年代由美国 Edwards & Ewen 等学者在一些企业组织中不断研究发展而成,由于“360 度”体现了组织(员工满意度)调查(Organization Survey)、“全员质量管理”(Total Quality Management)、“发展回馈”(Development Feedback)、“绩效评估”(Performance Appraisal),以及“多元评估系统”(Multisource Assessment System)等多个组织绩效原则,不但符合“公开、公平、公正”的管理精神,更符合时代的潮流与趋势,此一名词在 1993 年经美国著名的《华尔街时报》(Wall Street Journal)与《财富》杂志(Fortune)引用之后,在短时间之内,即在美国与全球蔚为一股组织绩效管理风潮。

360 度绩效评估,又称“360 度绩效反馈”或“全方位评估”,最早由被誉为“美国力量象征”的典范企业英特尔首先提出并加以实施的。

360 度绩效评估是指由员工自己、上司、直接部属、同仁同事甚至顾客等全方位的各个角度来了解个人的绩效:沟通技巧、人际关系、领导能力、行政能力……通过这种理想的绩效评估,被评估者不仅可以从自己、上司、部属、同事甚至顾客处获得多种角度的反馈,也可从这些不同的反馈清楚地知道自己的不足、长处与发展需求,使以后的职业发展更为顺畅。

(一) 自我评价

自我评价是指:让经理人针对自己在工作期间的绩效表现,或根据绩效表现评估其能力

和并据此设定未来的目标。当员工对自己做评估时，通常会降低自我防卫意识，从而了解自己的不足，进而愿意加强、补充自己尚待开发或不足之处。

一般来说，员工自我评估的结果通常会与上级主管的评价有出入。与上级主管或同事的评价相比较，员工常会给予自己较高的分数。因此，使用自我评估时应该特别小心。而上级在要求部属自我评估时，应知道其评估和员工的自我评价可能会有差异，而且可能形成双方立场的僵化，这也是使用自评时应特别注意的事项。

（二）同事的评价

同事的评价，是指由同事互评绩效的方式，来达到绩效评估的目的。对一些工作而言，有时上级与下属相处的时间与沟通机会，反而没有下属彼此之间多。在这种上级与下属接触的时间不多，彼此之间的沟通也非常少的情况下，上级要对部属做绩效评估也就非常困难。但相反的，下属彼此间工作在一起的时间很长，所以他们相互间的了解反而会比上级与部属更多。此时，他们之间的互评，反而能比较客观。而且，部属之间的互评，可以让彼此知道自己在人际沟通这方面的能力。

例如北京某外企的绩效评估方式中，就列有同级评价一项。据该公司的人力资源部经理表示，这种考评方式在评估准确度上，并不会比上级主管的考评效果差。而且同级评价的方式还可以补足上司对下属评估的缺陷。而评估的结果，亦可让下属了解在同事眼中，自己在团队合作、人际关系上的表现如何。另外该公司亦表示，如果要将绩效评估的结果用于提拔人才时，同级评价这种方式往往能达到使众人信服的效果。

（三）下属的评价

由部属来评价上司，这个观念对传统的人力资源工作者而言似乎有点不可思议。但随着知识经济的发展，有越来越多的公司让员工评估其上级主管的绩效，此过程称为 **upward feedback**(向上反馈)。而这种绩效评估的方式对上级主管发展潜能上的开发，特别有价值。管理者可以通过下属的反馈，清楚地知道自己的管理能力有什么地方需要加强？若自己对自己的了解与部属的评价之间有太大的落差，则主管亦可针对这个落差，深入了解其中的原因。因此，一些人力资源管理专家认为，下属对上级主管的评估，会对其管理才能的发展有很大的裨益。

（四）客户的评价

客户的评价对从事服务业、销售业的人员特别重要。因为唯有客户最清楚员工在客户服务关系、行销技巧等方面的表现与态度如何。所以，在类似的相关行业中，在绩效评估的制度上不妨将客户的评价列入评估系统之中。

事实上，目前国内一些服务业（例如金融业、餐饮业等）就常常使用这种绩效评估方式（如评选最佳服务人员）。因为服务人员的服务品质、服务态度唯有顾客最清楚。国内很多知名公司的客户服务部门，就会定期以抽样的方式，请顾客评估该公司客户服务人员的服务成绩。

（五）主管的评价

主管的评价是绩效评估中最常见的方式，即绩效评估的工作是由主管来执行。因此身为主管必须熟悉评估方法，并善用绩效评估的结果作为指导部属、发展部属潜能的重要武器。

（六）多主管、矩阵式的评价

随着企业的调整，一些公司常常会推动一些跨部门的合作方案，因此一些员工可能同时会与很多主管一起共事。所以在绩效评估的系统建立上，亦可将多主管、矩阵式的绩效评估方式纳入绩效评估系统之中。

普遍认为,360度绩效评估具有以下优点:通过评估反馈,受评者可以获得来自多层面的人员对自己素质能力、工作风格和工作绩效等的评估意见,较全面、客观地了解有关自己优缺点的信息,以作为制订工作绩效改善计划、个人未来职业生涯及能力发展的参考;360度绩效评估中,反馈给受评者的信息是来自与自己工作相关的多层面评估者的评估结果,所以更容易得到受评者的认可。而且,通过反馈信息与自评结果的比较可以让受评者认识到差距所在;360度绩效评估有助于促进组织成员彼此之间的沟通与互动,提高团队凝聚力和工作效率,促进组织的变革与发展。

正因为有以上特点,目前360度绩效评估已经广泛应用于高层领导自我觉察与发展、员工绩效评估,企业高层候选人的评荐、组织学习与变革等领域。

小案例

普渡资源管理公司的360度绩效评估应用

美国普渡资源管理公司有员工近千人,旧的绩效考核系统缺乏明确的考核标准,实施中也未能保证公正与公平,在旧的考核过程中,员工也不知道公司对他们的期望是什么。通过考核来发现绩效优秀的员工并给予他们相应的报酬,这是任何一个有效激励体系的内在组成竞争。许多公司实施绩效考核的目的就是为了激励员工。然而,总有经理或雇员认为绩效考核是一个虽然必要,但却毫无结果和令人讨厌的过程。普渡公司在1994年改革之前就处于这种情形之中。改革的结果是,绩效考核不再仅仅是一种对员工“打分”的制度,更是给员工以重要信息反馈的来源。每年,所有的员工都同他们的上级坐到一起讨论今年的个人目标。为此,绩效考核系统实际上成为了一种重要的协调工具。比如,在普渡公司中,团队工作变得越来越重要。为促进员工相互间的合作,公司制订了一项政策,要求所有员工以一名团队成员的身份来分别回答一系列问题。同样,在绩效考核中,不仅由上级进行考核,同事和下级也要对其进行考核。仅由上级考核也许成本更低、更节省时间,但360度绩效评估对于团队运作很重要的公司来说非常有价值。此外,增加考核者的人数会提高考核的准确性。

许多其他公司也曾用类似的考核技术。比如,处于激烈变化环境中的公司为其员工确定第二年的目标,这是一项非常有效的政策。但同样的措施如果运用于一个处于稳定环境中的公司就显得浪费和有些愚蠢。事实上,这类公司完全可以将这些目标转化成固定的职务说明书。相反,处于运态环境中的公司,其员工和他们的经理最了解发生了什么变化以及应当如何调整目标以适应新的环境。

三、橱窗分析法

橱窗分析法是一种借助直角坐标系不同象限来表示人的不同部分的分析方法,它以别人知道或不知道为横坐标,以自己知道或不知道为纵坐标,如图1-2所示。



图1-2 橱窗分析法示意

橱窗1:“公开我”,即自己知道、别人也知道的部分,其特点是个人展现在外,无所隐藏。

橱窗2:“隐私我”,即自己知道、别人不知道的部分,其特点是属于个人私有秘密,不外显。

橱窗3:“潜在我”,即自己不知道、别人也不知道的部分,其特点是开发潜力巨大。