

# 创业团队训练营

任何一个创业团队都有一个心脏，强健与否关乎整个团队未来的命运。每一个创业人在心脏中都担任着自己的角色，清晰的定位、合理的分工与称职的扮演是缺一不可的。对于还在大学中的年轻人来说，通过知识的传授、案例的体验和动手的操练来训练他们是最迫切不过的任务了。

文 | 蒯治任



不妨把每一个创业团队设定为CEO、CMO、COO、CIO、CFO这些个时髦的角色，然后从创业能力与行业技能等实践角度出发，展开实境培养。要避免对其他课程中讲授的专业知识进行赘述，每个角色的专门训练营在课程数量的设置上应当遵从少而精的原

则，将每个创业角色的课程数量控制在7个以内，同时有效保障课程的针对性、实务性和操作性。

## CEO训练营

创业团队首席执行官（CEO）角色是创业企业中负责日常经营管理的最高级管理人员，是创业团队

的主要创始人和领导者，司职团队打造、商业计划、公司决策、投资融资。对于CEO角色的培养，电子商务创业教育实践孵化基地为其设置了《电子商务企业创办实务》、《电子商务沙盘推演》、《财务沙盘推演》、《电子商务模式》、《电子商务竞争力评估》等课程。

## 《电子商务企业创办实务》课程介绍

电子商务企业一般都是轻资产的企业，其创办门槛不高、难度不大，有大量实际经验可以分享和吸取。对每一个创业团队来说，唯一可行的捷径就是把创办过程中所有可以借鉴的都直接告诉他们，无须他们逐一探索。主要包括公司注册、股东权责、税收申报、银行往来、财务制度、人事制度、采购制度、核决制度等方面，只需要把现



成的规则、文件、制度教给他们，帮助他们最快速度投入运营。

除了上述可以快刀斩乱麻、直接拿来的实务操作外，还有两项需要帮助创业团队花时间思考和整理的工作，一是商业计划，二是创业文化。撰写商业计划能够帮助创业团队理清创业思路、考察创业前景、分析创业模式、确立创业项目、争取创业资金，这也是创办企业前的重要准备工作。构建创业文化则是为了提升团队凝聚力和抵御风险的能力，是创业团队长治久安的基础。

本课程就企业创办过程中的实务工作采用行业标准化实例引进的方式来提高应用效率，同时对商业计划和创业文化进行深入指导。

### 《电子商务沙盘推演》课程介绍

创业团队在创业项目设计、改造和上线运营过程前和过程中，应当对所运营电子商务项目进行深入的掌握与归纳，以此作为项目运营战略战术制定和决策的重要基础。这些信息主要来源于两个渠道：一是对类似电子商务项目进行路演，二是对电子商务行业内的最佳运营实践进行归纳。借助先进的电子商务沙盘技术，创业团队可以迭代式地进行推演，对电子商务运营问题进行

头脑风暴，不断解决新的问题。

本课程对电子商务网站运营、产品营销、用户体验等迭代推演方法以及“行业最佳实践”的归纳工具进行全面讲解，帮助创业团队掌握电子商务沙盘的使用方法。

### 《财务沙盘推演》课程介绍

在选择创业项目、撰写商业计划书的过程中，对项目进行全面的财务评估是非常重要的。一方面可以评估项目的收益空间，作为项目选择的重要工具；另一方面增加项目本身的可控性，降低风险。这对于企业的决策者与财务管理者来说是至关重要的，特别是对大学生创业团队而言，科学的方法能够弥补他们的经验不足和思考不周。借助先进的财务沙盘技术，创业团队应用各类财务模型进行数值分析，反复对一项投资或者决策进行财务评估，确保始终用数据说话，避免拍脑袋现象。

本课程对常用财务评估模型的分析应用进行全面讲解，帮助创业团队掌握财务沙盘的使用方法。

### 《电子商务模式》课程介绍

电子商务模式是从经营战略层



面对电子商务进行剖析、归纳，以期形成运营的指导思想。国内不少著作和教材对电子商务模式的理解，要么从简单的分类体系出发，如B2B、B2C、C2C等，适合定义，但过于简单；要么就是从供应链关系出发，适合研究，但过于晦涩。

电子商务企业的经营战略无疑要考虑：“盈利点在何处？”、“运营内容是什么？”、“怎样的物流服务与方式？”、“何种信息的流转与质量？”、“资金如何流动？”这几个问题。因而归纳起来看，电子商务模式是由盈利模式、运营模式、物流模式、信息流模式与资金流模式所组成。对这些模式进行分而治之，逐一采用经典企业及网站对号入座、按图索骥，原本晦涩深奥的模式问题就转化为最现实的一面进行呈现，掌握过程中的困难也就迎刃而解了。

本课程分别针对B2B、B2C、C2C三种电子商务常见创业模式，



深度解析其盈利模式、运营模式、物流模式、信息流模式与资金流模式的特点与案例。

## 《电子商务竞争力评估》 课程介绍

电子商务行业一直在飞速发展、不断创新，行业要求电子商务创业企业对运营的每一个阶段保持自身竞争力的评估，以期找到改进点、提升点和创新点。这种竞争力的评估必须站在用户的角度，对企业在网络营销、客户关系管理、物流管理、网站运营、网站安全、交易支付、商业模式等方面逐一进行。借助行业权威的测评指标，从消费者、专业人士、行业专家三个维度对企业进行全面测评与诊断。就好比体检一般，通过“望”、“闻”、“问”、“切”找到病症之所在，以期药到病除。

本课程引入一套行业权威的测评指标、测评方法、测评体系，对

创业企业的电子商务核心竞争力进行评估、诊断，帮助创业团队训练批判性信息化思维，不断扩大企业竞争优势。

## CMO训练营

创业团队首席营销官（CMO）是创业企业中负责市场运营工作的高级管理人员，是创业团队的造血机器和核心力量，司职网络营销计划、在线产品管理、在线销售管理、网络品牌管理。对于CMO角色的培养，电子商务创业教育实践孵化基地为其设置了《电子商务企业创办实务》、《电子商务沙盘推演》、《网络营销》、《电子商务客户关系管理》、《电子商务竞争力评估》等课程。

## 《网络营销》课程介绍

电子商务在国内发展的这十多年，显现出了令发达国家都无法想象的繁荣景象。这一方面归功于经

济长期高速增长所带来的购买力扩张，另一方面也有赖于电子商务行业越来越准确理解到它自身在消费环节中的定位和角色。与国外电子商务主要解决成本问题不同，国内的电子商务主要解决收入问题。换句话说，前者是要尽可能降低消费过程中的多余环节，降低流通成本，提升利润；后者则是要有效利用有限的营销投入获取更多的销售机会和收入。中小企业借助电子商务的力量，能够将原本无人知晓的线下品牌转变为众人皆知的网络品牌。这一度使得不少大型企业及知名品牌越来越有危机感，纷纷涉足电子商务领域，争夺在线市场。

归根到底，这是一场新的市场营销之战——网络营销之战。在这个战场上，由于受众规模还不稳定，游戏规则还未固定，需要大量创新的营销手段，对每个企业来说都充满了机会和挑战。网络营销人才是赢得这场战争的关键，其热度也随行就市不断升温。一个网络营销人才的养成，需要对网络营销各种主要技术手段熟练掌握，需要对提高转化率和用户黏性的网站建设方法了然于心，需要对网络广告的投放预算与效果精准估计，需要对网络品牌的建设和评估时刻洞悉。随着电子商务行业的发展，不少网





络营销的基本规律和创新手段已经在互联网上形成了一个鲜活的案例，等待有心人去体悟与借鉴。

本课程面向搜索引擎营销、电子邮件营销、博客营销、第三方电子商务平台营销、移动营销、网络会员制营销、数据库营销、网站建设、网络促销、网络广告、网络品牌等网络营销关键环节进行技能训练。

### 《电子商务客户关系管理》课程介绍

本世纪初，国内电子商务刚刚兴起之时，最吸引客户的莫过于在网站上找到价格低廉、品种丰富的商品，电子商务为客户真正实现了货比三家、淘换宝贝的购物体验。时至今日，能够提供类似体验的电子商务网站从当初的几家发展到了几千家，行业竞争的激励使电子商

务企业将争夺客户放在首位，大笔投资砸向市场营销与客户服务环节。客户关系更被视为企业命脉。

电子商务的客户关系管理与传统的客户关系管理在基本理念方面是相同的，但实施环境的迥异使之面临不断创新的压力。据统计，客户与电子商务企业交流的渠道七成是通过网站，二成是通过呼叫中心，还有一成是通过物流配送。如何在上述环节融入体验管理、满意管理、忠诚管理以及投诉管理，并不断实施服务创新，是电子商务客户关系管理的关键。单纯掌握客户关系管理的基本理论，是无法在电子商务行业中进行套用的。就拿客户信息管理来说，如何收集准确、全面的客户信息，包括每一次搜索、每一次跳转、每一次点击，这已经成为所有电子商务网站的核心系统。对症下药，才能药到病除。要培养适合电子商务行业的客户关系管理人才，就必须放到电子商务行业的应用场景中去培养。

本课程立足客户关系管理在电子商务领域的应用，从客户信息管理、客户体验管理、客户满意管理、客户忠诚管理、客户投诉管理、创新客户服务、大客户服务管理等角度切入，介绍具体应用技巧。



## COO训练营

创业团队首席运营官（COO）是创业企业中负责监督管理每日运作，建立各项制度和维护机构正常运行的高级管理人员，司职人力资源、客户服务中心管理、企业制度建立、行政管理。对于COO角色的培养，电子商务创业教育实践孵化基地为其设置了《电子商务企业创办实务》、《电子商务沙盘推演》、《物流沙盘推演》、《电子商务法规》、《电子商务物流管理》、《电子商务竞争力评估》等课程。

## 《电子商务法规》课程介绍

电子商务的出现，将原有的虚拟世界关系变得更加复杂，以至于需要将现行的法律体系进行修正甚至设立新的法律法规来保护各方的利益。1996年12月16日，联合国国际贸易法委员会第85次全体大会通过了《电子商务示范法》，该法是第一个世界范围内的电子商务的统一法规，其目的是向各国提供一套国际公认的法律规则，以供各国法律部门在制定本国电子商务法律规范时参考，促进使用现代通信和信息存储手段，诸如电子数据互换、电子邮件和传真。其基础是建立

“书写”、“签名”和“原件”等纸面化概念的等同功能。

我国的电子商务立法尚未完善，目前仅有《电子签名法》和部分管理条例。然而随着电子商务交易规模的逐年扩大，对交易各方的法律保护也越来越迫切。特别是B2C与C2C交易中，对普通消费者的权益保护也成为电子商务网站运营的重要课题。与此同时，我国对互联网监管的各项措施和在虚拟世界中对反不正当竞争的司法解释都是一个电子商务企业必须识别的高压线，否则多年的苦心经营也将毁于一旦。只有知法才能守法，作为一个电子商务企业的运营者必须对电子商务领域所涉及的各种法律法规亲身体验、了然于胸，才能为企业提供最合法的经营决策。

本课程以国内电子商务相关法律、法规、条例出发，就电子商务交易主体、电子合同、电子签名、电子商务不正当竞争、电子支付、电子商务知识产权保护、电子商务消费者权益保护、网络相关法律制度等多个领域进行实例分析。

## 《电子商务物流管理》课程介绍

物流是电子商务业务流程的重要环节，也是“信息流”、“物流”、“资金流”三流中的一流。从电子商务的角度看物流，切入点应该在服务。不论物流管理本身是多复杂的系统工程，如果物流仅仅是以一种服务项目引入到电子商务中，那么采用“面向服务”的思想来有效地监控、利用、评估、提升





它的服务即可。这对于大多数应用第三、第四方物流的电子商务企业来说就足够了。千万不要把电子商务企业当作物流企业来运营，部分电子商务企业运营自建物流的做法也仅仅是一种尝试，其效果也并不乐观。

物流环节是电子商务所有环节中唯一发生实物交换的，同时也是与电子商务企业与客户直接面对面的环节。每一个电子商务不论采用自建物流或者是第三、第四方物流，都需要从人员配送、投诉处理、信息跟踪等角度入手来提升其物流服务乃至整个购物体验的客户

满意度。满意度的行业标准是什么？达到相当水平的投入产出又如何？这些问题只有通过直接体验电子商务龙头企业的相关服务开始，形成电子商务物流管理最贴近实际的感知与行业经验累积。

本课程关注物流管理与电子商务的所有结合环节，包括物流模式、物流配送、物流信息管理、物流客户服务、物流合作企业等，解决如何帮助电子商务企业提高物流管理水平。

### CIO训练营

创业团队首席信息官（CIO）

是创业企业中负责公司信息技术和系统所有领域的高级管理人员，是电子商务领域创业团队的信息技术总顾问，司职网站运维、网络营销、体验管理、技术应用创新、平台升级。对于CIO角色的培养，电子商务创业教育实践孵化基地为其设置了《电子商务企业创办实务》、《电子商务沙盘推演》、《电子商务系统规划》、《电子商务网站设计》、《电子商务安全》、《电子商务竞争力评估》等课程。

### 《电子商务系统规划》课程介绍

2007年10月30日上午9点，北京奥运会门票面向境内公众的第二阶段预售正式启动。不过不到半个小时，北京奥运会官方订票网站宣告系统瘫痪。上述事件已经成为电子商务网站系统规划的经典反面案例，而系统规划问题也越来越受到行业的关注。市场营销投入所期盼的万人空巷却因为网站系统的不堪重负而毁于一旦，这种悖论相信是任何一个电子商务企业所无法容忍的。

高性能的电子商务网站系统，是基于完备的系统规划和系统测试实现可行性和预见性的。如何在现



有的硬件资源下，满足预期的并发访问量和请求响应速度，并能及时预防系统瘫痪，这是电子商务系统规划的目标。由于网站系统所涉及的信息技术都较在应用层，进行性能调优均有丰富的技术参考。系统规划的关键问题在于熟悉常用的系统规划策略和掌握有效的系统性能测试方法，防范于未然。电子商务系统规划方法的掌握应当是从用户角度出发，针对常见的系统性能问题进行不断体验、不断评估、不断解决，形成对性能稳定性和优化度的灵敏嗅觉。

本课程罗列了大量常见的系统性能规划的实际问题，要求通过对数据传输性能、并发处理能力、缓存、Web组件分离、数据库性能优化、Web负载均衡、客户行为模型、系统容错、异步与同步的实时

监控与改善，提升电子商务网站的稳定性、可用性和完整性。

### 《电子商务网站设计》 课程介绍

电子商务除了呼叫中心之外，绝大多数时间都是通过网站与用户交流的。在网站上，用户将经历产品浏览、检索、决策并最后下单的全过程。如果一切顺利的话，也许连呼叫中心都接触不上。换句话说，一个优秀的电子商务网站就是电子商务企业的最大资产，而网站的制胜关键是在于网站上每一个页面、每一次跳转、每一节流程的设计、排版、响应。据不完全统计，设计一个类似于京东、淘宝商城这样的电子商务网站，要经历十多版甚至几十版的修改，累计投入接近八位数。

掌握电子商务网站设计首先就要掌握以用户体验为中心的设计理念，这种理念在国内排名前三的电子商务网站上都能够找到。因此模仿这些网站的设计理念、设计技巧和设计范例，通过拿来主义使之成为自身的设计经验，才是掌握电子商务网站设计的真正王道。这种“国内仿国外”、“小网站仿大网站”的拿来主义已经成为行业的惯例，任何重起炉灶的投入都被视为一种极大的风险和浪费。

本课程把前台用户系统设计、网站性能、网页完备性、发布与推广、网站资源管理、网站实现、用户体验作为模仿电子商务龙头网站“最佳实践”的切入点，帮助创业企业快速获得网站设计的宝贵经验。

### 《电子商务安全》课程 介绍

电子商务是建立在互联网技术上的应用，这使得它在继承了互联网的开放性、渗透性和交互性的同时，也承受着互联网各种阴暗面的困扰。安全问题就是电子商务企业都不可回避的一面。试想当网站因为攻击而无法保障运营，当信息因为窃取而无法保护私密，当交易因

为漏洞而无法保护权益，这对企业、对客户、对代理商的利益都是极大的损害。如果说信息安全投入对网站的运营者来说需要理由的话，电子商务的稳健运行将会是最好的一个。

电子商务安全是信息安全的一个子集，同时也是信息安全最迫切最有价值的应用场景之一。电子商务安全人才的培养，是以信息安全的知识理论为基础，以电子商务网站的安全要求为场景，以经典常见的安全隐患为案例，尽可能重现各类安全问题的原貌，从引发的源头、造成的后果再到防范的方法进行逐一剖析。

本课程主要涉及数字签名及数字证书、主机防火墙、数据库系统以及网站系统等方面，通过攻防演练的方式亲历电子商务领域内的信息安全事件。

### CFO训练营

创业团队首席财务官（CFO）是创业企业中掌握神经系统（财务信息）和血液系统（现金资源）高级管理人员，是创业团队中管理创业资金的重要人物，司职预算管理、成本管理、投资管理、融资管理。对于CFO角色的培养，电子商务创业教育实践孵化基地为其设



置了《电子商务企业创办实务》、《电子商务沙盘推演》、《财务沙盘推演》、《会计沙盘推演》、《电子商务支付》等课程。

### 《电子商务支付》课程介绍

支付是电子商务业务流程的重要环节，也是“信息流”、“物流”、“资金流”三流中的一流。随着互联网技术的不断创新，电子商务支付已从过去的货到付款，全面转化为第三方支付与移动支付等新模式。从一个电子商务企业的角度出发，电子商务支付不应该仅仅从其支付结算角度来看待，更为重要的是应重视其服务的本质。如何创造出安全、便捷、又带有一定趣味性的支付方式，这才是电子商务企业最应该关注的问题，因为这将带给他们卓越的用户满意度和用户黏度。

对电子商务支付的掌握，可以从目前创新的各种支付方式入手，诸如第三方支付与移动支付等等。在过去十年，电子商务支付主要是由非金融机构来实施支持，而金融机构的参与甚少。而从现在上至央行，下至银联对电子商务支付的关注度来看，未来更多更好的创新支付方式将层出不穷。我们要做的是等待每一种支付方式兴起时，全方位的考察其优势、劣势，以便以最佳方式应用到电子商务业务流程的。就像移动支付的应用将越来越宽广，超级网银也将改变第三方支付的现有局面。

本课程从电子商务支付角度对电子商务公司现金流管理等问题进行实务化讲解，是对企业一般财务管理问题的有效扩展。■