



电子商务入门

The E-business Book

步入未来商业世界的必读书

[美] 黛尔·M·史密斯 (Dayle M. Smith) 著

王继平 译

目 录

前言	1
导读	5
第 1 步	
电子商务革命	13
跳跃之前先看看，纵览在你的产业部门或市场区段之内的众多公司的成功与失败。	
16 检测我们对国际互联网的假定	
22 一个拥挤的游戏场	
24 务实的人开发务实的电子商务的5大理由	
35 本步小结	
第 2 步	
找准你在电子商务的位置	37
了解和建立你的竞争优势，为你的电子商务在互联网上定好位。	
39 你要成为独一无二吗	

- 40 找出特别之处
- 42 独一无二的标价：人们在别处能够以较低价买到它吗
- 43 一个知识为王的开放市场
- 47 访问电子综合市场
- 51 标帜广告何时打退堂鼓
- 52 本步小结

第3步

电子商务构想 53

既从所有者 / 经理人的观点也从顾客的观点出发把你的电子商务的构架想透彻。

- 56 小型电子商务设计
- 60 中型电子商务设计
- 63 大型电子商务设计
- 65 全盘考虑电子商务概念的基本目的
- 67 本步小结

第4步

电子商务竞争 69

向你的竞争对手学习以提升你的追求成功的战略。

- 71 达到了了解你的竞争对手的10种方法
- 75 密切注视竞争环境中的特殊形势和混乱
- 78 本步小结

第 5 步

电子商务计划和检验 79

制定一个清楚的、简明的商务计划，与员工和投资者交流你的电子商务构想。

81 工作计划举例

86 工作计划的使用

89 从工作计划到商务计划

94 本步小结

第 6 步

电子商务保护 95

发现保护你的电子商务的商标、版权和其他知识产权的各种方法。

97 电子商务专利权

99 专利权和版权需要程度评估

102 一个知识产权争议案

103 注册商标申请

104 电子商务安全防范

113 国际互联网上的骗局

115 上保险防备灾祸和欺诈

117 本步小结

第 7 步

电子商务网站设计 119

关于网站开发的哪些部分由你本人承担，哪些部分则分包出去由专家去做，要做出聪明的决定。

- 121 为时未晚
- 122 电子商务网站的组成
- 129 把网站开发分包出去还是自己动手
- 131 雇用专业网站设计者
- 134 为你的网站寻找合适的宿主机
- 136 本步小结

第 8 步

电子商务营销.....139
创建一个满足你的预定的视听众的需要和购物习惯的营销计划

- 141 标帜广告以外
- 144 除标帜广告之外的10种营销技术
- 154 换一种角度想问题
- 155 永不气馁
- 156 本步小结

第 9 步

寻求电子商务贸易社团支持.....157
考虑参加一个电子商务社团，包括商务对顾客的综合市场和商家对商家的贸易群体，以增加到达你的网站的通信量并从互助的联盟取得利益。

- 160 “地主”在干什么
- 161 商家对商家的社团
- 164 亲身体会B2B电子商务
- 172 本步小结

第10步

建立电子商务团队.....173
学习如何为你的电子商务补充、雇用、训练和保住合适的职工。

- 176 消费者管理上的陷阱
- 179 以合适的方法招聘和雇请合适的人
- 186 组成一个各类人才的单一团队
- 191 雇工场景
- 195 如何在后来的销售方面定位你的公司
- 197 本步小结

第11步

管理电子商务团队.....199
经实践证明了的激励你的队伍和监听顾客满意度的方法。

- 202 钱的激励作用在弱化
- 209 确保电子商务人员的人格完整性
- 217 确保电子商务知识的安全和增长
- 221 本步小结

第 12 步

评价和提升电子商务模型和网站设计.....223

承诺对于你的网站在一切方面上都有持续不断的改进。

225 评价你的网站

227 评价你的人

228 设定远大可以达到的目标，然后庆祝成功

229 跟踪顾客满意度和对顾客问题做出反应

233 不断更新网站

234 本步小结

附录 A

《企业家杂志》推荐的最佳网站.....237

附录 B

电子邮件联络助你到达全球.....251

255 美国驻外使馆

Foreword

前 言

如果在过去我们还有些怀疑，那么在新世纪第一年，大家都会很清楚：巩固加强和重新审视电子商务的各个方面正是时候！在刚刚过去的20世纪90年代末如雨后春笋般涌现的dot-com公司的新星们其中大多数在昙花一现之后已经消逝或已暗淡得几乎看不到它们了。在这一大淘汰中幸存下来的电子商务令人钦佩，值得研究学习。

《电子商务入门》以生动的、知情的和富有洞察力的方式承担了这一研究任务。黛尔·史密斯的通向成功电子商务的步骤正是大多数的dot-com公司迫切需要的——它的令人信服的商务计划把旧经济的最好的思维和新经济的想像视野结合起来了。最重要的是，本书作者对于电子商务企业所面临的挑战与潜力是很现实的。她认为，进入商务的低障碍不可避免地预示着在开始进入电子商务者的内部存在残酷的竞争和高失败率（与大多数投资者在这一点上是一致的）。对于即使是最杰出的电子商务竞争参与者的预估利益，她也有着清醒的看法。

这不是说，作者对于电子商务和国际互联网商业的基本主张已经失去了她自己的热忱。决不是的。她就是拒绝以炒作的形式使希望永驻。代替炒作，她的书熟练地和准确地指引读者看穿互相矛盾的观点、统计数字和申明等的假面具，这些假面具已经成为今日电子商务的折磨人的面孔。该书所揭示的真实构成了迷人的故事，它既有警示意义，也引人入胜。史密斯正确断言，在电子商务中遭致破产的捷径就是抛弃商务计划与运

作的基本原则，成千成万吃过亏的电子商务投资者应当同意她的这一论点。

但是《电子商务入门》之所以有价值，其理由不止在于它对电子商务诸多风险与陷阱的理智的分析。对于想开始和以正确方式经营电子商务或修正以前所犯错误的公司和个人，作者为他们首创了一张路线图。史氏之书的大部分都致力于电子商务出版物经常忽略的题目：当你的电子商务在国际互联网上经历激动人心的初次亮相之后如何培育和保持它。她的路线图描绘了通向成功的整个的电子商务历程。

和我一样，黛尔·史密斯也深信，电子商务自始至终能够提供效率、价格、质量、可用性和服务等因素将伴随它经历这段风暴时期的考验并保证它的对消费者和企业之间商务的最终支配地位。许多电子商务巨人的今日疲软的证券价格，在一两年之后回头来看，将可以看做是十年中买进其证券的好机会。新的技术，包括管理和量度知识本身的革命性方法将给电子商务添加市场活力和持久性。

简言之，史密斯的这本好书所传达出来的最重要信息就是“保持信心——但要睁大双眼”。电子商务的未来是光明的，而史密斯撒在通向电子商务成功之路上的阳光就越发明亮。

托马斯·J·豪塞博士
南加州大学马歇尔商学院
信息与运作管理系主任

Introduction

导

读

对于想在国际互联网上建立或提升一个电子商务网站而言，赔了钱又搭上时间的事真是司空见惯。《电子商务入门》所说的故事都是关于在提升你的电子商务并使其运营时它的发展潜力和出现的问题。在从实体的“砖瓦加灰泥”式商务的旧经济过渡到电子商务经济的新岸的过程中，找出你自己的一条相对笔直的跨越之路，这需要勇气、辛劳，而不能凭着一点小运气。

《电子商务入门》是按照环环相扣的12个步骤展开全书内容的。在我们一起开始这一旅程之前，让我们先“浏览”一下这些步骤。

第1步：电子商务革命

从两百多年前那场工业革命以来，商海向着电子商务的转变被称为是最有意义的商业发展。在你扬帆驶向这大部分没有海图的水域时，你自然要想知道其他的人们，过去的和现在的，在他们的电子商务努力中都遭遇到什么。这一步骤给了你一个在我们时代的大背景下审视你的电子商务观念机会。对照那些快一点或慢一点前进的人们，你将能够确定付出你的努力的界标；当然，从那些已经完全放弃航船的人那里你也可以学到很多。

第2步：找准你在电子商务的位置

在对电子商务革命有了充分的了解之后，你就能在每天到达国际互联网上的多达成百成千的新的电子商务网站中，更好地确定你自己的位置。是什么使你的电子商务脱颖而出？为什么顾客们要优先点击你的网站？一旦他们第一次试击你的网站，用什么吸引他们使他们待下去？这些都是使你的电子商务走向成功的核心问题。对你的专长（你的竞争优势）有一个清醒的认识，这将给予你依据它建立你的电子商务帝国（无论大小）的基础。

第3步：电子商务构想

无论你的电子商务构想是比较简单的还是相当复杂的，你都需要亲自承担涉及到回应“然后呢……”和“如果……又将如何”等惯常提问的后续回答工作。这一步骤表明，如何在头脑中把剧情（它的角色就是电子商务主人和顾客）演到底。在以后的步骤中，你很快就要根据你关于你的网站和电子商务的详细计划进入编程工作（也可把这编程工作分包出去）。新商务的景象来源主要就是你，你是公司的创建者。可能由其他人做结束工作，但他们吹响的是你的号角，你是总乐谱的写作人。

第4步：电子商务竞争

你自己是一位“跟进型”的商人呢，还是一位绝对的原创者？当然，在合法的范围内，跟随别人所开辟的有利可图的径路前进并没有什么错。许多成功的“跟进型”电子商务就是有意地把自己定位为“第二波”企业，让“第一波”企业去创造市场空间，让他们一头撞进设置在市场入口处的障碍物。同

时也有许多被叫做绝对原创性的电子商务构想，特别是那些不能被别人很快克隆的更是如此。

不论是哪一种类型，你都会愿意了解你的竞争情况，越多越好。在这一步骤中所展示的技巧使你能够透过竞争者的商务定期报告的表面而知道其所以然。了解了你的竞争者的成功与失败，你就把你自己的整套的制胜战略推向前进。

第5步：电子商务计划和检验

至此，在你的脑海中你的电子商务运转良好。现在把它写到纸上，看看它的各种齿轮是否仍旧啮合得很好。定形化、检验、修正和肯定，这些是很紧要的。步骤5提供的是写作电子商务计划的基本要件。你需要有这些文件，不仅在与投资者（可能有）沟通时需要它，在把合伙人（可能有）和雇员引向你的想法的详情时也需要它。许多电子商务发展商发现，写出商务计划是一种非常好的方法，借此可以发现在电子商务构想和运作过程中存在的隐患和潜在陷阱。艾略特（T.S.Eliot）说得好：“在构想与现实之间横隔着阴影。”记下商务运作的所有有意义的方方面面，有助于暴露出未经检验的假设和粗心的疏忽。

检验一份完全的商务计划并不要求对电子商务网站来一个全部照原样的部署。通用汽车公司并没有为了确定它的汽车有无销路而去建一个庞大的汽车制造车间，这可作为借鉴。这一步骤展示了相对便宜的方式，即对商务计划做“流程线路检验”，它不会暴露出业主构思，也不会延误其走向市场的进程。

第6步：电子商务保护

它正是你的，它运转了！但是，你的电子商务概念，特别

是在它向全世界显示了它的成功之后，仍然还是你的吗？这一步骤说明了对于你的电子商务企业，知识管理（包括知识保护）的重要性。与传统的工厂不同，你的电子商务忙碌起来了，这不是由于物质性的机器，而是依赖于它的构想。比起大规模弄出和复制的仪器装置和复杂装配线来，这些构想被可能的竞争者偷走就太容易了。关于国际互联网和电子商务的专利与版权法正在急速编写（并给以检验）中，所以你的知识产权不会以在别人家的后院起作用作为归宿。

第7步：电子商务网站设计

最近数月来，网站建设的技术有了长足的进步，所以，对于任何有健全智力的人，只要给他几小时的时间熟悉适当的手册和软件，他就能把一个网站建立起来并进行运作。这个步骤说明了如何做到这些，但也给出了（在某些情况下）你可以决定把这些工作分包出去的理由。金钱很少像投资于网站这样花得划算，网站随你的商务的成长而成长，对预料不到的市场变化可以迅速调整，对顾客的服务更快也更可靠。这一步骤说明了在开发你的网站使用专业服务时的数种选择。

第8步：电子商务营销

你的电子商务之星第一次在商务的苍穹中闪烁起来了。而那些布满天空的如恒河沙般一样多的其他星星又如何呢？这一步骤介绍了几种推销你的产品、服务乃至网站本身行之有效的方法。

第9步：寻求电子商务贸易社团支持

有两项实实在在的商务实践：一是建立电子商务联盟，一