

GLOBAL VISION GROUP CO., LTD.
GLOBAL FIGURE



2012年12月刊 总第14期

广州公司

地址：广州市越秀区越秀南路185号创举商务大厦10-11楼
电 邮：service@weyes.cn
电 话：+86-20-22038333 +86-20-22038330
传 真：+86-20-22038222 +86-20-22038332

佛山分公司

地址：佛山市禅城区季华五路21号金海广场1303-1308
电 邮：fsservice@weyes.cn
电 话：+86-757-88033088
传 真：+86-757-88033200

东莞分公司

地址：东莞市南城鸿福路财富广场A座1504-1508
电 邮：dgservice@weyes.cn
电 话：+86-769-89835888
传 真：+86-769-89835333

中山分公司

地址：中山市中山路63号华凯国际商务大厦415-416
电 邮：zsservice@weyes.cn
电 话：+86-760-87880222
传 真：+86-760-87883033

深圳分公司

地址：深圳市福田区深南大道7006号万科富春东方大厦2506-2509
电 邮：szservice@weyes.cn
电 话：+86-755-33258858
传 真：+86-755-33258859

全球视野 让网络营销更简单
www.weyes.cn

环球人

GLOBAL
FIGURE

14
12月出刊
2012

敢于挑战的青春

李会南

——访深圳分公司狼牙团李会南

今天您
Facebook了吗？

飞出自我，龙跃环球

热浴林丰温泉，
领略古堡风情

二维码营销 迈出差异化

——记码上赢首场沙龙发布会





卷首语》》》》》

這個世界終究會好的！

文/刘浩

《这个世界会好吗》是梁漱溟老先生晚年一本口述书的名字，依然还记得封面上的他犀利、轻视的眼神和倔强的下巴。

这位一生充满传奇色彩的学者，也曾经沉沦，曾经厌世。经过几年的沉潜反思，又重新燃起了追求社会理想的热情。“我愿终身为华夏民族社会尽力，并愿使自己成为社会永久信赖的一个人。”这就是他的信仰。无论后来的环境多么恶劣，他从没放弃过追求理想。

扪心自问，我们所谓遇到的困难和挫折，所经历过的莫不过就是人生中的失意、失恋和失败，这些和这个经历过文革浩劫、历次政治运作惊险的学者相比，简直是小巫见大巫。

看了杨绛的《干校六记》，才明白什么是在逆境中不自怜不自怨反小趣众生，该有怎样情操的人才能有这样的格局！

在干校的生活，某天夜里由于房东家里一只老猫的恶作剧，将一只血淋淋的开膛破肚的死鼠的粉红色内脏扔到杨绛先生的被窝里，先生当时被吓得哭了。第二天遇见钱钟书，将这桩“白认倒霉”的事告诉他。没想到钱老安慰地说：“这是吉兆，也许你要离开此处了。死鼠内脏和身躯分成两堆，离也；鼠者，处也。（下放干校的他们最大的梦想就是有一天能离开这里，重新回到城市。）就算在文革中被批斗，被剃光头，被要求洗厕所，她依然乐在其中，将厕所打扫得雪亮。“收拾厕所所有意想不到的好处：其一，可以躲避红卫兵的‘造反’；其二，可以销毁‘会生麻烦的字纸’；其三，可以‘享到向所未识的自由’。”当时的她已经五十多岁！

如此豁达的人，也只能胜天了。

还记得希腊神话中的西西弗斯吗？

“西西弗斯触犯了众神，诸神为了惩罚西西弗斯，便要求他把一块巨石推上山顶，而由于那巨石太重了，每每未上山顶就又滚下山去，前功尽弃。于是，他就不断重复、永无止境地做这件事——诸神认为再也没有比进行这种无效无望的劳动更为严厉的惩罚了。西西弗斯的生命就在这样一件无效又无望的劳作当中慢慢消耗殆尽。

但终于有一天，西西弗斯却在这种孤独、荒诞、绝望的生命过程中发现了新的意义——他看到了巨石在他的推动下散发出一种动感庞然的美妙，他与巨石的较量所碰撞出来的力量，像舞蹈一样优美。他沉醉在这种幸福当中，以至于再也感觉不到苦难了。当巨石不再成为他心中的苦难之时，诸神便不再让巨石从山顶滚落下来。

西西弗斯在这一奇妙的发现中超越了自己的命运。在那微妙的时刻，西西弗斯回身走向巨石，他静观那一系列并无直接关联却跟他的命运紧紧相连的生命行动，发现正是自己创造了自己的命运。于是他变得比他推动的巨石还要坚硬。征服顶峰的斗争本身就以充实人的心灵，西西弗斯终于找到了属于自己的那一种幸福！

有人说，西西弗斯是个荒谬的英雄，因为他的激情和他所经受的磨难。

意大利电影《La Vita è bella》（中文译名：美丽人生）中的Guido，就像当今的2B青年，以幽默滑稽带着自嘲而不失尊严的方式出场，这个充其量也是屌丝的2B青年最后以他的方式抱得美人归。

当他因为犹太人的血统而被抓进集中营，为了让儿子能生活在“快乐”的二战中，为了让儿子的世界里有一个更好的角度去看纳粹，他用各种方法保护着儿子幼小的心灵。他告诉儿子，所有的残酷只不过是一场游戏，而游戏的奖励就是一辆坦克。因为责任，因为决心，让他能对种种的灾难无畏。在影片的最后，当儿子看到坦克的表情，相信很多人是不能忘却的。

世界上最后的胜利者，只能是人和信念。真正的光芒，就像Guido最后朝他儿子眨眼的那一刻，意思是，无论怎样，只要我们不害怕，不畏缩，坚强、快乐、盼望，人生终究美丽。于是，我们总会赢。

這個世界會好嗎？

這個世界終究會好的！



2012年12月刊 总第14期

主办单位 环球视野集团有限公司
广州聚焦网络技术有限公司

执行 何 孔
内容编辑 许玉梅
地址 广州市越秀区越秀南路185号创举商务大厦10-11楼
邮编 510100
电话 020-22038333
传真 020-22038222
投稿邮箱 xuyim@weyes.cn
印刷时间 2012年12月
装帧设计 韩永亨
网址 http://www.weyes.cn

环球视野佛山分公司

地址 佛山市禅城区季华五路21号金海广场1303-1308
邮编 528000
电话 0757-88033088
传真 0757-88033200
投稿邮箱 xuyim@weyes.cn
网址 http://www.weyes.cn/Blog/2/Life.aspx

环球视野东莞分公司

地址 东莞市南城鸿福路财富广场A座1504-1508
邮编 523000
电话 0769-89635888
传真 0769-89635333
投稿邮箱 xuyim@weyes.cn
网址 http://www.weyes.cn/Blog/3/Life.aspx

环球视野中山分公司

地址 中山市中山园路63号华凯国际商务大厦416-418
邮编 528400
电话 0760-87880222
传真 0760-87883033
投稿邮箱 xuyim@weyes.cn
网址 http://www.weyes.cn/Blog/4/Life.aspx

环球视野深圳分公司

地址 深圳市福田区深南大道7006号万科富春东方大厦
2506-2509
邮编 518000
电话 0755-33258858
传真 0755-33258859
投稿邮箱 xuyim@weyes.cn
网址 http://www.weyes.cn/Blog/5/Life.aspx

卷首语

这个世界终究会好的

圈子

优化前瞻

- 05 外贸网络营销中的社会化媒体
- 08 精准流量控制系统
——外贸网站营销效果飙升的利器
- 10 今天您Facebook了吗?
- 12 页面优化浅析

技术尖端

- 14 提高质量得分, 减低广告成本
- 16 小议2012年电子商务发展环境
- 18 浅析第三方软件服务
——淘宝TOP

聚焦传奇

封面故事

- 20 敢于挑战的青春
——访深圳分公司狼牙团李会南

成长之星

- 22 成长路上的心灵导师
——访佛山一分公司培训部杨静宇

魅力之星

- 24 坚持成就自我
——访东莞野狼团李萍

- 26 飞出自我, 龙跃环球
——飞龙, 带着梦想出发

后台之星

- 28 尽心竭力协助每位客户成功
——访佛山一分公司客户经理彭芳

明星客户

- 30 坚定网络营销之路 抢占海外市场份额
——访深圳市山锐电子有限公司总经理邓建云

生活元素

津津乐道

- 50 应“新”而变
- 51 小故事, 大责任

开卷有益

- 52 要工作, 也要生活

品味人生

- 53 轻年絮语

印象环球

精英在线

- 33 热浴林丰温泉 领略古堡风情
——记9-10月精英团活动
- 36 亲近自然, 拾拾阳光
——记佛山一分公司大夫山之行

悦生活

- 37 烽火丛林, 真人CS秀
——记产品开发部、广告资源部、市场策划部狼团基地CS活动
- 38 月满中秋, 情系你我
- 39 快乐管家倾巢出动, 小洲村欢乐游
——记各分公司行政部及客服部瀛洲生态公园之行
- 40 二维码营销 迈出差异化
——记码上赢首场沙龙发布会
- 42 环球实战学院网络掘金实战课程获得圆满成功
- 45 打造核心产品, 运筹未来趋势
——环球视野2012产品发布会
- 46 运动有我 快乐无极限
——记开发、行政、财务、市场策划四部门8月4日白云山之行
- 47 洞察时代趋势 扭转企业命运
——广东省照明灯饰行业总裁战略研讨会



圈子

外贸网络营销中的 社会化媒体

文/中山分公司 罗建忠

社会化媒体是一个由虚拟媒介连结而成的社会，人们通过这个媒介结交朋友，分享信息等。起初，社会化媒体并没有涉及商业领域，后来由于广泛的备受关注，才逐渐摩擦出商业火花。在过去，由于目标群体不受控，企业只能靠大范围地投入广告进行自我宣传；而现在利用社会化媒体，企业则以低成本对其进行推广，且目标群体具有可控性。正是因为社会化媒体的低成本投入以及用户基数的庞大，如今通过社会化媒体来拓宽外贸营销这条道路，已经渐渐露出了轮廓。

什么是社会化媒体

社会化媒体 (social media) 是人们用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台。它能够以多种不同的形式来呈现，包括文本、图像、音乐和视频。与一般社会大众媒体相比，社会化媒体最显著的不同之处在于社会化媒体让用户享有更多的选择和编辑权利，从而自行集结成某种社群。最常见的社会化媒体有博客、维基、播客、论坛、社交网络和内容社区。国内当前较流行的社会化媒体主要有新浪微博、人人网、优酷、天涯论坛等；国外的则有Twitter、Facebook、YouTube等。相较于传统大众媒体，社会化媒体的优势在于自主性、互动性和分享性强，即时传播速度快、成本低、入门门槛低等。本文主要以介绍国外社会化媒体为主。

知名的社会化媒体平台简介



Facebook (脸谱网)，美国第一大社交网站，其独立访问量已经超越搜索老大谷歌，活跃用户即将突破10亿，并于今年5月18日IPO上市。在这些令人惊羡的成绩背后，不难看出全球网民对这种社会化高互动性平台的高粘着度及其背后的商业价值。



Twitter (推特) 是一个社交网络和博客服务网站。到今年3月止，Twitter共有1.4亿活跃用户，这些用户每天会发表约3.4亿条推文 (用户发表的不超过140个字符的消息)。同时，Twitter每天还会处理约16亿的网络搜索请求。Twitter被形容为“互联网的短信服务”，蕴含着无限商机。



YouTube作为全球最大的视频分享网站，最大的贡献在于使在线视频分享变成了主流概念。每一天，YouTube上的视频都会有超过40亿次的访问量；每个月，访问YouTube的唯一身份用户超过8亿！现在，作为谷歌的子公司，YouTube每周在全球范围内可从超过30亿次视频观看次数中获利 (数据来源：YouTube.com)。

社会化媒体的效益

Facebook

在谈论Facebook的社会化媒体效益前，先看看Facebook从2004年启动至今的用户增长数据。



从图1得知，截至今年4月止，Facebook的全球用户数达到了9.01亿。而预计在今年年末，用户数将达10亿（数据来源：facebook.com）。

Facebook的用户基数如此之大，作为出口型外贸企业，何不利用Facebook进行海外推广呢？在推广之前，我们需要基于企业自身定位拟定推广计划，确定推广的目的和目标受众（包括品牌宣传、产品推广、口碑营销、社交公关、个人买家转化、批发商/采购商开发、合作伙伴/代理商寻求等）。由于Facebook的社交性，针对个人买家的直接消费品，尤其是货值偏低的小件商品备受用户青睐，呈现较高的ROI（投资回报率）。

外贸企业可以在Facebook上通过建立专页的形式为公司推广，及时更新日志，不断地向潜在客户展示企业，为企业网站吸引流量。除此之外，也可以购买Facebook的社交广告进行推广。

Twitter

Twitter是从2006年7月开始启动，在类型和功能上对比，类似现在国内非常火爆的“微博”，可以说Twitter是微博的祖先。预计到今年年末，Twitter将有超5亿的用户数（数据来源：Twitter账户独立跟踪机构Twopcharts）。尽管Twitter常被质疑其有限的可使用性，被认为更适合面对终端消费者或者轻工业类型的企业。但对比传统媒体，社交媒体类型的Twitter在人群覆盖面、推广费用、用户互动性、客户关系维系、市场调研、用户信息收集反馈，甚至危机公关上，都有着天然竞争优势。

在Twitter上发表的推文对所有人都是开放的，外贸企业可以利用Twitter的这个特性进行有计划的推广活动，活跃发布推文不断宣传企业产品，还可以把推文以短信形式发送到手机和个性化网站群，吸引用户的注意和参与。Twitter还具有专业的营销应用板块，可以作为外贸营销的资源与手段。

YouTube

根据美国互联网市场调研公司ComScore发布的2011年全球视频网站排行中，YouTube蝉联第一，以43.8%的市场占有率位居榜首，比第二名优酷网的2.3%整整高了41.5%（那时候优酷网还没有跟土豆网合并）。从YouTube的全球网络视频市场占有率中不难看出，YouTube具有相当巨大的网络视频营销规模和能力。

Facebook和Twitter也能为YouTube的视频营销助力。据统计，用户每天在Facebook观看YouTube视频的总时长达500年，而每分钟在Twitter上共享的YouTube视频达700多个！更深入的数据是：一条自动分享的推文平均会引起6个新的YouTube.com的相关会话，并且每分钟有500多条推文中会包含YouTube链接。数字背后，我们要懂得抓住机遇。

很多外贸企业知道社会化媒体营销很好，但是不知道怎么用：“我开通了所有我知道的社会化媒体的账号，按照网络营销书上的指示去发布产品、更新信息，但我至今还看不到效果！”

数据和事实最有说服力的，下面请看红牛（Red Bull）在Facebook专页取得成功营销的例子。

看到如图2所示专页，我们可以用“一张照片引起的轰动”作标题来阐释红牛社会化媒体营销的成功。一个专页有超过2千8百万人次的称赞，有15万人在讨论这个专页——这样的效果堪比一场耗资百万的电视广告，而红牛只是在Facebook上分享了其创意的照片、视频和文章。红牛很巧妙地用最廉价的方式最大化宣传了公司品牌和扩大产品知名度。创意的手段加上广阔的平台，网络社会化媒体铸就了红牛的成功。

在外贸网络营销中如何应用社会化媒体

社会化媒体的发展势头之所以如此迅猛，是因为这种网络交流方式极大地满足了人们的需求，诸如国外的社交网站、视频网站等。由于用户基数的庞大为外贸企业的海外推广提供了良好的条件，那么国内外外贸企业究竟如何应用国外的社会化媒体渠道来进行推广呢？以下介绍几种国外社会化媒体的操作要点。

社交网站推广

以Facebook为例，我们可以在Facebook上建立一个企业专页，发布有价值的行业内容和产品信息，并且通过邀请互相关注，初步确定好友关系，并在接下来的实施中根据反馈调整策略。

对于外贸推广来说，Facebook一方面可以促进自主品牌产品的传播，以提升产品或者企业的影响力；另一方面是在直接的促销活动中带来直接的订单转化。在Facebook上，外贸企业可能利用信息的发布引起一些采购者或期望合作者的关注，或者主动加入Facebook里企业产品相关行业的群组，从而引发更多的关注，实现有效询盘。

Facebook的专页页面在建立账号时如果有意地设置关键词是可以在谷歌的自然搜索结果中获得关键词的排名。我们只要在Facebook上活跃发布丰富的内容并与好友互动，既能在好友圈子里大量曝光，又能让一部分用户通过搜索引擎进入Facebook的企业专页，大大增加企业的曝光度。

视频网站推广

以YouTube为例，制作具有创意性的高质量视频能够引起更多用户群的关注。我们可以通过在标题、描述、和标签里设置关键词，有意识地使这个视频在YouTube站内获得某些关键词的排名，从而使用户在站内用某些关键词搜索视频时能轻易搜到我们的视频。值得一提的是，这个YouTube的视频页面与Facebook页面一样能在谷歌的自然搜索结果中获得关键词排名。所以，YouTube这个资源对于提升企业知名度的价值不容忽视！

论坛推广

高浏览量的行业论坛通常是买家们获取行业信息的一个重要渠道，因此，我们可以在行业性较强且较活跃的专业论坛上踊跃发帖回帖，建立行业话题的“权威性”，并在帖子中添加企业网站链接，增加企业网站对外的曝光率。

博客推广

博客里面的企业网站链接会引导读者到达企业网站，有利于网站知名度的提升。企业可以通过博客这一平台发表有价值的企业信息或者产品信息进行推广活动，企业可以分享产品知识和经验、评论行业发展方向和新技术、谈论与产品相关联的社会热点问题与事件等等。通过这种知识性的传播和分享，我们可以在某种程度上争夺行业话语权的同时培养一批忠实的潜在买家，最终影响买家的采购决定。

从事社会化媒体推广是需要花费大量时间的，但付出总会得到回报，其中最大的回报就是增加企业或品牌的曝光数、增加流量和提升搜索排名。社会化媒体的发展趋势表明，社会化媒体将成为电子商务的重心。

精准流量控制系统

——外贸网站营销效果飙升的利器

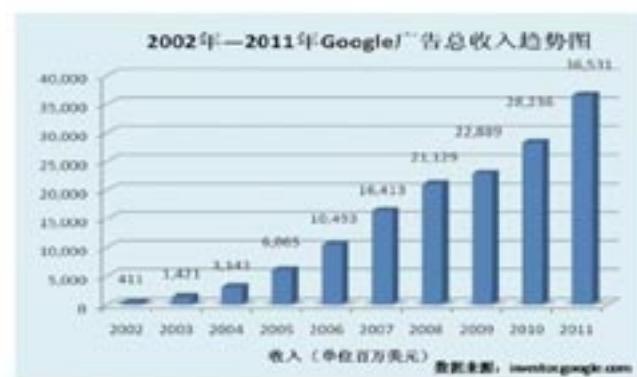
文/佛山一分公司 彭芳



外贸网站要想获得良好的效果，就要通过搜索引擎提高网站的曝光率，提升核心关键词在搜索结果中的自然排名，这就需要外贸网站营销人员进行搜索引擎优化，使网站的内容符合搜索引擎抓取规律。搜索引擎优化是一个长期维护的工作，推广维护的时间越长，网站的效果越好。但是，由于很多企业没有专门的网站运营团队，所以其网站搜索引擎优化见效慢，这就导致了外贸网站不能快速获得国际访客与采购商的需求信息。

那么企业应该如何运营自己的网站，让它在国际互联网市场立足呢？这就是接下来要探讨的问题：什么是高效的外贸B2B网站运营策略？

高效的外贸B2B网站运营策略其实就是搜索引擎营销，搜索引擎营销包含搜索引擎优化和付费推广两大部分。目前，很多外贸企业对网站的运营仅是停留在搜索引擎优化，而没有尝试过搜索引擎付费推广。因为企业热衷于免费的关键词的自然排名，而对付费推广的方式抱有质疑的态度。有这种想法是正常的：既然有免费的渠道可以使用，为什么我还要花钱去买竞价排名？而从Google过去十年的广告收益可以看到，企业对搜索引擎广告的资金投入越来越多，这也证明了搜索引擎付费推广的方法得到了越来越多企业的认可。



既然搜索引擎付费推广能够帮助企业网站快速获得流量，那么如何将流量转化为有价值的询盘和订单呢？这就需要我们从流量的源头下功夫。

在付费推广中，关键词的作用非常巨大，它决定着什么类型的人群可以看到网站。比如，当网友搜索“相机”这个词时，可以分析出该网友对相机的相关信息感兴趣，他可能想购买相机，也有可能是想看看相机行业的信息，也有可能是看相机的图片；当他搜索“佳能相机”时，可以分析出他对相机品牌有一定的了解，而且偏

爱佳能相机；当他搜索“佳能相机 600D”时，则可以判断他已经对佳能相机的产品比较熟悉，而且他比较喜欢佳能600D这个型号的相机。所以，用户使用什么关键词搜索，就代表着用户有什么样的需求。也就是说，关键词分析准确与否决定着付费推广效果的好坏。所以，在做付费广告时，就需要花大量的精力放在对关键词的分析上。

那么，如何通过分析关键词来挖掘国际采购商的需求呢？

首先，需要对企业产品进行深入了解。通过分析产品功能、用途、卖点等信息，结合本土化的语言分析出核心关键词，并对这些词进行组合与扩展以得出关键词。其次，运用关键词分析工具对核心关键词进行扩展，并结合数据对关键词进行分析、评估。再次，需结合竞争对手投放的关键词和竞价情况对关键词进行有策略有目的的投放，从而保证在控制成本时获得最大效益。当做好了以上步骤后，最关键的是需要对这些关键词进行维护。关键词的维护包含对关键词竞价投放的监控、分析和调整，这些维护分析都需要基于广告投放账号。用户在网站的行为情况以及询盘订单等数据的积累。比如，一个做LED灯饰的供应商，他投放的关键词是“led light bulbs”和“led light”，当他发现，用户通过关键词“led light bulbs”点击进入网站浏览的页面数量和最终留下买家信息的数量都比“led light”的多，假如这两个词的点击费用相同，那么他应该要加大对“led light bulbs”这个词的广告预算来提高广告效果。

当通过关键词划定潜在的买家人群后，接下来就需要结合区域来精准定位目标人群，这样做的目的是为了节省广告投放成本。因为同样的关键词，无论是在哪里，都会有买家搜索。假如不使用区域定位屏蔽某些国家和地区，将会浪费大量广告费。而如果根据企业以往合作过的采购商所在区域的数据来精准定位投放区域，这样不仅可以节省广告成本，还可以快速获得该区域新采购商的信息。广告投放的区域定位可以精确定位到某个城市的某个区域，还可以结合当地的工作时间决定哪个时段投放广告，哪些时段不投放广告，以此提升广告的效果。

做好了以上步骤后就可以把高质量的潜在买家吸引到网站上，但如何将这些潜在买家转化成订单客户呢？这就需要提升流量的转化率了。

提升流量的转化率，首先要从买家需求分析。根据买家的习惯，合理科学地布局有价值的网页内容。根据不同行业的买家需求，在设计不同行业的网页时，会考虑突出不同的侧重点。比如，

LED灯行业会重点突出价格优势，燃气设备行业会重点突出质量优势等。其次，要对不同的投放渠道效果进行评估。客户群体的搜索习惯不同，投放方式也有不同。比如，专业的行业买家对采购行业产品相当熟悉，他们会在搜索引擎中直接输入产品关键词搜索供应商。针对这些“行家”，搜索引擎的广告投入会有高回报；而对于涉及多行业的批发商、转手贸易商买家，往往是从客户需求出发，很难提炼精准产品关键词。在这种情况下，如果使用搜索渠道投放广告，那么转化率就不会很高，但依托搜索引擎的行业合作伙伴平台主动给客户展示产品不仅可以提升品牌影响力，而且还达到了主动营销的目的。再次，要对整个广告投放效果作综合评估，对流量转化率低的广告进行全方位调整。这种调整是基于广告投放的数据、用户网站行为数据和询盘订单数据来进行的。通过以上三种方法，以效果导向为基础，通过循环调整可以提升转化率。

综上所述，外贸网站的效果首先要解决流量的问题，其次要解决流量精准的问题，最后要解决的是流量转化率的问题。所以说，获取精准流量，提升流量的转化率才是外贸网站效果飙升的利器。



今天您Facebook了吗?

文/优化部 陈豪

Facebook是目前全球使用最广泛的社区交友平台,很多企业希望通过这个平台来实现产品、服务的推广营销。尽管国外企业在Facebook营销运用方面已经很成熟,但是我国的企业几乎还处于起步阶段,很难看到国内产品在Facebook的专页,Facebook的商业价值未被充分挖掘。对于企业来说,利用Facebook进行海外网络推广对企业品牌的建设有较好的促进作用。

根据全球性在线竞争情报服务公司Hitwise在2012年2月发布的Facebook的关键统计数据可知:在各个国家和地区,除中国外,Facebook的网站访问量都在该国家或地区网站访问量排名的前两位。Facebook在加拿大的访问量份额占比最大,达到了加拿大全网访问量份额的12%。在巴西,最近Facebook访问量刚刚超越了Orkut,成为访问量份额仅次于Google Brazil的网站。



图1 Facebook在各国访问量占比比重

要进行网络推广,顾名思义,就是把自身品牌推荐给更广泛的人群,而让更多的人认识自己的Facebook是社区网络推广中的一个首要而必不可少的环节。作为B2B企业,目标用户群体必然是对自己产品相关方面感兴趣的人群以及在网络上寻找该产品的批发商。因此,Facebook推广可以采取以下策略:

个人账号建设与管理

注册Facebook的每个人都会有一个独立的个人账号,而此账号可以进行内容的更新以及添加好友。针对企业来说,个人账号是一种与社区网络用户交流的最有效方式,因为用户对广告性质很强的账号比较反感,所以可以把个人账号定位成一个普通个人用户,以拉近与目标用户群体的距离。

企业专页建设与管理

作为在Facebook上面创建品牌的一种相对简单的方式,Facebook专页与群组有很多相似之处,但也有所区别:专页比群组更容易建立,可以添加内容甚至Facebook程序到自己的专页以拓展其功能,增加深度以便吸引一些Facebook老用户;可以吸引更多的人成为专页的粉丝,他们比群组内的用户的忠诚度更高;另外,给专页的粉丝发信息是没有数量限制的,如果要联系大量的Facebook用户,这是让他们成为自己专页的粉丝最好的方式。现在在Facebook专页上面添加Flash或者HTML代码很容易,为了能正常使用,需要安装Flash播放器或者静态FBML (Facebook Markup Language, Facebook的一种标记语言)应用,这使得页面的定制性更强。而且Facebook还在专页上添加了照片和视频模块以便页面管理员向粉丝们上传照片和视频,这也是开展病毒营销的途径之一。特别是在广大粉丝支持下的社交广告不断增长,个人专页在Facebook上营销的地位将会越来越高。企业建立Facebook专页应该注意及时更新产品型号信息与产品价格优惠信息,让批发商能够及时地了解到企业的产品现状。专页之中应该增加指向企业网站的外部链接,让Facebook的用户可以通过点击链接进入企业网站获得产品的详细信息。这种做法能把用户引导进企业的网站,带来可观的流量。由于企业专页刚开始曝光率低,能被用户接触到的概率较小,所以可以采取的方法是先通过个人账户与国外用户建立关系,待时机成熟时以个人身份向国外用户推荐自己的企业专页,以达到推广专页的目的。

使用应用与插件推广企业品牌

通过Facebook市场发布企业广告。“市场”实际上是Facebook的分类广告列表服务,在这里,企业可以选择任何一个所在的圈子免费发布一个特售的广告。如果企业想在所有的圈子中发布这个广告,需要为每个圈子支付一美元。

企业可以选择最具代表性与独特性的产品进行广告的发布,以达到效果最大化的目的。

在企业网站上添加Facebook插件。Facebook上有很多插件供用户使用,其中Like Box是一个重要且流行的插件。用户首先在Facebook中获取插件的代码,然后把代码嵌套到企业网站主页上,网站就会出现一个Facebook的Like Box,即Facebook“赞好”的表单,在此框中可以看到企业的Facebook专页地址,以及对企业专页“赞好”的人数。框中有一个“赞”的按钮,用户可以直接在此处点击按钮对企业专页进行“赞好”。因为搜索引擎对有Facebook或Twitter等插件的网站比较重视,所以插件的使用对企业网站权重

的提升有促进作用。同时,网站上的插件也能增进用户体验,用户看到网站上有Facebook等插件,会觉得此网站是一个比较正规、完善的网站,这对企业的品牌形象提升有重要的帮助。

Facebook精准营销分析。此应用是Facebook专页新兴的功能,只要该专页被“赞好”的人数超过30,就可以免费开通此功能。Facebook会对此专页的数据进行仔细的记录。从数据中可以知道每天浏览该专页的人数、每天讨论该专页上话题的人数、对该专页“赞好”的人性别比例和来源国家等。从精准营销分析中可以获取更精确的数据,并从这些数据中看出该Facebook专页的受欢迎程度以及如何改进专页的建设。



图2 精准营销分析之流量来源分析

基于Facebook这个强大的社会化网络的电子商务形态将是未来一种不可忽视的力量,也可以说是一种更深层次的社会化媒体营销形式。Facebook对国内企业有极大的价值,是一块值得开拓的领域。如今已有越来越多的企业进入Facebook,但是许多企业并未充分挖掘其营销价值。因此对于一些有先见之明的企业来说,利用Facebook进行海外网络推广是个绝佳的机会,可以利用其更好地为企业服务。

页面优化(On-page optimization)就是通过改进网页的修饰性因素,如网页标题、描述、题头文字、注重网页内文的撰写技巧使得搜索引擎在访问网页的时候能够迅速抓住网页的要领,正确完整地将网页的信息带走。这些改进无不围绕着关键词的使用而进行。网页的优化是SEO最细致的工作,需要一页一页认真地开展。每一页的优化都是不容马虎,它直接关系到搜索排名是否出现。

网页的主题和命名

页面优化的目的就是集中提炼网页中的内容,强调突出主要说明问题的句子、词语和标题,向搜索引擎表明主题。如果这些因素加在一起能够反映主题,那么我们就做到了“相关性”——这是搜索引擎评判网页质量的根本要求。

赋予网页包括关键词的文件名和图片能够帮助搜索引擎判断一个网页主题是什么。这种做法不仅告诉了搜索引擎网页的主题,同时在消费者将此页收录到书签之中时也告诉了消费者其所收录的是什么内容的网页。

网页标题就是网页打开的时候在浏览器视窗最上端的蓝色条幅中出现的文字。许多浏览者并不是特别在意网页标题,但搜索引擎却非常看重它写的是什么,而且用它所表达出来的内容来判定一个网页的主题内容,因此,网页标题是搜索引擎单页优化中最重要的因素。

网页标题要含有关键词。为了让搜索引擎尽快阅读网页标题中所表示的意义,应该将最重要的关键词置于最前列,最多不要使用三个以上的关键词。

标题的长度应该言简意赅,英文标题控制在40-60个字符之内。关键词的使用应该注意合理地分配到各个网页之中。在此页使用的关键词,在其他页就要考虑是否依然那么重要。尽量避免同一关键词反复出现在好几个网页的标题中而使搜索引擎感到困惑。网页标题的空间是十分宝贵的,除非特别需要,不建议将公司名称放置在这么“寸土寸金”的地方。

网页标题的空间很短,所以使用的文字就有很大的限制。关键词一定要使用,但是如果单是关键词而没有将它们串在一起的柔和性文字,标题自然很难成句。这样写出来的标题不可能吸引人,甚至有垃圾网站的嫌疑。

描述标签的写作非常重要。搜索引擎通过阅读它来了解网页大意,并且时常引用它作为搜索结果中的“网页摘抄”提供给搜索者。对于文字内容偏少的网页,比如flash和以图片为主要内容的网页,这个标签的作用尤其重要,因为搜索引擎就靠读这个句子来理解这个网页是说些什么。

我们需要在这个简短的概述中充分表明网页的重要内容。因为这个标签可以容纳长达250个字母的文字,所以写作的时候可以比较自如地使用修饰性的词语,但要避免过度频繁地重复。

由于搜索引擎不能阅读图片,那么图像标签就给搜索引擎一个介绍,用图像替代文字放置在图像标签内,这个标签是一个放置关键词的好地方。

优化内文的写作艺术

所有内容的发布和阅读都是一种信息交流。但是内容的质量不仅取决于交流了什么和交流的方式,也取决于交流的对象。这里有两种交流现象:

首先,一个创作书面内容的网站主管和编辑人员与他听众之间进行的直接的单向交流。其次,若干网站的内容编辑由于链接而在变相地进行着交流。

从SEO角度来看,网页内容是写给搜索引擎看的,因为搜索引擎看不到,访问者就看不到。

编写网页的内文一定要反映你公司的产品或服务的实质(性能、特点、优势等),告诉访问者为什么要在你的网站购买你的产品或服务,或者来咨询你。但是,如果内文很少使用一般消费者用来搜索相关产品的关键词,那么这个网页的内容写得再漂亮也不能让搜索引擎掌握要点(关键词),就不会被搜索引擎所推荐,这样的网页就和访问者擦肩而过了。所以,内文的写作首先要考虑的是使用关键词,关键词的密度以2%-8%为好。

关键词在内文写作中的作用已经很明显,但是怎样用好关键词来组成句子和段落则考验我们的文字功底。网页内文的质量对网页质量、网站整体质量非常重要。有了关键词的分析结果,我们明白网页需要围绕关键词来写。但是如何写出独特的内容,创意是少不了的。

下面五点需要注意:

第一,研究产品特点:网页内文如果要吸引精确的购买群体,就需要先将产品的卖点、特点做一番详细研究,在仔细了解了产品的卖点之后才能更好地针对购买群体进行文字上的修饰和编辑。

第二,研究用户搜索习惯:网页内文需要针对用户在网络上的搜索习惯,对他们常用的一些疑问词进行分析和总结,比如在寻

求一些产品品牌时,用户大部分的搜索习惯都是口语化的比较多,“哪个牌子”、“什么牌子”这样的词汇会比较常见。

第三,段落的开头要抓住人们的眼球,段落开头和结尾是读者眼睛最注意的地方,我们需要直截了当的告诉读者他们继续阅读我们的网页有什么好处,激发他们的兴趣。关键词是吸引读者来到网站的根源,所以我们的语句要围绕这些关键词。

第四,段落中一定要包含让读者采取行动的要素,这些元素包括激发读者下订单、报名、留下联络方式的语言。

第五,明白读者来到网页中时用“扫描”的方式来阅读的,很少是仔仔细细地来看。所以,内文一定要精练。做到这点,可以把一个信息用一个段落来表明,而避免用两个或三个以上的段落。

网页内文的更新也是不可忽略的问题,也是吸引读者再次来访的条件。同样,这样也是搜索引擎来访问需要看到的,时常更新的网页更容易获得搜索引擎的青睐,就有持续的机会获得理想的排名。

在一个网站的新建和推广的过程中,关键词的研究是个延续的工作。我们需要定期的重复来发现一段时期之后原先的关键词是否还那么重要,有没有新的词要加入。因为不同时期人们搜索的兴趣不同,也体现出不同的关键词。其次,每隔一段时间,往往会有新词产生。最后,每个月都有新的网站产生。这些网站可能经过搜索引擎优化之后,在一些关键词上和你自己的网站竞争,有的甚至严重地挑战了你的位置。

培养定期进行研究分析的习惯,不断地随着人们搜索行为的变化而改良自己的网站,这才可以保持长久的竞争力。

提高质量得分 减低广告成本

文/广告资源部 欧阳娇



在这个网络营销时代，Google广告推广越来越受到各商家尤其是外贸企业的重视。他们的目的就是用最少的投入换来最大的曝光率，从而带来更多的询盘，获得更大的效益。我们都知道Google广告是按点击付费的，那么怎样才能降低每次点击的费用，从而更大程度地降低成本呢？点击费用主要由出价、排名、质量得分决定，这其中提高质量得分是最行之有效的办法。

质量得分是一种估算值，用以衡量您的广告、关键字和目标网页与看到您广告的用户之间的相关程度。质量得分高表示系统认为您的广告、关键字和目标网页对看到您广告的用户而言比较相关和实用，用户体验度高。而质量得分低则表示对看到您广告的用户来说，您的广告、关键字和目标网页不是那么相关和实用，用户体验度不高。质量得分越高，您需要支付的费用可能就越低，而广告也有可能获得更高的排名。

质量得分主要通过以下几个指标来影响广告成本：

广告竞价资格：质量得分越高，关键字越容易获得参加广告竞价的资格，且相关费用也越低。

关键字的实际每次点击费用：质量得分越高，每次点击费用越低。也就是说，如果您的关键字质量得分比较高，就可以为您降低每次点击支付的费用。

关键字的首页出价估算值：质量得分越高，首页出价估算值越低。也就是说，如果您的关键字的质量得分比较高，您的广告将更有机会在搜索结果首页上展示。

关键字的首页出价估算值：质量得分越高，首页出价估算值越低。也就是说，如果您的关键字的质量得分比较高，您的广告将更

有机会在网页顶部位置展示。

广告排名：质量得分越高，广告排名就越高。也就是说，如果您的关键字的质量得分比较高，您的广告在网页上展示时的位置就会比较高。

既然质量得分会影响广告费相关的这么多指标，我们当然要努力提高质量得分，降低广告成本了。每当用户的搜索触发您的广告时，Google都会计算质量得分。下面介绍一下质量得分的决定因素，从而更有针对性地做出调整，以提高质量得分。质量得分主要由以下几个因素决定：

关键字的过往点击率：关键字吸引用户点击您的广告的频率

显示网址的过往点击率：显示网址为您带来广告点击的频率

帐户历史记录：您帐户中所有广告和关键字的总体点击率

目标网页质量：网页的相关性、透明度以及浏览的方便程度

关键字/广告相关程度：您的关键字与广告的相关程度

关键字/搜索相关程度：您的关键字与用户的搜索内容之间的相关程度

地理位置效果：您的帐户在您所定位的区域范围内的成效

广告在某个网站上的效果：您的广告在该网站及类似网站（指展示网络）上的效果

从上面质量得分的决定因素我们可以总结出以下方法来提高质量方法：

仔细挑选关键词，提高关键词的相关性

关键词的相关性包括关键词与广告，与目标网址的相关性，还有关键词与客户搜索意图之间的相关性。要提高这些相关性可以用以下几个方法来挑选关键词：

从目标网址上挑选核心关键词，用形容词或介词扩展关键词。通过数据分析发现扩展后的关键词比单纯只有一个词根的关键词质量得分高。而且通过这个方法还可以发现哪些修饰词比较好，从而将它运用到同类的其他客户广告中。如：led 类产品的修饰词有：Mini、Green color、colorful、T5、T8、energy save、discount、for home等等。

通过Google adwords 将客户搜索的词加为关键词。Google adwords 中有个功能可以把客户搜索的关键词下载下来（点击关键字选项卡——关键字详情——所有，就可以把该账户所有客户以前搜索过的关键词下载下来）然后从中筛选，挑选好的关键词加到账户中去。因为这些词是客户搜索的词，所以关键词与客户搜索意图之间的相关性肯定非常高。

根据首页估价和搜索量来确定关键词。搜索量低的关键词估价低、质量得分高。所以，可以选择估价低的关键词，把它设成广泛匹配或者把出价调高来提高被搜索到的可能性。但把出价调高成本就高了，也就是说这个方法要视情况和实力来确定。

暂停或删除质量得分低的关键词，提高关键词的整体质量得分，因为质量得分的评估会考虑到广告账户的整体效果。

制作针对性强的广告组

广告组的确定关系到整个广告账户的架构和质量，好的广告分组能提高广告与关键词、显示网址之间的相关性。广告分组时要注意以下几点：1. 广告组分类要专注于客户产品分类与客户主题、热卖产品；2. 一个广告组只包含一种或一类产品，这样产品相关性才高，质量得分也会高。

完善网站内容，提高目标网址的客户体验度

从页面布局到产品描述，站在客户的角度来设计网站，让客户很容易找到他们想要的信息；整个网站的架构和产品分类要清晰、明确；网站要求访问速度快，服务器稳定，如果服务器不稳定，网站打不开可能会造成广告拒登，影响广告效果，并且高的用户体验度也是带来长期稳定流量的前提。

制作有吸引力的广告，提高广告与关键词，广告与目标网址的相关性

广告语要够简短（Google对广告语有字数限制），有吸引力。在广告中强调您与众不同的优势，吸引客户点击；添加具有号召性的广告语，鼓励客户点击您的广告，让客户知道点击您的广告之后他能进行的下一步操作是什么，如：inquire, inquire now, ask, get it；将展示次数多的关键词加入广告语中，提高广告相关性，并且通过多组数据分析发现：将展示次数多的关键词加到广告语中还能提高广告的点击率；从目标网址中选广告语，如：产品描述、产品优势、公司主要竞争力等，这样能提高广告与目标网址的相关性。

总的来讲，提高质量得分就是要提高相关性，包括关键词与客户搜索意图的相关性，广告与客户搜索意图的相关性，目标网址与客户搜索意图的相关性，广告与关键词的相关性，广告与目标网址的相关性，关键词与目标网址的相关性，广告、关键词、目标网址之间的相关性等等。提高了这些相关性，质量得分也就高了，您的广告成本也就降低了。同时，相关性越高，广告越能获得更多的点击、赢得更高的排名并为您带来更理想的广告效果。

小议2012年电子商务发展环境

文/产品开发部 肖文斌

电子商务是指利用互联网为工具，使买卖双方不谋面地进行各种商业贸易活动。电子商务的模式有B2B、B2C、C2C等。B2B平台的代表有阿里巴巴，B2C平台的代表有天猫、京东、亚马逊、苏宁易购、国美电器，以C2C为代表的有淘宝网。

现在有一个品牌的手机特别火，它就是小米。小米手机的成功有两个很重要的原因：其一是仿苹果饥饿营销，定期销售额定数量，让消费者有钱都买不到；其二便是网络直销。小米科技CEO雷军在小米手机发布会上说了这样一段话：

“今天我们只讲了三句话。

第一，小米发布了国内首款双核1.5G手机，这款手机也是全球主频最快的手机；

第二，内置的MIUI系统是采用互联网模式开发的快速迭代的系统；

第三，通过互联网零售，干掉中间成本，只卖1999！”。

“干掉中间成本”，节约成本，让利给消费者，很明显地突出了电子商务的优势。那么电子商务到底有哪些优势，让众多的商家在这个快速消费的时代竞相追赶？简单地说来，它的优势主要表现在以下几个方面：

- 电子商务将传统的商务流程电子化、数字化，一方面以电子流代替了实物流，可以大量减少人力、物力，降低了成本；另一方面突破了时间和空间的限制，使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行，从而大大提高了效率。

- 电子商务所具有的开放性和全球性的特点，为企业创造了更多的贸易机会。

- 电子商务使企业可以以相近的成本进入全球电子化市场，使得中小企业有可能拥有和大企业一样的信息资源，提高了中小企业的竞争能力。

- 电子商务重新定义了传统的流通模式，减少了中间环节，使得生产者和消费者的直接交易成为可能，从而在一定程度上改变了整个社会经济运行的方式。

- 电子商务一方面破除了时空的壁垒，另一方面又提供了丰富的信息资源，为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能，这将影响到社会的经济布局 and 结构。

- 互动性：通过互联网，商家之间可以直接交流、谈判、签合同，消费者也可以把自己的反馈建议反映到企业或商家的网站，而企业或者商家则要根据消费者的反馈及时调查产品种类及服务品质，做到良性互动。

正由于这些优势，越来越多的企业都开始进军电子商务领域。2011年，中国电商服务业收入达1200亿元，其中电商交易平台收入410亿元，支撑了3万亿元的电子商务交易规模。专家预测，预计到2015年，中国电子商务服务业营收将突破1万亿元，支撑超过13万亿元电子商务交易规模，中国将拥有世界上规模最大、最为领先的电子商务服务产业。

电子商务的快速发展得益于一定的环境，而在2012年，这个环境显得更加成熟。第一：互联网的开放战略。在2012年，其他的资源正在获得快速成长，为电子商务提供了非常有利的支持，这样的

高度是过去所不能触摸的。自2009年阿里巴巴宣布开放淘宝平台之后，腾讯、百度、奇虎360等于2011年相继宣布开放战略。第二：电子商务物流的进步。互联网的高速发展，推动了互联网的进步，尤其是在物流领域已经加快了应用。欧洲智能系统集成技术平台组织（EPoSS）在《Internet of Things in 2020》中预测，物流网的发展将经历4个阶段。电子商务物流的成长，加快了商品的发货速度，这更大的激起了消费者网络购物的热情。第三：软件支持的成长。随着今年国家工信部提出了宽带提速战略，在这样一个背景下，再加上IT科技界云计算技术的越发成熟，这两个结合起来，云计算今后在中国即将获得更大的普及。这样，对于电子商务的软件支持方面，将进一步降低管理成本，提高管理质量，提高海量数据的处理能力，提高数据挖掘的能力。其他方面，移动设备的普及，如Android智能手机、苹果手机、平板电脑以及Intel推出的超极本让消费者有了更多的选择进行网络购物，而不仅仅局限在PC端，这样可以做到“随时随地购物”。Facebook、twitter、微博等社交方式的兴起，则更丰富了电商的营销方式和营销手段。

在电子商务发展过程中，第三方服务商也起到了举足轻重的作用。Android手机为什么那么火，甚至可以超越苹果？因为开放。开放的Android系统为第三方服务商（开发者）提供了大量的帮助，而开发者开发的东西被放置在谷歌应用市场，让手机用户使用，提高了手机用户的口碑，建立了自身的荣誉，刺激了Android手机的销量，回过头来又刺激了开发者的热情，建立了一个良性循环。

同样，淘宝开放平台丰富的开放接口以及丰富的第三方应用，提供了相当多的店铺管理、营销推广、数据分析等工具，有了这些丰富而廉价的工具，卖家以更低的成本且更有效的手段进行店铺的运营推广和电商执行解决方案。

电子商务是“做”出来的，而不是讲出来的，更不是想出来的。无论是作为一个第三方软件服务提供商亦或是作为一个独立品牌运营的销售公司甚至是一个运营方案咨询服务公司而存在，都需要抓紧时间，抓住机遇向前冲，做出自己的一片天。



浅析第三方软件服务 淘宝TOP

文/产品开发部 谭勇

淘宝开放平台 (Taobao Open Platform, 简称淘宝TOP), 是基于淘宝各类电子商务业务的开放平台, 提供外部合作伙伴参与服务淘宝用户的各类原材料。淘宝TOP是大淘宝战略中很重要的一个环节, 发展至今, 淘宝应用已经有六千多款软件, 包括官方与非官方, 其中官方只占很小一部分, 大部分都由第三方软件服务商开发提供。

在淘宝开放平台上我们可以看到这样一种现象: 基于淘宝的用户、商品、订单、店铺等API接口, 第三方软件服务商可以通过这些接口进行深度开发, 满足各式各样的买家和卖家的需求, 进而造成淘宝网上各方面服务软件丰富多彩。百花齐放, 百家争鸣。对于同一种卖家服务搜索, 可能有一百多种实现该服务的软件可供选择, 因而也造成了淘宝网上买家和卖家用户对丰富的各类服务软件的依赖。

淘宝TOP提供了四种应用接入: 在线订购应用、买家应用、店铺模块应用、无线应用。

在线订购应用: 基于淘宝网开放API接口获取数据开发在线的软件。根据淘宝在线卖家订购服务列表统计, 淘宝官方与第三方软件服务商一共提供了5556款软件, 而且这一个数字每个月都在增长中, 其中包含了品控服务、商家培训、营销推广、店铺管理、数据工具/市场研究、绩效考核、店铺基础服务、商品拍摄/图片处理、物流/仓储、工具套餐等其它服务类型软件。以宝贝标题优化为例,

为宝贝取名很简单一件事, 但想要做好, 需要有一定的优化基础, 了解SEO基础实现原理, 了解行业热卖词, 甚至可能还需要了解网络热门关键词, 打造黄金标题, 为该宝贝带来流量的搜索词, 让买家轻松找到它。如果卖家不懂SEO优化, 又怎么办呢? 他可以订购第三方开发的标题一键优化服务软件, 那么就能一键实现标题优化。第三方软件服务商为卖家提供了全方位服务, 在淘宝卖家服务列表中, 卖家可以找到或者定制各款满足要求的服务软件。

买家应用: 根据淘宝买家应用统计, 淘宝官方与第三方软件服务商一共提供了914款软件, 包含了生活服务、实用工具、优惠促销、游戏等几个方面的应用。以买家应用微卖场微博推广营销为例, 卖家申请活动: 先绑定微博账号, 选定促销商品, 设置转推一次降价多少, 写好买家用户转推的促销内容模板。买家用户通过自己的微博账号转推一次卖家的内容模板降一次价, 在买家用户认为合适的价位时就可以购买该商品了。由此我们可以看到, 以买家用户角度去思考, 只要你想, 都可以把创意开发成软件放入淘宝网里, 淘宝开放平台为此提供了强大的场所。

店铺模块应用: 第三方软件服务商可以在旺铺模板中开发形式多样的营销模块, 并通过旺铺供卖家订购, 为店铺创建多样的营销活动提供可能。如应用“幸运砸蛋”, 通过flash实现, 仿CCTV的“非常6+1”节目游戏, 实现一个优惠大回馈买家营销应用, 提高店铺人气指数的优秀应用。

无线应用: 淘宝无线开放平台为合作伙伴提供了大量的无线应用开发接口和组件, 在此基础上第三方软件服务商可以快速开发出满足用户需求的无线应用。如应用爱美丽, 是为广大女性朋友倾心打造的一款手机客户端软件, 它可以随时随地浏览最新的美容资讯并查询各类美容产品的使用心得和销量排行, 深受女性消费者的喜爱。

可以说, 淘宝的大淘宝战略是非常成功的。

在淘宝开放平台上注册成为淘拍档的第三方软件服务商非常多, 把众多软件公司捆绑在它的战车上, 同时也为众多软件公司创造了众多的机遇。做卖家服务的第三方软件服务商有500例, 一家公司至少提供了一台服务器, 提供一种软件服务, 淘拍档就为淘宝网的卖家提供了500款软件。淘宝节省了大量的硬件、人才等资源, 同时也为社会提供了更多的工作岗位, 也为卖家提供了更多节省人力的软件服务。卖家们通过低价订购第三方软件服务, 就可在一段时间内享受第三方软件的服务, 试用一段时间后如果不满意, 还可以选择订购其它同类软件服务, 直到找到一款满意的为止。为买家用户提供生活服务, 为卖家用户省钱, 为淘宝提供了更多的服务, 为第三方软件服务商赚钱, 四方皆赢就是大淘宝战略下开放平台带来的好处。

无论如何, 马云的帝国已经形成, 他在第三方软件服务方面的意识已深入骨髓, 对外提供了全方位的服务。作为成功的淘宝来说, 或将成为国内电子商务的导航指向标, 或将成为行业参考标准。

聚焦 传奇



敢于挑战的青春

——访深圳分公司狼牙团李会南

采访/文 沈学文

刚认识李会南时，感觉她好文静，不怎么说话，当时还问stephen：“她行吗？”今天，她用行动告诉我们，她真的行！她用勤奋与睿智，创造了一个又一个奇迹。她是一个充满欲望的人，对于目标从不放弃；她是一个充满激情的人，从来不惧困难勇敢前进；她是一个充满正能量的人，用自己的热情感染身边的人！感谢有您，一路同行！

——深圳分公司总经理 潘永康

有很多未长大的懵懂小孩，渴望青春，想着长大了便可自由飞翔。

有很多正值年轻的朋友，恐惧青春，怕青春易逝，岁月不停，人老黄花后。

有很多享受青春的年轻人，把握青春，敢于挑战，活出精彩青春，锦上添花。

李会南，一个青春靓丽、年轻有为的形象诠释着惊涛拍岸的精彩搏击。很早之前李会南的名字就已出现在大家的视线，众多领导对她也是一致称赞，除了她的业绩好之外，另外的原因是她是一个有目标、有激情，敢于挑战困难、享受疯狂工作的“魔女”。

初生牛犊不怕虎

会南是一个东北女生，蘑菇头，高高瘦瘦、冰雪聪明，跟她聊天的时候，一点也感觉不到北方的那种“彪悍豪迈的霸气”，青春实在倒是扑面而来。

她2011年7月毕业于哈尔滨理工大学，不管天南地北、千山万水，毅然南下，11月加入环球视野。可能是因为她真的喜欢南方，才会有这么一个“会南”，从祖国北端，南徙广东，享受生活，比起当年苏轼被贬至惠州，少了悲壮，更多了些坚定豪迈。

会南说：“一直听说互联网行业是强度最大的行业，特别希望在毕业后的三年时间中好好去沉淀自己，历练自己。”

“刚来环球视野的时候感觉自己很渺小，一直告诉自己，在环球视野这个强者如云的平台一定要脱颖而出。环球视野的工作氛围时刻感染激励着我，尤其是三坚精神对我触动很大，我认为年轻时就要这样去活看。”

曾经的大学，她有三年创业经历，这让她知道什么是社会，什么是竞争，什么挑战。刚进公司的第一个月，便只身一人到客户处逼单至晚上八点多。年轻就为历练和挑战而活，小小年纪的女孩，便有这样的信念和意志，何愁不成大事呢？

目标坚定执于行

三军可夺帅也，匹夫不可夺志也。一个有着坚定的意志和志向的人，做事非常有原则，目标非常明确，规划性很强。会南给我的印象，大体就是这样子的。

她说，毕业之后给三年时间自己，积累社会和工作经验，以后向更长远的目标发展。而如今的她在环球视野即将一年了，中间有辛酸困难和无助彷徨，但她的业绩是突出的，工作是出色的，这就是锻炼出来的财富。

她在工作中给自己定的目标是在冠军团队一定要做冠军的活，也就是拿个人冠军和团队冠军。

“每个月都会给自己定目标，我在最好的分公司，最好的团队，我也一直在用冠军的要求来监督自己。”她的心里应该是坚定而澎湃的，对自己严厉，就是对客户全心全意。

一度“病床上签单的战士”在集团中传为佳话，反响热烈。在病床上签了至关重要的一单，只因一个冠军目标。试想一下，什么情况下会在病床上工作呢，是屈庙堂思君忧民的忠臣烈士，执着进谏，还是一川奔腾卷雪的江水，总是一往无前得坚持着？唯有坚定的意志，负责的态度，团队的精神，才能让她有意念何时何地都在想着工作。

“我想只要不死就没有关系，这种小病都克服不了，怎么做好销售呢？那个我们部门冲冠军，追求冠军是每一个狼牙人的信念。”从她的话语中，散发着青春的坚定与自信、执着与追求。

全心投入 真情付出

外在乐观，内心强大的会南，给自己贴的工作状态标签就是“全心投入，真情付出”。

“环球视野的工作，成为了我平时的全部，我常鼓励自己，在舞台上能够做到全心投入，就一定能够收获自己想要的，一定可以实现自己的价值。”

当然在行动上，会南的表现总是令人称赞的。

“非常轻松，简单，享受。每天我是第一个来公司，也期待来到公司。”

“我就是工作起来就抛开一切，控制不了自己！”

时刻践行着“三坚”精神，面对种种的问题，总能调节好心态，想着如何把事情做到最好。

种瓜得瓜，种豆得豆。会南的付出，总会有意想不到的收获。自身的历练沉淀，日渐成熟、自信。销售沟通技巧不断完善，服务质量不断提升，业绩一次又一次的出彩。皇天不负有心人，全心真情的付出，酸甜苦辣的收获，苦尽甘来。

享受挑战 她变得更坚强、勇敢和成熟

没有熏不黑的烟圈。在环球视野的大舞台上，虽然在狼牙团这个冠军团队中，竞争气氛异常激烈，协作互助不分你我，但是面临的困难也是一重又一重。很多人身处好的团队氛围中，最后还是没有跨过困难那道门槛，止步胜利。但也有很多，适应环境能力强，接受能力好，伴着稳重和勇敢的心，敢

于进取，最后荣耀舞台。

会南就是这样的一个喜欢挑战，敢于挑战，享受挑战的人。

前面说的只身南下广东，就是一个人生的挑战之一。

“有想过放弃，但是每一次都是坚持下来，‘三坚’精神是最好的支撑点，这是我们的文化和灵魂，让我们无所畏惧。”

“我是完美型性格的人，做事要做就想着做到最好。”

最后逼单冲刺的共同努力，创造奇迹的感觉，总是让她欣喜若狂，不疯也得大狂。

她很笃定地说起：“环球视野是我毕业的第一份工作，这里见证了我的成长。互联网的工作强度很大，但我就是喜欢这种挑战极限，创造奇迹的感觉，每个月最后几天为了共同的目标共同努力的这种感觉很棒了。”

同时，她深知，互联网商海浮沉，要学的东西很多，虚心学习也算重中之重。会南说：“环球视野让我变得更加成熟，坚强，勇敢，我深知自己还有很多要提升要学习的地方。”这是一个谦虚上进的女生。

会南懂得感恩，在与我的对话中，她提到了几个给她工作帮助最大的人。

“亲情一直是支撑着我工作的动力，每次想动摇想放弃的时候就想起我的家人，这样一切挫折都可以克服。”家人，她们是支持她坚持下去的动力，每想起她们，她又是一个满血复活的战士。

“潘总和温经理对我的工作一直都很支持，总是鼓励我，在这里也衷心地对我的上司说句感谢，我为能在深圳公司能在狼牙团拼搏感到幸运和骄傲，个人的价值永远是在团队中体现出来的。”潘总和温经理，他们的支持与鼓励，是她冰冷迷茫的销售路上的遍地阳光。狼牙团和所有的同事，每一次的认可和协助都会让她信心百倍。

安静求学知识，工作不让须眉，敢于挑战困难，不枉青春绽放。李会南诠释着敢于挑战的青春。青春道路，有如其斯，便精彩之至。



成长路上的 心灵导师

——访佛山一分公司培训部杨静宇

采访/文 潘莎

目标明确、有事业心、责任感强、内心正义感强、是同事们的良师益友。总能站在公司及同事们的立场上考虑问题并提出解决问题的方法，有一定的创新能力和执行能力！

——佛山一分公司总经理 鲁靖



对于公司的商务同事来说，他们在真正成为环球视野的员工之前还多了为期一周的培训时间，在这短短的一周内就能初步确定他们是否能最终通过考核进入到公司。在这个过程当中，总有一个人陪伴在他们的身边，这个人就是培训讲师。

一直以来，在任何活动中都能感受到佛山分公司良好的团队氛围。而在今年，佛山分公司先后举行了佛山首届母亲节活动、佛山首届羽毛球比赛、佛山首届外贸招聘会等活动，让佛山分公司的团队气氛一度达到高潮！在这团队文化建设的背后，培训讲师杨静宇功不可没。

在这个网络营销飞速发展的时代，看好这个市场的不仅仅是投身电子商务领域的企业家们，众多求职者也非常看好这个香饽饽，杨静宇也不例外。在今年的3月中旬，杨静宇通过层层考核，最终加入环球视野这个大家庭。

“我感觉这里有我施展的空间和锻炼的机会。”这是杨静宇选择环球视野这个销售型公司的原因。在过去，杨静宇也曾是一名销售人员。由于身体方面的原因，他转行改做了培训讲师，却依旧没有离开销售。初进佛山分公司，杨静宇就深深地感受到了浓浓的销售氛围，这正是他所期待的激情。

作为培训讲师，杨静宇主要的工作是针对商务进行培训。由于之前做过销售，他明确地知道作为一名销售人员最重要的是要有目标。在培训内容方面，杨静宇除了要帮助新员工适应新环境，融入公司的团队氛围外，更重要的是帮助他们设定自己的目标，寻找一个合适的发展平台，并鼓励他们为之付出努力。在



杨静宇看来，新人们在刚刚进入公司的时候，多少都会有点儿不习惯，总要经历一个从不适应到适应的过程。人们常说，态度决定一切。在调整员工状态及端正心态方面，杨静宇积极地倡导追求第一、追求卓越。他希望他的学员能够勇敢地向着胜利的巅峰发起冲击。

事实上，作为一名培训讲师，传达内心的想法是一件非常困难的事情。每期培训的学员不同，培训内容也不同，有些时候，杨静宇也会提前准备培训内容。在保持培训内容主线不变的前提下，杨静宇习惯于采用说新闻或者讲故事的形式来表达自己的内心。杨静宇是大胆的，有别于其他讲师在私下里偷偷地练习，他的练习是公开的。不管是在马路边，还是骑着自行车，他都会有意识地练习要给学生讲解的内容。他希望能够通过自己完整的表达能将内心的想法传达给学员。

“对于留下来的学员，我会尽心尽力帮助他实现梦想。离开的学员，我也希望他在其他领域可以成功。”在谈到培训期间新人的去留问题时，杨静宇如是回答。

杨静宇相信每一个进入环球视野的人都有着过人之处或者不一样的地方。对于还没有结束培训期而提前退出的学员，杨静宇会挽留他们。在弄清楚了他们离开的原因后，若经过自己的努力争取后，学员还是执意要离开的话，杨静宇也会尊重他们的选择。

“学员的离开不能说与培训讲师没有关系，毕竟培训讲师是新人最早接触并了解公司的渠道。”杨静宇如是说到。

在公司不断发展壮大的过程中，我们每一个人都在成长。在这个大舞台上，我们每个人都有着自己的角色定位。杨静宇将公司比喻成一辆为了抵达目的地而不断前行的大车，但他只是个推车的车夫。尽管是推车的车夫，却也在为公司的发展贡献着自己的一份力。

“我算是个宅男。”真的不敢相信，在论坛上如此活跃的杨静宇竟然这样评价自己。培训讲师需要经常给大家解压，激励大家前进，但他们也会有自己的情绪和压力。作为一名讲师，杨静宇知道情绪是可以传染的，因而每当遇到状态不佳的

时候，杨静宇会尽量避免出现在人前。静静地看一场电影，疯狂地High唱几首歌，玩玩游戏，甚至小喝一杯，这些都成了他调整自己状态的方法，虽然简单，但却非常有用。其实，情绪是可以控制的，压力也是可以缓解的，关键是找对方法。

入职这么久了，杨静宇还记得第一次做培训时讲错PPT的情形，也对某些“得意门生”印象深刻。他觉得每一位处在培训期的新人们应该体验团队之间竞争的快感，享受环球视野这个平台。培训讲师是分布在各个公司的中坚力量，在以后，杨静宇希望公司的培训讲师们能够团结一心，共同做好公司的培训工作，培养出一批又一批的优秀新人，推动环球视野的发展。



坚持成就自我

——访东莞野狼团李萍

采访/文 汤莎

李萍是一个正能量的员工，无论什么时候都能给大家积极的形象！东莞分公司成立李萍就在了，4年以来勤奋用心始终如一，非常值得大家学习！加油！李萍！

——东莞分公司总经理 林良盛

“麻烦请帮我发签单短信！”东莞行政前台henry在电话的另一端如是说到！

“哇，又是‘李萍’呀！”

编写商务签单短信是我的工作内容之一，而对于广州地区之外的分公司商务，我大多数都是“只闻其名而不见其人”。尽管如此，但我的脑海中却能清晰地记起“李萍”这两个字。

自2008年7月份进入公司来，今年已是李萍在环球视野的第4个年头了。4年，于公司而言，这是一种忠诚；于李萍自己而言，这是一种坚持。

很多时候，大家选择工作的标准之一就是后期的发展前景，2008年的李萍也不例外。那会儿，“外贸网络营销”这几个字吸引了李萍，也让她与环球视野结下了这4年的不解之缘。

在李萍刚刚进入东莞分公司的时候，团队里的人还不多，但是大家都很有冲劲。

“那时候很简单，也很勤奋。”作为新人，李萍将自己调整到最佳状态后，很快地投入到了工作当中。或许是做销售的人都有的一种共性吧，他们骨子里都有一股永不屈服的倔强。尽管初进公司，但是李萍血液里却澎湃着成功的欲望。

“记得刚进来的时候，就听林总在表扬他部门的同事一周见了四个客户，我就暗暗下决心，告诫自己一定要超过他！”在其他人眼中，一周见四个客户是值得被表扬的，是优秀的代表。但是，李萍却没有以此来要求自己，因为那是别人的标准。在李萍心中有一杆秤，这是她用来衡量自己优秀与否的标准。

“那个星期，我见了5个客户！”经过一个星期的努力后，李萍做到了，她兑现了她自己许下的承诺！

商场如战场，讲究的是时效性。在谈单方面，经过4年的历练，李萍已经形成了自己独特的谈单风格。不管是公司同事还是客户，李萍留给人的印象总是“干净

利落，从不拖泥带水”。而在最开始的时候，李萍是非常毛躁的，做事的时候远不如现在这般漂亮。因为不够沉稳，为此也受过陈总的“批评”。如今，4年过去了，时间在李萍身上留下的不仅仅是经验的成长，资源的积累，更多的是塑造了她的一种性格。较之前，现在的李萍刚强了很多，也果断了很多。她的这种“干净利落，从不拖泥带水”对于谈单而言，就像一把利器，既能充分地把握好客户的心理，又能游刃有余地掌控自己。

李萍的行事风格是雷厉风行的，对于那些优柔寡断的客户，李萍又是如何应对自如的呢？

“其实，客户的优柔寡断和业务员有着很大的关系。”

在她看来，客户变得犹豫不决或许也是由于自己说话不够直接与爽快，又或者客户本来的性格就比较慢热的。每当这个时候，在与客户进行交流的时候，李萍总能根据客户的实际情况而随时调整自己的状态。

“我觉得还是真诚些，简单些。”在与万千客户交流之后，李萍也总结出了一条应对客户的金科玉律，而这一点对于绝大部分的客户来说都是适用的。

在李萍口中，谈单方式只是一种形式，更重要的在于产品本身。她相信，如果能够让客户充分地信任公司的产品，并且让客户感受到了真诚的服务，那么这个客户是铁定不会跑了。

4年之路，李萍成熟了很多，在做事和做人这方面有很大的提升，还养成了一些好习惯，让她一辈子都受益。

在东莞分公司，李萍有这样一个小外号——环保达人。“环保”

是一个概念，存在于每个人的意识当中，但是又有几个人能真正地将其化作行动呢？在办公室的时候，看到了新来的同事打印一些自己用的材料时，李萍总会善意地告诫他们要使用环保纸，以减少纸张的浪费。事实上，使用环保纸是东莞分公司所有员工共同提倡的。

尽管一直都饱含激情，但李萍也经历过低迷时期。处于低迷时期的自己，李萍怀疑过自己，否定过自己。她很感谢她周围的同事和经理帮助她度过了那段艰难时期。李萍所在的野狼团在她眼中是一支非常优秀的团队，虽然团队发生过些许变动，但是李萍所在的野狼团追求的目标从来没有变过——永争第一！团队中的人都很团结，只为了“第一”这份共同的荣誉。

李萍说，人生起起伏伏，很多时候回想起那些岁月都会觉得这些所谓的困难都是那么渺小。击倒自己的不是困难，而是自己本人。

4年之路，李萍凭着自己的努力为自己撑起了一片梦想天空，也凭着自己的坚持让这片梦想天空更加的辽阔。她是拼搏的，相信在以后的奋斗之路上，她的这片梦想天空将有着另一番广阔与精彩！



飛出自我，龍躍環球

——飞龙，带着梦想出发

文/广州飞龙队 林显东

作者心语：

小时候，我一直有个梦想——长大以后当一个作家。以至于上初中的时候自己找了很多报刊杂志来投稿，可最后的结果基本上都是石沉大海。后来觉得自己的文笔不够好，在写作这方面的造诣应该不会很高。但是随着时间的推移，阅历的增多，渐渐地发现，原来真正的作家不一定是文笔好的人，而是人生经历非常丰富且有梦想的人！今天，我愿意为飞龙队做一个这样的人，因为我相信我们是一个有梦想的团队，是一个敢想敢做的团队！有一天，我们飞龙队可以写一本关于飞龙的书或者自传，影响和鼓舞更多前进在路上的人。

飞龙队从成立的那一刻起，我就决定要做一件非常艰难但却非常有意义的事情，那就是做一个不断创造奇迹的个人和团队！通过两个月的不懈努力，我们用两个月的时间迈出了坚实的第一步。5月份，我们在最后的时刻拼尽全力拿下了集团第三，广州公司的第三；6月份，我们依然不敢懈怠，继续拼搏，可惜最后还是拿了集团第三，广州公司的第一。虽然离我们的目标——集团冠军还有一段很远的路要走，但是我们勇敢地走出了第一步。更重要的是，我已经知道飞龙的能力和潜力不止于此。所以接下来我们一定会更加坚定地往前走，往上走，不断创造奇迹！因为我们坚信，奇迹只属于那些发自内心想创造奇迹并为之不断拼搏而竭尽全力的人。

开始，我有过一段时间想着飞龙队到底应该具有什么样的团队文化和精神，百

思不得其解。然而经过两个多月大家一路打拼下来，我慢慢发现了团队中一些好的文化正在悄悄形成。并且在往自己想要的方向逐步靠拢：我们团结友爱，开放进取，拼搏向上，勇争第一！只要进入了飞龙队，这里的每一个成员都有着很强的集体荣誉感——我们愿意为了飞龙队这个集体而奉献自己的每一份光，每一份力！因为我们知道，只有团队好了，个人才能好。只有我们每一个人都凝聚在一起，才能组成真正的飞龙！

两个月的时间，对于一个团队的历程来说很短，但是对于每天在一起拼搏的我们来说，这份经历和成长是令人难忘的！多少个早上一起培训和演练，多少个夜里一起开会交流。我们不在乎别人怎么看，我们只在乎我们要去哪里。在这里，不管新老，我们都能很好地融入在一起，进行良性竞争。



团队里最老的员工方亦斌敢于担当部门核心骨干的地位，不管在新客户开发还是杀单上都能起到很好的带头作用。任劳任怨，能够为团队的发展献计献策。这两个月，他也实现了蝉联广州公司冠军的梦想，我们也祝福他能像在集体大会上说的那样，能把冠军进行到底，向更高的目标进发！

许康喜则是团队里的开心宝，胆大放得开，一直是个很自觉的人，吩咐的任务和作业每次都能认真对待和自觉完成，非常勤奋，执行力很强。在这两个月里，他的进步是最大的，但是要学习的地方还是很多，希望他能继续突破，早日实现冠军梦！

林金煌集体责任心很强，处处都能为团队着想，当团队里有人士气低落或者是新人进来需要帮带的时候，他都能够主动地去提携鼓励，帮助新人共同成长。他打

电话也是广州公司里最积极的员工，希望他能够一如既往，实现自己的目标。

杨子彬虽然是应届毕业生，但是从没有放低对自己的要求，做事积极主动，勤于思考，大胆实践，每次跟进客户时，更多的都是自己先想办法，然后再咨询讨论。虽然在新人中出单较快，但是能摆正自己的位置和心态，而且能够主动地给自己设定更高的目标和追求，并不断付诸行动！

彭博虽然是女孩子，看上去比较柔弱，但是内心的执着劲很足，做事细心，肯于付出，非常能吃苦耐劳，敢于去突破自己的恐惧，愿意改掉自己不好的习惯，而且做事勤于动脑，经常会冒出一些常人很难想得到的好点子。

未来，我期待，飞龙队接下来的成员会上演更精彩的故事。

当然，这两个月对我来说意义也非常

重大，我要感谢飞龙队的每一个成员：方亦斌，许康喜，林金煌，杨子彬，彭博，以及在培训中的其他战友——因为我在哪里找到了人生奋斗的目标和方向！我狠狠地感受到了身上的责任和重担，我要带好我的团队，我要和他们一起创造更多的感动和惊喜！

海阔凭鱼跃，天高任龙飞！相比于其他团队来讲，飞龙队要成长和学习的方面还有很多，我们离真正有魂有魄的团队还有很长的一段距离。但我相信，只要我们飞龙齐心，做最好的自己，飞出自我的精彩，一飞冲天的日子一定很快就会到来！那时，就是我们龙跃环球的时候！

飞龙，让我们带着梦想出发……



尽心尽力协助每位客户成功 ——访佛山一分公司客服经理彭芳

采访/文 冯莎

看似温柔腼腆的外表，却天生是个豪放派！身上有股韧劲，做任何事情不服输！倔强的个性下隐藏着颗虚心学习、勇于挑战、敢于突破的心！有良好的客户服务意识，客户转介绍的事情时有发生在她身上！一个让人放心的伙伴，有任何事情交给Phyllis，只要她接手，结果总会让人放心！做事有规划，有准备！善于思考和总结，能大胆提出自己有建设性意见的想法！

——佛山一分公司总经理 鲁靖

新人入职 激情四溢

“第一次给我电话的是我的经理，他细心地询问我的住址，并告诉我怎么坐地铁到公司，什么时间（面试），以及要注意的一些细节。我就感觉这家公司很用心。”进入公司已有4个年头的彭芳在回忆起最初进入公司的情景时这样说到！

虽然4年前的她在找工作的时候并没有刻意选择环球视野，但是她后来的经理（当时打电话叫她来公司面试的人）用自己一个细小的举动告诉她环球视野是一家用心做事的公司。于是，她如约来面试了，并顺利地进入了公司。

用彭芳自己的话说，她是一个求知欲很强的人。在为期7天的培训中，彭芳接触到了很多陌生的知识。对于她来说，互联网是一个新奇的领域，充满了未知数。尽管还处于培训期，彭芳的求知欲早已开始膨胀，并鼓舞着她不断地向前，更让她的每一天都过得非常的充实。培训的时间是短暂的，却充满了竞争与挑战——这是所有进入公司的商务从一开始就要面对的。

培训期间，彭芳要接受的不仅是理论知识的学习，还要参加互动与PK。彭芳骨子里有一股韧劲，她天性就不服输，不甘落于他人之后。因此，尽管只是新人之间的对垒，但她始终积极面对。尽管最后她所在的组输了，但于她而言却是屡败犹荣！

“那天的培训结束以后，居然接到经理的跟进电话，他告诉我当天的表现还不错，他说那天他不在，但他听陈总和其经理对我的评价都不错，是当天表现得最棒的，让我好好加油，继续努力。”这是来自上司的鼓励，是一种由衷的肯定。古语有云，“士为知己者死，女为悦己者容。”对于新人来说，没有什么比得到别人的肯定更让人激动了。因而，培训期一过，直至今日，彭芳始终都抱着百分之百的热情投入到工作当中。

在真正下市场以后，来自客户的疑问又一次膨胀了彭芳的求知欲。那个时候的她不懂的地方很多，但是她还是敢于和客户进行面对面的交流。

“每天出去见完客户，客户提出的好多问

题我都不会，一回来就很兴奋地跑去找经理，找老同事，把今天遇到的问题立马向他们汇报，问这种情况怎么办呢？”

对于当初那些自己解决不了的问题，在现在看来是那么的简单，甚至有点儿幼稚。回忆起这些的时候，彭芳话语中露出丝丝俏皮。或许她觉得当时的经理和老同事们都会笑话她吧，毕竟有些问题是不需要回答的。

突破自我 完美出单

尽管满载希望、激情勃勃，但出单的日子却遥遥无期。然而正是经历了5个月的沉淀与积累，才换来了如今的记忆如新。

“跟了这么多单，印象最深的是哪一次呢？”

“当然是第一次，第一次嘛，往往记忆深刻。”

入职5个月后，彭芳在签单路上始终停留在起跑线上。不管如何努力，就是签不了单。

“当时真的到了山穷水尽的时候，而且状态浮躁得不行。”彭芳带着微笑回忆起当初的时光。

为了能尽快地出单，不服输的彭芳还在不断地突破自己，做了以前从不敢做的事情。

“没有约到客户就直接过去了！”

“从上午十点守到下午三点，一直等到他回来！”

“用自己的真情打动客户，我的眼泪真的就要出来了！”

.....

在彭芳的努力下，这个从她入职第二个月就开始跟的客户终于签合同了。可是，收款却成了另一个难题。彭芳心里也很清楚，只要这个客户的钱一天没有全部收回来，这个单就不算成功。

“那个时候客户的地点是在钟落潭，为了能顺利收到款，天天去，一点不觉得远和难找！”4年过去了，彭芳还能记起第一次签收支票的紧张。

“我那个时候真正体会到了什么是环球视野的三坚精神：坚持，坚强，坚韧！”

钱全部收回来了，第一个单也完美落幕。这个单是来之不易的，是彭芳不断地突破自己而得来的。在这个过程中，彭芳体会及感受到了“三坚”精神的意义所在，正是有着顽强意志力的“三坚”精神支撑着她突破自己，让她迈出了签单的第一步。

三换角色，始终以客户为中心

彭芳现在是佛山分公司的客服经理，而在此之前，她曾是雪豹队的商务经理。更早的时候，她还是广州的一名红军。

在和红军一起战斗的日子里，彭芳从来不会懈怠自己。对于自己的每一通电话，每一个客户，每一张单，彭芳都尽心尽力的做好每一个细节。付出总会有回报，她用一点一滴地付出慢慢地铺就着自己的成功之路。两年多过去了，她挥洒着汗水成长了，也蜕变

了。她挥洒过多少汗水或许只有她自己能体会，但是却被别人看在了眼里。经过多重考虑，公司决定将彭芳调去佛山一分公司担任雪豹队的商务经理——这是彭芳在公司的第二个角色。

经过两年多的打拼与磨练，彭芳心态已经平和了。在她眼中，商务经理只是个大的top sales.每一个岗位都有存在的意义，只要敢于付出与努力，就一定能实现自己的价值。只是于她而言，肩膀上的责任更大了，使命感更强了。因为在她的背后，还有雪豹队的战友们在看顾她，战友们信任的眼神让彭芳觉得自己更应该以身作则。新人培训。打造团队文化。下市场。陪员工见客户.....对于工作中的方方面面，不论是大事还是小事，彭芳都坚持做好表率。她深深地知道，作为一个中层干部，对于公司文化的传承及信息的传达，她起着承上启下的作用。

在商务经理的岗位上呆了一年零一个月以后，彭芳又一次地迎来了她职业中的角色转换。

“我在得知自己调任客服经理这一职位时，还是有些意外的。”

之前做商务的时候，在维护老客户方面，彭芳一直都非常的用心。或许正是格外的用心与诚恳，彭芳在感动客户的同时也感动了公司。客服经理又是一个新的岗位了，但既然公司将客服经理的重任交给彭芳了，她就一定会把它做好，让自己在客服经理这个岗位上发光发热。

在雪豹队的时候彭芳带领的是销售团队，而现在是带领客服团队，一个台前，一个幕后，两者之间却有着共同之处——始终坚持以客户服务为中心。

“客服跟客户的服务和沟通也需要销售的沟通艺术和技巧。”职位和职能发生了变化了，但彭芳却紧紧地把握了工作的重心——把环球视野最有价值的部份呈现给客户。

在做商务经理的日子里，彭芳为自己没能将雪豹队打造成一支可以打仗的队伍而遗憾，而今天在客服经理的岗位上，她立志将佛山的客服团队打造成公司的明星客服团队。彭芳相信，这是一群有追求、有梦想、有激情的人，在大家的努力下，一定可以实现自己的愿望。



坚定网络营销之路 抢占海外市场份额

——访深圳市山锐电子有限公司总经理邓建云

记：据我所知，山锐电子是环球视野深圳分公司最早合作的一批客户之一，当时为什么会选择环球视野呢？

邓：环球视野是“N+1”本地化营销模式，是时代发展的趋势，我们的客户在国外比较多，所以我们当然要到国外本土去做推广。像其他的阿里巴巴、环球资源主要是国内的B2B平台，所以没法更好覆盖当地的渠道，环球视野帮我们填补了这一块的空缺，这样才能更好地提高我们的曝光率，让更多的客户找到我们，所以我们选择环球视野。

记：山锐电子出口的产品主要有哪些？

邓：我们主要是做薄膜电容器的，薄膜电容器包括很多，比如说安规电容、聚丙烯电容、聚酯电容这块。

记：在出口方面，山锐的这些产品都销往哪些地方？

邓：我们出口主要是在比较发达一点的国家，价格相对比较偏好一点的（地方），比如像拉美、欧美、东南亚这些国家。

记：山锐电子的目标客户主要有哪些类型？

邓：我们做薄膜电容这块用途相对来说是比较广泛的，总的来说只要用线路板的地方基本就要用到薄膜电容。我们客户的产品主要集中在LED照明、电焊机、开关电源、家用电器等行业。

记：目前，山锐电子使用的营销平台是由环球视野专门策划过的，您觉得它能否体现贵企业的优势和卖点呢？

邓：环球视野的平台专业、大气，重点突出，让客户一看就知道我们是做什么的，突出我们的优势和实力，让客户感觉到我们是一个比较诚信的电子元件厂商。

记：山锐电子前段时间和环球视野达成了续费协议，为什么会继续选择和环球视野合作？

邓：环球视野一直走在外贸网络营销的最前沿，我们相信跟着环球视野一起合作是个不错的选择。

记：山锐电子之前做了一个英文版和一个西班牙语版本，为什么后来又连续追加了两个英文版和葡萄牙语版本？

邓：追加两个英文版主要是想通过更多平台推广占领市场，占据互联网推广空间，更多的提高曝光率。追加葡萄牙语主要是想有针对性地开发巴西市场，原本西班牙语是针对拉美市场的，但是巴西人讲葡萄牙语的多，我们深入巴西市场还是要用葡萄牙语推广。

记：从我们的商务那里，我了解到这样一个信息，山锐电子即将去巴西参展，将通过展会与电子商务相结合的方式深入新兴市场，请问您是如何看待中东、东南亚、南美这些新兴市场的兴起？

邓：我们下阶段准备去巴西参展，计划采用线上与线下相结合的推广方式更加有效地推广巴西市场。新兴市场将是一块很大的蛋糕，尤其是巴西市场，这些年发展比较快，我的很多同行和朋友都在朝这块发展，占领这块战略市场也是很重要的一步，所以我们会尽快去占领这块市场。

记：您如何评价环球视野的“N+1”推广模式？

邓：环球视野的推广方式是外贸营销的必然趋势，对中小企业来说是一次低成本参与国际竞争的机遇，有效地帮助中小企业提高国际知名度，有针对性地拓展外贸市场。

记：在外贸网络推广方面，山锐电子有做其它的推广平台吗？

邓：有，比如说阿里巴巴、环球资源。我们也自己做过几个英文网站。

记：您认为环球视野的产品和其他推广平台的产品相比有哪些区别？

邓：环球视野的平台主要在于覆盖国外本土的渠道，比较直接，B2B可能竞争比较激烈，环球视野的询盘都比较精准。

记：在合作的这段时间里，您如何评价环球视野的专业服务团队？

邓：环球视野的商务很关注我们的推广情况，经常为我们解答一些问题，比较专业；他们的客服给我们提供很多的培训和指导，现在我们自己都可以做很多事情了，他们的目标是让我们自己能够掌握本土化营销的操作方法，建立自己的电子商务团队，更好地配合他们为我们做好外贸市场。

记：在服务或产品方面，您还有什么其他的意见或者建议？

邓：我们现在正在扩大外贸团队，有很多新的业务员加入进来，我希望环球视野能够将他们的外贸经验和外贸营销网络知识教给我们新的业务员，给他们提供更多的培训。另外环球视野公司的氛围比较好，希望他们能够把这种氛围带到我们公司来！

山锐电子采访后记：

按照事先约定的采访时间，在深圳分公司商务一部谭海军经理及商务代表罗钢的带领下，优化部唐玮和我准时走进了山锐电子的办公室。山锐电子的办公地点座落在深圳市龙华镇和平西路龙胜商业大厦3楼。在龙胜商业大厦周边，机器作业的声音“轰轰”作响，此起彼伏，但这却丝毫没有影响到山锐电子的员工们。办公室里，员工们正紧张地工作着，只听见“噼里啪啦”敲键盘的声音。山锐电子经营的电容品类繁多，包括了薄膜电容、安规电容、金属膜电容、聚丙烯膜电容等一系列产品。进入山锐电子后，最先映入眼帘的是那一箱箱摆放整齐的电容。

山锐电子的邓总非常热情地迎接了我们一群人的到来，在和他进行沟通的过程中，很明显地感受到了邓总的幽默。在采访开始之前，邓总非常明确地表示了他会密切配合我们的采访。而事实也正是如此，采访进行得非常顺利！

“鹏城”深圳作为一座国际化的大都市，这里经济繁盛，吸引了各行各业的商家在此驻足。邓总也是这众多商家之一，他也看准了深圳这块宝地的经济优势。但这只是邓总的一个“根据地”，他要以此为中心，将业务范围扩散到全国各地，甚至是全球。在外贸推广方面，山锐电子除了借助传统的对外贸易渠道之外，也开始接触到了最新的网络营销。

为了能迅速打开海外市场的大门，抢占国际市场份额，扩大产品的出口比例，山锐电子不断地寻求网络营销合作平台，也做过几个英文网站。在对外推广方面，山锐电子合作的平台

包括了知名的阿里巴巴、环球资源等，但这些平台却并没有为山锐电子成功开拓国际营销市场。

在与环球视野合作之后，山锐电子重新搭建了国际化的英文版网站以及符合当地目标市场的西班牙语版小语种网站，这也让人感受到了山锐电子致力于拓展业务范围的决心和勇气。

当下的经济形势于众多的外贸企业而言是严峻的，也束缚了他们对外发展的脚步。与其他企业家不同的是，在外贸网络营销方面，邓总依旧坚持走在最前端。为了更快的占据国际电子商务市场，提高公司产品及品牌的曝光率，邓总更是追加了2个英文版本。而随着企业发展方向的不断调整，当巴西被确定为目标市场之后，邓总毫不犹豫地建立了针对巴西市场的葡萄牙语版本网站，以方便当地的客户查找山锐电子的产品。

山锐电子的网站既有面向国际化市场的英语版本，也有面向目标市场的小语种版本，比如西班牙语版、葡萄牙语版本。为了帮助山锐电子的外贸团队更好地做好网站优化与推广，在这次的采访中，优化部唐玮也一同赶来。在采访结束后，唐玮和山锐电子的外贸人员就网站优化与推广方面的有关问题进行了深刻交流。

在未来，邓总更是希望能够借助外贸营销“N+1”系统提高网站的点击率，增加询盘数量，以达到提高转化率的目的，最终能够确立在海外市场的品牌营销地位。而我们也相信，在环球视野和山锐的紧密合作之下，在不久的将来一定能实现这个愿望。

印象环球

热浴林丰温泉
领略古堡风情

——记9-10月精英团活动

金秋送爽，正是出游的好时节。精英团成员们，在领导的带领下，前往林丰温泉，领略古堡风情，享受温泉浴。活动期间，大家不仅享受了舒适的温泉，还参观了古堡，领略了独特的建筑风格。这次活动不仅增进了成员间的友谊，也让大家在忙碌的工作之余，得到了放松和愉悦。



9-10月份的精英团活动，在11月10-11日火热举行。11月10日上午，来自各分公司的精英们在环球视野广州分公司集中，精神抖擞地准备前往龙门林丰温泉。

林丰温泉度假山庄位于龙门县南部山旁，增龙公路边，山庄四边绕山，风景、气候宜人。山庄内设别墅区、文化馆、大型山水泳池、爱心湖钓鱼岛、篝火盘地等等，在泡浴的同时也可以根据自身的喜爱选择各种活动，是城市人最佳的休闲、度假、会议、活动的超值去处。山庄配有20多组温泉，所有的温泉水都是正宗的地下温泉水，温度为73度，含温泉应有的成分和应有的浸泡作用。进行温泉医疗，实际上是进行天然药浴。温泉水通过热对皮肤神经末梢引起刺激而调整大脑功能；通过放射性物质经皮肤吸收进入体内而产生的射线来改变细胞功能。精英们沐浴在天然保健的温泉水中，相互嬉戏，感受着天然药浴带给身体的美妙感受，在消除疲劳的同时，也让他们的心境得到平和与放松。

在经过一天的温泉热浴后，11月11日，精英们来到了具有“华南第一古堡”之称的香溪堡。这里犹如大自然的鬼斧神工，造就了沿河两岸的奇林秀水，不愧有“广东小漓江”之美誉。香溪堡具有悠久的历史文化遗产和独特的建筑风格，浓郁的古堡风情，给精英们留下了无限回味及联想的空间。

香溪堡旅游区以竹文化为基调，风格独特，依林傍水。穿越小竹林，坐上水上竹筏，泛舟于香溪河，欣赏两岸美景，这是何等诗意的画面。面对如此迷人的景色，各分公司的精英们谈笑风生之余也不忘水中作乐，打起了水战，乐此不疲的他们，尽情地享受“竹中游、竹中玩、竹中饮、竹中乐”的幽野情趣。

领略完两岸的奇山秀水，精英们开始了狂扫行动，购起了当地

的特色产品，送朋友、送家人、送同事，大家挑选得不亦乐乎，每个人都满载而归。

旅程结束，精英们依依不舍地离开了香溪堡，离开了林丰温泉。这里是一个增长见识、阅读历史的殿堂，这里更是一个缓解压力、调整身心的灵地。在这里，他们是真实的，在这里，他们是放松的，在这里，他们是充满激情及动力的。这是一次空明身心、释放自我的旅途，虽然结束了，但是他们坚信，他们会把这种情愫及激情重新注入到工作中，以更积极的态度面对生活及工作，携手打造更加美好的未来。



亲近自然 捡拾阳光

——记佛山一分公司大夫山之行



10月20日，由佛山一分公司客服经理彭芳组织的大夫山自行车活动如期举行，来自佛一分公司的培训讲师杨静宇老师自告奋勇地担当起四位美眉的护花使者。卸下繁忙的工作，脱下疲惫的外衣，五位精英整装出发了！

沐浴着温暖的阳光，感受大自然柔和的微风，五位佛一的精英们来到了湖光山色、绿草如茵、鸟语花香的生态型大夫山森林公园。兴奋之情不言而喻，在欣赏沿途优美景色的同时，他们也不忘透过相机，拍下他们温馨美好的一刻，让心灵沿着美丽的风景漫步旅行。

这里有山，这里有水，这里有彭芳的个性展示，这里更有李鹏的风度翩翩。

这里有自行车，感受甜蜜的幸福时光，享受秋日温暖的阳光情怀。

这里有棉花糖，感受童年的纯真时光，享受年少无知的童真童趣。

这里有小贩卖，感受自然的阳光气息，享受兄弟姐妹间的浓浓情意。

这里有黄昏夕阳，感受唯美场景，享受收获的成就与美好。

这里是压力释放的海洋，这里更是心灵交汇的天堂。

呼吸着清新的空气，感受大自然释放的阳光、微风、泥土的气息，佛一的精英们惬意地伸伸懒腰，对未来充满了无限的期望及希望，迎着追赶的脚步，加快步伐，四位美女在帅哥的护航下驶向更远的前方。



烽火丛林 真人CS秀

——记产品开发部、广告资源部、市场策划部狼图基地CS活动

2012年10月20日，产品开发部、广告资源部、市场策划部的精英们，相约一起到白云区的狼图基地脱宅来了。看他们如何叱咤风云，如何扭转乾坤？谁能在枪淋弹雨中安全脱险，谁又能力杀群雄。这里是他们玩转CS的丛林，这里上演了一场精彩的真人CS秀。

“当兵后悔两年，不当兵后悔一辈子”，这句话给了环球精英们重锤一击。好吧，卸下往日的装备，撇掉宅男宅女的臭名，真刀真枪地体验一回当兵的苦乐吧！

孙子曰：未战而庙算不胜者，得算少也。多算胜少算，而况于无算乎！环球精英们似乎深深地领悟到这个道理，CS开战伊始，就进行了紧锣密鼓的筹备，并派出精英领导进行战略指导。

在经过深思熟虑的战略分析后，真人CS秀正式打响。高富帅的张经理尤其吸引战士们的眼球，战斗开始不久就光荣牺牲了，但虽死犹荣的精神却激励着无数的战士勇往直前。不少战士还高呼“钓鱼岛是中国的”，怒火狂击恐怖分子。而在枪淋弹雨的丛林里，我们的英勇女将可谓是巾帼不让须眉，成功地俘虏了N名反恐分子。强大的女兵阵容，霸气十足，让人望而却步。战场女王sandy更是力杀群雄，以最高的纪录屠杀了29条生命，豪壮的战斗过程真是可歌可泣。

经过早上激烈的斗争后，该是补充能量的时候了，战士们这时又击起了美食的争夺战，补充能量的同时也不忘分享自己的光荣战绩，笑声及欢呼声响彻餐厅的每一个角落。

这是一个刻骨铭心的CS战场，在这里，我们明白到一个团队，纪律很重要，协作更重要。这次真人CS活动，给了环球精英们一个难忘的回忆，在锻炼身体的同时，也开拓了视野，增长了见识，更加强了团队之间的凝聚力，让彼此的心拉得更近。



月满中秋·情系你我

金秋送爽，丹桂飘香，一年一度的中秋佳节又到了。中秋节是中国的传统节日之一，设定为每年的农历八月十五，传说是为纪念嫦娥奔月而设立的。但对于其名字的由来，官方的解释是因为八月为秋季的第二个月，古时称为仲秋，因处于秋季之中，故民间称为中秋。又称秋夕、八月节、八月半、月夕、月节，又因为这一天月亮满圆，象征团圆，又称为团圆节。而每逢中秋佳节，人们都会有祭月的习俗，会设大香案，摆上月饼、西瓜、苹果、柚子、葡萄等祭品放在月亮下，点燃红烛，全家人一起拜祭月亮，意合团圆。

中秋节是中国较为重视及隆重的节日之一，在此日子，人们总是仰望看如玉如盘的朗朗明月，期盼与家人团聚，思乡之情由表而生，而在此佳节，各种贴心的祝福也如期而至。环球视野的大家庭里，各种问候温暖心扉，各种关怀无微不至。在人月两团圆的日子，环球人把相思遥相送，藉以月饼传情，将公司对员工及其家属的关切之情表现得淋漓尽致，让大家能够在这个期待团圆的日子，感受来自公司的丝丝情愫，让温暖传递给每一个环球人。

在此，谨祝所有的环球人中秋佳节快乐，阖家团圆。



快乐管家倾巢出动——小洲村欢乐游

——记各分公司行政部及客服部瀛洲生态公园之行

被誉为“广州南肺”的休闲度假胜地——广州瀛洲生态公园是具有岭南水乡特色的生态旅游之地，溪涌野趣、花果飘香的田园风光让游客们流连忘返。带着这份向往，环球视野各分公司的行政与客服集合在广州瀛洲生态公园，开始了一段难忘的果林观光、树荫品茗之旅。

10月27日上午10:00，各分公司的美眉们兴高采烈地来到了广州瀛洲生态公园，接下来开始了徒步观光之旅。除了各公司的行政及客服美眉，还有产品开发部的俊男倾情演出，其中艾文担任首席摄影师，小胖、梁总、勇哥则负责提果。肩负重任的帅哥们毫不懈怠，跟着美女们来到了杨桃园，开始各司其职。看着一棵棵硕果累累的杨桃树，大家的兴奋之情不言而喻，立马行动起来。每个篮子都装了满满的杨桃，大家都是收获颇丰，新鲜的杨桃很大，很甜，沁入每个人的心扉。

经过一阵繁忙而激动的摘果时光，大家的肚子都已经击起了战斗鼓。特色的农家菜，色香味俱全。在品尝美食的同时，大家也忙着分享自己的摘果成果，笑声传遍餐厅的每个角落。

快乐管家，快乐分享，快乐生活，快乐品味。卸下往日的装备，做最真实的自己，感受纯真无暇的快乐片段，共同回忆旋转的童年时光。

活动在笑声与欢呼声中结束了，环球视野的管家们不仅收获了快乐，还分享了很多工作上的心得，希望携手打造环球视野更加美好的未来。



二维码营销 迈出差异化

——记码上赢首场沙龙发布会

11月8日，中国共产党第十八次全国代表大会在北京召开，在这个全国人民万众瞩目的日子，也迎来了环球视野广州分公司码上赢首场沙龙发布会。

随着社会竞争的日趋激烈，企业要想在众多竞争对手中脱颖而出，必须要迈出差异化。而迈出差异化的过程，其实就是企业如何进行创新的过程。趋势决定命运，创新成就未来，一个好的创意点子，可能会是企业成功的关键。

会议现场，集合了很多慕名而来的客户，他们对二维码营销充满了好奇及期待。会议主要由环球实战学院网络营销高级讲师张俊杰对二维码的应用、优点、营销手法等进行讲解，让大众更深入地了解二维码营销的好处。



【二维码营销 能做什么？】

企业命运的发展，和其线上线下的营销模式分不开，企业要全面地发展，必须学会将线上线下完美地结合，快速地扩大O2O模式。现今，二维码就成为线下最火爆、最热门的一种营销模式。

二维码的应用，是一种新的营销手段，能给客户带来一定的效益。课程伊始，张老师就同大家一起分享了一组求职者的视频。视频主要是通过一段嘴巴贴有二维码的求职视频，让企业HR在收到视频后，通过二维码的扫描获取求职者的简历信息。这是一个非常新颖的求职模式，相信必能让HR耳目一新。

二维码能做什么？如何做？成为刚刚接触二维码的朋友们一个疑惑。像超市里旋转二维码的应用，可有效地带动中午休息时段的客流量，进行隐形的促销。与此同时，张老师还与大家分享了Facebook、Like、微博营销等二维码的应用，而让客户印象最深刻的，莫过于Tesco的地铁超市，真正做到把营销遍布各个角落，把便利带给每个消费者。

【二维码——会说话的广告】

二维码其实就是一种会说话的广告，会议上张老师与大家分享了一个应用二维码作为营销手段的环保袋。环保袋的空间很有限，但是与二维码结合后，我们就能获得巨大的信息量。再如展会、电影宣传图等等一系列传统广告，将二维码完美地与之结合，就能将其效果更好地展现出来。

二维码就是一种会说话的广告，它小巧、便利，但却能涵盖巨大的信息量，能将企业的信息以最快速度完整的形式传递出去。

【二维码营销 无处不在】

二维码的应用其实已经普及到人们生活的各个角落。像广告牌、名片、宣传物料、公交站牌、红酒、杂志等等，均已将二维码应用进去，只要我们用心，就会发现，二维码就在我们身边。

【二维码营销创意无限】

趋势决定命运，创新成就未来，二维码营销，创意无极限。在这里，张老师与大家分享了几个案例，如美诺彩妆的网交会抢钱，通过独特的美诺优惠券，在吸引观众眼球的同时，也能让他们真正获利，不失为一种新的创意营销模式。

再如2012年上海国际灯会中扫码送门票+微博营销，维多利亚内衣的“诱惑”二维码，黄飞红的投资加微博营销这些案例的成功应用都是其营销创新模式的新体现，透过这些案例，我们可以看到，二维码的营销，其实是创意的无限发挥，只要用尽，用好，它就是一种很好的营销手段。

【二维码开创营销新革命】

会议过程中，张老师还与大家分享了他三米百味中的亲身经历，二维码带给他的便利及优惠，他也是感同身受的。而为了让客户们能够快速地了解二维码的知识，张老师还特意用二维码设置了各种奖项，惊喜连连，在让客户能够更加通俗地掌握二维码知识的同时，也能亲身体会二维码产品所带来的好处。

会议尾声，许多客户都被二维码这种营销模式所打动，纷纷签下了订单。对客户而言，他们觉得，二维码营销，是社会发展趋势，它能加速信息化，获得大量的第一手信息，因此会被社会所深度、广泛应用。二维码营销，更是一种创新的营销利器，未来，必将会爆发一场新的营销革命。





環球實戰學院
中国实战网络营销培训领航者

网络掘金实战课程 获得圆满成功

由环球实战学院主办的《网络掘金实战课程——让您一年多挣1000万的实战辅导课》11月16-18日在美丽的欧陆风情小镇——花都九龙湖公主酒店隆重举行。来自四面八方的企业家总裁齐聚一堂，向五位顶级网络营销专家探索网络掘金的奥秘。



【商海掘金，实战至上】

《网络掘金实战课程——让您一年多挣1000万的实战辅导课》倡导理念先行，实战至上。课程最大的特色是沙盘实战演练，通过理论化的知识学习后，以实战操盘、现场答疑、导师考核与点评三个环节来进行实战沙盘的演练。现场模拟项目运营环境，以团队PK为主，每个团队均拥有100万的虚拟货币作为创业资金，最后盈利最多的一组便是冠军。

【盛情接待，致迎狂欢】

11月16日下午14时，培训的学员陆续进场，虽然经过旅途的奔波，但是他们丝毫不见一丝倦意，谈笑风生之余，也在忙着寻找自己的队友。下午18时，环球实战学院在九龙湖公主酒店龙吧举办了一场轻松愉快的欢迎晚会。晚会开始前，学员们已经非常积极地完成了寻找队友的游戏，由此诞生了六个团队，分别是精英队、五湖四海队、霹雳队、野狼队、前进队、梦之队。

晚会以舞蹈表演、游戏参与为主，不仅拉近了学员之间的距离，更提升他们团队之间的协作能力。耀眼的灯光、轻快的音乐、精彩的表演让他们往日紧绷的神经得到了彻底的放松，这里是他们心灵休憩的港湾，这里是他们广聚良友的天地，这里更是他们心灵交汇的天堂！这个狂欢的夜晚，快乐无时无刻不在传递着！

【学海遨游，热情高涨】

经过一晚的狂欢后，我们开始了正式的网络掘金之旅。首先由具有10年IT从业经验、开发项目超过100多个的张老师为大家分析目前时代发展的趋势，总结网络时代影响和解决困境的因素和条件，并告诫大家，互联网时代不进则退，慢进也退。

在张老师时代趋势的分析后，我们迈向网络营销的第一步，由具有丰富互联网建站领域实战经验的洪老师为学员们讲解如何打造盈利型的网站，同时还让各团队模拟策划及设计企业网站，通过实战的操作，与学员一起探究企业在建站过程中遇到的种种问题。

有了网站，必须得学会运营。而在网站运营的过程中，SEO的优化显得尤其重要。资深搜索引擎营销实战专家何老师通过对SEO的深入剖析，让客户能够低成本获取高质量的客户。课堂现场何老师还让各个团队亲自进行企业网站的SEO优化，从而使学员们对SEO优化的相关知识了解得更为透彻。

懂得了SEO的优化，是否就能够走出搜索引擎的误区，正确地进行搜索引擎营销呢？具有丰富搜索引擎营销经验的曾老师带领大家一起走出搜索引擎的误区，教会大家搜索引擎营销吸金的技巧。课程还通过让团队实操企业搜索引擎执行方案，巩固了吸金技巧的学习效果。

网络时代，微博成为最主流、最快速、最火热获取资讯的一种工具，因此要进行网络掘金，微博营销是非常好的一种方法。具有丰富电子商务运营经验的徐老师，从企业微博营销的渠道思路和效益问题，引出微博营销运作的方法，并让学员通过月微博活动的实战策划，教会大家如何运用微博进行网络营销。

【五湖四海，勇夺桂冠】

课程尾声，进入激动人心的颁奖环节，经过两天一夜的学习，经过五位讲师的沙盘实战考核，最终冠军的得主隶属于学习热情高涨、积极主动、集智慧与协作于一体的五湖四海队。



【感恩回顾，感动全场】

为期两天一夜的学习旅程已经结束，带着感恩的心，主持人与我们一起回顾了三天来一幕幕感人的画面。从第一天的签到，大家由一个个陌生人变成了一起并肩作战的战友，到后来，彼此互相倾诉，共话家常，变成了茶余饭后都能互倾心声的知心朋友。环球实战学院不仅给大家提供了一个学习的平台，更为大家打造了一个广交好友的天地。

一张张令人感动的相片，一幕幕搞笑而温馨的画面，一句句温情的问候，一份份携手苦思的实战作品，如今已成过往，却犹在眼前，让人声泪俱下！带着这份感动，带着感恩的情怀，学员们纷纷向五位讲师、助教及所有的工作人员致以感谢。

环球实战学院的网络掘金实战课程虽然已经结束了，但是我们坚信，学员们的商海掘金旅途才刚刚开始，环球实战学院将会尽最大的努力，为更多的人打造网络掘金的梦想平台，让他们的商海掘金之路成为一条平坦的大道！



打造核心产品，运筹未来趋势

——环球视野2012产品发布会

2012年8月1日上午，以“打造核心产品，运筹未来趋势”为主题的“环球视野2012产品发布会”在总部11楼培训室隆重举行。在本次产品发布会上，后台产品开发部经理张俊杰公布了包括易管宝、社会化媒体营销、全球营销系统、国内B2C解决方案、海外B2C解决方案在内的即将隆重上市的五项产品。

今年是公司走过的第7个年头了。

在这7年当中，商务们打过多少通电话，拜访过多少位老板，服务过多少位客户，这些数据是否有人计算过呢？在这7年当中，我们帮助一家又一家的企业一步步地壮大他们的外贸团队，扩大他们的网络营销渠道，提高了他们的产品销量，打开了他们的国外市场，为他们在激烈的竞争当中构建了一片商业蓝海。

在这7年中，我们始终为他们全心全意地服务着，并尽心竭力地协助他们走向成功！“360°全方位服务”是我们对他们永远的承诺。

然而就在今天，我们迎来了历史性的一刻，我们终于看到公司自主研发的产品隆重推出了！今天是“八一”建军节，它在中国革命发展中有着重历史性的意义。同样，对于所有的环球人来说，今天也是历史性的一天，让我们一起铭记吧，它将开启环球视野未来发展的新篇章！

在接下来的时间里，公司还将加大开发产品的力度，进一步强化产品功能，让它们在市场上更具竞争力。让我们共同期待吧！





运动有我 快乐无极限

——记开发部、行政部、财务部、市场策划部四部门8月4日白云山之行

提起“白云山”三个字，相信只要是在广州生活的人就一定不陌生。作为广州著名旅游景点之一，白云山被誉为广州的“市肺”，是天然的氧吧，成为了市民们休闲的好去处。为了放松心情、舒活筋骨、缓解工作压力，在产品开发部艾文的情心策划下，产品开发部、行政部、财务部、策划部四大部门于8月4日相约白云山。

早上8点，艾文早早地等在了白云山下。作为此次活动的主要组织者，艾文精心为大家准备了矿泉水。经过了近半个小时的等待，四个部门的人按照约定的时间陆陆续续抵达了集合地点。大家吃好饭后，一行人浩浩荡荡地向白云山出发了！

为了让这次的活动更加富有趣味性，在线路选择上，艾文“处心积虑”地准备了一番。有别于其他白云山的游人，艾文另辟蹊径，避开了水泥大道，带领大家走上一条尽是黄泥巴的小路，真可谓不走寻常路！

走在山林里，看着满眼的绿色，呼吸着大自然的新鲜空气，心情舒畅极了！一路上，大家不拘一格，极尽玩乐的本领。好不热闹！在队伍的最前面，财务部may姐健步如飞，一直走在队伍的前列。素有“歌王”之称的开发部刘金华不时高歌几句，引来一片叫好声！也许这是难得的消闲好时光，平日里寡言少语的“大叔”刘志映也拿起了“大声公”唱起了小曲儿……山林里回荡着高昂的歌声，愉悦的笑声！

走过了泥巴小路，而后又到了柏油大路上，大家走得更是欢快了！爬阶梯的时候，大家充分展现出了团结合作的精神，相互照应着。行进的过程中，大家累了就停下来歇歇，侃侃大山，聊聊天，还不忘欣赏沿途的美丽风景！

经过了近3个小时的“跋涉”，大家终于抵达了目的地——白云山山顶广场。在这里，大家选好地方，摆好姿势，在相机“咔嚓”的瞬间，记录下了这次美好的行程。倚着栏杆，向远处眺望，整个广州城尽收眼底。在广场稍作休息后，大家便踏上了下山之路。

尽管汗流浹背，但大家却始终保持着一份好心情。此次白云山之行，有山、有歌、有汗水，但更多的是快乐。那些最美好的画面已定格在照片之中，在我们心中留下了深深的烙印。



洞察时代趋势 扭转企业命运

——广东省照明灯饰行业总裁战略研讨会隆重举行

为了打开中山市场，帮助更多的中小企业跟上时代发展的步伐，由环球视野中山分公司主办、《世界照明时报》协办的“洞察时代趋势 扭转企业命运——广东省照明灯饰行业总裁战略研讨会”于2012年8月29日14点30分在中山市古镇镇东方大酒店正式拉开帷幕。为了帮助企业家们了解并利用互联网，走上电子商务营销之路，此次研讨会更是请到了陈总担任会议的讲师。在会议上，陈总将与众企业家们共同探讨灯饰行业未来的出路问题。

29日这天上午，一直阴霾着的天空忽地起了一场倾盆大雨，浇灌着整个古镇。这样正在布置会议现场的同事们不禁擦了一把汗，担心这场大雨会阻碍客户们前来参加会议的脚步。然而，时近2点，客户们陆陆续续地来到了会场，等待着这场盛大的照明灯饰行业总裁战略研讨会的开始。

按照预定的时间，会议正式开始。担任此次会议主持人的是来自中山分公司的商务经理陈小石。会议一开始，陈经理介绍了包括中山分公司罗总、《世界照明时报》黄总等所有莅临此次活动嘉宾。而后，在陈经理的铺垫下，伴随一段气势激昂的开场音乐，作为此次会议主讲人的陈总隆重登台！

在此次研讨会上，作为“草根网民”陈总以“选择比努力更重要——用互联网思维改变传统企业”为主题，和在座的101位企业家们共同分享了他自己这10年所积累下来的网络营销实战经验。

为帮助古镇镇灯饰行业的企业家们了解并利用互联网，走上电子商务营销之路，陈总剖析了大量的互联网成功案例，企业家们无不为之赞叹。与此同时，陈总还向众企业家们推介了目前公司正在大力推广的易管家。

通过2个小时的讲解，互联网的概念在这些稍显“保守”的企业家们的脑海中留下了深刻的印象。伴随着大家持续不断的雷鸣般掌声中，陈总结束了此次会议的演讲。在接下来的商务洽谈时间里，商务代表们与企业家们进行了深刻的交流，部分有意向合作的客户在现场也签下了合同。

对很多中小企业来说，2012年似乎走得有点儿难。经济的持续低迷有如洪水猛兽，气势汹汹地席卷而来，中国制造业陷入了发展的泥泞之中。一时间，企业“过冬”论和“倒闭”潮席卷珠三角和长三角。面对当下严峻的经济形势，经营者们不得不思考企业未来的发展之路，究竟在何方？

纵观前不久闹得沸沸扬扬的“京苏”大战，进而想起百年影像企业柯达的命运，再到小米手机的成功，让人不得不感叹电子商务的强大。互联网正以日新月异的速度改变着经济发展模式。一个掷地有声的声音告诉我们：与互联网擦肩而过，你错过的不仅仅是一次机会，而是整整一个时代！

中山市古镇镇是闻名国内外的“中国灯饰之都”。古镇的经济结构、产业结构十分突出，个体、私营经济十分活跃，占经济总量的95%以上。其中，灯饰业是古镇的龙头行业，也是古镇的经济支柱。这里的企业家们所采用的销售模式仅仅限于线下，而线下经营的火热也让他们固守传统，不属于接触互联网。这样的情况不仅仅限于古镇，中山其他地区的情况也与此类似。因而，中山的互联网市场还有着很大的发展空间，更是一块大蛋糕。

在此次广东省照明灯饰行业总裁战略研讨会结束以后，陈总接受了来自《世界照明时报》记者的采访。

通过此次广东省照明灯饰行业总裁战略研讨会的举行，相信中山的企业家们对互联网又有了一个新的认识。在未来的日子里，更希望这些企业家们与环球视野携手，打开网络营销新局面，开辟出照明灯饰行业不一样的新丝绸之路！

转化率源自品质



生活元素



应“新”而变

文/网站制作部 洪俊德

尽管我从大学毕业至今，工作已有9个年头了，但我现在却是一位“新”人。来到环球视野后，无论是对部门工作，还是部门的同事，一切都是那么的“新鲜”。

首先，对我来说，“环球视野”的企业文化无处不充满着“新鲜”感！

我“新鲜”，是因为我们会有“早”会，大家激情四射；

我“新鲜”，是因为我会时不时听到那句：“好、很好、非常好、越来越好！”的口号，那声音振奋人心；

我“新鲜”，是因为我会看到新人培训时，我们的讲师用不一样的入职仪式来给我们上难忘的一课；

我“新鲜”，是因为我看到我们的墙上贴满了员工的生活片段，那让我觉得很温馨；

我“新鲜”，是因为我发现我开完会后，我桌面上的纸巾不见了，那是因为我们的行政人员帮我把它收拾好，放到我的抽屉里了；

我“新鲜”，是因为当我工作的时候，有人走过来帮我吧桌底下的那零乱的电线捆好，让我对自己的粗心感到惭愧……

时间很短，但已让我感受到了环球视野不一样的企业文化氛围。

然而，尽管我是“新”人，但我很能体会到企业在壮大后需要优化的地方，特别是在部门工作的某些方面。

改革——我深深地体会到，这就是我存在的价值。在这短短的一周里，我最先想到的是对工作流程与方法的改革。因而，在后台经理会议上，我提出了以下两点：

1. 挤出水分；
2. 优化流程；

从接触到网站制作部的那天开始，我就有很多感触。网站制作部的人员接近20个人，但是在过程中出现了大家都忙得不可开交的局面。更让人惊讶的是，新单、旧单的修改与返还率还很高。有鉴于此，我开始思考这种现象是什么原因造成的？是工作量接近饱和，还是工作方法存在问题？经过对工作流程进行系统的分析，我发现在工作过程中有很多可以优化的地方，并找到了有效的解决办法——“上一个环节为下一个环节减负”，一切从源头开始。

首先是策划组。现在的策划组所做的策划根本不是传统意义上的策划，而仅仅限于文案策划，而并非创意策划，这就是问题的关

键所在。正所谓，“一千个读者就有一千个哈姆雷特”，每一个客户对于文字的理解是不一样的，就拿“大气”这个词来说，不同的人因接受的文化及生活习惯不一样，对这个词的理解也不尽相同。因而易造成在“谈”策划（即查看策划文案）的时候是没有意见的，但是往往在看到设计初稿（即首页设计）后就会提出很多的不同的意见，甚至到了网站开发上线后，还会提出不同的修改意见。由此而产生的“沟通”成本、“设计”成本以及“时间”成本经过一单一单地累加起来，最终给公司造成了很大的成本浪费。

其次是设计组。标准是指导一切的根本，设计也如此。在部门内部，原本也是存在标准的，只是还不够完善，并需要将规范具体到每一个细节。从版面的大小到广告位排版、从字体的大小要求到段落的行距高度、从按钮的统一到提示语的应用，这些都要建立一种标准。更重要的是，这些细节的标准可以为以后的策划、制作、录入提供很好的美术标准，也就是间接地为工作流程设立了标杆。

再者就是网页制作。一个网页如果在设计阶段都没问题，但是上线后却发现兼容性不好，在某个不同版本的浏览器浏览下还出现掉下来的问题（当然有很多种原因造成，也可能是录入或优化过程出现的问题），但如果没有从根本上定好标准，就很难去说服下一环节的人员去进行修改。

最后是开发与文字录入。如何提高我们的开发、录入效率？如何可以量化生产？如何做到符合上线要求？除了要求我们的同事有高度的责任心外，还需要的就是在技术及标准上进行要求。例如，翻译给过来的文字是否符合录入标准？不同语种的版面是否在美观上会产生不同，而出现不同的时候，是否能主动与设计师进行及时沟通？

若对以上环节都制定出一一定的标准，在与客户沟通的成本上可减少90%。而优化后的流程，依旧还需要一些合理的工作模式进行辅助，例如邮件系统的使用。很多同事都习惯在RTX（即腾讯通）上直接下达工作指示，这个当然有其方便快捷的地方，但同时出现的问题就是，这个指示是否有通过上级领导的授权，或者有可能因网络延迟而出现收不到信息等情况。因此，当出现问题时，大家都在互相推卸责任。如果能在邮件系统上去进行工作指令下达及回复，并抄送相关上级领导，发现问题，解决问题，当天的邮件当天解决并回复，问题也就会很快得到解决。

应“新”而改变，一切都源自公司上级领导、同事的信任与支持，期盼着能因为“新”而有所创新，有所改变。对于好的方面，我们坚决予以保留；而对于不好的，我们就加以调整优化。相信网站制作部的应“新”而变，能给公司带来更大的发展前景。为此，我们正一起努力着……



小故事，大责任

文/产品优化部 萧然

从前有个木匠，因为敬业和勤奋，他深得老板的信任。后来，他年纪大了，便和老板请辞，希望退休回家，和家人一起安度晚年。

老板很舍不得他，但看他去意已决，只好成全。老板请木匠在临行前再为他盖一座房子，木匠答应了。

但是，木匠归心似箭，心思完全不在房子上。用料没有以往严格，做出的活也不及以往细致，丢失了一贯的水平。对于这些，老板看在眼里，没说什么。

房子盖好之后，木匠便向老板告辞。老板送了他一份退休的礼物——房子的钥匙，并说道：“这是你的房子，你为我辛苦工作了那么多年，这是我送给你的答谢礼物！”

木匠愣住了，顿时满脸悔恨，羞愧不已。他的一生建了许多漂亮的房子，最后却为自己造出一座马虎粗糙的房子。

同样的一个人，可以盖出漂亮华丽的房子，也能建造马虎粗糙的房子，原因在哪儿？

这是一个叫“退休的礼物”的故事。保持责任心，就有了成大事的基础，失去了责任心，即使是自己最拿手的工作，也会做得一塌糊涂。

“您好，请您不要着急。”

“您好，我来帮您拿行李。”

在古城保定客运中心站，两个像空姐一样头戴天蓝色帽子、身着天蓝色制服的姑娘正在服务旅客。她们是郭娜陆地航空班的姐妹。只要旅客需要帮助，她们总能第一时间走上前去，送上一个甜美的微

笑，道上一声亲切的问候，伸出一双温暖的手。

一位老大爷来到客运站，希望买票回家。他是清远人，几十年没有回过家了，但是家乡的村庄在地图上怎么也找不到，老人十分着急。

队长郭娜见状，赶紧走上前去，为老人递上一杯热水，并把老人请进候车室。然后，她急忙上楼，寻找各种资料、书籍、网络，几经辛苦，终于找到了老人的家。

为老人买过车票，她耐心、详细、清楚地教老人如何转车怎么走。

最后，她把老人送到了上车点，便又匆匆走向中心站。转身离去不远，下起雨了。郭娜回过头，想看看老人上车了没，结果却发现，老人站在雨中，给自己深深地鞠了一躬。

这是经常能在河北省保定客运中心站看到的郭娜陆地航空班姐妹们服务旅客的一个情景。责任是对人生义务的勇敢担当，是对生活的积极接受，是对自己所负使命的忠诚和信守。一支充满责任感的队伍，一支勇于承担责任的队伍，会因为这份承担而让生命更有力量。

一个大公司的老板曾经讲过这么一件事。

在洽谈室里，老板正和一个来面试的年轻人谈话。谈话结束后，老板认为那个人并不适合在他的公司工作。因此，他很客气地拒绝了那个人，并和他道别。

那位年轻人从椅子上站起来，准备离开，不巧被刚好突出来的钉子刮了一下手指。他顺手拿起了桌上的镇纸把突出来的

钉子砸了进去，然后他就和老板道别。

就在这一刻，老板改变了主意，聘用了这位年轻小伙子。后来，提起这件事，老板都会说：“我知道在业务上他也许未必适合本公司，但他的责任心的确令我欣赏。我相信把公司交给这样的人我会很放心。”

这是一个企业老板亲身经历的面试过程。一个有责任心的人，对于一个领导与团队都有着重要的意义。当问题出现后，推诿责任或者找借口，都不能掩饰一个人责任感的匮乏，这样的人无论在哪里，都不会得到信任和器重。相反，勇于承担责任，勇于承担不是自己的责任，在激流中挺身而出，定会获得上司的赏识，得到发展的机会。

美国历史上最伟大的总统林肯认为，“每个人应该有这样的信心：人所能负的责任，我必能负；人所不能负的责任，我亦能负”。因为有责任心，才有卧薪尝胆的勾践，才有“位卑不敢忘忧国”的陆游，才有写出一篇篇犀利文章的鲁迅，才有以身体挡子弹的黄继光，才有以《资本论》照耀后世的马克思，才有繁荣富强的今天。

我们作为企业的一份子，就应当作为有责任心的员工，认识到自己在组织中的重要性，把实现组织的目标当成是自己的目标。对待工作，如果全力以赴，用生命去做，就会常有一颗快乐的心。因为工作可以让人的潜能得到充分的发挥，让自己快速成长，这比什么都重要。把工作当成自己的事，用心做好，其实是对自己的生命负责。

要工作，也要生活

——读《有些事现在不做，一辈子都不会做了4》有感

文/广告资源部 温俊立

“只要去做，生活就会改变。”是《有些事现在不做，一辈子都不会做了》这一系列书的主题；“处理好工作和生活的关系，让自己平衡起来。”是该系列第4本书《要工作，也要生活》的提倡；“既然活着，就活出姿态。”则是我拜读完该书的感悟。

活在上，每个人都希望幸福快乐，没有人愿意痛苦。但是，在日常生活中，我们所面临的工作或者生活的问题，很多是负面或者令人不愉快的，真可谓“人生不如意之事十有八九”。如果我们每天的注意力都集中在这些负面的东西上，肯定会失去平衡，影响到我们的行为，做出的事情越来越糟糕，也使自己的心情越来越糟糕，并恶性循环之。这本书一共总结了86条对改变工作和生活心态的建议，或者是对平衡工作和生活方面，以及提高工作和生活质量的启发；同时提供了一些可以在工作中或生活中易于实现的小休闲的建议，以点缀我们的工作和生活。

在书中，作者写道：“一个真正拥有适合自己生活的人，一定是热爱自己的工作，不为金钱所累，内心不焦虑，有时间陪家人和朋友，身心愉悦，有各种丰富的计划，并有信心实现它们的人。”

热爱自己的工作，有时间陪家人和朋友，实际上就是要平衡工作和生活的关系。工作和生活就像一个跷跷板，而要达到跷跷板平衡的支点，就是我们的内心。作者的意思是说，在工作上，在职场中，我们要保持一颗平稳的心，既不要自以为是，固步自封，也不妄自尊大，或者随波逐流，更不能活在别人的评价里——“我们不是为了使别人都喜欢我们、都满意我们而来到世上”。在生活上，我们要抱着“活在当下”的心态度过每一天，将所有的意识灌注于当下每一秒钟，珍惜现在拥有的一切，活出最真实的自己，活得精彩。

其实，巧妙地平衡工作和生活的关系是一门艺术。至于怎样才算达到“平稳的心”，怎样才能漂亮地生活，没有一个固定的标准，每个人都有属于自己的答案。

在具体的工作和生活上，作者认为我们“不要对自己太好，人都是被逼出来的。”也就是说，理想的力量是无穷大的。当我们有一个切合实际的理想，并愿意为这个理想而不顾风雨地奋斗，从而不借或者不自觉地逼迫自己走一些平常少走或者压根儿没有走过的“崎岖小路”或者“荆棘丛”时，那么我们已经走在变得强大的道路上。走“崎岖小路”或者“荆棘丛”要比走舒舒服服的大路要痛苦，要艰辛，但途中的风景更精彩。经历了“崎岖小路”或者“荆棘丛”的痛苦或艰辛后，当我们到达终点时，回首再看那“崎岖小路”或者“荆棘丛”其实是一级级的台阶，引领着我们通往理想的彼岸。按照作者的观点，其实痛苦是一件礼物，打开礼物的盒

子，就像打开了一扇门。通过这扇门，我们通向的是未知的、更好的自己。

其实，人的一生中可以有很多的理想，每一阶段有每一阶段的理想，大的理想可以分为很多小的理想，小的理想又可以分为一个个易于实现的目标。从这种意义上讲，理想是没有终点的，因为一段旅程的终点其实是另一段旅程的起点。不要对自己太好，过于安逸的环境不是实现理想的温床。

的确，有些事情现在不做，就一辈子都不会做了。所以，作者建议我们“不要‘坚持’，要‘活动’”。意思就是我们不能干坐着空想——计划没错，理想没错，但行动更没错！20—30岁的我们，刚开始有自己的工作，或者工作正步入稳定期，生活的轮廓正逐渐向我们展开它迷幻缤纷一面。在我们正值青春、激情活力四射之时，何不更多地尝试生活中的各种体验，为步入成熟存有一片回忆、一些感怀呢？

活出姿态，宁愿遗憾，从不后悔！

轻年絮语

文/云集市 刘烈宏

轻年，是沿着时间的脉搏缓缓走来，手捧几米阳光，如此清澈。八月的天空下，心泉是晃动着情不自禁的激动。霎时，一种透明感动着内心，幸福而温馨。

轻年，是一缕柔情，把我的孤独浸染；真诚，把我的心灵温存。还记得那年那天，我呼吸着你也呼吸的空气，痴痴地站在那里，沉醉在淡雅的芬芳里，美好一寸寸地发芽。

轻年，是撩人的风语者，细细入微，丝丝动听，轻轻拂面。蜂拥而至的夏风，道不尽的轻柔，结晶在琉璃中的眷恋，抚摸平了褶皱，用力铭刻下的话语，说是不忘，却在平凡琐事中变薄变淡，变成柔和旋律而陶醉。

轻年，是一场旅行。在爱中与青春同行，你会发现生活的另一种美，简单的却带着朦胧。

轻年，微风细雨；**轻年**，轻吟浅唱；**轻年**，青青子衿。

轻年，漫花飞扬；**轻年**，点滴幸福；**轻年**，溢满心房。