



阿里巴巴在致理 電子商務人才育成計畫



育成動機



改善電子商務專員人才缺乏窘境



縮短學校養成與產業人才需求技能落差





育成目標



人才育成後，畢業即就業或創業



alibaba.com為基礎，落實理論與實務操作結合



精實的培訓課程，強化團隊合作



協助激發學生創新，創意





育成作法



平台操作

業務技巧

學習態度與
團隊合作

美工設計

數據分析



育成作法



徵集產業界專業人員，協助各項技能培訓



業師在校培訓課程 1 5 0 個小時以上（含實作）



適性育才，找尋學習意願高及有團隊意識學生



適性分組，協助學生組成團隊



挑選具有育成意識企業，協助學生培訓



同學皆從操作基礎學起，再適才適性強化技能



學生注意事項



育成期間：無薪資或獎助學金
培訓過程中,設有競賽獎金及期末成果發表獎金



切勿洩漏育成企業商業機密予其他企業
如企業alibaba國際站帳密,或企業成本報價等



各育成企業皆有安排育成專員
協助培訓過程中同學們解決及協調各項事宜



育成期間須請假者，務請向企業育成專員請假
請假者須補課(看課堂錄影)及進行團隊互動完成目標任務



育成結束，同學有機會留任或參加人才媒合會



學生培訓時間



元月至五月底

星期一
(學校)

在校
孵育及
嘉賓
分享

星期二
(學校)

業師
在校
培訓
課程

星期三
(企業)

企業
實作

星期四
(企業)

企業
實作

星期五
(學校)

業師
在校
培訓
課程



培訓流程及時數



B2B 阿里初階認證課程（通識課程） 上課期間：1/18-1/26

預定時間	課程及活動	參與講師及人員安排
1/18 大班開課 100-120人 1/22 面試活動	上午：開課儀式及活動 暖身破冰/ 觀念打通 下午： 簡報與面試 (簡報&設計考題)	上午活動：破冰 上課 下午課程：活動 面試
1/25 50-60人 08:20-17:10	阿里巴巴平台介紹 1. 阿里巴巴與 google Yahoo 有何不同 2. 前台展示 (Alibaba.com 首頁/ 供應商展示頁面) 3. 實機模擬 (隨堂練習) 基本建置與基本操作介紹後台各功能 1. 操作後台基本建置 (檢視&說明) 2. 後台展示與操作 (My Alibaba 各項頁面導覽說明與使用時機) 3. 實機模擬 (隨堂練習) 使用阿里虛擬帳號 IP (頻寬) 80人	阿里巴巴
1/26 50-60人 08:20-17:10	關鍵字介紹 何謂關鍵字/ 關鍵字廣告如何使用 (ad impressions / ad clicks) 旺鋪基本認識 1. 旺鋪重要性 (各項功能導覽/ 旺鋪範例) 2. 實機模擬 (隨堂練習/ 基礎) 產品上架基礎課程 (產品發佈規則) 1. 如何發佈產品 (產品分組的重要性/ 類目選擇/ 注意事項) 2. 實機模擬 (隨堂練習/ 回家作業)	阿里巴巴



培訓流程及時數



B2B 電商小學堂 阿里平台課 2/23- 3/1

預定時間	課程及活動
2/23(二) 09:20-17:50	品牌侵權 (知識產權相關) 1. 圖片盜用 (盜用別人圖片的下場後果, 我公司的圖片被盜用, 怎麼辦?) 2. 知識產權所有人投訴 (我為何會被品牌商的投訴? 我需要準備律師費嗎?) 3. 平台抽檢 (我發佈的商品, 為何會被口分下架?, 後果嚴重嗎?) 關鍵字標題打造 1. KW與Title的重要性 (關鍵字是什麼? 標題又是什麼? 它們的關係是?) 2. 關鍵字設置/查找/工具使用 (google adwords / alibaba) (關鍵字怎麼找最快 演示) 3. 優質產品的標題特徵 (怎麼判定 + 範例) 4. 標題怎麼寫 (符合搜索引擎的標題如何打造) (範例欣賞 + 實操) 5. 實機模擬 (隨堂練習) (小隊輔助指導)
2/26(五) 09:20-17:50	發佈高效產品、產品的管理 (上架商品該怎麼管理? 我發佈的產品是對嗎?) 1. 搜尋產品/檢視產品 (引導同學快速平台健檢, 找出是否有錯誤地方) 2. 優質產品/普通產品 哪裡不一樣? 3. 如何發佈一支高優質產品 (範例演練) 4. 產品分組與排序 (範例演練) 5. 重複產品 (重複鋪貨的影響) (範例觀看, 說明如何避重複鋪貨) 6. 實機模擬 (隨堂練習) (小隊輔助指導)
3/1(二) 09:20-17:50	櫥窗設置 (櫥窗是什麼?) 1. 櫥窗的重要性 (有多重要?) 2. 櫥窗產品編修/設置 (櫥窗如何配置?) 3. 實機模擬 (隨堂練習) 訪客營銷/即時營銷 1. 人客上門了, 您曉得嗎? (有多重要?) 2. 訪客背景摸透透 (怎麼摸?) 3. 訪客營銷 即時營銷 有何不同 (使用時機?) 4. 實機模擬 (隨堂練習) (小隊輔助)



培訓流程及時數



B2B 電商 平台設計課 3/8-3/22

預定時間	課程及活動
3/8(二) 09:20-17:50	影像處理與設計策略（攝影技巧與圖框） 1. 快速商品拍攝應用，用照片傳達關鍵特徵 2. 不同商務平台之照片視覺處理重點 3. 產業特性分析結合畫面設計概念+實作分享
3/11(五) 09:20-17:50	品牌行銷（產業心智圖分析與運用） 產品內頁設計（模版設計/買家焦點分析）
3/15(二) 09:20-17:50	旺鋪打造 1. 阿里買家特性、旺鋪積分標準概論 2. 產業優勢發散與收斂-整合與取捨公司資訊 3. 說故事的流暢度，有什麼是“非你不可的信任感”
3/18(五) 3/22(二) 09:20-17:50	設計workshop（設計方法/案例演練） ---造型大改造---設計提案----- 1. 依照產業特性檢視設計 2. 產出產品圖框模板，產品不同平台發佈圖面 3. 產出依照產業類別應用角度照片 4. 產出不同環境使用圖



培訓流程及時數



B2B 電商 平台數據課 3/25-4/1

預定時間	課程及活動
3/25(五) 09:20-17:50	大數據分析(數據管家) 診斷總覽 (平台健康檢進階版) ● 知己 (我的效果/全球旺鋪/我的產品/我的詞/我的子帳號) ● 知買家 (訪客詳情/營銷管理) ● 知行情 (RFQ商機/熱門搜索詞/行業視角) ● 由數據分析導回關鍵字設定
3/29(二) 09:20-17:50	P4P(Pay for Performance)外貿直通車初階 1.什麼是P4P (P4P是老闆揪著心花錢買的，請操作者要用在刀口上) 2.會員等級介紹/外貿直通車3大優勢 (等級升等拿分技巧，P4P使用迷思) 3.扣費規則 (扣費金額跟產品優化/產品分數 結果有很大關係) 4.P4P怎麼做最有效？最省錢？ (觀念說明&範例) 5.歡迎來到P4P的異想世界 (畫面實操演練) 6.P4P關鍵字工具 (工具如何使用，跟數據管家如何搭配) 7.自己動手樂趣多 (隨堂練習) (小隊輔協助指導)
4/1(五) 09:20-17:50	P4P(Pay for Performance)進階 & 數據進階 1.P4P海量關鍵詞概念 (如何才算海量，範例) 2.出價策略/每日預算/多語言廣告投放 (我就是小鼻子小眼睛我就是愛斤斤計較) 3.數據報表 (預告，這部分很難，阿里巴巴平台報表&P4P報表有何不一樣) 4.P4P如何優化 (實操演練&範例) 5.快捷推廣的使用策略 (P4P推廣&快捷推廣有何差異？該怎麼用才能發揮最大效用) 6.用好P4P三大要素 (基本功&工作時間分配) 7.實機模擬 (隨堂練習) (小隊輔協助指導)



培訓流程及時數



B2B 電商 訂單外貿課 4/12-4/22

預定時間	課程及活動
4/12(二) 09:20-17:50	詢盤信判斷-詐騙信與真實詢價判斷 詢盤信分類-大魚小魚如何吃下
4/15(五) 09:20-17:50	詢盤回覆-開發信/追蹤信 公版建立（回應與報價技巧） 電商貿易實務
4/19(二) 09:20-17:50	RFQ 初階 (RFQ概念/服務流程/等級晉級獲得方式/報價技巧)
4/22(五) 09:20-17:50	RFQ進階（RFQ管理與跟進） 電商英語初級課程



培訓流程及時數



五月比賽開跑 開設家教班 依能力強項做家教分班

預定時間	課程及活動
星期二, 星期五排家教班 09:20-17:50 (依同學學習狀況進行調整)	平台健檢workshop 1.我的平台健康嗎? (豪華版全身健康檢查) 2.平台操作效果如何? (先讓學生以先前所學, 進行自我評分診斷) 3.精準檢查、迅速正確診斷 (手把手, 問診教學) 4.擬出改善方針與對策 (每家症狀不同, 對症下藥) 5.快速自我檢視(每週/每月) (每週如何檢視? 每月如何檢視?)
星期二, 星期五排家教班 09:20-17:50 (依同學學習狀況進行調整)	旺鋪及產品設計workshop 2 1. 視覺版面調整 2. 切版細節處理 3. 後台旺鋪首頁裝修 4. 多語系連結與超連結應用 5. 導覽分項裝修
星期二, 星期五排家教班 09:20-17:50 (依同學學習狀況進行調整)	業務workshop 及進階課程 (阿里最新貿易處理流程) 1. 即時報價 2. 即時營銷 3. 客戶資料簡易建立 4. 阿里最新貿易處理流程



重大活動



5月底期末成果發表



6月初人才媒合會



7月協助學生進入電商公司，第三方公司或創業諮詢

