

互联网时代下跨境电商直播人才培养策略

蔡 颖

(台州职业技术学院, 浙江 台州 318000)

摘要: 伴随社会经济的迅猛发展,涌现出各种先进技术与设备,随之也迎来了互联网时代,与此同时,也推动着跨境电商的进一步发展,形成了新的电商直播业态,使得直播带货深受广大电商、用户的认可与青睐。近些年,跨境电商直播行业飞速发展,之前备受欢迎的跨境电商平台也陆续推出了直播功能,基于这一发展背景下,急需大量的跨境电商直播人才。鉴于此,本文结合现有经验和理论展开论述,先分析当前跨境电商直播人才培养现状,再分析跨境电商直播人才培养要求,最后提出具体的人才培养路径,旨在提升跨境电商直播人才综合素质,为跨境电商直播行业的升级与转型提供人才支撑,最终带动社会经济发展。

关键词: 互联网时代;跨境电商;电商直播;人才培养

伴随经济全球化发展的进一步深化,“一带一路”战略深受社会各界的关注和重视,并且在落实的过程中催动了跨境电商直播行业的兴起和发展,使得跨境电子商务逐渐成为国际贸易合作交流的新形势和新途径。与此同时,结合2020年发布的“中国跨境电商行业发展前景预测与投资战略规划分析报告”可知,跨境电商如今仍保持有12%的复合增速。为此,如何基于互联网时代下培育跨境带你上直播人才是社会各界亟待解决的重要议题,本文将围绕这一议题展开深入论述。

一、跨境电商直播人才培养现状分析

出口跨境电商是国际贸易的一种延伸和升级,其中买卖双方可以依托电邮或是电商平台来进行互动与交流。伴随国内电商直播模式的不断升级,出口跨境电商也可以把握机遇推出直播平台,比如当前“速卖通”这一热门的跨境电商平台,在2020年增设了直播功能,此外,国际有名的亚马逊、阿里巴巴也同时推出了直播工鞣呢。随着电商平台对直播功能的推出和开放,使得传统电子邮件和评论留言无法满足卖家与买家的需求。如今,结合电商数据可知,购买用户倾向于年轻化,并且随着移动电子设备、新媒体等技术的普及,平面静态图片已经无法满足消费者的需求,更加倾向于动态直播形式,进而使得直播带货成为新的销售模式。这一形式与传统的文字、图片相比来讲,能够亲身示范讲解,讲述使用或是穿戴体验,这种多角度、动态的展示方式能够让买家更为直观地获取商品信息,同时,也能够有更多的模拟体验,最终能够去大幅度提高商品交易转化率,直播带货模式得到电商行业的认可。

就我国跨境电子商务的现状来看,欧美国家是我国跨境电商贸易的主要市场。相较于国内市场,跨境电商的从业人员除了需要具备基本的电商平台业务操作能力,还需要具备较高的跨国语言交际与表达能力。近几年,国内电子商务“直播带货”模式的兴起,使得越来越多的高校开始关注电商直播方面的专业群与课程建设。在此环境下,如何培养符合跨境电子商务市场的直播人才,成为当前跨境电商发展需要关注的一大问题。就当前电子商务市场而言,直播人才的需求量激增,而对于面向跨境电商的直播销售人才培养却相对滞后,难以满足当下跨境电商产业的发展要求和人才需求。基于此,培养具备较强表达能力和跨国交际能力的直播人才显得尤为迫切。

二、跨境电商直播人才能力素养要求

跨境电商直播主要通过亚马逊、速卖通、Facebook等自媒体平台,进行产品推介,同时可以借助平台短视频、vlog等形式展开产品宣传,尽可能地达到最优销售效果。对于从事跨境电商直播的主播,不仅需要喜爱能够给国外客户进行产品内容介绍和操作演示,还需要通过自媒体平台和消费者进行有效互动,最大限

度地吸引国外消费者,使其购买产品。作为一项新兴营销模式,跨境电商直播对人才的能力素养提出了更高的要求,主要涵盖以下几点:

(一) 具备表达能力,精准传达产品内容

对于跨境电商主播而言,其不仅需要具备“直播带货”的能力,还要熟练英语。在进行直播时,其不仅是对产品进行简单介绍,还要与观看直播的用户进行互动,进而才能够将产品进行有效推介,达到营销效果。这需要主播全面了解和掌握所推介产品的性能与售后服务。作为直播整个过程的核心,主播承担着重要的责任,需要对整个直播的过程进行整体统筹和协调。这对主播的文案策划能力、内容编辑能力与临场反应也提出了较高的要求。主播需要在直播中将产品的功能、优势、操作方法等内容精准传达给消费者,同时还要注重消费者的兴趣与关注点,在不过分夸大产品性能的基础上,直播话语能够有效抓住消费者的心理,通过与消费者的即时互动,解决消费者的顾虑与问题,刺激其下单,这对其口语表达能力提出了较高要求。

(二) 具备交流能力,尊重不同国家文化

跨境电子商务的直播环境涉及多国消费者的交融,这就引入了显著的文化多样性挑战,即跨文化差异。因此,对于主播来说,除了强化语言表达技巧,深入探究各国文化差异也至关重要。直播活动并非单纯的单项促销活动,它包含了与观众的互动,特别是在全球文化多元的现状下,提升跨文化交流技能和对文化差异的敏锐洞察变得不可或缺。在实际的跨境电商直播操作中,预先掌握不同国家的文化底蕴,包括生活方式、社会习惯等,是妥善处理各种意外情况的关键。理解和尊重各国文化的独特性,并在言语表达上谨慎,能有效地防止不必要的误会和冲突。

(三) 注重创新、保品质

随着数字化的发展,跨境电商直播已经成为外贸领域发展的主要趋势。立足新时代,我们需要不断推陈出新,结合社会形势,对跨境电商直播的各个环节进行优化。正是因为跨境电商直播发展趋势旺盛,所以对于直播人员的要求也越来越高。消费者的文化水平不断提升,因而直播人员也要有丰富的词汇量和良好的表达能力,以此吸引用户的关注,给用户创造和谐愉快的氛围,使消费者的购买欲望更加强烈,最后将流量变现。直播行业的兴起,不应只是追求成交率,还应该注重商品质量,尽可能满足消费者需求。所以直播期间,直播商家可以秉承实事求是的原则,不可夸张,使其与实际脱轨。这是由于产品质量不但和卖家诚信、用户粘性息息相关,还应尽可能减少质量导致的售后问题。出口跨境电商主要是让“中国制造”走出国门,代表的是国家形象,更体现了国内的制造业水平。

三、跨境电商直播人才培养路径分析

(一) 优化教学方法, 调整教学内容

网络技术的快速发展, 使得我们现在看到的直播内容与形式更迭不断, 直播行业的新人如雨后春笋般, 始终在涌现。为适应社会形势的发展, 高校跨境电商直播人才的培养方案和课程内容应该满足人才需求。专业课教师可适当调整教学方式, 促使人才培养针对性与适用性逐渐增强。具体来说, 可从如下几方面入手: 第一, 加快教学管理机制改革速度, 吸引更多校外力量进来。学校与企业可建立合作伙伴关系, 彼此之间相互配合。企业相较于学校来说, 掌握着前沿的发展动态, 高校可向企业了解人才的需求, 进而完善当前的人才培养方案, 并对教学内容进行调整; 第二, 优化教学方法, 提升人才质量。跨境电商直播的特点是和“+直播”的结合, 传统教学模式对于人才培养来说尽管有一定优势, 但劣势也同时显现, 直播更加注重学生的实践能力。传统填鸭式教学只会让学生更为被动, 不能激发他们的主动性, 使其主动参与到教学当中, 这就可能会致使课程内容枯燥不堪。所以, 教师结合跨境电商的营销环境, 给学生创建真实情景, 让学生如同身临其境, 给他们提供直播的平台; 第三, 调整人才培养内容, 唤醒学生热情。直播人才培养过程和其他专业有所不同, 教学过程更加灵活, 并非拘泥于当下。因此, 教师在设定教学内容时, 就要把握时代发展脉络, 随时更新教学内容。教学中不应关注理论内容, 还需要将实践内容融入其中, 做到理实一体化, 和直播主题进行结合之后, 教师就可选择热门的直播话题, 引导学生扮演网红主播。学生的参与感增强之后, 参与度自然也能被调动起来。

(二) 善用场景教学, 发挥主观能动性

跨境电商直播需要直播人员在镜头前, 直面消费者, 面对临场可能出现的情况, 直播人员需要有清晰的逻辑能力、优秀的表达能力, 同时还应该对商品特点、营销、发货流程、物流等有足够了解, 才可以给消费者讲解清楚。教师给学生可以搭建跨境电商直播场景, 不同的场景下, 学生的感受不同, 所掌握的技能也会不同。需要注意的是, 学生应该将自己置于直播者位置, 提前了解产品性能与特点, 尤其是跨境电商方面的专业术语, 这样才可以使直播更加专业, 吸引更多消费者, 获得信任。场景教学法主要凸显的是学生的主体地位, 教学期间学生可以感受直播人员的感受, 也能了解岗位特点, 由此促使学生认识到自身不足。另外, 评价体系也要不断完善, 除了要注重学生期末成绩之外, 还需要注重学生的学习过程。教师结合评价结果, 对直播主题任务进行明确, 尽可能调动学生主观能动性, 使其能够在直播期间树立自信心, 明确直播的定位。

(三) 坚持跨文化交际, 加强学生自我学习能力

由于不同国家之间的文化背景与历史背景各有不同, 因此其间具有显著的文化差异, 直观体现在节日特色、风俗习惯、语言表达以及颜色喜好等各个层面。在跨境电商直播人才培养过程中, 学生只有对不同文化建立全方位的认知基础, 才能保证在直播中避免因文化差异而导致错误。因此, 跨文化交际能力成为跨境电商直播人才培养的关键要素。在实际教学中, 教师需要通过跨文化交际活动, 引导学生了解不同国家的文化特色与差异特征。具体来说, 教师可以通过以下几个方面的手段和措施, 落实学生跨文化交际能力与自主学习能力的发展。

首先, 要强化跨文化师资力量建设与发展, 显著提升专业教学水平与能力素养。教师一要关注学生的听说读写能力, 二要强化学生的国际化视野建设, 以此确保教师在跨境电商直播人才培养中展现出应有的跨文化意识和交际能力。学校不仅要主动通过培训活动提高教师的跨文化素养, 而且还需要聘请外籍教师,

以此帮助学生进一步明确不同文化之间的细节差异与具体内涵。在实际教学中, 教师可以借助文字、图片等资源与视听材料展现不同国家与地区的文化差异, 并由此逐步建立一支具有专业性、跨文化素养的优秀教师团队, 达到提升整体教学水平的目的和效果。

其次, 应建立完善的跨文化交际平台, 为学生国际视野发散提供依据。学校可以定期组织或开展跨文化交际主题活动。比如可以开展直播竞赛活动, 并确定以中西方文化差异为主题, 要求学生在直播中与留学生等外国人进行交流分享, 并进一步总结和宣传不同国家的文化特色。又比如可以开展其他多家的民俗活动, 通过学生亲自参与各种文化特色活动, 以此了解其文化特性与注意事项, 进而让学生具备跨文化交际的能力与品格。

最后, 应提升学生的自我学习能力, 以此提化课堂学习效率。一方面要发挥互联网的优势, 借助任务引导、竞赛组织等方式, 为学生布置查找跨文化加急相关的资料, 以此不断拓宽学生认知视野。另一方面也为学生安排自主学习空间与活动, 让学生具备一定的跨文化交际敏感性。

(四) 加快校企融合发展, 促进综合性高素质人才培养

一方面, 校企合作可以共同培养跨境电商直播人才, 并共同打造双师型教师队伍。对于学校而言, 其可以提供充足的师资资源, 鼓励教师进入合作企业进行挂职锻炼、企业交流学习等, 以此深化了解当前跨境电商企业的直播营销方式与细节, 进而掌握当前该工作岗位对人才需求的专业技能, 并在此基础上推动现有教学内容的改革与优化。

另一方面, 企业也要积极为学生提供实习学习的机会与实战锻炼的平台, 进而与高校共同组建人才培养体系, 强化学生的综合性素质发展。高校定期可以组织学生进驻企业进行观摩学习, 通过企业导师的指导与教学, 让学生提前了解跨境电商直播等岗位群相关的工作内容、实践策略以及需要具备的能力与素养。此外, 学校还可以定期组织企业专家进入学校为学生提供培训课程, 并共同制定人才培养目标与计划, 甚至可以推动工学交替、订单式培养等合作机制建设, 不断优化人才培养模式。

四、结语

综上所述, 在互联网技术与数字经济持续发展进程中, 跨境电商直播行业迎来了新的机遇, 但也面临着新的挑战。“直播+电商”作为现代营销模式发展的重要趋势, 跨境电商也应积极推广与应用, 由此基于互联网平台打造跨境电商直播人才培养体系, 不断优化和更新教学内容与教学方法, 进而推动课程教学目标与行业岗位需求的有效衔接, 让高校为区域经济发展提供重要复合型、应用型的优质人才。

参考文献:

- [1] 余佳园, 蒋宇红. 互联网背景下嘉兴传统企业跨境电商战略模式研究[J]. 商场现代化, 2023(12): 31-33.
- [2] 杜伟茹. 跨境电商直播背景下跨境电商人才语言技能培养研究[J]. 校园, 2023(06): 25-27.
- [3] 董晓琼, 金花. 辽宁省跨境电商发展现状、问题及对策[J]. 边疆经济与文化, 2021(11): 41-43.
- [4] 林圆园. “互联网+”背景下跨境电商直播人才培养路径探析[J]. 宁波职业技术学院学报, 2021, 25(02): 60-63.
- [5] 王莉, 韩华英. “互联网+”跨境电商课程线上教学模式探索[J]. 现代信息科技, 2020, 4(20): 181-184.

基金项目: 浙江省教育厅访问工程师“校企合作项目”(FG2022257)。