

年轻就应该用奋斗来证明自己

导语：改革开放初期的“下海”热潮，诞生了一批又一批的创业者、企业家，他们用自己的血汗创造了让人欣羡的财富。许多身在体制内的从业者追随第一波“下海”热潮，在随后二三十年的岁月里，掀起了一层高过一层的创业浪。然而，纵观过去几年的时光，这种创业的激情在年轻人的身上越来越难以找到，与那些努力从体制内挣脱出来，涌入“下海”浪潮的老一辈创业者不同，现今的年轻求职者更乐于追求安逸稳定的“铁饭碗”，纷纷往体制内挤，甚至喊出了“死也要死在体制内”的口号。如果有谁扔掉“铁饭碗”，选择“下海”的话，那他一定会被认为是“丢了西瓜拣芝麻”。然而，就在追求“铁饭碗”的热流中，并不乏真正的勇者，他们逆流而上，执着地去追求真正属于年轻人的职业，他们用自己的行动向世人说明“年轻就应该用奋斗来证明自己”。



耐特康赛网络技术有限公司总经理孟雷

背景篇

孟雷，Netconcepts（耐特康赛网络技术（北京）有限公司）总经理，公司成立伊始便加入耐特康赛团队。Netconcepts（耐特康赛网络技术（北京）有限公司）做为全球领先的 SEO 整合服务提供商，主营业务包括：搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎广告（SEM）、社会化媒体营销（SMO）、在线名誉管理（ORM）、

移动互联网营销、数据分析服务、网络营销培训。CEO 渠成于2008年在北京成立 Netconcepts 中国公司，2012年开设上海分公司，自创立以来为包括艺龙旅行网、泰康人寿、当当网、凡客诚品、乐蜂网、hotelclub 等国内外上百家大中型互联网及传统企业提供服务，被评为“中国最具竞争力十大电子商务服务品牌”称号，并被全球行业权威机构 TopSEOs 评选为“中国最好的 SEO 公司”。

孟雷与其他职业经理人一样，也是终日事务缠身，不但需要面对财务、人力资源等非业务部门的事务，也需要管理公司 KA（大客户部）部门的客户管理、项目执行等各项工作。

成长篇

想要成为一家企业的管理者，必须经过一番职场的历练，世界上没有唾手可得的 success，每一个成功人士的背后，都暗藏着一段汗与泪的历史，倾听历史的回声，可以唤醒人内心深处的共鸣，让人汲取到前人的智慧。正如英国文艺复兴时期的散文家、哲学家培根所言：“读史，使人明智。”

一个人放弃掉一份交通部下属事业单位的工作而加入一家刚刚起步的民营企业，许多人会难以理解，觉得是“丢了西瓜拣芝麻”，而我就是那个难以理解的人。在进入 Netconcepts（耐特康赛）之前，孟雷就职于交通部下属的交通部科学研究院，这是一份虽然工作繁杂却舒服安定的“铁饭碗”。2004年的他，以《交通建设与管理》杂志的一名普通编辑身份进入了交通行业。那是一本交通部主管交科院主办、专业介绍国内外物流交通信息的杂志，包含国内外港口、水运方面的数据信息，以及国内外物流交通行业的发展状况。杂志起初以文摘为主，主要从互联网、交通部内部获取资料、检索信息，然后对资料信息进行编辑整理，以杂志的形式出版发行，业内读者遍布中国大陆及东南亚地区。随着市场的推动以及顺应行业的需要，杂志改为以采访编辑为主，通过采访国内外交通领域的知名专家，了解他们对交通行业的认识与看法，为交通物流行业的管理者、建设者提供知识分享及数据参考。值得称道的是，2006年，孟雷及杂志社的两位同事成立了专案小组，在当时社长的带领下利用2年多的时间收集整理大量材料，编辑出版了水运行业方面的工具书——《中国港口新编》，获得了行业内巨大的反响。此书尚在编纂阶段，便得到了部里的重视，并有幸得到了当时的副部长以及水运司司长的题词。

在交科院的近5年中，孟雷既参与过国内外交通行业（包括公路、水运、物流等方面）的交流，也为交通部科学研究院的行业会议筹备而四处奔波过，还曾深入中西部地区实地采访交通基础设施的建设者。2008年5月12日这个令举国悲恸、世人难忘的日子，本来是他26岁的生日，而那一天他恰好为了宣传成渝高速公路的成果，从重庆赶往成都采访，途中就遭遇了那惊心动魄的24小时……

光鲜的背后并没有带来成就的快感，每个人都有其内心的追求，在别人看来遥不可及的平台却并非是这个局内之人所想要的。“事业单位的工作，给我带来了安逸与踏实，却像一潭死水，没有一丝的涟漪，

缺乏年轻人想要的梦想和应有的激情，每天朝九晚五的日子显得沉闷而乏味。然而何去何从？我能做什么？我能做到至少让自己满意么？在纠结与矛盾中，我思考了1年。”

人生总是充满着偶然，许多事情都是在不经意之中就闯入了你的世界，孟雷加入 Netconcepts（耐特康赛）可以说是一件极为偶然的事。“2008年，公司老板（CEO 渠成）与一位同学从新西兰一起回国创业，这位同学与他的亲戚说希望能招聘一个人，而他的亲戚正是我所在杂志社的社长。有意向转换平台的我，顺理成章地就加入了耐特康赛，成为其中的一员，直到如今。每每说起这件事，我都会感慨缘分的奇妙，也感谢原社长与现在老板的知遇之恩。”



感悟篇

一段故事，成就一段人生，引出一种领悟。每个人，在经历过某一件事情之后，总会在内心深处留下一段感悟，用以指引未来的旅途。由政府部门转到民企，由铁饭碗转到互联网行业，从编辑转到一个完全陌生的职位，4年内由基础的岗位跃升为企业的总经理……不同的经历，所留下的领悟也不尽相同，对孟雷来说最大的领悟的莫过于“无论是在工作中还是在对待其他事情上，人需要一种脚踏实地的态度”。

当一个人新接触一个事物之时，总会有一个懵懂无知的过度期，或短或长，不管你是否承认，它都如物理学上的误差那般客观地存在。最初进入交通部科学研究院时，他也经历了一段懵懂无知的学习期。在那段懵懂的日子里，学会了把心沉下来，虚心地向前辈学习，由基础的编辑助理开始做起，收集行业数据、

编译国外的文献，慢慢地一步步成长为一名编辑，再由编辑升任为责任编辑，这是一个缓慢的成长过程。如果不能耐住性子，忍受一些东西，静心地学习行业知识与技能，要想获得职业的成长，是不可能的。在进入互联网行业后，他也是从最初的行政、客户经理等职位慢慢地做起来，直到现在的总经理一职。一个人在职场中的成长宛如电视剧里的武功修炼，先要把基本功练好，欲速则不达。

如同踏实的态度一样，学会并坚持学习是职业成长所必需的。事物都处于一种永不停息的变化发展之中，虽然有规律可循，但还是需要不断地跟进赶上。“众所周知，IT/互联网行业作为一个新兴的产业，拥有巨大的潜力，同时也是变化发展最快的一个行业，需要人们不断地去学习跟进。作为一个外行人，最初进入网络营销行业时，我几乎什么都不懂，因为对行业知识不熟悉，与客户之间进行沟通时，很难说上话，只是一个传话筒的角色。有一次技术部门让我告诉一个客户如何更改其网站结构，当我把信息如实地传达给客户时，客户突然问为何要如此更改，我却无言以对。从此以后，我就开始反思，思考行业知识，思考如何比客户先一步想到他们会思考到的问题或者他们想不到的问题，以便在面对客户时从容面对，更好地解决客户所提出的疑问。这是一个不断成长的过程，由懵懂到熟练，再由熟练跳转到随机应变、从容面对，需要一个人在一个行业里、在一个岗位上脚踏实地地摸索、学习才可以做到。”

目前在国内还没有大专院校开设搜索引擎优化专业，因此，SEO的从业人员一般是拥有网站开发、网站运营、网站推广等相关经验的从业者，都是在网站开发或网站运营的基础上学习SEO。因为从事SEO的工作需要为客户提供一些针对客户网站产品的意见，而拥有网站运营工作经验的人员有更独到的见解以及对互联网行业敏锐的嗅觉，可以让客户更容易接受所提出的方案。

对于职业的发展，许多人都会讲到EQ和IQ，相对而言，每个人的IQ相差并不太大，因此，EQ相比IQ显得更为重要。一个EQ比较高的人，更加懂得与同事、领导、客户之间的沟通技巧，可以融洽的与人相处、平衡多方的利益、达成一致的目标，使大家朝共同的目标前进。当一个人可以具备如此的素质，他便可以更好的与他人合作，也就是拥有了领导的才能，而领导力往往是企业非常看重的。

专业篇

从一个外行人，逐渐地成长为行业里的一员，对于搜索引擎优化的理解与认识不断加深，随着社会化媒体的发展，搜索引擎的优化方向也出现了新的转变，比如Netconcepts（耐特康赛）率先推出的360°SEO与SEO 3.0S的优化理念。360°SEO是指360度全面SEO优化，即以网站为核心，并延伸拓展到外部资源的整合、数据结构优化、团队优化、用户体验优化、用户参与度优化、流量优化及转化优化。简单而言，就是站在客户的立场上考虑客户的需求，针对搜索引擎的内在要求进行全方位的优化，从客户基础的网站架构、网站内容、网站内外部资源下手，建立符合搜索引擎搜索规律的优化服务。此外，在对网站本身进行

优化的同时，还进行网站流量的转化。客户建立网站不只是为了获得流量，更重要的是把流量转化为真正的价值，即通过网站获得客户。360度全面 SEO 优化在对网站基础内容进行优化的同时，更注重如何把流量转化为客户资源的优化。此外，360度全面 SEO 优化还会对网站的工作人员进行相关知识的普及与技能的培训。因此，可以说，360度全面 SEO 优化是一种从内到外、从基础性到专业性全方位的优化服务。



而 SEO 3.0S 则是指在以上360° SEO 的基础上，考虑到网站社区、微博、微信、移动搜索产品等社会化媒体资源的整合优化。在2010年以前，搜索引擎还并不大考虑社会化媒体如微博、博客等，没有在搜索结果中给这些社会化媒体太多的权重展现，因此，过去的 SEO 优化并不注重这方面的工作。但如今，社会化媒体出现在搜索结果首页的可能性越来越高，社会化媒体的优化自然而然地就成为了搜索引擎优化的一个重要内容。移动端的优化则是另一个搜索营销服务的发展方向，随着手机、平板电脑等移动设备的普及，网站和搜索引擎都不得不直面这部分浏览者的需求，针对他们策划更符合其浏览习惯和设备展现形式的产品。

在进行搜索引擎优化之时，需要分清 SEO、SEM、SMO、ORM 之间的联系，总体而言，SMO 和 ORM 都是针对网站外部的社会化媒体资源进行整合和优化，从而提高客户网站知名度与排名的优化服务。ORM 即在线名誉管理 (Online Reputation Management)，是针对客户线上的展示信息进行优化和管理。通过把与企业品牌、产品相关的正面信息传递给用户，尽量压制负面信息的排名和传播，从而使企业的正面信息得

以全面曝光，提升企业形象。而 SMO (Social Media Optimization) 主要是利用社会化媒体，如微博、微信、人人、开心等社交网络进行优化，包括给客户提出建议、策划活动、帮助客户维护账号等。

与 ORM 和 SMO 不同，如果用比喻来说 SEO 和 SEM 就像是中医与西医。SEO 像中医，见效慢，可以慢慢地调理优化网站，从网站结构到网站内容，此外再由内及外，利用网站的外部资源如网站外链、网站软文对网站进行逐步的调理，提升网站在搜索引擎中的整体竞争性。而 SEM 则像西医，主要是通过搜索引擎投放广告来达到效果，所以见效快，但效果消竭得也快，当广告消失时，相应的流量也跟着消失。对于大型网站或者品牌网站这种预算充足的客户而言，SEM 是比较好的选择。通常情况下，优化效果好的网站需要 SEO、SEM、SMO、ORM 都做，针对各个侧重点一一击破。

SEO 是针对搜索引擎的优化，它未来的发展只会随着搜索引擎的发展而发展，不可能出现 SEO 行业提出一种准则去规定搜索引擎的发展。而搜索引擎的发展则是基于浏览者的浏览需求和浏览习惯在逐步进行着调整，因此，SEO 只有顺势而为才可以为客户带来其所需的流量和良好的转化结果。

欲了解更多《职业的力量》，请登录：<http://zhiye.yl1001.com/>

一个职业成就一个人生，一段人生成就一个人物；一个人的职业人生就是一个行业、一个产业、一个地域、一个国家发展变迁的缩影。聚焦职业本身，以不同个体的成长历程为纽带，从一段故事、一场经历、一次感想中去挖掘、思考职业成长的环境、职业本身的发展，从而给予从事该职业的群体对于人生观、价值观一定的影响和指导，这就是职业的力量。

一览英才网的使命是加速中国的职业化进程，《职业的力量》以专题报道的形式从一个人物出发，以职业的维度——职业内容、职业环境、职业政策等去诠释他（她）在职业发展中的成长、变化、心路历程，引起该职业群体的共鸣与思考，向职业化迈进。

如：一个人从技术员开始做到高工，他的努力奋斗的历程，他对职业本身的认识、态度和追求，以及在这个过程中所属产业（如是通信业或制造业技术）的变化和发展对他的职业的影响，既能引起目前从事技术岗位的所有人的论证与共鸣，也可以让其他人了解这个行业的概况、发展史，更能使人引起对职业化的启迪和激励。

《职业的力量》旨在将社会上的不同职业从各种纬度去诠释、探讨，采用讲述故事的形式，从当事人的角度以亲身经历看待职业本身，通过该职业不同阶段不同的变化来让更多的人了解、认识、思考该职业的内容与意义。

一览英才网的愿景是营造阳光、健康的职业生态圈，希望通过《职业的力量》让职业生态圈中的所有人群以更客观、理性、发展的眼光看待职业本身，营造阳光、健康的职业观和人生观。