Personal Resume

七芒星

20岁·现居天津·中共党员

求职意向：产品经理 / 产品策划 / 产品设计师

荣誉奖励

毕业院校：天津大学

专业：计算机科学与技术

学历：本科 · 应届

现居：185 0000 3993

1333333333@163.com

实习实践

我是社团迷，我有丰富的组织经验；我是小网民，喜欢接触各类互联网产品；我是computer汪，有一定的专业基础；我是实践者，有不错的产品工作经历；我是挑剔狂，得不到想要的完美；

也许我不是最优秀的，

但我会用“丰富”的心来打动你。

自我介绍

* 天津大学“青春之旅，红色之心”暑期社会实践
* 天津大学求实团校暑期社会实践（荣获天津大学优秀暑期实践队称号）
* 为初三学生提供家教辅导
* 参加苏宁易购”rainbow run”彩虹跑活动
* 天津大学120周年校庆志愿者

“三好学生”称号”(9/112)

“优秀共青团干部”称号

“党建工作先进个人”称号

求实团校高团“优秀学员”

**英语：**CET-6通过

**计算机：**熟悉c++语言，了解struts, hibernate, spring等框架技术，能利用和维护SQL Server，Oracal数据库

**其他：**机动车C1驾驶执照

中国志愿者协会注册志愿者

通过全国钢琴等级考试10级

**2015.07-2015.09 随身云科技有限公司 中国万年历团队 产品经理**

参与日立产品 – WECAL的设计和跟进，协助总监完成新产品项目的功能制定，设计并绘制UE图，熟悉产品流程、对产品设计有一定设计经验。

**天津大学学生科技协会 - 副主席 学院学生团委 - 部长**

**岗位职责：**负责校内部分学生活动的组织策划与活动的宣传品制作

**主办活动：** 主办**10**余项院校级活动，如：海棠季科普节，“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛，“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛，机器人大赛等，同院学生会组织了新生迎新晚会，学院篮球赛，学院辩论赛等院级活动。

**新媒体运营：**运营院学生会微信公众号，熟练新媒体工具及后台操作，运营期间配合校内活动进行发布，粉丝数从**50**人到**1000**人，获“学院十佳公众号“。

**12级本科生党支部党支书 、 班级团支部书记**

**岗位职责：**负责班级团会以及党支部活动的组织执行，任期内共完成团会**16**次，其中被评优秀团会**5**次，党支部工作表现出色，荣获“党建工作先进个人”称号。

**其他项目：参与全国森林火灾风险评估系统的研究与实现**

**参与基于推荐的医疗系统设计开发**，该项目在推荐系统的基础上力求为用户提供更加个性化的管理（如饮食，作息安排等），为病患在生活方面个性化推荐。

**产品/运营 经验总结**

* **立项期（需求采集）**

从校内学生群体中发现活动需求，进行问卷调查后对需求进行采集，后期对需求进行分类筛选，结合校内活动环境，选取部分可行需求开始策划学生活动。

* **推广期（渠道推广）**

以海棠季科普节为例，在项目推广预热阶段，通过线上新媒体渠道结合线下采活动摆点等形式进行宣传。多渠道推广使海棠季科普节获得很大的曝光量。

* **运营期（项目管理）**

活动审核通过后开始根据项目规划任务，利用甘特图等工作管理项目进度，

对外能够联系相关人员获取资源，对内能够安排干事按照进度执行活动任务。

* **反馈期（总结反馈）**

根据活动效果与出现问题进行总结反馈，对下次活动起到进行反馈参考的作用。

个人技能



*简历实用矢量图标赠送*

*自由填色 ·出彩简历*

**互联网类简历怎么写**

随着网购的日益风行，电子商务行业也不断蓬勃发展。由于整个行业处于高速扩张阶段，对于相关人才的需求也非常旺盛。而且电子商务在国内真正兴起的时间其实并不长，又处在相对自由竞争的环境，所以业界公司很少存在传统行业论资排辈的现象。这就使得一些毕业不久、又肯努力的年轻人，有机会在不长的时间里做到主管、经理的位置；大多数电子商务公司的总监，一般都是三十出头，二十多岁的总监也并不鲜见。

**产品**

**这类工作包含的岗位主要是产品经理、产品助理和产品设计师。**

其中产品经理这个岗位，是电子商务公司的核心职能（没有之一）。产品经理纵向贯穿了从产品研发、供应链生产、产品页面制作、上架销售、产品运营、促销清仓等产品全生命周期，而这正是电子商务公司的生命线。

之前数年由于网购人群的快速增长和大电商平台的流量红利，多数电子商务公司的流量成本相对较低。再加上网购客户成熟度较低，只要在运营、特别是促销上多下功夫，就可以获得大量的新客户和业务增长，好产品的重要性并不是那么明显，甚至由于价格相对较高，反而在一段时间内会有一定的劣势。所以在很多中小电商企业中，要么没有产品经理这个职能，要么产品经理其实只是个打杂的。

这种情况从前年开始已逐步发生逆转 —— 随着流量成本高企、网购新客户增长放缓、电商市场竞争趋于白热化，电商中传统的重促销、轻产品的做法已难以为继。在当前情况下，只有强化产品竞争力，依靠产品本身提升老客户回购率、促进口碑传播，才是电商企业持久生存发展之道。就像某位电商大佬说的：对电商企业而言，产品和运营就是1和0的关系；1立不起来，多少个零都无法发挥作用！

随着产品对提升和保持电商竞争力的重要性逐渐凸显，电商企业对优秀产品经理的需求也越来越旺盛。相应的，电商产品经理的工作权限和薪资待遇也水涨船高。

产品经理这个岗位，对沟通协调、分析判断、统筹规划、经验阅历等个人素质要求比较高；至于所在行业的专门知识，由于可以在工作中快速积累，因此并不太强调所学专业为何。

因此，对于应届毕业生而言，如果确实喜爱和适合产品经理这个职业方向，那么无论什么专业毕业，都可以尝试从产品助理做起，逐步走上这条路。

要应聘产品助理这个职位，首先自然要有一份能够打动HR和产品经理的求职简历。简历的重点，应该凸显以下个方面：

沟通协调能力

沟通协调是产品经理的基本素质之一，产品助理作为产品经理的助手，更是要在产品经理的指导下进行大量沟通协调工作。而且在沟通协调过程中，会面对各种各样的的人 —— 有合作的、有不配合的，有非常强势的、也有服务意识良好的，有忙得不可开交的、也有不忙但就是不按时交活的，不一而足。产品助理日常的沟通协调工作，绝对不是一件容易的事。因此，如果在简历中能够体现自己在这方面的胜任力，对于拿到产品助理的面试机会是非常有帮助的。

执行力

设置了产品经理的企业，很多时候实行的是类似“矩阵式”的组织结构。也就是说，各个职能部门，比如产品设计、采购、视觉形象等，都有自己的老大（在电商行业常被称为“总监”）。职能部门员工的薪资、晋升之类的管理权限，大都握在这些老大手中。产品经理则是基于产品线需求，临时或长期调用各职能部门员工为产品线服务；也就是说，产品经理只能想办法对职能部门的员工产生影响力，并无实际的管理权限。

这就要求产品经理在工作中，很多时候要能够做到“无授权管理”。也就是说，面对一群实际上对之并不具有管理权限的员工，产品经理要能够把他们有效组织起来，共同完成一件比较艰难的工作（只要看看市面上有多少雷同或垃圾的产品，就应该知道做出一个好的、乃至出类拔萃的产品，确实是个艰难的工作）。

因此对于产品经理而言，执行力的强弱对工作成果有很大的影响。产品助理在产品经理指导下做很多细致、实际的工作，对执行力的要求同样是很高的。可以说，没有很强的执行力，是无法做好产品助理工作的。

抗压能力

虽然沟通协调不易、执行很难、资源有限，但产品上线或是产品问题的解决，大都有明确的时间限制，而且时间限制往往都比较紧。因此，产品经理和负责具体工作的产品助理，往往会面临比较大的压力，而且这类压力可以说是层出不穷、贯穿产品管理的整个职业生涯的。

如果抗压能力不够强，可能真的不适合做产品管理相关工作。

要在简历中充分体现以上三点，只是泛泛的说自己擅长沟通协调、执行力强、抗压能力强之类的话，是没有太多用处的。而是要举出具体的经历，比如实习事例或校园活动，来说明自己确实具备了这些能力。

产品管理不是个轻松容易的工作，但这是一个对人有非常全面锻炼的工作。经过长时间的产品管理历练，不仅能力会得到提升，而且看问题的角度也会更加全面深入。对于应届毕业生，如果有志于走专业管理路线，产品助理是一个相对易于切入的突破口，值得一试。

**运营**

**此类工作包括运营、文案策划、推广、商务拓展、CRM、售前和售后客服等岗位。**

运营相当于电商公司的血循环系统，维持着公司的正常运转，是每家电商公司都不可或缺的一类职能。从流量的获取，到客户沟通，再到营销策划和会员经营，运营人员协调各环节，通过一系列持续的努力，不断将产品转化为公司营收。

业界的电商公司，其运营岗位的初级职位，几乎都是向各个专业应届毕业生开放的。这一方面是因为运营岗位所需的专业知识和能力，大都可以在工作中逐步积累而来，与学校教育的直接关系不大；另一方面也是因为我国网购客户群体的年轻化，而运营作为直接面向客户的岗位，对客户心理和喜好的理解与把握是非常重要的，在这方面，应届毕业生显然在了解同龄人上更有优势。

随着越来越多的公司着手开始或扩大自己的电子商务业务，对电商运营人才的需求也是非常旺盛的。即使是号称最难就业季的年头，一个无论什么专业、什么学校毕业的应届生只要用心准备，找到一份电商运营方面的工作也并非难事。

下面我们就逐一为大家介绍，适合应届毕业生应聘的电子商务运营各岗位工作内容和准备要点：

运营专员

运营专员负责公司在各电商通路上的日常运营工作。

常见的电商通路包括公司自营B2C网站、天猫、淘宝、京东、当当、亚马逊、美团、唯品会等综合电商平台和垂直品类电商网站。

运营专员对销售目标负责，根据销售目标制定运营方案，包括推广、促销、活动方案制定、跟进与协调，以提升通路流量和转化率。

运营专员是一个非常锻炼综合能力的岗位，又能学习到很多电商营销的知识与技能。对有志在电商行业发展的应届毕业生而言，这是一个很扎实、又充满机会的起点。

希望应聘这个岗位的学生，可以在上学期间在淘宝上开个店铺，找个网货品牌或地方特产之类的产品实际经营一下。麻雀虽小、五脏俱全，个人开设的网店虽然在团队、营销投入等方面无法与大电商公司相比；但一些基础运营科目，比如搜索优化、数据分析、会员经营之类工作，都是可以在经营小网店过程中得到锤炼的。

另外，在经营过程中，还要深入钻研、勇于实践、勤于总结。这样在写简历的时候才能深入具体、言之有物，让HR一眼看出应聘者的投入与用心，更容易获得面试机会。而在面试中，也才能与负责招聘的运营经理进行深入交流，给其留下积极印象。能做到这一步，离成功应聘也就不远了。

而如果找工作已迫在眉睫、来不及开店实践的话，也可以考虑阿里巴巴的“电子商务运营专才认证”。虽然实事求是的讲，电商行业内并不太看重这张证书。但对于缺乏实际相关工作经历的应届生而言，在写简历的时候聊胜于无。何况如果认真学习了认证前的培训课程，毕竟能系统的了解一些电子商务运营基础知识，在面试的时候能大概懂招聘方在说什么，便于双方的交流。

文案策划

电商公司的文案策划，主要负责以下三个方面的工作：

（1）根据目标客户群及品牌定位，构思主题活动创意，撰写活动方案和宣传推广文案

（2）负责网站/网店创意策划和编辑，提出图文设计思路，使商品促销实现多样化、内容化、品牌化

（3）对产品进行直观、感性、富有吸引力的文字描述

其中第三项工作，在电商公司有非常重要的意义。这是因为电商公司与线下零售商有一个明显的差异：线下零售商在销售发生时，卖的是实物产品；而电商公司在销售发生时，卖的是虚拟产品 —— 消费者此时大都没见过实物，影响他们购买决定的其实是页面上的虚拟产品。而这个虚拟产品，就是摄影+美工+文案，以实物产品为原材料，共同制作出来的！

曾经有个知名的淘品牌公司，把摄影、美工、文案所在的部门，称为“产品制作部”，真的是很贴切，这就是虚拟产品生产制作的部门。后来空降了个广告公司的傻X，来了之后就把部门改名叫“视觉形象部”。看上去高端大气上档次，其实就是一团shit，根本没有领悟到这个部门最有价值的工作是什么。

好了，吐槽完毕，拉回正题。对电商公司的文案策划，着力的地方其实就是三点：

（1）挖掘出产品或活动本身的特点

（2）理解目标客户

（3）将产品/活动的特点，通过自己的文案/方案，直击目标客户内心最敏感的角落

希望应聘文案策划的应届毕业生，如果没有实际的相关工作成果能够用于自己作品集的话，可以从各大电商网站上找出自己最有感觉的两、三个产品或活动页面，按上述三点认真研究，每个写成一页纸的分析报告，附在简历后面，对于获得面试机会会有帮助。

如果得到了面试机会，记得在面试前好好研究一下招聘公司的网站或网店以及产品页面，把心得逻辑清晰的写下来，在面试中很可能会用得到。

推广专员

推广专员负责在保证ROI前提下，网站和网店的流量导入与转化，主要工作内容包括：

-- 搜索引擎优化与搜索引擎营销（SEO & SEM）

-- 线上、线下硬广投放

-- 电商平台推广，如淘宝站内自然搜索、直通车、钻展推广、淘宝客日常操作

-- 社会化媒体营销（微信、微博、QQ空间等）

除了上述日常工作，推广专员还要定期针对推广效果进行跟踪、评估，给出切实可行的改进方案，及时实施改进。

推广费用的ROI，对推广人员来说就是一把双刃剑：一方面，ROI如同悬在推广头上的一把利剑，工作中稍有差池（甚至可能不是自己的原因，比如转化率的变化就可能是多种原因造成的），利剑就会斩下来，让人倍感压力；另一方面，有ROI这个量化指标放在那里，推广人员带来的真金白银清晰可见，其自身价值也就易于得到公司上上下下的认可。

应届生如果希望从事推广方面的工作，最好提前从知识和实践两方面做些准备：

在推广知识方面，SEO和SEM已经有了很多不错的书籍和网络资源可以学习；淘宝自然搜索、直通车、钻展、淘宝客等推广手段，均有官方教程可以学习。

有了知识基础，就可以找一些推广方面的实习工作来做。很多小的互联网公司，都会招推广方面的实习生，来做微博、微信、QQ空间、论坛之类的推广工作。不要嫌这些工作繁琐无趣，认真做、动脑思考、不断总结改进，可以学到很多第一手的实践经验。

至于建个网站练习SEO、开个网店学习淘宝推广这些做法，难度和成本稍高，但要真有决心，完全可以学会，投入的成本一般的学生也能负担得起。如果时间来得及，建议还是做一下，还可以把微信、微博的推广手段也用上，能得到相当全面的锻炼。国内的网络推广本来就是起自草根，自己做这些实践，可以说是相当接地气的学习方法。

有了以上的准备，可以说写好一份求职简历已是万事具备，只要了解一些简历的写作技巧，就可以写出一份相当有竞争力的应聘简历了。简历的写作方法与技巧，可以学习乔布简历网站上的“简历指导” 系列文章。

一步一步扎实的走到这里，即使你只是个应届生，即使你的毕业学校并不显赫、专业并不对口，相信大多数公司的推广部，都会为你打开大门了。

CRM专员

CRM专员负责规划会员营销体系，完成体系的搭建和运营，对会员进行培养、激活，提高用户的忠诚度和复购率。

新人从事CRM工作，一般会从会员数据的获取、整理、分析开始，研究会员需求和消费习惯。定期组织会员营销活动，撰写会员相关活动方案，并进行效果评估。

因此如果应届毕业生想要应聘CRM岗位，可以先从熟悉常用工具入手，把Excel使用熟练，特别是Excel的一些函数的用法；此外，还要会用ppt呈现数据与分析内容。

在简历撰写时，要特别挑选能体现以下两方面性格特质的经历着重写：

-- 工作态度严谨，有耐心

-- 有良好的协调沟通能力

随着国内网购用户增速降低、流量成本不断上升，电商公司会越来越重视CRM会员经营这一块业务，相关的职位的需求也会越来越旺盛。

售前客服与售后客服

电商客服这个岗位，待遇不高、地位较低、经常受气，如果不幸遇到NC上司，还要接受各种洗脑培训，真心不建议各位学弟学妹专职来做。

但现在不是就业难么，而电商行业还在上升期，客服需求多、流动性大。实在找不到合适工作的时候，准备一下，写份好简历，找个客服工作还是不难的，总比在家啃老强。而且如果肯努力、肯用心，也有机会从客服转运营等其他岗位，因为客服在工作中了解到的市场和客户经验，以及锻炼出的沟通协调能力，在电商内部的很多部门都是很有价值的。这也是为什么在有些电商公司，产品经理、运营之类的人员，都要定期到客服岗位来实习。

电商公司的客服设置，一般分为售前客服和售后客服。其中售前客服就是在线导购，具体工作内容包括：

-- 利用在线聊天工具和电话，解答客户咨询，引导客户在网上顺利购买，促成交易愉快达成

-- 收集客人售前反馈意见，并将意见传达给运营和产品部门

-- 整理每日发货信息，核对核对订单地址

售后客服则负责处理客户下单以后出现的问题，包括：

-- 审核带留言的订单，处理缺货订单、异常快递订单的跟踪反馈

-- 受理顾客的退换货和退款需求

-- 受理顾客的投诉，提高客服好评率

-- 对网店评论区不满的顾客查明情况，联系客户沟通解决，并在评论区进行回复

应聘客服职位，硬性的技能要求主要就是打字速度了，能熟练操作Excel则更好；电话客服还会对声音有一定要求。在个性方面，一般都会要求耐心、有亲和力、擅长沟通，工作细致认真，抗压能力强。

因此，在撰写客服求职简历的时候，就要把能够体现上述特质的经历挑出来详细写。

另外要注意一点的是，有些同学为了在应聘前积累一定的相关经历，会去做兼职淘宝客服。这本来是一个好方法，但务必小心防骗，不要相信那些月入万元、轻松高薪、淘宝刷钻之类的兼职客服招聘广告。客服本来就不是高收入岗位，何况兼职？

其实如果找不到靠谱的兼职淘宝客服机会也没关系，可以多练练打字速度，同时把淘宝和天猫的帮助文档仔细看几遍，了解清楚各类规则。这样不仅对面试有帮助，工作后上手也会快一些 —— 正规一些的淘宝/天猫店铺，新员工入职一段时间以后，都会有打字速度、淘宝/天猫规则和产品知识考核。提前做好前两项准备，入职后就会比别人有更多时间学习产品知识，也就更容易在考核中脱颖而出。不管是不是打算把客服作为一项长久职业，表现优秀的员工总是会有更多机会的，特别是在基层的时候更是如此。

**供应链**

**电子商务公司的供应链相关岗位，至少要包括采购和仓储物流两类。**

这些岗位，貌似与人们心目中电子商务的高科技形象不太相符，但实际上，电子商务就是一个屏幕后面拖着一根供应链尾巴。而决定一个电商公司竞争力强弱的，往往就是这根供应链。很多曾经大名鼎鼎的电商公司的没落甚至倒下，就是因为供应链竞争力不够 —— 成本不够合理、质量不够稳定、交期不够准确、产能缺乏弹性、能力无法实现产品设计的意图、配送服务差……

因此，随着越来越多电商意识到供应链的重要性，这方面的职位需求也就越来越大。当然，供应链类的岗位，特别是采购岗位，对从业经验有一定要求。对于应届毕业生而言，可以尝试从采购助理、仓储物流专员或储备干部等基层职位起步，逐步积累工作经验。

其中采购助理的工作职责，一般包括：

-- 整理采购合同资料，跟踪合同进度

-- 根据合同交期以及工厂实际情况安排出货计划，跟进产品入仓及返厂退货进度

-- 按时与供应商对账，跟进开票及付款进度

-- 供应商信息维护与管理

-- 负责采购相关报表维护，确保报表信息的准确性、完整性和及时性

而物流专员的工作内容，则有：

-- 执行和完善仓库的规章制度，规范作业标准及流程，提高效率，降低成本

-- 科学管理货品库位，保证仓库最大化的使用率

-- 作为仓库运作团队的一员，确保收货、包装、发货等流程正常进行

-- 执行盘点工作和结果分析改善

分析以上工作职责可以看出，供应链类的初级岗位对应聘者的要求，关键的有三个：

（1）沟通协调能力

（2）认真负责的精神

（3）办公软件，特别是Excel的熟练使用

因此应届生在撰写此类岗位的简历时，应着重挑选能体现这三方面的内容重点写。如果在校期间能有相关实习经历，则应梳理清实习工作内容，具体而有条理的写出来。

**平面设计与前端开发**

**平面设计与前端开发其实算是两类不同岗位 ——**

平面设计师（很多小网店就叫美工）一般是美术设计相关专业毕业，在电商公司中主要负责：

-- 网站及网店产品页面制作与优化，提高流量转化率

-- 网站及网店页面日常维护与更新，独立操作店铺页面陈列，增强店铺吸引力和产品销量

-- 店铺活动专题页、产品专题页、广告落地页等进行独立设计制作

-- 产品及活动拍摄后图片处理

而前端开发不管是什么专业毕业，网页相关编程技能都是必须具备的，工作内容至少包括：

-- UI设计与实施，注重兼容性、通用性和可维护性

-- JS前端页面交互设计，提升用户体验

现实中我们常见的网页设计师，其实际工作往往介乎前端开发与平面设计之间，相对更偏向前端开发一些。

之所以把两类不同的工作放到一起介绍，是因为：

第一、在电商公司，这两类工作的结合非常紧密。

第二、好的前端设计师，大都懂一些设计；反之，对前端的工作思路和理念往往也有一定的理解。

先说说电商的平面设计 ——

毕业不久的设计新人，刚从事电商公司平面设计工作时，经常容易撞墙：明明精心设计出来的东西，却被运营或产品喷，说是没有销售力，或者根本不是需求方想要的；运营和产品拿来让设计新人参考的设计稿，设计新人又往往觉得没啥可取之处。

要解决这个问题，没太多的办法，主要还是要加强理解和沟通 ——

一方面，运营和设计要尊重设计人员的专业性，同时尽量用实例和数据来证明自己的观点；

另一方面，设计人员也要理解电商公司对设计实用性的要求，以及运营和产品同事在实战中积累的经验与直觉，不必太过坚持自己的意见。

再有一个比较好的做法就是，有意从事电商、特别是天猫/淘宝电商平面设计工作的同学，可以拆解一些淘宝首页焦点图来体会电商所说的销售力是怎么一回事。

首页焦点图就是这个：

p.

这些淘宝首焦的价格都是很贵的，商家一般不会把缺乏销售力的设计稿放上来。因此，应届生可以在求职前花一、两个月，每天拆解一幅首焦。所谓拆解，就是：

（1）仔细琢磨这幅首焦 —— 除了构图、色彩、字体这些设计元素，还要从运营角度考虑，哪几个地方可能是特别会打动用户的地方？

（2）扭过头去自己画，记不住的地方就按自己的理解画。

（3）对比自己画的与首焦内容的差别，想想看首焦与自己不同的设计是否更有道理。

（4）再扭过头去改进自己画的内容。

（5）如此反复，直到画出与原作相类似甚至更好的作品。这个好，可不是自己说好就是好，

最好连同首焦一起拿给那些不懂设计的人看看，问他们如果看到这两幅广告，会点击哪一个？电商的设计稿，不是为了参加美术比赛，而是为了打动普通的消费者。

经过这样的训练，不仅会提高通过面试的几率，而且进入电商公司以后，也能更快速的上手，拿出让同事认可的设计来。

这个电商平面设计师自我训练方法，其实是来自电商界知名大忽悠“雕爷”的一篇文章，名字叫《如何三个月培养出好美工》，请自行google。扯开来说一下，这位雕爷虽然热爱忽悠、擅于忽悠，但确实是能把电商这档子事做成的，讲的东西里边也是有真金白银的，比什么“电子商务知名观察员XXX”之流，道行高了不是一点半点。

至于前端开发工程师，技术活，多写代码，坚持看好书，研读大牛的博客，了解后端技术，最后，但不是最不重要 —— 多用、反复研究好的电商和互联网产品。

没有更多要说的了，至少在基层技术人员这个层面，还是靠实力说话。

另外，无论是平面设计师还是前端开发工程师，与其他部门的顺畅沟通，都是非常重要的。其实对于其他部门来讲，与设计师或工程师沟通经常是个头痛的经历，反之也是如此~

因此在简历中，如果有能体现自己沟通能力的经历，部分挑重点的写一下，会是不错的加分项。

数据分析

随着大数据概念的兴起，数据分析也成了一个热门职业方向。电商公司的线上运营和线下供应链，会产生大量的数据。如果能做好这些数据的挖掘和分析，对电商公司各层面的决策和执行，确实会有实际的帮助。

而且国内的电子商务公司，经常喜欢说自己是数据驱动的公司，以显示自己有别于传统线下土豪，既显得高端大气上档次，又可以多圈点投资人的钱。至于公司内部运营到底有多少是基于科学的数据分析做出的，恐怕他们自己也不清楚。无论如何，大、中型的电商公司基本都会雇佣专职的数据分析人员，小的电商也会要求自己的产品、运营人员具备数据分析能力。

电商行业专门的数据分析职位，主要分为两类：数据分析和网站分析。笼统的讲，网站分析其实是数据分析一个专门化的分支。只是经过多年专业化的发展，网站分析已经有了自己领域特定的术语、定义、工具和方法论，也就作为一个独立的职业，活跃在电商和互联网行业了。

数据分析师

数据分析师在电商企业的工作内容，主要包括：

-- 根据公司业务目标，不断完善数据运营指标体系

-- 业务数据收集整理，并对数据进行深度分析和建模

-- 规划并实施数据平台和数据服务

-- 建立数据库营销体系，支持营销团队的数据需求

-- 通过建立模型优化相关指标，驱动公司业绩提升

-- 与各业务部门保持紧密联系，提高数据支持和分析质量

应届生应聘数据分析师职位，应在简历中展示自己对以下技能的掌握：

-- 熟练使用Excel，特别要善于使用Excel函数和图表制作

-- 熟练使用至少一种统计分析和数据挖掘工具（Python、R、Matlab、SAS等）

-- 了解Oracle、Mysql等主流数据库的一种，熟练使用SQL语言

除了这些硬性技能，工作环境中的数据分析师，不仅仅是闷头分析数据，还要花很多时间与其他部门同事沟通交流 —— 了解他们的需求、向他们解释分析结果、根据他们的反馈改进分析工作……

事实上，公司中数据需求方的描述，往往是含混而杂乱的。一个好的数据分析师，通过高效的沟通和理解，能够清楚的梳理出用户真实需求，给出比用户期望更加完善的分析结果和执行方案。也就是说，好的数据分析师，交给数据需求方的并不仅仅是一张报表，而是一张标清了前进路线的数据地图！

因此，如果同学们有能体现沟通能力的经历，记得不吝笔墨地写一写，有经验的数据分析经理会看重这一点的。

网站分析师

网站分析师是随着互联网出现的新兴职业，主要通过对网站数据进行定量和定性的分析，来不断驱动和提高访问者在网站中的体验，并将访客转化为公司的商业目标。

具体来说，网站分析师的工作职责包括：

-- 负责与网站广告、运营、用户行为等相关的数据监测、数据分析和数据挖掘

-- 定义和管理以用户数据为导向的分析报告，剖析用户点击流，研究用户分布、行为习惯

-- 整合公司运营系统相关数据, 结合实际业务需求，进行深度数据分析，建立客户、产品分析模型，提出业务改善建议

-- 负责网站日常流量、来源及交易数据的分析，对市场营销提出专业分析意见，并建议可执行的销售策略

-- 收集行业及竞争对手的流量数据、监测剖析，为决策提供参考

应届生如果想应聘网站分析师，应该提前做好相关的知识、技能准备 ——

在基础知识方面，对网站分析不了解的同学，可以先从宋星的博客“网站分析在中国” 看起。

宋星是国内网站分析领域的先行者之一，多年来一直坚持通过博客来普及网站分析知识。特别是2011年到2012年间，宋星出任电商公司“走秀网”副总裁，虽然时间不长，但毕竟是在电商的水中游过泳了。他在2011年9月一篇文章的开头写到：

“从事电子商务的工作一段时间，发现自己对于数据的想法有了很多变化。

过去，我们拿着国外的理论，然后站在河边的岸上，对河中游泳的人们指指点点。

今天，当你也跳入河中，就是全然不同的感受。一方面河水冰冷刺骨，另一方面，也开始理解为什么曾经河中的人们用各种‘怪异的姿势’奋力搏击。“

从这段话就可以感觉到，他对电商网站分析体验，由此又上了一个台阶。此后写出的电商网站文章，明显深刻、接地气了很多，即使对电商行业资深人士，也是值得一读的。

在技能方面，Google Analytics是谷歌推出的一个网站分析工具。针对这个工具，谷歌官方有GAIQ认证，考试费用50美元。拿到这个证书，能够向招聘方说明自己具备了网站分析基本知识和GA应用基本技能。对于相关经历比较缺乏的应届生而言，还是值得一试的。

在求职简历中，除了上述网站分析专门知识，还应写出自己对SQL及Excel掌握的掌握程度，如果能了解一下html、Javascript的知识，则更好。