

电子商务带火什么新职业？PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/228/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c108_228260.htm

关系经理：企业的亲善大使 “关系经理”负责处理不可能完满解决的问题 - - 面向不同顾客个体的大规模经销，说得清楚一点，这关系到在尽可能广泛的基础上建立起真正的对话，并且通过有利于提高效益的信息和服务计划把顾客维系在品牌上。例如，德意志银行在关系营销中抛弃了根据霰弹原则进行的邮件轰炸，使顾客在不同的生活阶段和时机得到“量体裁衣”的产品或信息包。除了康采恩层次上由有经验的管理者占据关键职位以外，对新手来说有多种维系顾客的专门工作可做。例如，一家媒体公司设了“迎新送旧经理”，负责为新顾客制作欢迎包装以及争取顾客回头的工作。一家德国西部的大银行设了“令顾客满意经理”，工作的重点在于积极鼓励顾客提出申诉并为之解决问题。一位屋顶系统生产商的服务经理为其从事手工业的用户开发了一揽子服务计划，从而使他们能更成功地自己的销售市场上搞经营。电话服务中心的主要工作不再是被动的电话经销，而是保持和巩固与顾客的联系。非盈利领域也出现了关系处理方面的新前景，从美国引进的募捐方式代表了由数据库支持、明确募捐对象的专业募捐广告的萌芽，像获得罚金、遗产经销和社会性赞助等关键词清楚地表明了思想的逆转。 转贴于 学生大求职站

<http://job.studa.com>在传统行业里，关系经理一般包括客户关系经理、员工关系经理、公共关系经理等，一些大型外企还专门设有“高校关系经理”，负责协调与高校的关系，关系

经理通常是企业的亲善大使，对外代表企业形象，对内代表管理层形象。

会员经理：搭起企业与会员单位的桥梁 会员制营销就是让其他网站帮助你销售商品，这些网站成为你的会员后，浏览者访问你的会员的网站；如果他们点击了你在上面的标志广告并进入了你的网站购物，你就付给会员销售佣金。要使会员制计划获得成功并不是一件简单的事，首先必须设立专门的会员经理，即有一个人参与管理会员计划的日常运作，管理人员还必须负责顾客服务问题，否则，该计划从一开始就注定要遭到失败。即使网站设有FAQ栏目（常见问题），但会员计划中仍有许多特殊问题，如佣金的比例，如何证明某一交易是某会员带来的等，而且随着业务的开展，会不断有会员询问新的问题，会员经理将这些陆续发现的问题也逐步增加到FAQ中去并有效解决。

网络编辑：新媒体处理员 新媒体行业中各种职业的明星是“网络编辑”，他们主要负责具体的网页内容的编辑。通常情况下，传统媒体的编辑大多不精通网络技术，网络编辑则精通技术的多，精通新闻的少。而现代传播业发展强烈需求复合型人才，要求编辑不但要具备良好的编辑素质，而且要掌握更多的网络技术，这样的编辑想像力才会有更好的弹跳点，才有可能更深地挖掘新技术空间，为新闻服务。在互联网刚兴起的时候，网络编辑属于香饽饽，薪酬水平也高得惊人。然而在经历了互联网的寒冬后，大批人转行，对自己的职业生涯规划有了新的认识，但经过了风浪剩下的门户网站中，还是有一部分网络编辑在坚守自己的岗位。做了多年网络编辑的刘女士认为，作为网络编辑必须要有充裕的上网时间，并具备最基本的计算机知识和网络知识（高技术的网页制作和程序编制可交

有专业人员来完成)。不会使用简单的计算机办公用具(如OFFICE办公软件)、网络工具(如电子邮件、系统消息、留言板、读编交流论坛等)和不懂得一定的网络语言代码,就不能很好地完成审稿、排版等编辑工作,也不能很好地完成作者与编辑之间、读者与编辑之间、编辑与编辑部之间、编辑与网站之间的相互交流,不可能做好专题网页制作。网络编辑应具备相当的语言文字表达能力,能正确地驾驭文字,网络编辑应该在其所负责的领域具备较深厚的理论知识,对所负责领域的最新发展和动态有较好的了解与掌握,并对其他相关领域有较多的涉猎。最后,应耐得孤独和寂寞,经得作者的质疑或谩骂。网络编辑大多都是义务为网友服务,进入编辑部面对的只是荧屏和一大堆的投稿,见不到任何人的面,不能和任何人说话,只有自己在默默地审稿。

转贴于学生大求职站 <http://job.studa.com> 信息管理员:互联网的“侦察员”

作为信息系统的管理员,虽然不同企业或机构他们的权限和职责会有所不同,但有一点是相同的,离开了他们,企业或机构就无法正常运转。信息系统管理员不论在信息系统的建设方面,还是维护方面都将负担多种责任。一个出色的管理员要面对多种挑战,而不仅仅局限在技术上或系统本身,例如,如何考虑需求?如何选择合适的产品?如何面对产品提供商和系统集成商?如何管理项目?如何主导实施?实际上,网络管理员或系统管理员在这样的需求和挑战之下,已经更多承担了管理的角色,而不再像以往那样只提供技术上的保证,现在一个信息系统的成功实施与运行将主要取决于管理,而非技术。具体来说,管理员日常工作的范围包括三个部分,一是面向信息系统的使用者提供服务;二是面

对企业或机构外部，获取相关的信息与资料；三是面向企业或机构的领导者提供咨询、建议与规划。随着我国加入WTO，企业对整个采购、生产、管理、销售和服务的流程都提出了更高的要求，这时我们的信息管理员也将面对更大的挑战。主要的挑战来自于管理上，因为企业或机构的信息系统工程，不仅仅是个IT工程，更是一个企业或机构的管理系统再造功能，它涉及到管理的模式、方法、机构组织与流程重组等纯粹管理方面的知识，因此就需要精通管理的理论、方法和实务，这显然不是信息管理员的强项。最好的解决办法是聘请管理咨询专家来参与信息化工作。

重要客户经理：把握生存命脉 大客户营销正日益成为营销的热门课题。大客户的管理对于企业经营所具有的长远策略意义使企业高层对这些客户倾注心血，同时也常常遇到种种困惑。特别是一些重型设备提供商、高新技术和整套解决方案的供货商、大型工程承建商，如何将自已的企业与蓬勃成长的客户企业紧密地进行协作，获得长久的订单和持续的利润，这就不仅是销售问题更是营销策略问题。企业的销售行为已经从产品服务的推介者，逐渐变得像咨询顾问一样，成为协助客户解决问题和创造利润的合作伙伴。在大客户营销过程中，销售人员不仅必须具有很好的沟通技巧，在洽谈中充分了解客户的需求，有策略地刺激客户的购买欲，更重要的是必须把握客户的企业战略、经营实况、购买力和决策过程，最后通过对整个购买流程的掌握去取得订单。这就产生了许多与一般消费品营销完全不同的问题。而本课程要奉献给您的正是这些问题的解决之道，以及突破大客户营销之门的策略、方法和技术。

价格经理：经销工具专家 在这个家族中有不同的职业领

域，但它们的共同点是，这些领域中的就职者都是特殊经销工具方面的专家。“大宗销售经理”负责开发和贯彻在国内和国际市场上进行推销的创造性的销售方案。“事件经理”的工作重点是为某个事件筹办与公司或品牌相联系的活动。

“媒体经理”的任务来自于媒体世界的复杂性，这一复杂性要求有一个能最有效地使用广告预算的专家。“效益经理”的核心任务同欧洲的“价格经理”一样，在于对最锐利、最危险的经销工具——价格进行专业操作，他们最艰难的任务是充分利用宾馆、音乐会或飞机的容纳能力并收到最大的效益，或为汽车、轮胎和医药产品确定统一的价格走向。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com