

校企合作背景下高职院校电商直播人才的培养策略

林家驹

广西工业职业技术学院

摘要：在直播产业迅猛发展的背景下，电商直播作为电子商务的新型发展形势，已经成了电商体系中的重要一环。人社部增设“主播销售员”这一职业，说明了电商直播人才的重要性。直播行业的兴起，对电商直播人才的需求在不断扩张，高职院校作为培养技能人才的摇篮，具有培养电商直播人才的优势。为了适应新形势的需要，高职院校立足于校企合作背景，加快电商直播人才的孵化速度，结合人才培养过程中存在的一系列问题，不断适应电商直播的新发展要求。本文立足于校企合作背景探讨，高职院校电商直播人才培养现状以及培养策略，以期为电商直播行业的发展助力。

关键词：校企合作；电商直播；高职院校；数字经济

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.05.149

一、电商直播人才概述

电商直播是电子商务与短视频平台的结合，在用户没有明确具体的购物需求时，通过大数据算法自动推荐直播间，传达主播的讲解，实现消费者的商品购买，可以达到较高的转化率。相比传统的电子商务销售来说，电商直播更立体形象，互动性更强，可以极大程度上刺激消费者的购买欲望，在未来仍有较大的发展空间。随着人社部增设“直播销售员”这一职业，说明电商直播行业对人才的需求在不断扩大。高职院校要紧跟时代步伐，结合时代对人才的要求趋势，培养优秀的电商直播人才。实现人才的有效过渡，发挥好高职院校培养技能人才的职责。

二、高职院校培养电商直播人才现状

（一）电商直播人才的培养要求

培养电商直播人才是一个较为复杂的过程，当下的网络直播平台如异军突起，呈现出了用户量大、功能繁多、数据交错等特征，培养电商直播人才时，无论是内容策划、产品介绍、客户服务还是直播技能、功能运用、数据分析等，都是电商直播人才必备的技能之一。然而，随着电商直播平台的持续升级，需要学生将所学知识应用到实践中。除了现有的知识体系，还应当掌握持续学习能力，适应电商平台的不断升级。掌握新功能、新特点与新方法，不断扩充知识体系，才是电商直播人才持续性发展的关键所在。高职院校的电商直播人才培养，既要从知识和实践层面出发，也要从学习理念上更新，确保工匠精神真正应用到人才培养过程中，为电商直播人才的持续发展提供内生动能。

（二）校企合作培养模式

校企合作是一种新型的人才培养模式，高职院校与企业建立联系，充分对接资源，实现信息共享，为企业输送人才。在这种模式下，学校和企业相互支持、相互渗透，实现优势互补与资源互用，确保人才培养在理论和实践层面双向发力。企业在所处的行业中获取最新信息与标准，学校所掌握的理论知识将为企业的发展提供支持，二者的优势互补将培养出能力、素质过硬的优秀人才。当前，我国高职院校的校企合作模式共有以下几种。首先，学校内建设企业。将企业的生产或运营区域迁移到学校内部，既能保障企业的正常生产，也能给学校提供实训项目与平台，通过资源共享，为企业的发展助力，为人才的培养赋能。其次，产教结合。学生一部分时间在校内上课，另一部分时间到企业参与实训，通过理论结合实际磨炼，确保学生可以将所学知识应用到实践当中。再次，校企互动。由企业提供原材料、产品或设备，交由学校及学生进行经营，企业派出讲师，讲解实际操作过程中的工作案例，为学生掌握更多的工作经验提供支持。最后，订单班模式。学校与企业签订合同，学生在校期间学习相应的技能，毕业之后到企业直接就业，为企业输送人才。一方面可以解决就业难题，另一方面为企业培养出所需要的人才，实现学生、学校、企业三方共赢。

（三）高职院校电商直播人才培养存在的问题

1. 直播技能难以有效掌握

电商直播是当下新兴行业，要求从业者既需要了解短视频平台的运行机制，也需要具备一定的营销方法，

才能实现二者的结合。电商直播的目的是提升转化率，高职院校在电商直播教学过程中，受到教师日常工作的限制，很难从数据分析和客户特征的角度进行教学，虽然高职院校会外派一部分教师到企业或行业考察，或以专题培训、讲座的形式，提升教师对于电商直播的认知，但是电商直播绝非理论层面的学习，而是要在具体的实战中积累经验。影响电商直播转化率的因素有很多，如直播节奏的掌握、商品的定价、个人风格的塑造、产品的多维度讲解、语言特色的掌握等，应当根据受众群体的特点以及产品的属性综合研判，从而找出一条适合直播间风格、产品特点、受众需求的直播之路。而高职院校在培养电商人才的过程中，仅仅是一味的教授普适化的直播技巧，虽然在一定层面上可以提升学生对于电商直播的认识，但在实践中学生很有可能出现露怯或机械化介绍的情况，难以与受众有效互动，再加上学生对于各类分析软件的使用频次不高，电商专业知识掌握不完备等一系列问题，很容易导致电商人才的培养与实际行业的要求脱轨。

2. 难以提供系统的直播技能培训

由于电商主播在当前仍然属于新型的社会职业，导致人们对该职业的认知不清晰、不完备。有的学生认为主播只要高颜值就可以，不需要具备直播技巧；有的学生认为自己并不擅长语言表达，不适合直播行业；有的学生认为主播只是一阵热度，并不长久，而有的学生认为主播是靠运气，很难靠努力得到发展。实际上，在当前高职院校的专业目录中，并没有直播专业，很多高职院校在开设直播课程时，只是将其并入到了电子商务专业课程中，课程的具体安排、知识框架构建尚不完善，难以形成完整的有关直播内容的知识结构，在讲解直播技巧或直播知识时，仅仅以理论为主，缺少直播知识的应用性与实践性。虽然部分高职院校会以直播为主题开展一系列活动或给学生布置直播或拍摄短视频的作业，但人才培养的深度与广度不够，缺少反馈机制，难以形成长效发展路径，相关的创新创业比赛或社团活动无法覆盖所有学生，再加之直播课程教学仍处于起步阶段，并没有将学生的兴趣爱好纳入直播技能培训当中，绝大多数学生在实际工作时只能边学、边尝试、边探索。因此，高职院校的直播培训效果有待增强。

三、校企合作背景下高职院校电商直播人才的培养策略

（一）分设项目小组，形成直播风格

电商直播人才的培养是一个从无到有、循序渐进的过程，人才的发展并非一蹴而就的，而是在不断的理论学习、实践感受中培养出来的。高职院校要以人才的发展为立足点，在校企合作项目引入之后，应当由专业的教师队伍和企业导师共同组成培训队伍，将学生们分成不同的学习小组，由教师和校外导师联合指导学生，使学生在实践中感知，感知中发展，不断积累经验，吸取教训，提升人才的发展速度。院校教师与校外导师共同开展项目，并使学生分担不同的项目任务，进一步提升学生的综合能力。在电商直播人才培养中，由于学生数量较多，开展集体培训容易影响培训的效果，可以将不同的项目分给不同的学习小组，以不同项目类型或不同人员搭配为依据，并实行竞争机制，通过内部筛选、人员流动等形式，使学生们产生竞争意识和危机意识。不断提升学生的主观能动性，给予表现好、转化率高的学生更好的平台和资源，并搭配后进生。通过这种传帮带结构，使后进生也能认识到转化率、产品介绍、直播风格等因素的重要性，同时也能使优秀人才以问题为导向。以更谨慎的态度对待电商直播，对待产品与受众。另外，在分组和筛选过程中，校内教师和校外导师要对学生的直播风格、特点、语言等进行考察，以了解学生的直播特色，并帮助学生形成个性化的直播风格，这对于提高电商直播的转化率，增强用户黏性极为重要，只有实现个性化发展路径，才能促进电商直播人才的持续发展，并在此基础上不断创新，真正为电商直播人才培养赋能。

（二）精准分析岗位，构建轮岗制度

在数字经济背景下，电商直播已经成了一个庞大的体系，电商直播人才的培养需要立足于电商直播的工作特点、岗位和分工进行研判。例如，在电商直播中会分为不同岗位，如直播运营、内容策划、互动人员、客服人员、主播等。运营人员主要负责主播的招募、培养和引导，客服人员主要负责社群运营、日常维护、记录数据、聚集人气，而主播则是面向受众推销产品。不同的岗位有不同职责，这些岗位构成了电子商务直播的庞大

体系。在高职院校的人才培养过程中,要充分发挥人才的长处与优势,找到发力点精准发力,培养能力与素质过硬的电商直播人才,不可贪大求全。可以根据学生的兴趣、语言、风格、特点等各项因素,为高职院校学生匹配相应的电商直播岗位,从内容策划、产品设计、视频宣传、文案输出等要求出发,合理匹配适当的人才,确保因材施教,因情施策。由于部分学生并不了解电商直播的相应岗位,仅仅认为直播人才就是培养主播,这种观点并不全面。在校企合作项目中,可以设置不同的岗位,如内容策划、直播运营、带货主播、客服代表、视频宣传、视频拍摄等,然后由不同学生进行轮岗,并跟踪记录数据,学生们在轮岗之后会对电商直播的整体流程和体系有更清晰的了解,通过数据以及学生的兴趣爱好,让学生们自主选择自己擅长的岗位,学生们只有了解了不同岗位的需求和职责,才能更好的融入校企合作项目中。一方面可以实现高职院校的因材施教,另一方面也可以为企业的岗位补充人才,使学生们更快适应不同岗位,确保校企合作项目落地生根,使学生们掌握更多的有关电商直播的经验与技巧。总之,以校企合作项目为依托,以直播人才岗位为划分,根据不同岗位的需求培养人才。从而实现人才队伍的高质量建设。

(三) 打造个人IP,发挥校企优势

如今,网红经济因素对电商直播的销售额起到至关重要的影响。所谓网络红人,是指依托于互联网空间获得受众注意力的人或物,他们往往具有一定的粉丝基础以及个人影响力。在电商直播过程中,用户看似购买的是主播所推销的商品,实则他们的购买行为大多源于对主播个人影响力的尊崇和喜爱。因此,培养IP是高职院校电商直播人才培养的重要一环。在校企合作项目中,通过老带新或直播间实习等形式,使高职学生快速融入直播氛围与环境中,了解网红IP的形成过程,确保对IP有更清晰的认知,从意识层面激发他们的发展动力。在校企合作项目中,可以邀请企业的网络红人分享自身的电商直播经历或IP形成过程,通过与学生进行交流,在模仿的前提下实现有选择的创新,引导学生结合自己的风格、特点与思路,形成独特的直播风格与行为,提升自身IP的热度与曝光率,从而打造个人IP。打造个人IP是一个漫长的过程,同时也是电商直播必经的发展阶

段,个人IP的打造需要不断的探索、创新,并辅以持之以恒的坚持。在校企合作环境中,学生的IP打造探索之路将有更多便利,以企业的IP打造经验为支撑,适时为学生指明方向、规划路径,这是校企合作的优势所在,学生们在掌握了大量的理论知识后,通过企业实训指导与实践,将理论应用在实际,确保学生的能力得到真正锻炼,打造能力与素质兼具的电商直播人才。

结语

近年来,随着电商直播的蓬勃发展,为我国经济建设注入了诸多新动能。很多高职院校纷纷开始了对电商直播的探索,并与企业达成良好合作,旨在培养优秀的电商直播人才。校企合作有多种类型,不同类型的运作机制和培养作用各不相同,高职院校要根据自身的情况选择理想的合作模式,只有了解电商直播人才的培养目标、路径与方法,才能锻造综合性技能人才。电商直播是新技术下催生的一种新的经济形式,与社会发展息息相关,与人们的生活紧密相连,随着科技的持续进步,电商直播还会演变出多种形式。在人才培养方面,高职院校不能仅仅局限在理论知识的讲解与应用中,而是要结合人才的需求和社会的变化,使人才的技能和素质得到持续更新,才能适应时代、适应社会。在未来,高职院校应进一步深化校企合作,立足于数字经济的宏伟蓝图,孵化更多电商直播人才,为我国经济发展助力。

参考文献

- [1]辛丽如,吴苑莎,杨加.人工智能与跨境电商的碰撞——后疫情时代人工智能在中国跨境电商领域的可行性发展及技工院校跨境电商直播人才培养路径探析[J].职业,2021(24):46-49.
- [2]胡青玲.助力电商直播产业发展的“全链式”职业培训模式探索[J].职业教育(下旬刊),2021,20(12):64-68.
- [3]王鹏.围观、沉浸、欺骗:电商直播的现象分析[J].经济研究导刊,2021(36):98-100.
- [4]黄璐,彭钟琴.乡村振兴战略下农产品电商直播的策略研究[J].智慧农业导刊,2021,1(22):98-101.
- [5]黄丽亦,宗凌志.电商直播产业模式与统计方法初探[J].统计科学与实践,2021(12):54-56.