

常德职业技术学院

学生专业技能考核标准与题库

电子商务

2021 年 12 月

目 录

常德职业技术学院学生专业技能考核标准

一、专业名称及适用对象.....	2
二、考核目标.....	2
三、考核内容.....	2
(一) 岗位基本技能.....	2
模块一 网络客户服务与管理.....	2
(二) 岗位核心技能.....	4
模块一 网站(店)美工.....	4
模块二 电商平台运营.....	6
(三) 岗位拓展技能.....	7
模块一 企业网络推广.....	8
四、评价标准.....	9
五、抽考方式.....	14

常德职业技术学院学生专业技能考核题库

一、岗位基本技能.....	20
模块一 网络客户服务与管理.....	20
(一) 售前客户服务与管理.....	19
1. 试题编号: J1-1, 售前客户服务与管理.....	20
2. 试题编号: J1-2, 售前客户服务与管理.....	24
3. 试题编号: J1-3, 售前客户服务与管理.....	27
4. 试题编号: J1-4, 售前客户服务与管理.....	30
5. 试题编号: J1-5, 售前客户服务与管理.....	33
6. 试题编号: J1-6, 售前客户服务与管理.....	36
7. 试题编号: J1-7, 售前客户服务与管理.....	40
8. 试题编号: J1-8, 售前客户服务与管理.....	44
9. 试题编号: J1-9, 售前客户服务与管理.....	47
10. 试题编号: J1-10, 售前客户服务与管理.....	51
(二) 售后客户服务与管理.....	54
11. 试题编号: J1-11, 售后客户服务与管理.....	54
12. 试题编号: J1-12, 售后客户服务与管理.....	57
13. 试题编号: J1-13, 售后客户服务与管理.....	60
14. 试题编号: J1-14, 售后客户服务与管理.....	63

15. 试题编号: J1-15, 售后客户服务与管理.....	66
16. 试题编号: J1-16, 售后客户服务与管理.....	69
17. 试题编号: J1-17, 售后客户服务与管理.....	72
18. 试题编号: J1-18, 售后客户服务与管理.....	75
19. 试题编号: J1-19, 售后客户服务与管理.....	78
20. 试题编号: J1-20, 售后客户服务与管理.....	81
二、岗位核心技能.....	84
模块一 网站(店)美工.....	84
(一) 网站页面的编辑美化.....	83
1. 试题编号: H1-1, 网站首页编辑美化.....	84
2. 试题编号: H1-2, 商品详情编辑美化.....	87
3. 试题编号: H1-3, 页面属性编辑美化.....	90
4. 试题编号: H1-4, 导航栏布局与属性设置.....	93
5. 试题编号: H1-5, 创建与编辑表格.....	97
6. 试题编号: H1-6, 设置超级链接属性.....	101
7. 试题编号: H1-7, 创建 CSS 外部样式表.....	104
8. 试题编号: H1-8, 设置导航栏超级链接.....	107
9. 试题编号: H1-9, 网站图片编辑美化.....	110
10. 试题编号: H1-10, 网站图片编辑美化.....	113
(二) 网店美工设计.....	116
11. 试题编号: H1-11, 海报设计与制作.....	116
12. 试题编号: H1-12, 海报设计与制作.....	118
13. 试题编号: H1-13, 海报设计与制作.....	120
14. 试题编号: H1-14, 海报设计与制作.....	122
15. 试题编号: H1-15, 海报设计与制作.....	124
16. 试题编号: H1-16, 网店元素设计与制作.....	126
17. 试题编号: H1-17, 网店元素设计与制作.....	129
18. 试题编号: H1-18, 网店元素设计与制作.....	131
19. 试题编号: H1-19, 网店元素设计与制作.....	133
20. 试题编号: H1-20, 网店元素设计与制作.....	135
21. 试题编号: H1-21, 详情页设计与制作.....	137
22. 试题编号: H1-22, 详情页设计与制作.....	139
23. 试题编号: H1-23, 详情页设计与制作.....	141
24. 试题编号: H1-24, 详情页设计与制作.....	143
25. 试题编号: H1-25, 详情页设计与制作.....	145
模块二 电商平台运营.....	147
(一) B2C/C2C 平台运营.....	146
1. 试题编号: H2-1, B2C/C2C 平台运营.....	147
2. 试题编号: H2-2, B2C/C2C 平台运营.....	153

3. 试题编号: H2-3, B2C/C2C 平台运营.....	159
4. 试题编号: H2-4, B2C/C2C 平台运营.....	164
5. 试题编号: H2-5, B2C/C2C 平台运营.....	169
6. 试题编号: H2-6, B2C/C2C 平台运营.....	175
7. 试题编号: H2-7, B2C/C2C 平台运营.....	180
8. 试题编号: H2-8, B2C/C2C 平台运营.....	185
9. 试题编号: H2-9, B2C/C2C 平台运营.....	191
10. 试题编号: H2-10, B2C/C2C 平台运营.....	196
11. 试题编号: H2-11, B2C/C2C 平台运营.....	200
12. 试题编号: H2-12, B2C/C2C 平台运营.....	205
13. 试题编号: H2-13, B2C/C2C 平台运营.....	209
14. 试题编号: H2-14, B2C/C2C 平台运营.....	215
15. 试题编号: H2-15, B2C/C2C 平台运营.....	219
(二) 电子商务数据分析.....	222
16. 试题编号: H2-16, 电子商务数据分析.....	223
17. 试题编号: H2-17, 电子商务数据分析.....	227
18. 试题编号: H2-18, 电子商务数据分析.....	231
19. 试题编号: H2-19, 电子商务数据分析.....	236
20. 试题编号: H2-20, 电子商务数据分析.....	239
三、岗位拓展技能.....	242
模块一 企业网络推广.....	242
(一) 搜索引擎优化.....	292
1. 试题编号: T1-1, 转化率分析优化.....	242
2. 试题编号: T1-2, 转化率分析优化.....	247
3. 试题编号: T1-3, 浏览量分析优化.....	252
4. 试题编号: T1-4, 浏览量分析优化.....	257
5. 试题编号: T1-5, 转换率分析优化.....	262
6. 试题编号: T1-6, 转换率分析优化.....	267
7. 试题编号: T1-7, 跳出率分析优化.....	272
8. 试题编号: T1-8, 跳出率分析优化.....	277
9. 试题编号: T1-9, 竞争对手分析优化.....	282
10. 试题编号: T1-10, 竞争对手分析优化.....	287
(二) 移动新媒体推广.....	292
11. 试题编号: T1-11, 微博、微信、短视频推广优化.....	292
12. 试题编号: T1-12, 微博、微信、短视频推广优化.....	296
13. 试题编号: T1-13, 微博、微信、短视频推广优化.....	300
14. 试题编号: T1-14, 微信公众号推广优化.....	304
15. 试题编号: T1-15, 微信公众号推广优化.....	309

常德职业技术学院 学生专业技能考核标准

电子商务

2021 年 12 月

常德职业技术学院学生专业技能考核标准

一、专业名称及适用对象

1. 专业名称

电子商务（专业代码：530701）。

2. 适用对象

高职全日制在籍 2021 级学生。

二、考核目标

本专业技能考核，通过设置网络客户服务与管理、网站(店)美工、电商平台运营、企业网络推广等 4 个技能模块，测试学生的网络客服、美工设计、网店运营、网络推广能力以及学生从事电子商务工作的团队协作、执行力强、创新思维、成本控制、质量效益、安全规范等职业素养。引导本专业加强教学基本条件建设，深化课程教学改革，强化实践教学环节，增强学生创新创业能力，促进学生个性化发展，提高专业教学质量，培养适应信息时代发展需要的电子商务高素质技术技能人才。

三、考核内容

（一）岗位基本技能

模块一 网络客户服务与管理

“网络客户服务与管理”是电子商务从业人员的最基本技能，本技能模块包括售前客户服务与管理、售后客户服务与管理 2 个抽考项目。本模块主要考核内容为：分析和提炼企业产品或服务特色及优势，分析目标客户，为企业有效规划客户服务前的准备工作；通过网络沟通客户的需求，引导客户消费；对客户进行客户价值分析、客户分级管理；处理客户异议与投诉，实施客户关怀等。

1. 售前客户服务与管理

（1）技能要求

①能分析竞争对手发展状况，并对自身企业产品或服务的特点进行合理分析，提炼企业产品服务特色及优势，并能识别和描述企业的目标客户群体；

②能根据产品性能或服务特点，行业发展动态，有效规划客户接待前的准备

工作：

③能使用 QQ、旺旺、Email、微信等工具与顾客有效沟通，能根据实际情况选择合适的沟通方式，掌握与客户交流技巧；

④能正确介绍电商平台基本交易流程，平台基本交易规则；

⑤能正确理解客户需求，了解客户的期望，有针对性地推荐企业产品和服务，能将产品特点转化为客户利益；

⑥能对客户价值进行评估，正确测算客户价值，对客户价值进行动态分析；

⑦能掌握重点客户识别的基本方法和技术，并能对客户进行分级管理。

（2）素养要求

①有良好的协调、沟通能力和团队精神；

②有乐观向上的工作热情和良好的服务意识；

③有较强的市场分析能力和客户需求的分析引导能力；

④遵纪守法、认真负责、踏实、有耐心；

⑤有良好文字组织、语言表达、快速打字能力；

⑥立足本职岗位、明确工作目标、较强的执行能力；

⑦能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

2. 售后客户服务与管理

（1）技能要求

①能准确判断客户异议的类型；

②能分析判断异议产生的原因；

③能掌握异议处理的步骤和方法；

④能掌握异议处理的原则，灵活运用异议处理技巧；

⑤能分析客户投诉产生的原因，准确判断客户投诉的类型；

⑥能科学制定处理投诉的基本流程，掌握一般投诉处理方法；

⑦能合理利用投诉处理的基本技巧，来化解异议并维系客户；

⑧能为客户正确介绍基本的法律常识、提供维权帮助；

⑨能定期回访维护新老客户，倾听顾客的建议与意见，及时向公司反馈信息并提供改善方案。

（2）素养要求

- ①有良好的协调、沟通能力和团队精神；
- ②有乐观向上工作热情和良好的服务意识；
- ③有较强的市场分析能力和客户关系维护能力；
- ④遵纪守法、认真负责、踏实、有耐心；
- ⑤有良好文字组织、语言表达、快速打字能力；
- ⑥立足本职岗位、明确工作目标、较强的执行能力；
- ⑦能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

（二）岗位核心技能

模块一 网站（店）美工

本技能模块包括网站页面的编辑美化、网店美工设计 2 个抽考项目。其中的“网站页面的编辑美化”以完成企业的网站内容编辑为背景，主要运用图像处理工具、网页编辑工具，完成企业网站所需图片的修饰美化、网站页面的排版布局、网站页面内容的编辑、页面元素基本动态设计等。“网店美工设计”是以视觉营销为目标，完成企业的店铺设计，主要运用图像处理工具、网页编辑工具，完成店铺的 Logo 设计、Banner 设计、高点击主图设计、促销海报设计、商品详情页设计以及店铺的整体风格设计（功能区设计、排版布局、色彩搭配等）。

1. 网站页面的编辑美化

（1）技能要求

- ①能正确识别和选用网站图像的基本格式，并能进行格式转换；
- ②能根据网页图像大小以及图像像素要求对图像进行处理；
- ③能够处理修饰网站图片，包括网站图片方向调整、明暗度调整、颜色调整；
- ④能够在图像中设置相应的文字效果、水印处理、边框等；
- ⑤能够设置网页基本属性以及 Keyword 关键字、description 标签等；
- ⑥能够用表格、层、框架、表单、CSS+div 来进行网页内容布局设置；
- ⑦能够在网页中正确使用文字、表格、图像、多媒体、页面链接等元素；
- ⑧能够对页面元素进行基本的动态设计，包括页面中滚动文字设计、浮动图片效果、鼠标经过图像设计等；

⑨能够利用 CSS 进行网页内容的美化。

(2) 素养要求

①有良好的协调、沟通能力和团队精神；

②在进行页面内容美化过程中能注重内容的合法性、规范性；

③具有细致的工作作风；

④具有一定的视觉审美能力、创新设计理念；

⑤有高度的敬业精神及工作激情，工作态度积极乐观；

⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

2. 网店美工设计

(1) 技能要求

①能进行店铺的 Logo 设计与制作；

②能根据店铺经营产品和经营理念、风格等进行店铺的 Banner 设计与制作；

③能制作店铺商品的高点击主图；

④能根据商品的促销活动以及商品的卖点制作促销海报；

⑤能根据不同类目商品特点制作商品详情页描述；

⑥能够根据店铺经营商品、目标用户、经营理念等进行店铺的整体风格设计，店铺的整体装修（功能区设计、排版布局、色彩搭配等）。

(2) 素养要求

①有良好的协调、沟通能力和团队精神；

②在进行商品主图设计、促销广告制作、商品详情页设计过程中能注重内容的合法性（不能盗图、发布违法违规信息等）、规范性；

③具有细致的工作作风；

④具有一定的视觉审美、视觉营销能力、创新设计理念；

⑤有高度的敬业精神及工作激情，工作态度积极乐观；

⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

模块二 电商平台运营

本技能模块包括 B2C/C2C 平台运营和电子商务数据分析 2 个抽考项目。其中 B2C/C2C 平台运营考核内容为以企业运营项目为背景，主要运用平台工具，完成平台运营中的市场选品、商品定价、商品推广、店铺引流、店铺推广，以达到项目盈利最大化为目的。基本涵盖了运营岗位所需求的平台操作、数据统计、分析决策等技能。电子商务数据分析考核内容以企业运营数据为素材，主要运用 Excel 工具，完成竞店、竞品分析，以及通过分析销售数据判断关键词运营效果优劣，以达到从数据科学的角度为企业运营提供科学的优化建议。

1. B2C/C2C 平台运营

(1) 技能要求

①能对店铺商品进行全方位价格规划，并能对比分析平台竞争对手的价格，采用合适的定价方法；

②熟悉 B2C/C2C 平台运营推广常用规则，能灵活使用直通车、淘宝客、钻石展位等推广运营工具；

③能掌握电商平台站内论坛的内容建设、互动和推广方法，会软文帖子的构思、编写、发布、论坛推广等；

④能够分析店铺的流量结构，统计计算 PV、点击量、点击率等指标，能根据店铺的实际情况，采用合适的方法引流；

⑤能够对店铺客单价进行分析，运用合适的营销策略提升客单价；

⑥能对店铺或店铺商品实施 SEO 优化，如：进行关键字选择，宝贝标题制作与优化，宝贝上下架时间分析与优化等；

⑦能够全面深入认识店铺的 DSR 动态评分，及时分析店铺 DSR 动态评分走势，并采用合适方法提升 DSR 动态评分；

⑧熟悉阿里巴巴平台的相关内容，掌握阿里巴巴诚信通服务获取的条件、注册的流程以及其他具体的功能；

⑨掌握阿里巴巴平台的产品信息发布与广告投放，会根据产品的属性和特点选择合适的地域灵活投放广告。

(2) 素养要求

①具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识；

②热爱互联网电子商务行业，有较强的团队精神和工作激情，善于沟通，踏实肯干；

③具备良好的策划推广能力和项目执行能力；

④心思细腻，能换位思考，对数字敏感，具有较强的数据分析能力；

⑤推广活动的实施能遵循中国互联网管理条例，注重活动合法性、规范性；

⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

2. 电子商务数据分析

（1）技能要求

①能正确使用关键词识别竞品，能正确进行竞品信息采集和竞品信息分析；

②能准确识别标题的核心词、类目词、品牌词、长尾词，并能对数据进行筛选、清洗、排序；

③能熟练利用 Excel 工具绘制收藏量走势图、销售量走势图；

④能熟练掌握点击率、转化率、投入产出比等各项分析指标的计算及其含义，并利用 Excel 正确绘制指标折线走势图；

⑤能熟练掌握客单价的计算方法，并能利用 Excel 工具正确绘制客单价折线走势图；

⑥能根据数据分析结果，运用数据分析思维，为企业运营提供合理化建议。

（2）素养要求

①具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识；

②热爱互联网电子商务行业，有较强的团队精神和工作激情，善于沟通，脚踏实地，有意识地培养扎实的数据分析思维；

③具备良好的数据采集能力；

④心思细腻，能换位思考，对数字敏感，具有较强的数据分析能力；

⑤具备站位高、思维远的超前思维，大局观和全局意识强烈，从公司集体角度出发分析解决问题；

⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

（三）岗位拓展技能

模块一 企业网络推广

本技能模块包括搜索引擎优化和新媒体推广 2 个抽考项目。本模块主要用于考核学生根据企业电子商务的需要、推广目标的特点，利用常用推广平台、推广工具为其进行推广方案制定、推广活动实施、数据统计分析、推广效果评估与优化等技能。

1. 搜索引擎优化

(1) 技能要求

①能熟练地把目标推广网站提交给常见搜索引擎，并能检查搜索引擎是否将公司网站搜录成功；

②能使用站长工具等统计工具对目标网站进行搜索引擎收录基本情况的调查；

③能熟练使用搜索引擎优化（SEO）的主要方法，对公司现有网站提出搜索引擎优化诊断方案；

④能熟练通过 Google 网站管理员工具和百度推广助手来了解潜在用户的搜索习惯；

⑤能根据公司的宗旨、市场定位、产品的卖点、用户的搜索习惯正确设计、选择网站（网页）的标题、关键词、描述等；

⑥能利用搜索引擎技巧（高级搜索、布尔操作符等）快速找到所要的资源，分析竞争对手网站优化和推广情况；

⑦了解搜索引擎分类目录、外部链接和内部链接、关键词链接、交换链接等方法，要求掌握各种链接策略的实现方法；能选择、整合合适的网络媒体和形式来开展网站推广；

⑧了解搜索引擎相关收费推广项目（如关键词竞价、关键词广告等）的基本规则和基本方法，要求能够为竞价推广实施制定计划、设定预算、选择关键词、撰写创意等；

⑨能使用搜索引擎的统计工具（如百度统计、google 统计）对推广情况进行数据统计、效果分析，并提出优化措施，以提高网站的转换率和网络推广效果。

(2) 素养要求

①具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识；

- ②遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度；
- ③立足本职岗位、明确工作目标、具备良好的策划推广能力和项目执行能力；
- ④推广活动的实施能遵循中国互联网管理条例，注重活动合法性、规范性；
- ⑤心思细腻，能换位思考，对数字敏感，具有较强数据分析能力；
- ⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

2. 新媒体推广

（1）技能要求

- ①能够熟悉微信、微博等移动新媒体推广平台的基本规则和操作流程，熟悉工具的传播规律；
- ②能负责企业社会化媒体官方账号运营，日常内容编辑、发布、维护、管理、互动，提高影响力和关注度；
- ③利用微信平台推广公司的品牌、产品和活动；
- ④负责微信运营策略、活动、话题的制定及执行；
- ⑤开展微博互动活动，带动粉丝数量增长，维护推广公司品牌；
- ⑥跟踪微信推广效果，分析数据并及时反馈，提升公司官方公众平台的影响力与活跃度；
- ⑦能够分析抖音等短视频平台账号的运营情况，进行短视频营销策划；
- ⑧推进微信、微博潜在客户的开发和维护。

（2）素养要求

- ①具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识；
- ②遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度；
- ③立足本职岗位、明确工作目标、具备良好的策划推广能力和项目执行能力；
- ④推广活动的实施能遵循中国互联网管理条例，注重活动合法性、规范性；
- ⑤心思细腻，能换位思考，对数字敏感，具有较强数据分析能力；
- ⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

四、评价标准

- 1. 评价方式：本专业技能考核采取过程考核与结果考核相结合，技能考核与

职业素养考核相结合。根据考生考试过程操作的规范性、工作任务完成质量、提交文档质量等因素评价最终成绩。

2. 分值分配：本专业技能考核各模块试题均实行 100 分制，其中专业技能占 95 分，职业素养占 5 分。最终成绩 60 分以上为合格，85 分以上为优秀。

3. 技能评价要点：重点考核学生对该项目所必须掌握的技能和要求。各模块和项目的技能评价要点内容如表 1 所示：

表 1 电子商务专业技能考核评价要点

序号	类型	模块	项目	评价要点
1	岗位基本技能	网络客户服务与管理	售前客户服务与管理	<p>①分析和提炼企业产品及服务特色正确,能根据字数要求进行很好概括和描述;</p> <p>②根据企业产品性能或服务特点,有效规划客户接待前的准备工作,思路清晰,准备工作正确完整;</p> <p>③在使用旺旺等工具与顾客沟通交流时,能够灵活应用售前营销过程的七步骤:招呼、询问、推荐、议价、核实、道别、跟进,能阐述明确、切中要害、语言合适;</p> <p>④给客户介绍平台交易流程、交易规则时做到正确、熟练、言简意赅;</p> <p>⑤在与客户交流时,做到及时准确理解客户需求和期望,针对客户的期望合理推荐产品和服务,将产品特点与客户利益相结合;</p> <p>⑥客户价值计算正确,针对计算的结果的分析,观点明确、表述清楚、分析深刻;</p> <p>⑦通过数据分析,按照 ABC 客户分类法对客户进行的分类正确,对客户分类管理的意义及管理措施分析正确、全面;</p> <p>⑧项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程,提交的文档工整、美观,沟通模拟中的用语礼貌、注意措词,体现了售前客服人员的职业素养。</p>
			售后客户服务与管理	<p>①分析和判断客户异议的类型正确;</p> <p>②分析判断客户异议产生原因思路清晰、正确、文笔通顺、符合字数要求;</p> <p>③客户异议处理的步骤详尽、话术合理,有技巧、针对性强、恰当的异议处理建议,整个过程礼节性强;</p> <p>④分析客户投诉产生的原因正确,客户投诉的类型归属正确;</p> <p>⑤处理客户投诉的基本流程正确,方法采用恰当;</p> <p>⑥处理客户投诉过程采用的话语恰当,可以化解异议并维系了客户;</p>

			<p>理</p> <p>⑦为客户介绍的基本法律常识、提供的维权帮助内容正确，思路清晰；</p> <p>⑧采用电子邮件等方式进行的客户回访，格式正确、内容涵盖了试题情境中要求内容、语言通顺、礼节性强，同时能结合客户的实际情况实时推介了新的产品和服务；</p> <p>⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，沟通模拟中的用语礼貌、注意措词，体现了售后客服人员的职业素养。</p>
2	岗位核心技能	网站或网店美工	<p>网站页面的编辑美化</p> <p>①网页面中的图像格式转换正确，选用的格式正确；</p> <p>②网页面中图像大小设置正确，图像文件字节数达到要求；</p> <p>③对网页面中的图像按照要求进行了修饰处理，达到预计效果：图片角度调整正确、图片瑕疵修复、明暗度调整、颜色调整正确；</p> <p>④对网页面中的图像按照要求进行基本的合成处理，如添加文字、水印处理、边框制作等，内容准确、设计美观；</p> <p>⑤网页基本属性以及 Keyword、description 等设置正确；</p> <p>⑥根据页面功能和内容要求灵活选用表格、框架、层、表单等进行了布局，布局合理、美观；</p> <p>⑦网页中文字、表格、图像、页面链接等元素添加、修饰正确、美观；</p> <p>⑧页面中元素的动态设计，如滚动文字设计、鼠标经过图像设计，设计正确、美观；</p> <p>⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的网页文档命名和内容符合试题要求，文档文件夹中去除了不相关的、无用的文档，整个页面编辑美化体现了网站美工人员的细致、规范、追求美的职业素养。</p> <p>网店美工设计</p> <p>①店铺 Logo 尺寸、格式符合要求，Logo 设计有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型；</p> <p>②店铺的 Banner 尺寸、格式符合要求，Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销导向；</p> <p>③Banner 中添加了店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语，且设计美观；</p> <p>④商品主图的尺寸、格式符合要求，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行了调整，调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力；</p> <p>⑤在商品的主图中加入了合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点；</p>

			<p>⑥店铺的客服区、收藏区、分类图标设计合理、醒目、美观、有吸引力；</p> <p>⑦海报的尺寸、格式符合要求，海报内容中有产品的展示、宣传文案、图标元素、引导按钮等，海报设计紧扣活动主题，设计美观，主题突出，有视觉冲击力；</p> <p>⑧详情页的尺寸、格式符合要求，详情页版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全，整体设计简洁直观、美观大方、极好地方便客户了解产品的质量和功能细节；</p> <p>⑨店铺的整体装修中功能区划分设计合理，排版布局美观、色彩搭配合适，突出了店铺的经营商品、目标用户、经营理念；</p> <p>⑩项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的图片文档命名和格式符合试题要求，文档文件夹中去除了不相关的文档，PSD 文件中各图层有规范的命名和分组，体现了网店美工人员的细致、规范、追求美的职业素养。</p>
		<p>B 2 B / B 2 C 平台运营</p>	<p>①直通车、淘宝客等推广运营工具理解正确、相关规则回答正确；</p> <p>②编写的软文很好地把握推广信息传递给潜在消费者，让潜在客户了解产品的特点和卖点，软文紧扣推广目标，能吸引网民，结构严谨、文笔通顺，软文发布的平台与版块，选择合适，与产品特点吻合；</p> <p>③利用阿里指数、生意参谋等数据平台分析市场趋势、价格定位等操作正确，趋势分析正确，定价方法选用合适，定价计算正确；</p> <p>④商品关键字的选择操作正确，选择合理，制作的宝贝标题符合商品标题一般制作要求，优化思路清晰，宝贝上下架时间分析正确，选用的上架安排时点和思路正确；</p> <p>⑤PV、点击量、点击率等流量指标计算正确，流量结构、影响因素分析正确，根据店铺实际选用的引流方法合适、具备可操作性；</p> <p>⑥店铺客单价计算正确，根据店铺实际提升客单价的策略运用正确、条理清晰、具备可操作性；</p> <p>⑦DSR 动态评分含义回答正确，动态评分影响因素分析正确、全面，选用的提升 DSR 动态评分方法正确、合理；</p> <p>⑧项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，其中的操作过程、数据分析、制定方法、优化措施，体现了电商运营人员项目策划、项目执行、数据敏感度等职业素养。</p>
		<p>电子商务</p>	<p>①能正确使用关键词识别竞品，能正确进行竞品信息采集和竞品信息分析；</p> <p>②能准确识别标题的核心词、类目词、品牌词、长尾词，并能</p>

		数据分析	<p>对数据进行筛选、清洗、排序；</p> <p>③能熟练利用 Excel 工具绘制收藏量走势图、销售量走势图；</p> <p>④能熟练掌握点击率、转化率、投入产出比等各项分析指标的计算及其含义，并利用 Excel 正确绘制指标折线走势图；</p> <p>⑤能熟练掌握客单价的计算方法，并能利用 Excel 工具正确绘制客单价折线走势图；</p> <p>⑥能根据数据分析结果，运用数据分析思维，为企业运营提供合理化建议。</p>
3	岗位拓展技能	企业网络推广	<p>搜索引擎推广</p> <p>①常用的搜索引擎入口地址回答正确，将推广目标网站提交给某搜索引擎的操作正确，检查搜索引擎是否收录公司网站的操作正确；</p> <p>②使用站长工具等统计工具对目标网站进行搜索引擎收录基本情况调查的操作过程正确，提交的截图和数据清晰、正确；</p> <p>③对公司网站的 Title、Keyword、Description、关键词密度的查询正确，根据查询结果进行的诊断正确，优化思路清晰、正确；</p> <p>④根据公司的宗旨、市场定位、产品卖点、用户搜索习惯设计的标题、关键词、描述等正确、有创意、可执行；</p> <p>⑤通过 Google 网站管理员工具和百度推广助手分析的潜在用户搜索习惯，分析正确；</p> <p>⑥在搜索引擎使用过程中能够使用高级搜索、布尔操作符等搜索技巧快速找到资源，分析竞争对手情况，搜索技巧使用正确，搜索的结果符合要求；</p> <p>⑦搜索引擎关键词竞价、关键词广告等基本规则和基本方法回答正确，创意内容设计主题鲜明、简明扼要、新颖吸引人、契合网络文化与 SEO，字数和格式都达到相关要求；</p> <p>⑧针对搜索引擎的点击率、转换率等数据指标的涵义回答正确，数值计算正确，数据分析正确，改进建议和优化措施具体、正确、有可操作性；</p> <p>⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，操作过程规范、提交的文档工整、美观。</p>
		移动新媒体推广	<p>①微信、微博等移动新媒体推广平台的特点、传播的规律，平台的基本规则、操作流程等相关问题回答正确；</p> <p>②为企业在移动平台规划和设计的账号类型正确、合理，账号的名称简单、好记、与公司密切相关、有创意；</p> <p>③移动平台中的栏目内容设计符合网站特点和需求，便于粉丝阅读和选择，用户体验好；</p>

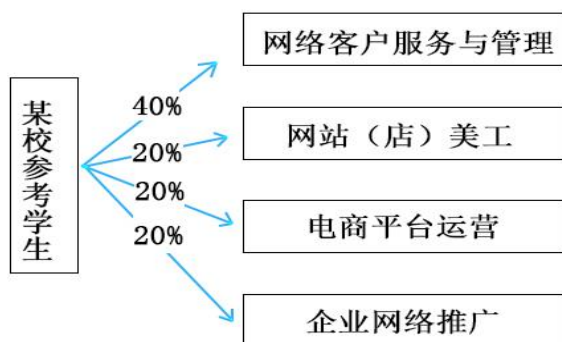
		广	<p>④策划和发布的活动内容、话题制定有新意，能引起粉丝兴趣，内容结构严谨、文笔通顺、图文并茂、构思新颖，能吸引网民，获得高黏度的粉丝群；</p> <p>⑤规划开展的互动活动，方法可行性强，条理清晰，推送时间把握准确，且符合网站用户对象；</p> <p>⑥对平台推广中产生相关的粉丝数据统计正确，对粉丝类型、粉丝群体性质以及其具体分布情况，分析正确，提出的相关优化改进建议合理正确；</p> <p>⑦项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，操作过程规范、提交的文档工整、美观。</p>
--	--	---	--

五、抽考方式

本专业技能考核为现场操作考核，成绩评定采用过程考核与结果考核相结合。具体方式如下：

1. 学校参考模块选取：常德职业技术学院电子商务专业技能抽考以岗位基本技能模块、岗位核心技能模块、岗位拓展技能模块为参考模块，采用（1+2+1）模块选考方式，即 1 个岗位基本技能模块（网络客户服务与管理）、2 个岗位核心技能模块（网站网店美工、电商平台运营）和 1 个岗位拓展技能模块（企业网络推广）。

2. 学生参考模块确定：参考学生按规定比例随机抽取考试模块，其中，40% 考生参考岗位基本技能模块中的“网络客户服务与管理”模块，20% 考生参考岗位核心技能模块中的“网站（店）美工”模块，20% 考生参考岗位核心技能模块中的“电商平台运营”模块，20% 考生参考岗位拓展技能模块中的“企业网络推广”模块。各模块考生人数按四舍五入计算，剩余的尾数考生随机在核心技能模块中的抽取应试模块。具体如图所示。



3. 试题抽取方式：学生在相应模块题库中随机抽取 1 道试题考核。

六、附录

1. 相关法律法规

(1) 《互联网信息服务管理办法》（国务院令 292 号）

摘录：第十五条 互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有下列内容的信息：（一）反对宪法所确定的基本原则的；（二）危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；（三）损害国家荣誉和利益的；……

(2) 《商务部关于促进电子商务应用的实施意见》商电函[2013]911 号

摘录：重点任务：（一）引导网络零售健康快速发展。

引导网络零售企业优化供应链管理、提升客户消费体验，支持网络零售服务平台进一步拓展覆盖范围、创新服务模式；支持百货商场、连锁企业、专业市场等传统流通企业依托线下资源优势开展电子商务，实现线上线下资源互补和应用协同；组织网络零售企业及传统流通企业开展以促进网络消费为目的的各类网络购物推介活动。

2. 相关规范与标准

本专业标准主要依据的电子商务行业相关规范与标准如表 2 所示。

表 2 引用技术标准和规范

序号	中文标准名称	引用标准来源或链接网址
1	国家电子商务师 职业资格标准	国家职业资格电子商务师新版教材(2014 年版)
2	淘宝/天猫平台规则	https://rule.taobao.com/index.htm?spm=a21bo.50862.201865-nav.2.jENjB6

3	阿里巴巴平台规则	https://rule.1688.com/?spm=a260k.635.1998256244.4.nJfuRS&tracelog=aliguize_s_y
4	百度推广规范标准	http://e.baidu.com/

2021级 电子商务 专业技能抽考标准制定参与人员

人员类别	姓 名	备 注
教学副主任	徐曼	副教授
专业教师	魏章友	副教授（专业带头人）
专业教师	路阳	讲师（教研室主任）
专业教师	罗曼妮	副教授
专业教师	赵梅芳	副教授

专业教师	黄杰	讲师
专业教师	陈卓菁	讲师
专业教师	杨桃	讲师
专业教师	蒋大成	助教
专业教师	王红	助教
专业教师	侯斌	助教

常德职业技术学院

学生专业技能考核题库

电子商务

2021 年 12 月

常德职业技术学院电子商务专业学生专业技能考核题库

常德职业技术学院电子商务专业
学生专业技能考核题库

题库的结构和内容主要围绕电子商务产业发展和岗位要求、工作标准，本专业人才培养目标的要求和课程标准及网络客户服务与管理、网站（店）美工、电商平台运营和企业网络推广等实际工作情况及就业岗位群角度，以能力为本位，就业为导向，岗位角色为重点，突出综合素养的技能培养；注重内容的实用性、科学性、发展性、可操作性、规范性进行构建，内容选择符合职业院校教学实际，并遵循职业教育和学生的认知规律。在考核标准制定上做到合理量化和便于考核，并符合专业实习实训的基本条件，在考核方法上比较灵活，便于抽查组织实施，具有较强的可操作性。技能考核内容主要包括岗位基本技能、岗位核心技能和岗位拓展技能三个部分。其中岗位基本技能设置：网络客户服务与管理 1 个模块；岗位核心技能设置：网站（店）美工、电商平台运营 2 个模块；岗位拓展技能设置：企业网络推广 1 个模块。现试题库编写有：网络客户服务与管理试题 20 套，网站（店）美工试题 25 套，电商平台运营试题 20 套，企业网络推广试题 15 套，试题总量为 80 套。要求学生能按照行业的操作规范与要求独立完成，并体现良好的职业精神与职业素养。

一、岗位基本技能

模块一 网络客户服务与管理

(一) 网络售前客户服务与管理

1. 试题编号：J1-1，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

28 年来，苏泊尔始终坚持初心，用“品质”赢得信赖，用“创新”满足期待，通过源源不断的智巧产品，成为老百姓最为信赖的伙伴。今天的苏泊尔，已走出厨房，成为涵盖明火炊具、厨房小家电、环境家居电器、厨卫大家电、厨房工具、水杯等领域的综合性家居品牌。同时，苏泊尔在中国市场通过运营 WMF、拉歌蒂尼、KRUPS 等品牌，涉足高端市场。2018 年，启用张钧甯作为全新品牌代言人。苏泊尔在成为最受欢迎的大众家居用品品牌的道路上，不断前行。

(2) 测试任务

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

请访问天猫商城苏泊尔官方旗舰店 (<https://supor.tmall.com>)，分析该店铺产品服务特色与优势(字数 200 字左右)，填入表 1。

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述:

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据苏泊尔官方旗舰店的相关信息，分析苏泊尔官方旗舰店的目标客户有哪些？请模拟售前客户服务人员？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取其成为苏泊尔官方旗舰店的会员。试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？

答:

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

答:

3) 客户终生价值计算

假定一个客户在苏泊尔官方旗舰店每星期有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 400 元，以平均客户生命周期 10 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对苏泊尔官方旗舰店提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 70%转化率，或增加了苏泊尔官方旗舰店的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。填入表 3。

表3 客户终生价值

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

4) 客户分级管理

下面是一组用户到苏泊尔官方旗舰店消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85% 左右为分割点）将客户分成 ABC 类。

表4 苏泊尔官方旗舰店消费的基本数据

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	1000	3.9%
客户 2	3000	11.7%
客户 3	2700	10.5%
客户 4	500	1.9%
客户 5	700	2.7%
客户 6	6000	23.3%
客户 7	7000	27.2%
客户 8	2500	9.7%
客户 9	1300	5.1%
客户 10	1000	3.9%

分析上表数据，回答下表中提出的问题。

表5 客户分级管理

A类客户有:	
B类客户有:	
C类客户有:	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:	

(3) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-1)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-1)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	16-20分		
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确。	28-30分		
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分		
	客户价值计算	20分	计算公式,价值大小计算正确,共12分。			
			是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。 按0/3/5/8分评分。			
	客户分类管理	25分	客户类别判定准确每空3分共9分,客户分级管理的意义8分,高效的管理措施8分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。			
合计			100分			

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：J1-2，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

马蜂窝旅游网是中国领先的旅行玩乐平台，由陈罡和吕刚创立于2006年，从2010年正式开始公司化运营，十年来在旅游UGC内容领域累积了大量的旅游内容。马蜂窝旅游网是广受中国年轻一代追捧的旅行网站，被誉为中国的旅行圣经。得益于“内容+交易”的核心优势，马蜂窝将复杂的旅游决策、预订和体验，变得简单、高效和便捷。马蜂窝是旅游社交网站，是数据趋动平台，也是新型旅游电商，提供全球6万个旅游目的地的交通、酒店、景点、餐饮、购物、当地玩乐等信息内容和产品预订服务。

从一开始，马蜂窝就希望把最美好的留给用户。在马蜂窝网站的首页，最显著的位置永远不是广告，而是用户上传的精美图片、游记。马蜂窝通过把社区氛围、旅行文化、产品功能、社交互动、旅游决策和交易等各种用户体验系统性地融合，获得了稳定的用户流量。

为了激发用户的分享，马蜂窝推出了系列措施：进行个性化的界面创新，优化用户阅读攻略、撰写游记和行程的体验；通过旅游点评、旅游问答，马蜂窝以“所有人帮助所有人”的方式解决用户的疑问并提供决策参考；通过等级制度、虚拟货币（蜂蜜）、分舵、同城活动以及晾晒旅游资产般的“足迹”等，马蜂窝激励用户分享和互动。

马蜂窝现有的用户基本都是靠口碑宣传获得。人们在社交媒体上看到了马蜂窝的旅游内容，觉得很独特，通过人人网、微博、微信等各种社交平台口口相传。正是这种物以类聚的自然法则式用户发展，马蜂窝积累了1亿用户。马蜂窝多年来沉淀出的独特气质和文化氛围，也为其每年吸引来银行、汽车、航空公司等大量的品牌广告投放。

(2) 测试任务

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录马蜂窝 <http://www.mafengwo.cn/> 请用200个字左右来描述此网站的特色与优势（建议从平台的模式分析、平台所能提供的服务、还有赢利模式进行分析），填入表1。

表1 客服前的准备

服务特色与优势概述：

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析浏览马蜂窝的目标客户有哪些？选取某一类客户进行模拟售前营销？试着用文字表述出来。填入下表2。

表2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？

答：

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通7步法）

答：

3)根据公司的特色与优势,有效进行邮件营销来进行网站推广,写出邮件的标题及内容,(要求 300 字左右)。填入表 3。

表 3 邮件的标题及内容

邮件标题:	
邮件内容:	

4) 客户价值计算

假定一个客户在马蜂窝每个季度有交易记录 1 次,平均每次交易发生额 2000 元,以平均客户生命周期 10 年为基准来计算客户价值的大小(以交易额来计算)。如果该客户对马蜂窝提供的服务满意,那他可能将自己的满意告诉另外 15 人;如果不满意,则可能将其抱怨告诉另外 20 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 70%,抱怨的人的转换率为 80%转化率,或增加了马蜂窝的忠实客户,或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表,并进行必要的分析。

表 4 客户终生价值

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-2)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-2)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作规范。按 0/3/5 分标准评分。			
职业技能 (95分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	16-20分		
			结构严谨、文笔通顺, 符合字数要求, 内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
			结构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确, 列举了三至五个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进) 阐述明确。	28-30分		
			目标客户明确, 列举了三至五个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分		
	邮件营销	27分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把网站特色与优势概括出来	16-27分		
			结构严谨、文笔通顺, 符合字数要求, 内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15分		
			文构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户价值计算	18分	计算公式, 价值大小计算正确, 共 18 分。			
			是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性, 是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。 按 0/3/5/7 分评分。			
	合计			100分		

试题评阅人签名 _____

3. 试题编号：J1-3，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

全药通平台为中药材、医药工业、商业、终端（药店、诊所等医疗机构）提供一站式采销服务，打通订单流、资金流、物流、票据流、物权流，提高产业链效率，服务企业，最终惠及民众。基于现有 1/3 行业客户和 10 万名医药专业服务人员的独特强大资源，平台将逐步构建集成“交易+物流云仓+数据+金融”为一体，中国最有价值的第三方 SF2B2B 大健康平台。公司也自主研发并运营国内第一个医药电子首营云平台。基于国家法律、法规要求，采用数据电文和电子印章，将传统医药企业之间多次、重复复印传递的纸质首营资料电子化，实现一处上传、全网共享、相互校验，并与全药通平台无缝链接，大幅度提高企业间的交易效率、降低交易成本。

(2) 测试任务

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录全药通网站：<https://www.quanyaotong.com/>，请用三句话（200 字左右）来描述此网站的特色与优势（建议从平台的模式分析、平台所能提供的服务，还有盈利模式进行分析），填入表 1。

表 1 客服前的准备

网站特色与优势概述：

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

确定网站的目标客户有哪些？选取某一类客户进行模拟售前营销？试着用文字表述出来。填入表 2。

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？

答：

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

答：

3) 根据公司的特色与优势，有效进行邮件营销来进行网店推广，写出邮件的标题及内容（要求 300 字左右）。填入表 3。

表 3 邮件的标题及内容

邮件标题：	
邮件内容：	

4) 客户价值计算

假定一个客户在全药通每个月有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 1000 元，以平均客户生命周期 10 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对全药通提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外的 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转化率为 60%，抱怨的人的转化率为 90% 转化率，或增加了全药通的忠实客户，或失去相应数量

的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。

表4 客户价值计算

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

(3) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-3)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-3)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作规范。按 0/3/5 分标准评分。			
职业技能 (95分)	客服前的准备	15分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	11-15分		
			结构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出服务的特色。	8-10分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出服务的特色。	4-7分		
			文不对题。	0-3分		
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确, 列举了三至五个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进) 阐述明确。	28-30分		
			目标客户明确, 列举了三至五个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分		
	邮件营销	26分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把网站特色与优势概括出来	16-26分		
			结构严谨、文笔通顺, 符合字数要求, 内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15分		
			文构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分		
文不对题。			0-2分			
客户价值计算	24分	计算公式, 价值大小计算正确, 每空 4 分, 共 24 分。				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：J1-4，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

淘宝商城九阳旗舰店 (<http://joyoungtp.tmall.com/>) 是杭州九阳生活电器有限公司授权泰璞(上海)电子商务有限公司在淘宝网开设的九阳生活电器的 B2C 交易平台。

(2) 测试任务

1) 客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

打开九阳旗舰店站点 (<http://joyoungtp.tmall.com/>)，请用 100 字以内的文字描述九阳旗舰店，要求包括主要经营范围、产品特点、适合人群、经营思想。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述：

2) 沟通客户需求 (客户沟通技巧)

分析九阳官方旗舰店的目标客户有哪些？请模拟售前客户服务人员，就九阳官方旗舰店的 JYK-12F01C1 开水煲/电热水壶 1.2L (<http://detail.tmall.com/item.htm?id=14909420465>) 对目标客户区中不同类型的客户分别进行具有各自特点，满足不同需求的产品介绍。(自行在单元格中添加横线，以便区分)。将模拟情况填入下表 2。

表 2 沟通客户需求

客户类型	产品介绍

3) 客户价值计算

假定一个客户在九阳官方旗舰店每星期有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 400 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小 (以交易额来计算)。如果该客户对九阳官方旗舰店提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 90% 转化率，或增加了九阳官方旗舰店的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。将内容填入表 3。

表 3 客户价值计算分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

4) 客户分类管理

下面是一组用户到九阳官方旗舰店消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 65%、85%左右为分割点）将客户分成 ABC 类。

表 4 九阳官方旗舰店消费的基本数据

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	6000	6%
客户 2	53000	53%
客户 3	2000	2%
客户 4	500	0.5%
客户 5	700	0.5%
客户 6	16000	16%
客户 7	17000	17%
客户 8	2500	2.5%
客户 9	1300	1.3%
客户 10	1000	1%

分析上表数据，完成下表 5 内容填写。

表 5 客户分类管理

A 类客户有:	
B 类客户有:	
C 类客户有:	

通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：

(3) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-4)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-4)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客服前的准备	20分	产品或服务的主要性能和特点7分,其中基本特点3分,分析依据4分。要求回答准确、言简意赅,按照回答的准确度,要点数进行评分。			
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。			
			产品或服务的主要特色及优势7分,其中基本特点3分,分析依据4分。要求回答准确、言简意赅,按照回答的准确度,要点数进行评分。			
			主要竞争对手的优劣势分析6分,其中基本特点3分,分析依据3分。要求回答准确、言简意赅,按照回答的准确度,要点数进行评分。			
	沟通客户需求	30分	目标客户明确,列举了至少三个典型客户群6分,少一个扣2分。要求回答准确、言简意赅,按照回答的准确度,要点数进行评分。			
			客户需求和期望值的预设和分析24分,每空3分。要求回答准确、言简意赅,按照回答的准确度,要点数进行评分。			
	客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。			
			分析结论:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等,按0/3/5/7分评分。			
客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣1分,直至0分。				
		客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
合计			100分			

试题评阅人签名 _____

5. 试题编号：J1-5，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南梦洁家纺股份有限公司（以下简称公司，<http://www.mendale.com/>）始于1956年，秉承“爱在家庭”核心理念的同时恪守品格与博爱的企业文化。公司凭借着深厚的历史底蕴，不懈追求本真的生活态度和精益求精的生产理念，已然成为业界翘楚。公司一直践行高标准的质量把控，以精湛工艺、卓越品质和独具匠心的设计，竭诚为广大用户打造中国最舒适的家居体验。凭借坚实的品牌基础和独树一帜的品牌理念稳步发展，不断开拓国内外市场，如今旗下已拥有“梦洁”、“梦洁宝贝”、“梦洁床垫”、“平实美学”、“寐”、“觅”六大重要影响力品牌，并于2010年成功转型为上市公司，品牌价值高达14亿。并且，公司在德国收购SICHOU GmbH（丝绸）公司后，成功代理Somma、Kauffmann、Hamam、Venini、Billerbeck、Drahoma等9大海外家居品牌，全面引领家纺行业，综合实力和持续发展能力在中国家纺行业稳居第一。

(2) 测试任务

1) 企业网站特点分析与描述

请登录湖南梦洁家纺股份有限公司官方网站，用三句话（不超过100个字）来描述此网站的特色与优势，将内容填入表1。

表1 客服前的准备

此网站的特色与优势：

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，梦洁定位的是哪几类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买梦洁新产品。试着用文字表述出来。填入下表2。

表2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？

答：

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通7步法）

答：

3) 客户价值分析

针对梦洁公司产品特点，依据市场三要素：人、购买力和购买欲望，分别按收入状况及年龄来对该公司产品的市场客户群进行划分。并分析两种划分形式下各类客户群的特点及其相应的产品营销策略，将内容填入表3。

表3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况分			
按年龄分			

假如要对该公司的客户群进行拓展,你认为什么样的客户群将是本公司的发展对象,并加以说明分析?

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-5)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-5)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
工作任务 (95分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	16-20分			
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分			
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出服务的特色。	5-9分			
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出服务的特色。	3-4分			
			文不对题。	0-2分			
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确	28-30分			
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分			
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分			
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分			
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分			
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分			
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分			
	客户价值分析	30分	能针对本公司产品准确划分各类客户群,语句表达流畅通顺。	客户群划分10分			
			针对不同客户群给予合适的分析,分析准确、客观。表述清楚	客户群分析10分			
			产品推介方式针对客户群体的划分,结合客户群体的特点,表述清楚,具有很强的可行性	产品推介方式10分			
	客户拓展	15分	针对潜在客户群,策划客户拓展方案,要求文笔通顺、方案具体、切实可行	客户拓展共15分,将根据回答情况按0/3/6/9/12/15分段计分。			
合计			100分				

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：J1-6，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

贝贝网 (<http://www.beibei.com/>) 创立于 2014 年 4 月，是国内领先的母婴特卖平台。以品牌正品、独家折扣、限时抢购为特色，主要提供童装、童鞋、玩具、用品等商品的特卖服务，产品适用于 0—12 岁的婴童以及生产前后的妈妈们。贝贝网专注于妈妈群体的服务，致力于整合国内外最优质的孕婴童品牌供应商，打造妈妈宝贝专属的一站式购物平台。

(2) 测试任务

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开贝贝网站点，了解贝贝网的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请用 100 字左右的文字简明扼要并准确的介绍商城的产品与服务特色。将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

介绍商城的产品与服务特色：

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析贝贝网的目标客户有哪些？将自己模拟成一名售前客户服务人员，请对目标客户需求和期望值进行预设和分析。填入下表 2。

表 2 沟通客户需求

目标客户群有哪些？		
客户需求和期望值的预设和分析：		
指标	内容	依据
信息需求		
环境需求		
情感需求		
便利需求		

3) 客户价值计算

假定一个客户在贝贝网每星期有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 300 元，以平均客户生命周期 4 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对贝贝网提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 90% 转化率，或增加了贝贝网的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表3 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

4) 客户分类管理

下面是一组用户到贝贝网消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85%左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表4 贝贝网消费的基本数据

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	400	2%
客户 2	2000	10%
客户 3	1000	5%
客户 4	600	3%
客户 5	500	2.5%
客户 6	200	1%
客户 7	3600	18%
客户 8	11200	56%
客户 9	300	1.5%
客户 10	200	1%

分析上表数据，完成下表内容填写。

表5 客户分类管理

A 类客户有：	
B 类客户有	
C 类客户有：	

通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：

(3) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-6)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-6)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	16-20分		
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了至少三个典型客户群6分,少一个扣2分			
			客户需求和期望值的预设和分析24分,每空3分。			
	客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,每空3分,共18分。			
			是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。 按0/3/5/7分评分。			
	客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣1分,直至0分。			
客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。						
合计			100分			

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：J1-7，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

长沙在线 (<http://www.cs.ccoo.cn/>) 是长沙在线运营中心运营，城市中国 (www.ccoo.cn) 提供技术支持的长沙综合门户网站。她既是本地公共信息服务平台，又是本地网民了解世界的入口。长沙在线开辟了丰富的频道和子频道，内容丰富多彩，为政府机关、企事业单位和个人提供多种信息服务。

(2) 测试任务

1) 企业网站特点分析与描述

请登录长沙在线 (<http://www.cs.ccoo.cn/>)，用三句话（100 个字左右）来描述此网站的特色与优势，将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

产品与服务特色:

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，长沙在线定位的是哪一类目标客户？如果你是长沙在线客服人员，你会怎样来争取商家成为长沙在线的会员。试着用文字表述出来。填入下表 2 中。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些?

答:

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

答:

3) 客户价值计算

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。

假定一个客户在“长沙在线”每个月消费两次，平均每次消费 500 元，以平均客户生命周期 30 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客户对“长沙在线”提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 5 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有 20% 转化率，或增加了“长沙在线”的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入表 3，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算与动态分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

4) 客户分类管理

长沙在线想借助专业的 CRM 系统和数据分析处理系统来分析其客户的消费习惯和行为,以便更好的开发出更加有吸引力的用户服务套餐和增值服务产品。下面是一组用户到长沙在线消费的基本数据,请按照 ABC 客户分类方法,(以 55%、85%左右为分割点,A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%)将客户分成 ABC 类。

表 4 用户到长沙在线消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	10000	1.8%
客户 2	185000	31.1%
客户 3	10000	1.8%
客户 4	9000	1.5%
客户 5	40000	6.7%
客户 6	2000	0.3%
客户 7	5000	0.8%
客户 8	8500	1.4%
客户 9	4000	0.7%
客户 10	2000	0.3%
客户 11	3000	0.5%
客户 12	8000	1.3%
客户 13	125000	21%
客户 14	30000	5%
客户 15	55000	9.3%
客户 16	5000	0.8%
客户 17	65000	10.9%
客户 18	6000	1%
客户 19	12000	2%
客户 20	10000	1.8%

分析上表 4 数据,完成下表 5 内容填写。

表5 客户分类管理

A类客户有:	
B类客户有	
C类客户有:	
通过对客户的分析,说说ABC客户分类管理的意义,以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-7)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-7)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	16-20分		
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确。	28-30分		
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分		
	客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。			
			作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等,按0/3/5/7分评分。			
	客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣0.5分,直至0分。			
客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。						
合计			100分			

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：J1-8，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

唯品会 (<http://www.vip.com/>)，一家专门做特卖的网站，每天 100 个品牌授权特卖、确保正品、确保特价、限量抢购。区别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天上新品，以低至 1 折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会创立之初，即推崇精致优雅的生活理念，倡导时尚唯美的生活格调，主张有品味的生活态度，致力于提升中国乃至全球消费者的时尚品味。2009 年唯品会成立，2012 年 3 月 23 日，唯品会成功登陆美国纽交所。

(2) 测试任务

1) 企业网站特点分析与描述

请登录唯品会网站 (<http://www.vip.com/>)，用三句话（100 个字左右）来描述此网站的特色与优势。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势：

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，唯品会定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买唯品会的商品。试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？

答：

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

答：

3) 目标客户价值分析

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。假定一个客户在“唯品会”每月消费一次，平均每次消费 2000 元，以平均客户生命周期 30 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客户对“唯品会”提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 20 个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有 20% 转化率，或增加了“唯品会”的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 3 唯品会客户价值计算与动态分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

4) 客户分类管理

唯品会有非常专业的 CRM 系统和数据分析处理系统来分析其客户的消费习惯和行为,以便更好的开发出更加有吸引力的用户服务套餐和增值服务产品。下面是一组用户到唯品会消费的基本数据,请按照 ABC 客户分类方法,(以 55%、85%左右为分割点,A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%)将客户分成 ABC 类。

表 4 用户到唯品会消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位: 万元)	占消费总额比
客户 1	7.2	6%
客户 2	19.2	16%
客户 3	2.4	2%
客户 4	0.6	0.5%
客户 5	0.84	0.7%
客户 6	3	2.5%
客户 7	20.4	17%
客户 8	1.2	1%
客户 9	1.56	1.3%
客户 10	63.6	53%

分析上表 4 数据,完成下表 5 内容填写。

表 5 客户分类管理

A 类客户有:	
B 类客户有	
C 类客户有:	

通过对客户的分析,说说 ABC 客户分类管理的意义,以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-8)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-8)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	16-20分		
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确。	28-30分		
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分		
	客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。			
			作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等,按0/3/5/7分评分。			
	客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣0.5分,直至0分。			
客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。						
合计			100分			

试题评阅人签名 _____

9. 试题编号：J1-9，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

多喜爱 (<http://www.dohia.com/>) 是一家以专业设计生产和销售床上用品为主的家居纺织用品公司，产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、垫类产品、床具等。公司营销中心设在中国湖南长沙市，开发中心及生产企业等在广东省深圳市东莞市。目前，多喜爱公司公司拥有自营店近 200 家，加盟店 800 余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。同时公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。公司通过多年的经营，深刻体会到客户服务对公司发展的重要性。

(2) 测试任务

1) 企业网站特点分析与描述

请登录多喜爱家饰织用品有限公司网站，用三句话(不超过 100 个字)来描述此网站的特色与优势。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势:

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，多喜爱家饰织用品有限公司定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买多喜爱产品。试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些?

答:

售前沟通模拟测试：(参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法)

答:

3) 客户价值计算

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。

假定一个客户在“多喜爱”每个月消费一次，平均每次消费 800 元，以平均客户生命周期 40 年为基准来计算客户价值的大小(以销售额来计算)。如果该客户对“多喜爱”提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 20 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 20 个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有 20%转化率，或增加了“多喜爱”的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入表 3，并进行必要的分析。

表3 多喜爱客户价值动态分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

4) 客户分类管理

多喜爱想借助专业的 CRM 系统和数据分析处理系统来分析其客户的消费习惯和行为,以便更好的开发出更加有吸引力的用户服务套餐和增值服务产品。下面是一组用户到多喜爱消费的基本数据,请按照 ABC 客户分类方法,(以 55%、85%左右为分割点,A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%)将客户分成 ABC 类。

表4 用户到多喜爱消费的基本数据

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	10600	53%
客户 2	5000	2.5%
客户 3	12000	6%
客户 4	1000	0.5%
客户 5	34000	17%
客户 6	1400	0.7%
客户 7	4000	2%
客户 8	2600	1.3%
客户 9	32000	16%
客户 10	2000	1%

分析上表 4 数据,完成下表 5 内容填写。

表5 客户分类管理

A 类客户有:	
B 类客户有	
C 类客户有:	
通过对客户的分析,说说 ABC 客户分类管理的意义,以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:	

(3) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-9)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-9)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站、产品、服务特色与优势概括出来。	16-20分		
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确。	28-30分		
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分		
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分		
	客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。			
			作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等,按0/3/5/7分评分。			
	客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣0.5分,直至0分。			
客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。						
合计			100分			

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：J1-10，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

山姆会员商店是世界 500 强企业沃尔玛旗下的高端会员制商店，其名取自零售界传奇人物—沃尔玛创始人山姆·沃尔顿先生。自 1983 年 4 月首家商店在美国俄克拉荷马州的米德韦斯特城开业起，山姆已有超过 30 年的历史。90 年代初，山姆开始进入国际市场，发展至今山姆在全球已拥有 800 多家门店，成为全球最大的会员制商店之一，为 5000 多万个人与商业会员提供优质的购物体验。在中国，第一家山姆会员商店于 1996 年 8 月 12 日落户深圳。截至 2019 年 1 月，山姆已在中国开设了 24 家商店，分别座落在北京、上海、成都、天津、深圳、广州、宁波、福州、沈阳、大连、杭州、苏州，南昌、武汉、常州、珠海、厦门、南京、长沙和南通。山姆开发了在线购物平台和移动端 App“山姆会员商店”，并通过山姆京东旗舰店，为会员提供更多网上购买渠道。

(2) 测试任务

1) 客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势）

根据背景材料，简单概括出山姆会员店不同于其他竞争对手的 4 个服务特色（200 字左右），将概括的各特色填入表 1。

表 1 客服前的准备

服务特色概述：

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，山姆会员商店定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取其成为山姆超市的会员。试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？

答：

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

答：

3) 客户终生价值计算

假定一个客户在山姆的保留时间为 10 年，吸引、营销、维系一个客户的 10 年所用的成本是 2000 元。该客户每个星期去山姆交易一次，平均每次交易发生额 5000 元，平均每次交易山姆的人员、服务、铺面等成本是 4300 元，请计算该客户的终生价值，并简述客户终生价值的作用。填入表 3。

表 3 客户终生价值

计算客户的终生价值

简述客户终生价值的作用

4) 客户分级管理

下面是山姆某会员店的客户分级管理利润表，看后回答表后的问题。

表 4 客户分级管理利润表

客户等级	客户数量	交易总金额 (单位：万元)	按 10%利润率计算利润 (单位：万元)
重要客户(A类)	20%	800	80
普通客户(B类)	30%	112	11.2
中小客户(C类)	50%	88	8.8

分析上表数据，回答下表中提出的问题。

表 5 客户分级管理

上表反映了一个什么现象，你如何看待该现象：

通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：

(3) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-10)。

售前客户服务与管理评分卡(试题 J1-10)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	得分 3
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作规范。按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 (95分)	客服前 准备	20分	很好地把服务特色概括出来。	16-20分		
			结构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出服务的特色。	11-15分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出服务的特色。	6-10分		
			文不对题。	0-5分		
	客户沟 通技巧	30分	目标客户明确, 列举了三至五个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进) 阐述明确。	28-30分		
			目标客户明确, 列举了三至五个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确; 模拟售前营销过程中七步骤, 答题中提到了一点。	0-4分		
	客户价 值分析	20分	计算公式, 价值大小计算正确。	15分		
			作用: 是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性, 是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。	5分		
客户分 类管理	25分	反映现象描述完全正确 5分, 如何看待该现象 5分	10分			
		为什么对客户分级 5分, 对重要客户应做好哪些方面的工作 5分。	10分			
合计		100分				

试题评阅人签名_____

(二) 网络售后客户服务与管理

11. 试题编号：J1-11，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

美的集团是一家集消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链（物流）的科技集团。美的集团提供多元化的产品和服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机及各类小家电为主的消费电器业务；以家用空调、中央空调等供暖及通风系统为主的暖通空调业务；以德国库卡集团、美的机器人公司等为核心的机器人及工业自动化系统业务；以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。美的集团以“科技尽善，生活尽美”为企业愿景，将“联动人与万物，启迪美的世界”作为使命，致力创造美好生活。

美的于 1968 年成立于中国顺德，现总部位于广东顺德北滘新城内。迄今已建立遍布全球业务平台。美的在世界范围内拥有约 200 家子公司、60 多个海外分支机构及 10 个战略业务单位，同时为德国库卡集团最主要股东。

王先生 2019 年 6 月 8 日从购买了一台美的空调，从安装起空调就不制冷。他从 6 月 20 日起开始叫修，分别致电销售人员赵先生和美的空调官方客服。一直到 7 月 25 日每天都打一个电话，对方均表示明天将派人上门维修，打了几十个电话但是一直没有维修人员上门维修。王先生认为无论是美的空调的售后服务热线，还是美的空调的经销商的售后服务均形同虚设。后实在没有办法，他在美的空调官网上投诉，申请处理该事件。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- ①客户通过美的空调授权的经销商渠道购买了空调一台，售后安装后制冷效果不佳；
- ②客户多次联系经销商要求提供服务，处理未果。
- ③客户多次致电官方网站联系方式及统一客服电话要求处理未果。

官方客服接到客户电话后以售后服务归经销商提供为由，并未进行进一步处理。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理, 王先生的投诉已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该王先生编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助, 推新工作等, 字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-11)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-11)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客户投诉分析	20分	客户投诉类型判断正确	5分		
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	11-15分		
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	6-10分		
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	3-5分		
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-2分		
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	31-40分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	21-30分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	11-20分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	6-10分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	0-5分		
	客户关怀回访	35分	客户回访电子邮件格式6分,按0/3/6分评分			
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容12分,按0/4/6/8/12分评分			
			语言通顺、礼节性强6分,按0/3/5分评分			
能结合客户的实际情况实推介新的产品和服务12分,按0/4/6/8/12分评分						
合计			100分			

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：J1-12， 售后客户服务与管理

(1) 任务描述

好孩子国际控股有限公司，是全球领先的儿童用品公司及中国最大的母婴产品品牌商、分销和零售平台，于1989年由宋郑还在昆山创立，专业从事儿童及母婴产品的研发、制造及全渠道分销和零售。

“关心孩子、服务家庭、回报社会”，好孩子三十年如一日，以“改善儿童生存环境，提高儿童生活品质”为使命，通过持续创新，不遗余力地为天下父母提供安全易用、充满爱心的优质育儿产品，为孩子们营造健康、快乐的成长环境。

长沙的新手妈妈张女士于2019年6月2日在好孩子官网为刚刚出生不久的女儿购买了一款新生儿玻璃奶瓶（120ml），物流公司将商品放入小区快递保管箱，短信通知张女士凭手机验证码取货，结果李小姐在收货之后打开层层包装发现该奶瓶出现了破损的现象，于是张女士赶紧联系好孩子的客服要求退货退款。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在200字）将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①2019年6月2日客户张女士在贝贝网上购买了一款新生儿玻璃奶瓶（120ml）。

②物流公司将商品放入小区快递保管箱，短信通知张女士凭手机验证码取货，张女士并没有当面验货。

③张女士在收货之后打开层层包装发现有破损现象，于是张女士赶紧联系客服要求退货退款。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表2。

表2 客户异议处理

步骤1:	
话术1:	
步骤2:	
话术2:	
步骤3:	
话术3:	

”””	
-----	--

3) 客户回访和关怀

通过 3 个工作日的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于好孩子网的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-12)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-12)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。			
工作任务 (95分)	客户投诉分析	20分	客户投诉类型判断正确	5分		
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	11-15分		
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	6-10分		
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	3-5分		
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-2分		
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	31-40分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	21-30分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	11-20分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	6-10分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	0-5分		
	客户关怀回访	35分	客户回访电子邮件格式6分,按0/3/6分评分			
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容12分,按0/4/6/8/12分评分			
			语言通顺、礼节性强5分,按0/3/5分评分			
能结合客户的实际情况实推介新的产品和服务12分,按0/4/6/8/12分评分						
合计			100分			

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：J1-13， 售后客户服务与管理

(1) 任务描述

珠海**电器股份有限公司是一家集研发、生产、销售、服务于一体的国际化家电企业，拥有三大品牌，主营家用空调、中央空调、空气能热水器、手机、生活电器、冰箱等产品。

周先生 2021 年 4 月 13 日从深圳市意福制冷设备有限公司购买了一台**品牌空调，从安装起空调就不制冷。他从 4 月 20 日起开始报修，分别致电意福公司的销售人员梁先生和**品牌空调官方客服。一直到 6 月 23 日每天都打一个电话，对方均表示明天将派人上门维修。

张先生认为无论是**空调的售后服务热线，还是**空调的经销商的售后服务均形同虚设。

最后实在没有办法，他在**品牌空调官网上投诉，申请处理该事件。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①客户通过**空调授权的经销商渠道购买了空调一台，售后安装后制冷效果不佳。

②客户多次联系经销商要求提供服务，处理未果。

③客户多次致电官方网站联系方式及统一客服电话要求处理未果。

官方客服接到客户电话后以售后服务归经销商提供为由，并未进行进一步处理。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
……	

3) 客户回访和关怀

通过 2 个工作日的协商处理, 该客户的投诉已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于**品牌的电器服务是否有相关建议, 是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-13)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-13)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：J1-14，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南竞网科技有限公司是湖南最具竞争实力的互联网综合服务提供商之一。作为百度湖南地区总代理和百度（湖南）客户服务中心，公司一直秉承“服务创造价值”的经营理念，在业内同行中赢得了良好声誉。尽管如此，但对于一家服务数千家中小企业的公司而言，让客户满意仍不是一件容易的事情。以下是公司客服部客服经理亲自处理的一个客户投诉案例。

事情缘由：2019年一天，公司的客户——某电子产品老板万先生怒气冲冲地打来电话反映：

①目前，客户的网站已经将近两个星期无法打开了，客户在百度的广告投放也停止了将近两个星期；

②因为临近年底，正是客户公司的销售旺季，所以损失非常大，要求赔偿在这段时间的损失；

③在此之前，客户已经提供相关资料，并早已传真给竞网的客服人员，但问题一直没有解决；

④要求网站马上打开。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在200字以内，将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因在于：

①客户的网站因为前期没有备案，有关部门对网站进行了关闭；

②客户目前已经提交了营业执照、身份证复印件等，但因客户对网络操作不熟练，并且不知道备案流程，竞网的技术人员负责协助其进行备案工作，目前正在审核过程中；

③有关部门的答复是20个工作日内完成处理。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表2。

表2 客户异议处理

步骤1:	
话术1:	
步骤2:	
话术2:	

步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过两个星期的跟踪处理, 该客户的异议已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右, 将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-14)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-14)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：J1-15， 售后客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南长沙的王先生，2022年在一家电卖场举办“五一特惠”上发现，他中意的一款电视产品的优惠幅度达到1200元，于是就购买了一台。可是当他交完钱回家等厂商送货安装时，烦心事就接踵而来了。当时王先生和卖场约好的是在第二天送货上门，而且发票上也写得清清楚楚，可是到了第二天等了一天也没有看到送货的人，于是他就打电话询问，厂商却说由于是降价产品，卖得太火，断货了，正在从厂家紧急调运，要他先等等，再过一天一定送到。无奈，王先生只好等着，等到了再次约定的时间，王先生又是空等一天，厂商的理由和前一天一样。王先生虽然心里头很窝火，但是想到毕竟在价格上捡了便宜，就说服自己耐心地等着，就这样一直等到第四天，服务人员才送货安装。

等服务人员匆匆忙忙安装好电视离开后，王先生晚上看电视时发现坐在沙发上必须得仰着头才能看，看一会脖子就受不了了。于是王先生赶紧和厂商联系，听了王先生说的情况后，厂商称可能是安装人员把安装数据搞错了，表示会尽快派人上门重新安装。可是此后，王先生就陷入了无尽地等待中，每次王先生打电话催，厂商都以生意太忙，安装人员忙不过来为由进行推辞，迟迟不上门服务。就这样一直等到卖场的“五一特惠”结束后的一个星期，厂商的服务人员才上门重新安装。尤其让王先生生气的是，这位服务人员表示，上次安装不当的主要原因是安装人员的技术不过关，因为很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训。王先生于是向卖场要求退货。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在200字以内，将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- ①卖场承诺第二天安装，结果第四天才安装电视；
- ②安装差错导致客户无法正常观看，厂家处理拖延；
- ③厂家服务人员称很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训；
- ④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表2。

表2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理, 该客户的异议已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-15)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-15)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：J1-16， 售后客户服务与管理

(1) 任务描述

2019年4月,游客俞某参加了湖南某旅行社组织的新马泰旅游,旅游团一行由泰国导游带领来到曼谷一家颇有名气的国家级大珠宝店,购买了价格1100美元的项链。当时是听一店员介绍的,回国后经权威部门鉴定,所购项链上的“钻石”系假,发现上当,在国内1000多元就能买到。

游客认为质保单上的标识对于不是专业人员来说,一时搞不清哪个是宝石的质量、还是钻的质量、还是整个项链的质量,而这位店员则利用了游客对珠宝知识的缺乏,以欺骗的手法,误导了这次消费,感到非常气愤,侵害了消费者的正当权利,造成了经济上与精神上极大的损失与伤害。游客向旅行社投诉,要求赔偿其经济损失1100美元。

(2) 测试任务

1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉?针对这种投诉,客服处理客户异议的思路是什么?字数要求在200字以内,将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉?

针对这种投诉,客服处理客户异议的思路是什么?

2) 客户异议处理

通过了解查证后,客户投诉原因为:

- ①购项链上的“钻石”系假;
- ②要求赔钱。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表,请拟定解决投诉的基本步骤,撰写相应的应答话术并说明理由。填入表2。

表2 客户异议处理

步骤1:	
话术1:	
步骤2:	
话术2:	
步骤3:	
话术3:	
....	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理, 该客户的异议已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-16)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-16)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分				
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：J1-17， 售后客户服务与管理

(1) 任务描述

2022年7月8日中午，家与国美新中路店仅一路之隔的张先生在此订购了一台科龙空调。国美导购小姐承诺并在其开具的‘安装维修施工单’上注明了预约安装时间为7月9日晚19点。7月9日，张先生早早的回到了家里等待空调安装人员来安装已经送到家的空调，然而，19点10分左右，既无任何人上门安装空调，也无任何人通知是什么原因。

约19:25分张先生根据施工单上提供的电话83401999，打了过去，一位小姐接了电话。

张先生反映了情况，经接线小姐核实，此空调今天并没有安排工程人员安装。于是张先生很生气，要求向其经理反映，接线小姐经尝试转接电话后告诉张先生其经理正在电话中处理事务；张先生要求等，接线小姐同意了。可是5分钟过去了，张先生还是不能等到与其经理通话。张先生很无奈，要求接线小姐通知其经理在30分钟内回话并留下了自己的手机号码。

30分钟过去了，40分钟过去了，没有任何人给张先生打电话。怒气冲冲的张先生推开了家门，走进了一路之隔的国美南山店，要求退货。

(2) 测试任务

1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在200字以内，将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- ①过了约定安装的时间，既无任何人上门安装空调，也无任何人通知是什么原因；
- ②等待转接电话时间过长，且回应；
- ③要求经理处理完事物和自己联系，长时间无响应；
- ④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术并说明理由。，填入表2。

表2 客户异议处理

步骤1:	
话术1:	
步骤2:	

话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
””	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理,该客户的异议已得到解决,请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等,字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-17)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-17)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：J1-18，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

北京中天国韵商贸有限公司成立于 2004 年，本部位于北京朝阳，是一家专业从事办公用品、办公设备、电子产品、工艺礼品设计和销售的企业，公司现有合作企业百余家，企业发展迅猛。

公司目前主营业务有：计算机、软件及辅助设备、电子产品、家用电器、日用品、工艺礼品、办公用品、展览展示用品。自成立以来，公司坚持以质量求生存、重合同守信用的发展道路，销售额得到迅速发展，并以优良的信誉和优异的服务和合理的价格赢得广大用户信赖。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。2022 年 6 月 10 日，公司的客户小王怒气冲冲地打来电话投诉：

(1) 小王 6 月 7 日在网上买了 8 台步步高的子母电话机，结果收货物时少了 2 台，只收到 6 台；

(2) 6 月 8 日，小王曾进行投诉，编号 006 的客服人员不同意补发缺少的两台子母机或退款，且态度不好，认为小王是来讹钱的；

(3) 小王要求补发缺少的两台子母机或退款，编号 006 的客服人员必须向他道歉。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①经核查，客户少货是因为本单位的一个员工，数字 8 写的潦草，看起来像 6，造成实际发货 6 台；

②编号 006 的客服人员查看快递信息显示“已签收”，所以认定买家肯定是故意来讹钱的。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术并说明理由，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	

”””	
-----	--

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理,该客户的投诉已得到解决,请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等,字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-18)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-18)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：J1-19， 售后客户服务与管理

(1) 任务描述

中国电信集团公司（简称“中国电信”）成立于 2002 年，是我国特大型国有通信企业。中国电信作为中国主体电信企业和最大的基础网络运营商，拥有世界第一大固定电话网络，覆盖全国城乡，通达世界各地，成员单位包括遍布全国的 31 个省级企业，在全国范围内经营电信业务。企业秉持“用户至上、用心服务”的服务理念，以全面创新、求真务实，不断超越的精神风貌，致力于创造美好生活的美好愿景。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。

一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：

①客户来电反映本机没有通过任何方式申请开通农信通业务，但现收到提醒短信告知已订购农信通的新闻快讯业务；

②现客户强烈要求核实原因并退订；

③同时要求以后不要以任何借口帮他开通一些所谓的免费体验业务。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

客户于 2 月 27 日来电反映上述问题。经查，客户于 2022 年 02 月 27 日 02:22:11 被反向开通新闻快讯短信包月业务，开通原因为公司营业员输错号码，导致错办业务。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术并说明理由，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	

”””	
-----	--

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理,该客户的投诉已得到解决,请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等,字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-19)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-19)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

20.试题编号：J1-20，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

天猫某服装商城的客户怒气冲冲地打来电话投诉：

①2022年4月中旬在网上拍了一条特价裙子，5月2号收到衣服后因为天气原因一直没穿，只是在家试了一下大小，感觉没啥大问题，就很快给卖家确认付款了；

②考虑到新衣服上面有一些味道和化学成份还是要去一去的，就在5月6号晚上在家用洗衣液轻轻过了一道水，第二天裙子白色那部分像是没洗干净一样，白一块，灰一块；

③要求退货。

(2) 测试任务

1) 客户投诉分析

按投诉的原因可以将客户投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在200字以内，将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？

针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①该种款式的衣服材质有缺陷，洗过之后白色部分确实会变色；

②正是因为有缺陷所以才以特价的方式促销；

③在销售期间没有告知消费者该种款式的衣服有缺陷。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术并说明理由，填入表2。

表2 客户异议处理

步骤1:	
话术1:	
步骤2:	
话术2:	
步骤3:	
话术3:	
……	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理, 该客户的投诉已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分细则

见试题评分卡(试题 J1-20)。

售后客户服务与管理评分卡(试题 J1-20)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95分)	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	5-9分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分			
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分, 按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5分, 按 0/3/5 分评分				
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计			100分				

试题评阅人签名_____

二、岗位核心技能

模块一 网站（店）美工

（一）网站页面的编辑美化

1. 试题编号：H1-1，网站首页编辑美化

（1）任务描述

“天资护肤”是一家专门经营女性护肤产品的公司，现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传。请运用相应的工具软件来完成其商务网站建设中相关页面美化处理。

①将文件夹 images 下的 logo. jpg 图片上中间的文字擦除（即“珊瑚花店”等文字），添加由公司名称“天资护肤”、“设为首页”，“加入收藏”，域名“www. tianzi. com”，合成的文字 logo，文字的字体、大小、颜色、形状自定义，修改后的图像文件格式存储为 banner. jpg 格式，保存在 images 文件夹中；

②将产品 product_4 图片中的产品裁剪出来，图像大小设置为宽度为 413 像素，高度为 204 像素，修改后的图像保存在 images 文件夹中，文件名不变；

③将公司产品图片 product_3 和 product_5 均加上图片“shuiyin. png”的水印，将处理后的这些图片按原来格式和文件名存储于站点 images 文件夹下；

④打开主页文件 index. html，根据网站项目背景知识给此主页设置网页标题，设置超链接属性均为“始终无下划线”，已访问链接颜色为“#FFFFFF”，为主页添加合适的 Keyword 关键字和 description 标签；

⑤在主页中插入相应的图片，图片从素材文件夹 images 中找，其中 logo 图片插入上面已经做好的 banner. jpg，并更新图片 product_3 和 product_5；

⑥在页面的右上部显示不出图片的灰色部分插入由图片 product_1 与 product_4 组成的鼠标经过图像；

⑦设置主页面的链接：将导航条中的“加盟代理”链接到“product_6. jpg”，“产品展示”链接到“http://www. sina. com. cn”，“联系我们”链接到“contact. html”；

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss. css，文件保存在站点 CSS 子文件夹下。要求设置主页文字字体的样式为：字体设定为黑体，大小设定为 14，颜色代码为“#FDC0E2”。并通过样式为导航条介绍文字所处单元格加上细虚线边框，边框颜色为“#CCCCCC”。

⑨滚动文字设计：在主页最下面的文字：“copy right @2011 tianzi. com, All Rights Reserved 版权所有 湖南天资贸易有限公司”设计成滚动文字效果。

水平滚动代码：

```
<marquee direction="left" align="bottom" height="25" width="100%" onmouseout="this. start()" onmouseover="this. stop()" scrollamount="2" scrolldelay="1">水平滚动字幕内容</marquee>。
```


(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-1)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-1)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95 分)	Banner 图片处理	15 分	图片大小相符合 2 分、格式符合 3 分, banner 上 logo 处理效果 10 分		
	产品展示图片处理	10 分	裁剪 4 分, 图像大小相符合 4 分、, 图片文件名保存正确 2 分		
	图片水印处理	10 分	图像的水印制作, 根据制作图片个数与效果评分, 本题 2 个图片需加水印, 每个 5 分		
	主页基本属性设置	10 分	根据网站项目背景知识设置网页标题 2 分 设置页面的超链接属性均为不带下划线标记 3 分 添加 Keyword 关键字和 description 标签 5 分		
	插入图片	10 分	在网页中添加图形, 与要求相符 5 分, 图文排版整齐 5 分;		
	页面动态元素设置	10 分	鼠标经过图像的设置 有图像显示 3 分, 有无动态效果 7 分		
	页面超链接设置	10 分	根据链接设置是否正确, 是否可以打开评分		
	CSS 样式	15 分	外部样式文件按规定建立 5 分, 样式文字设置正确 5 分, 边框样式设置正确 5 分		
滚动文字	5 分	文字效果设计成功 5 分, 否则 0 分			
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：H1-2，商品详情编辑美化

(1) 任务描述

“包你满意”是一家专门经营女性包包的公司，现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传。请运用相应的工具软件来完成其商务网站内容建设中相关页面美化处理。

①打开文件夹 images 下的 banner. jpg；将 Banner 图片上右边添加由公司名称“包你满意”、域名“www. baonmy. com”合成的文字 logo，将文字“包你满意”的图层样式选择投影和外发光，属性设置见下图 1 和图 2，其它的字体、大小、颜色、形状自定义，而域名则要求变形为水平下弧，弯曲 50%，其它自定义。修改后图片大小不变，依然存储为 banner. jpg，保存在 images 文件夹中。

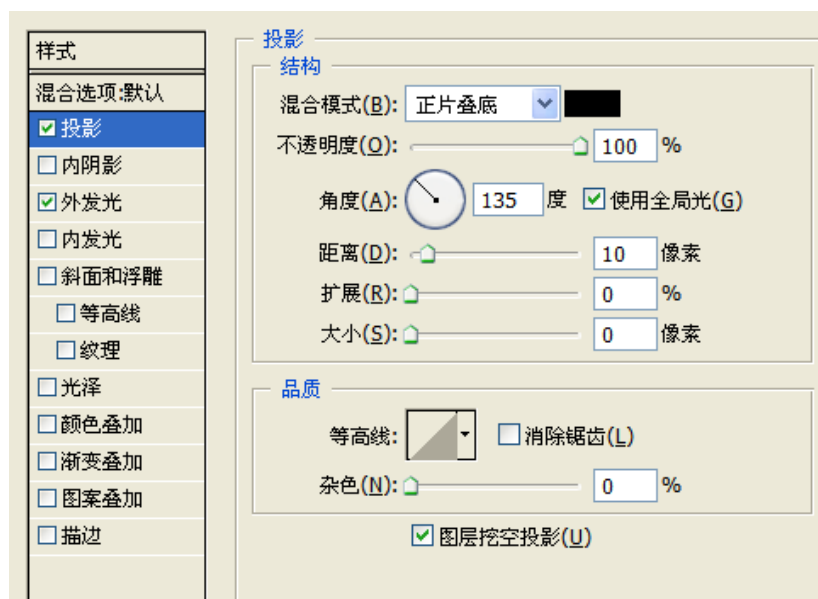


图 1 投影选项设置

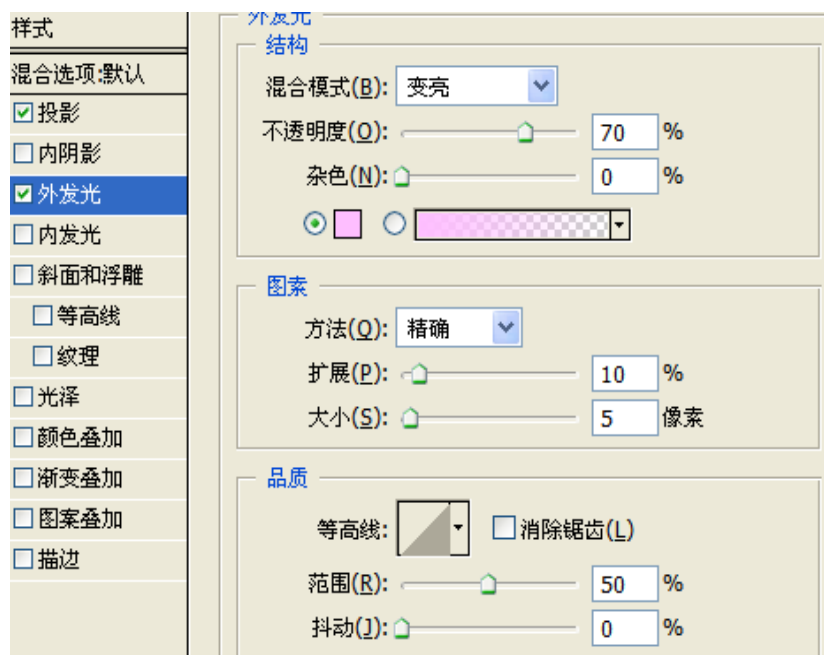


图 2 外发光选项设置

②将产品 product_1 图片右下角的一小段文字全部删除，加上“包你满意”四个竖排文字，其大小、颜色、形状自定义，修改后的图像保存在 images 文件夹中，文件名不变；

③打开主页 index. html，设置主页的背景颜色为“#5A5068”；根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keyword 关键字；

④从图片素材文件夹 images 中找出上面题目中已经修改后的 banner. jpg，插入相应位置(注意调整大小)；

⑤在“商品描述”栏目进行文字的编排，中文字素材为考试文件夹下的“文字. txt”，设计此栏目，布局见下图：

名称	[CHERLONE] 巴黎风尚系列牛皮两用包
功能	手提/单肩
打开方式	拉链
材料	牛皮
颜色	白色、粉红色、驼色、黑色、红色
尺寸	包体约为宽：38cm（包身最宽处），高：30cm，厚：12cm，手提带长约：10cm，肩带长约：25cm
内部结构	1 个外袋，1 个手机袋，1 个证件袋，1 个内侧拉链袋，1 个夹层拉链袋
产地	中国
重量	1. 14KG
市场价	1438 元
实物点评	图片仅做款式参考，产品说明为您了解此包的辅助说明，请以实物为准。

图 3 栏目设置

⑥在主页的“商品展示”栏目中插入由图片 Product_5 与 product_1 组成的鼠标经过图像；

⑦设置热点链接：利用矩形热点工具对左方栏目“推荐商品”进行热点链接，连接到“product_6. jpg”；

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss. css，文件保存在站点 CSS 子文件夹下、要求设置主页商品分类中文字“帆布包 女士钱包 拉杆包 复古包”的样式为：字体设定为宋体，大小设定为 12，颜色代码为“#CC0000”。

将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default. html”，放在考试文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

（3）考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-2)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-2)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95 分)	Banner 图片处理	15	添加文字 3 分、文字属性设置符合要求 10 分, 保存成功 2 分		
	产品展示图片处理	15	删除文字 8 分、添加竖排文字 5 分, 图片文件保存正确 2 分		
	主页基本属性设置	10	设置页面的背景颜色 4 分, 添加合适的 Keyword 关键字 6 分		
	插入图片	10	在网页中添加图形, 与要求相符 5 分, 图文排版整齐 5 分;		
	主页内容元素的添加与排版	10	在网页中添加相应内容, 内容与样文相符合 5 分 对网页内容进行排版处理, 图文排版整齐 5 分		
	动态效果	10	鼠标经过图像的动态效果设置正确		
	热点链接	10	根据热点链接设置是否正确, 是否可以打开评分		
	用 CSS 样式美化网页	15	外部样式文件按规定建立 5 分, 样式文字设置是否正确 5 分, 样式是否应用到对应文字 5 分		
合计	100 分				

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：H1-3， 页面属性编辑美化

(1) 任务描述

“爱仁摄影”是一家新进入株洲市场的广告摄影公司，现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传，扩大公司的知名度，打造自己的品牌。请运用相应的工具软件来完成商务网站的编辑与管理相关工作任务。

①将 images 文件夹下的 banner-1. Jpg、banner-2. Jpg、banner-3. jpg ， 调整图形的不透明度为 85%，并将图片 banner-1. Jpg 加上投影，内发光和斜面浮雕效果，文件名保持不变；

②将 bg-1. jpg 中的桃花剪切下来，打开 banner-2. Jpg，新建图层，将 bg-1. jpg 中剪切下的桃花复制到新图层中，对新图层进行自由变换和斜切，羽化操作，并使用图层的“滤色”效果，是它和背景图层更好的融合（参照下面样图 1），文件名保持不变；



图 1 样图 index

③将 bg-2. jpg 打开，使用一种渐变和历史记录画笔工具以及画笔工具设计成如样图 1 样式，并缩小图片大小在 100K 以内，将做好的图片保存，复制到照片 TU-1 上面，置放位置在黑色显示区域，有英文显示“photo”的地方，文件名保持不变；

④打开图片“tu-2. jpg”，用自定形状工具中的星星形状设计如效果图的星星，提示：用投影，内外发光和光泽效果加强星星效果，文件名保持不变。

⑤打开主页 index.html，选择修改页面属性：字体大小设置为 12，文本颜色为白色、左边距，右边距，上下边距均设为 0，标题为“爱仁婚纱”；

⑥在首页上方有文字“输入空格和文字”显示的地方输入导航条 文字和字符“首页 样片欣赏 公司简介 套系价位 联系我们 ”,具体文字和符号见主页样图;

⑦建立 CSS 样式文件,用 CSS 将导航条字体设定为宋体,大小设定为 14,颜色代码为“#FFFFFF”,修饰为“下划线”和“闪烁”;

⑧设置页面中的不可见元素:在页面右下方的虚线框中,添加如下段落文字如下:

“带给你永恒的瞬间

经典的回忆

浪漫的时刻

wedding perfect photo

图片由爱仁摄影版权所有”

CSS 样式和上题一样。

最后将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default. html”,放在当前试题文件夹下。

(2) 实施条件

硬件:计算机。

软件:win8\win10 操作系统,Office2010 版本以上,Photoshop 工具软件(CS6.0 以上版本),Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-3)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-3)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分				
工作任务 (95分)	Banner 图片处理	三个图片 banner-1、banner-2 和 banner-3 的不透明度调整, 每个图片 2 分				
		图片 banner-1 投影, 内发光和斜面浮雕效果, 每个效果 3 分				
	图像背景合成	bg-1 中桃花的剪切效果 3 分,				
		剪切下的桃花复制到新图层 2 分				
		自由变换和斜切效果 3 分 羽化操作 2 分 “滤色”效果 3 分, 文件名保存 2 分				
	图片处理	bg-2 中使用工具正确情况, 图片处理完整度 5 分 设计效果 0-5 分				
		缩小图片大小 2 分, 图片保存 1 分				
		置放位置正确 2 分				
	形状设计	10分	星星形状设计使用的效果(投影 2 分, 内外发光 4 分和光泽效果 2 分) 8 分 星星整体效果, 文件名保存 2 分。			
	主页属性设置	8分	字体大小设置 2 分, 文本颜色 2 分、左边距, 右边距, 上下边距设置 2 分, 标题设置 2 分			
导航条设置	10分	导航条输入位置正确 2 分 文字和字符输入正确 5 分 具体文字和符号效果 0-3 分				
CSS 样式	12分	导航条字体设定为宋体, 大小设定为 14, 颜色代码为 “#FFFFFF”, 修饰为 “下划线” 和 “闪烁” 每个样式按 0-2 分给分, 文件保存正确 1 分				
设置页面中的不可见元素	10分	位置正确 4 分, 文字添加正确 1 分, 样式添加 5 分				
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：H1-4， 导航栏布局与属性设置

(1) 任务描述

“农夫绿色水果店”是一家新进入株洲市场的经营绿色食品公司，现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传，扩大公司的知名度，打造自己的品牌。请运用相应的工具软件来完成商务网站的编辑与管理相关工作任务。

①将 images 文件夹下的 img_01. Jpg 打开， 添加公司名称“农夫绿色水果店”， 放在英文字母的下面， 字体为楷体或者华文行楷， 字体大小 18 点， 并将文字加上投影， 内发光和斜面浮雕， 其中斜面和浮雕的样式选择“外斜面”， 其他默认。将做好的图片按名字 img_01 副本. Jpg 保存(参见下图 5)；

②打开图片 tu-1. jpg ，将水果抠出来，必须将图片 tu-1. jpg 中左下方的“昵图网:nipic.com/...”等白色文字去除，书写文字“农夫绿色水果”， 将文字不透明度调到 40%， 放置到水果上面做水印， 将做好的图片复制到 img_01 副本. Jpg 图片的右边空白处并调整大小， 做好以后还是按名字 banner. Jpg 保存好； 具体效果见下图样图 5（主页参考图）；

③给 images 文件夹下已有的图形 img_24. jpg、img_27. jpg、img_29. jpg、img_31. jpg， 添加上题中已经做好的“水印”， 将图片 img_24. jpg 调整色彩平衡， 其色阶调整见下图 1；

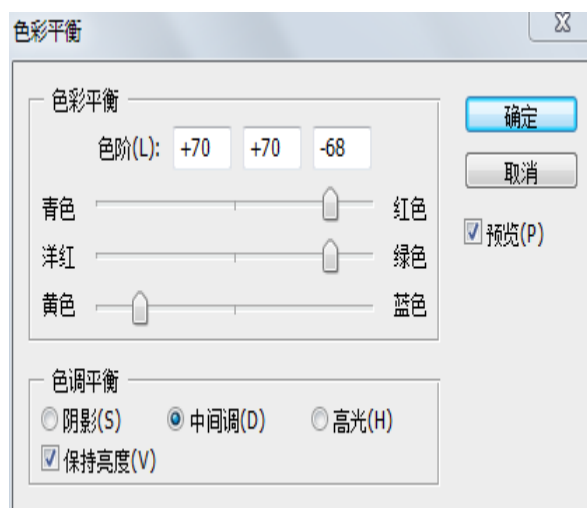


图 1 色彩平衡调整参数

调整图片 img_27. jpg 的亮度对比度， 参数见下图 2：

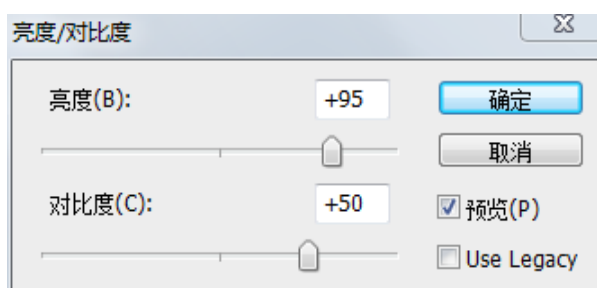


图 2 亮度对比度调整参数

调整图片 img_29. jpg 的色阶，参数如下图 3:

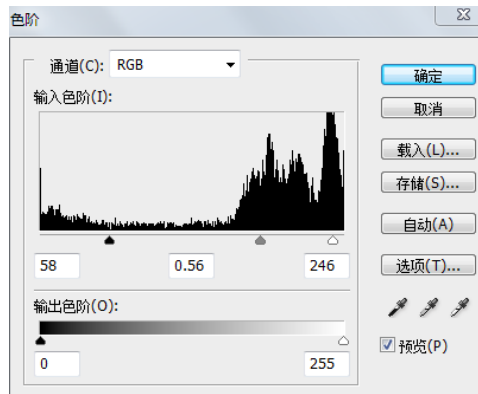


图 3 色阶调整参数

将所有做好的图片按原图片名称保存好;

④将图片 img_34. jpg 中的文字全部删掉，加上如下文字和字符：“农夫绿色水果网：
www. farmerGF. com”，并将它制作成从右至左移动的动画效果，要求过渡 5 个帧，中间延迟时间均为 0.5 秒，永远循环，其他参数默认，做好动画以后存储为 web 所用格式；（参数见下图 4）

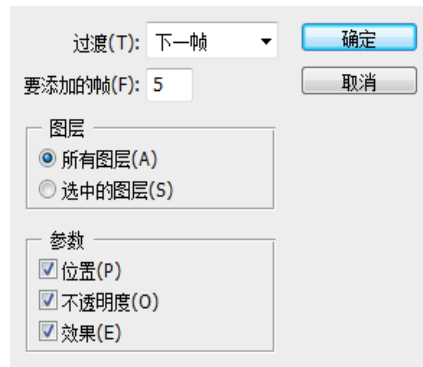


图 4 动画过渡参数设置

⑤打开主页 index. htm 文件，在 banner 图片旁边的灰色横条里面添加导航条内容，文字为“网页
首页 公司简介 精品水果 新鲜蔬果 干鲜类品 五谷杂粮 联系我们”，将它们设置为宋体，12PX，加粗，
水平和垂直居中；

⑥在“什么是绿色食品”栏目下的空白处添加以下文字段落：

“如今“绿色食品”倍受消费者青睐，但许多人对它的内涵并不十分清楚，从而出现种种误解：一
曰“绿色食品”就是含叶绿素的绿颜色食品；二曰“绿色食品”就是走上餐桌的野菜；三曰市场上销售
的绿颜色食品就是“绿色食品”……”

要求制作成段落从下往上展示的动画效果。可以借用下面的代码插入相应位置，并进行修改。

```
<marquee scrollAmount=2 width=300 height=160 direction=up>• 早晨好啊! <br>• 空气好清  
新啊<br>• 今朝食乜好呢? <p>• <a href=http://www. cctv. com>中央电视台</a></marquee>
```

具体效果见下面的样图 5:

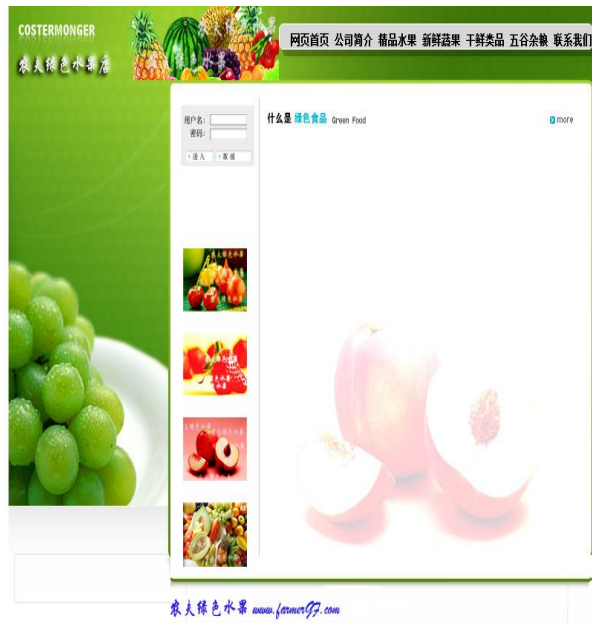


图5 主页样图

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-4)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-4)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95 分)	LOGO 图片处理	15 分	添加公司名称位置正确 2 分, 字体和大小 3 分 文字加上投影, 内发光和斜面浮雕三个效果, 每个 3 分, 图片保存 1 分			
	图片处理	20 分	图片的抠图 5 分, 图片的白色文字去除 5 分, 书写水印文字“农夫绿色水果” 2 分, 自定义的画笔, 命名正确, 并添加画笔 5 分 移动图片, 调整大小, 保存图片 3 分			
	画笔样式添加	20 分	四张图片添加画笔, 选择样式正确, 每个 2 分 调整色彩平衡, 其色阶调整 4 分 调整图片的亮度对比度 4 分 调整图片 img_29.jpg 的色阶 4 分			
	导航条设置	10 分	添加导航条位置正确 3 分 文字输入正确 3 分 文字设置正确 4 分			
	动画效果设计	15 分	图片文字删掉正确 2 分, 加上文字和字符 3 分 制作成从右至左移动的动画效果, 过渡帧, 中间延 迟时间等参数设置正确 7 分, 动画存储格式正确 3 分;			
	文字排版	15 分	添加文字段落正确 5 分 代码修改正确 5 分 制作成段落从下往上展示的动画效果正确 5 分			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：H1-5，创建与编辑表格

(1) 任务描述

“环球旅游资讯网”是一家为旅游爱好者专业提供咨询的服务型网站。其内容涵盖了景点介绍、旅游线路、交通、住宿、餐饮等与旅游相关的各方面的服务介绍。除了最新、最热的旅游景点咨询，旅游资讯网还会归纳出旅途中各种必备的出行知识和注意事项，为热爱旅游的朋友们提供更加全面和人性化的咨询服务，从而制定出更加完备的出行计划，享受更加愉快的旅途。

现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强品牌的宣传，扩大公司的知名度，打造自己的品牌。请运用相应的工具软件来完成商务网站的编辑与管理相关工作任务。

①将 images 文件夹下的图片 bg_1. Jpg 和图片 logo. jpg 打开，新建一个大小为宽 800 像素，高 200 像素的文件，命名为 banner. jpg，将图片 bg_1. Jpg 里面的中间的背景红花背景图片复制到新建文件 banner. jpg 中，作为 banner. jpg 图片的背景，再将 LOGO 图片 logo. jpg 中的图片（只移图片，文字不动）移到 banner. jpg 图片的左边，并调整到合适大小，在中间位置写上文字和英文网址：“环球旅游资讯网，www. Global-TI. com”文字大小和颜色等自定义，但要求加上投影和外放光，投影参数见下图 1 和下面的样图 2：

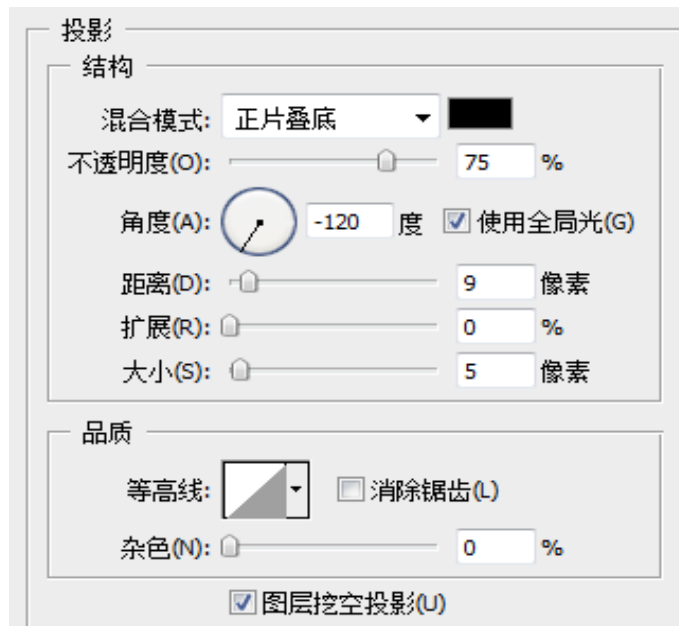


图 1 投影参数图

②将 images 文件夹下的图片 tu_1. Jpg 中的两个人删除掉，打开 tu_2. Jpg，大小调整成和图片 tu_1. Jpg 大小一致，并将 tu_2. Jpg 复制到图片 tu_1. Jpg 中，作为新的图层 1 保存，图层 1 的模式为“正片叠底”；将图片 tu_1. Jpg 按原文件名保存；

③打开主页文件 index. html，将光标放到左侧的单元格中，插入 images 文件夹下的两张图片 tu_3. Jpg 和 tu_4. Jpg 做出鼠标经过图像效果（注意两者图片的大小调整）；

④将图片 li_1. jpg, li_2. jpg, li_3. jpg, li_4. jpg 几张图片的大小均调整成宽 198 像素，高 70 像素；

再进行滚动图片设计：在主页最下面“友情链接”的单位格里面创建滚动的图片（见下样图 2）利

用下面的代码设计成滚动图片效果。

从右到左水平滚动图片代码:

```
<marquee direction="left"></marquee>
```

最后将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default.html”，放在当前试题文件夹下。



图2 样图2（主页效果图）

⑤新建网页文件“fengguang.html”，插入居中对齐的三行三列的表格，将第一行单元格合并，插入主页中做好的导航条，在整个表格中插入背景图片“bg_2.jpg”；

⑥将images文件夹下的图片pic_1.Jpg, pic_2.Jpg, pic_3.Jpg, pic_4.Jpg, 调整大小为：宽370像素×高200像素，再把每幅图上的文字水印删除；最后加上相框图片：“xiangk.jpg”中的金属相框，要求相框图片中的白色部分和其他文字都必须删除；（参见下图样图3）命名为图片的副本，即命名为pic_1副本.Jpg, pic_2副本.Jpg, pic_3副本.Jpg, pic_4副本.Jpg；

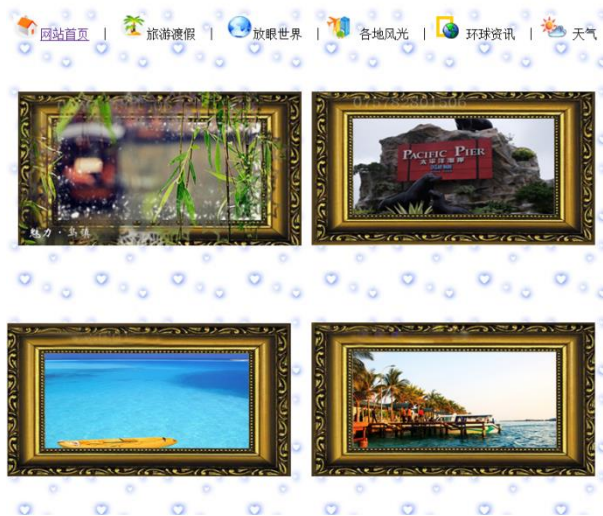


图3 样图3（网页“fengguang.html”效果图）

⑦将做好的 pic_1 副本. Jpg, pic_2 副本. Jpg, pic_3 副本. Jpg, pic_4 副本. Jpg 四幅图分别插入到网页文件“fengguang.html”中(如上图3所示),导航条中文字“网页首页”链接到网页文件 default. Html, 再打开网页 default. Html, 将导航条中的文字“各地风光”链接到网页文件 fengguang.html, 实现两个网站的相互链接。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-5)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-5)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95分)	LOGO 图片处理	20分	背景图片复制正确 5分 LOGO 图片中的图片移动到正确位置, 并调整到合适大小 5分 文字和英文网址位置和书写正确 5分 投影和外放光参数设置正确 5分		
	图片处理	15分	图片删除正确 3分 大小调整成一致 3分 复制到图片正确 3分 图层模式调整正确 3分, 文件名保存 3分		
	鼠标经过图像	10分	插入图片正确 2分 鼠标经过图像效果正确 3分 图片大小调整正确 5分		
	滚动图片设计	15分	四张图片的大小调整正确, 每张图片 1分 创建滚动图片位置正确 1分 代码设计正确 5分, 滚动图片效果 0-5分。		
	表格设计	10分	插入表格正确 2分, 合并单元格正确 2分 插入导航条正确 3分, 插入背景图片正确 3分		
	图片调整	20分	四幅图片调整大小正确 4分, 不正确每张扣 1分 每幅图上的文字水印删除正确, 每张图 2分; 图片加上金属相框正确, 需要删除部分删除干净; 每张 2分, 相框添加不正确或者删除不干净 0分		
图片链接	5分	四幅图插入位置正确 1分, 导航条中文字链接正确 2分, 网页 default. Html, 将导航条中的文字链接正确, 实现两个网站的相互链接 2分			
合计		100分			

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：H1-6，设置超级链接属性

(1) 任务描述

“普拉”是一个休闲运动鞋品牌，现公司决定建设一个在线销售网站。请运用相应的工具软件来完成其商务网站建设中相关工作任务。

①模仿下图1:样图example. jpg制作banner图片。要求根据文件夹images下所给的素材(top1. jpg、top2. jpg、top. jpg、简体霹雳. ttf)合成制作图片文件，并命名为banner. jpg，图片中的“普拉来袭”四个字的字体使用简体霹雳（在images文件夹下找到简体霹雳导入图片处理软件中）；将banner. jpg的长宽调整为700像素×230像素；



图1 样图example. jpg

②模仿下图2样图pmodel. jpg，参照上图1的样图example. jpg效果图，根据文件夹images下所给的素材（p1. jpg至p4. jpg）制作图片文件，按照以下要求完成图片的制作：

要求：1）四幅图大小一致，2）必须要有“抢”字图形（圆圈颜色为#FF0000，字体颜色#FFFFFF，字体和大小自选）3）右下方价格与图1的example. jpg中标注的一致（注意每幅图有两个价格，颜色，字体自选）4）背景一定要加上水印“www. pula. com”。5）将制作好的四幅图片保存至images文件夹中，并分别命名为product1. jpg； product2. jpg； product3. jpg； product4. jpg。



图2 样图pmodel. jpg


③参照图 1：样图 example. jpg, 新建主页文件 default. html, 并对主页进行布局。

要求：

1) 设计页面外观：设置页面属性中网页标题为“普拉官方网站”；超链接属性均为“始终无下划线”；主页背景颜色“#CCCCCC”，页面居中对齐。

2) 参照样图 1 进行布局，并将 banner. jpg; product1. jpg; product2. jpg; product3. jpg; product4. jpg 插入到相应的位置；

3) 插入素材图片 p5 .jpg, 并调整大小插入到主页中，放在样图 1 中左边显示的“清凉人字拖，9 元起”图片所在的位置(图片素材与效果图中的图片不同)。

4) 在网页中嵌入 qq 客服，使客户点击标志，就能和你在 qq 上进行交流(代码已经给出，见“QQ 代码”)。(位置参见图 1-3-11-1)

④根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keyword 关键字和 description 标签。

⑤图片放大特效的制作：将主页产品图片(价格显示为 225 的鞋子图片)进行放大特效处理。(将下面的代码插入适当的位置并进行相应的修改)

```
<table width="120" border="0" align="center" cellpadding="0" cellspacing="0">
<tr>
<td align="left"><a href="http://www.baidu.com" target="_blank"></a></td></tr></tr></table>
```

⑥设置主页面的链接：将导航条中的“帆布鞋”链接到图片 product1. jpg, “其他”链接到“http://www.letao.com/”。

最后将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default. html”，放在试卷文件夹下。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件(CS6.0 以上版本), Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-6)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-6)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95分)	Banner 图片处理	21分	素材选择正确 1 分, 图片合成制作正确 2 分, 背景制作效果按照 0 分/1-3 分/4-5 分给分		
		导入字体正确 2 分, 字体制作效果按照 0/1-3/4-5 给分			
		保存图片大小正确 2 分			
		图片整体效果按照 0-2 分/3-4 分给分			
	产品展示图片处理	24分	图片大小合适, 且四幅大小一致 4 分, 一副不一致扣除 1 分		
			“抢”字圆圈颜色正确 4 分, 字体颜色, 大小和整体效果按照 0 分/1 分; 少一个扣 1 分		
	主页设计与布局	27分	每幅图两个价格标示正确 2 分, 少一个价格扣 1 分。每张图片是否加上水印 2 分。		
			页面属性中标题设置正确 2 分; 超链接属性设置正确 2 分; 主页背景颜色 2 分, 页面居中对齐 2 分;		
			布局整齐, 大小合适 4 分		
			图片插入每个 1 分, 共 5 分		
关键字设置	6分	查找图片与背景相符 2 分, 大小与页面布局相符 3 分			
		在网页中嵌入 qq 客服位置正确 2 分, 点击标志, 能进行交流 2 分。			
图片放大特效制作	13分	添加合适的 Keyword 关键字, 添加位置正确 1 分、关键字内容合理性 2 分, description 标签添加位置正确 1、内容的合理性 2 分。			
		代码插入位置正确 2 分,			
		代码修改正确 5 分, 完成结果根据效果按 0-2 分/3-4 分/5 分打分			
导航链接	4分	每个导航设置链接正确 2 分			
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：H1-7，创建 CSS 外部样式表

(1) 任务描述

“旭峰”有机蔬菜基地，是一家农产品高科技公司，种植各类有机蔬菜水果，并由专门的农产品专家建立的实验室。现在该公司决定建立一个网站推广蔬菜基地以及蔬菜水果等产品。

①添加字体文件“迷你简毡笔黑. TTF”。

②将图片 flower.jpg 右上角的“旭峰”擦除，添加由公司名称“旭峰”、域名“www. xufeng. com”合成的文字 logo，文字“旭峰”的字体为“迷你简毡笔黑”（logo 位置参照下面样图 1-3-13-1:example. jpg）；修改后的图像文件存储为 banner.jpg，保存在 images 文件夹中；

③将文件夹 images 下图片 product.jpg 的图像的灰色部分裁减掉，并将剩下的“水果”部分的宽高调整为 350 像素× 110 像素，结合样图插入到主页 index.html 中“基地介绍”下方的合适位置（参见下图 1）；

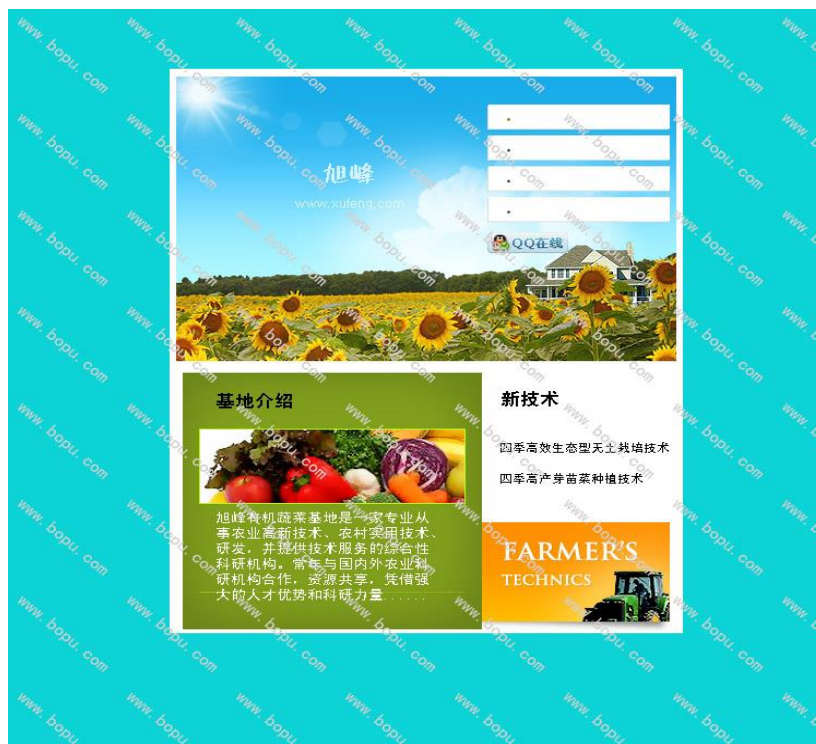


图1 example. jpg

④结合给定的样图 menuexample. jpg(见下图 2) 制作 4 个白色按钮：首页、关于我们、产品和联系我们。按钮宽高 170×30 像素。结合样图 1:example. jpg，将按钮插入到合适的位置；

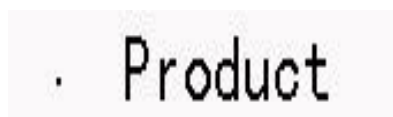


图2 menuexample. jpg

⑤参照样图 1:example. jpg, 插入文字素材。页面左下角公司介绍的中文字素材为“旭峰有机蔬菜基地是一家专业从事农业高新技术、农村实用技术研发, 并提供技术服务的综合性科研机构。常年与国内外农业科研机构合作, 资源共享, 凭借强大的人才优势和科研力量, 高起点、高速度发展。近年来在蔬菜、瓜果无土栽培、芽苗菜培植等专领域取得了一个又一个硕果, 在解决农业及农村经济建设中基础性、关键性问题上, 成绩斐然。”页面右边, 新技术下的文字素材为“四季高效生态型无土栽培技术”和“四季高产芽苗菜种植技术”; 字体、大小、颜色等自定义, 排版美观;

⑥建立 CSS 外部样式文件, 文件名为 mycss. css, 文件保存在站点 CSS 子文件夹下。要求设置主页公司介绍的文字的样式为: 字体设定为黑体, 大小设定为 12, 颜色代码为“# FFFFFFFF”。通过样式为主页公司介绍的大段文字所处单元格加上一细线边框, 边框颜色为“#CCCCCC”;

⑦设置主页面的链接: 将导航条中的首页链接到页面 index. html, 关于我们链接到 us. html, 联系我们链接到 contact. html, 产品链接到 products. html, 四季高效生态型无土栽培技术链接到 newstecl. html。(不存在的网页需要自己创建);

⑧设置主页文件 index. html 页面属性中的网页标题为“旭峰有机蔬菜基地”, 根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keyword 关键字和 description 标签。

⑨滚动文字设计: 在主页最下面创建的文字: “copy right @2011 www. xufeng. com, All Rights Reserved 版权所有“旭峰”有机蔬菜基地”, 利用下面的代码设计成滚动文字效果。

水平滚动代码:

```
<marquee direction="left" align="bottom" height="25" width="100%"  
onmouseout="this. start()" onmouseover="this. stop()" scrollamount="2"  
scrolldelay="1">水平滚动字幕内容</marquee>
```

最后将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default. html”, 放在当前试卷文件夹下。

(2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, Photoshop 工具软件 (CS6.0 以上版本), Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-7)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-7)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分				
工作任务 (95分)	Banner 图片处理	擦除“旭峰” 3分				
		合成 Logo 10分, 其中字体正确 3分, 位置正确 3分, 整体效果 4分				
		存储正确 2分				
	图片裁剪	10分	图片裁剪正确 5分; 大小调整 5分。			
	菜单按钮制作	16分	每个按钮 4分, 其中按钮制作 3分, 插入正确 1分			
	文字插入	10分	基地介绍文字 5分, 新技术文字 5分。			
	CSS 式样	15分	外部样式文件按规定建立 5分, 样式文字设置是否正确 5分, 样式是否应用到对应文字 5分			
	链接设置	10分	每个链接 2分。			
页面属性设置	14分	标题设置 4分				
		添加合适的 Keyword 关键字, 添加位置正确 2分、关键字内容合理性 3分				
		description 标签添加位置正确 2、内容的合理性 3分				
滚动文字	5分	文字效果设计成功 5分, 否则 0分				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H1-8，设置导航栏超级链接

(1) 任务描述

“MiTing”，中文名“米婷”，是一家新进入中国市场的韩国化妆品公司，主要采用代理商和专柜等方式对产品进行销售。现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传。请运用相应的工具软件来完成商务网站的编辑与管理相关工作任务。

①将 images 文件夹下的 banner. Jpg 打开，调整长宽 1100 像素 × 515 像素。在不改变长宽比例、不裁剪图片的条件下，将产品图片 pro1. jpg、pro2. jpg、pro3. jpg 的文件大小改为 40kb 以下；

②参照下图 1：样图 index，调整 banner. jpg 图片中人物面部颜色光泽，使其更自然清新；将人物左肩的红点去掉；

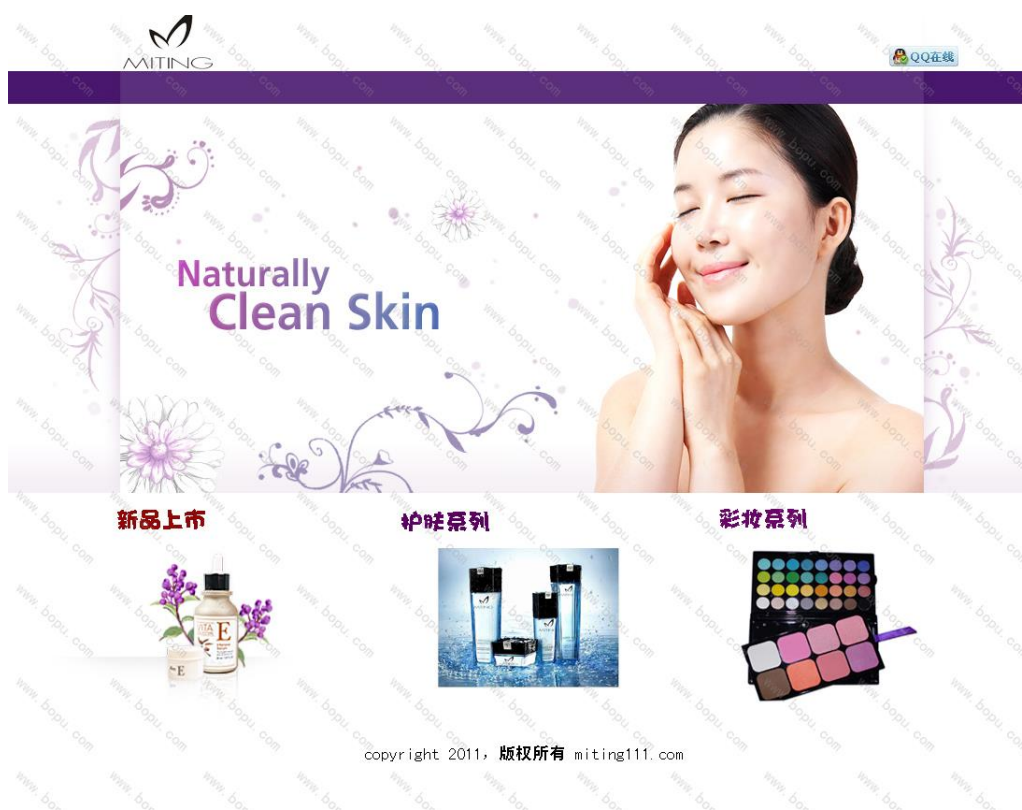



图 1 样图 index

③将公司产品图片 pro1. jpg、pro2. jpg、pro3. jpg 均加上公司名称——“Miting”的水印(文字大小, 字体等属性自定义)；

④新建主页文件 default. html，放在考试文件夹下。参照上图 1：样图 index（忽略斜杠水印），对主页文件进行布局；

⑤在主页顶部 Logo 下的紫色条上加入四个导航链接：首页、关于我们、产品和联系我们，颜色、大小、字体均自定义。链接地址为，名称的首字母. html，如首页链接到 index. Html, 关于我们链接到 gywm. Html（不存在的网页需要进行创建）；

⑥建立 CSS 样式文件，用 CSS 将“新品上市”、“护肤系列”和“彩妆系列”字体设定为黑体，大小设定为 24，颜色代码为“#990000”；

⑦在网页中嵌入 qq 客服（位置参见 index. jpg），使客户点击标志，就能和你在 qq 上进行交流；

⑧打开主页文件，设置页面属性中网页标题为“米婷官网”，超链接属性均为“始终无下划线”；

⑨根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keyword 关键字和 description 标签。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

（3）考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-8)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-8)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95分)	图片调整	10分	Banner 图片大小调整 4 分; 产品图片三张, 每张各 2 分。		
	Banner 图片处理	10分	皮肤颜色调整 5 分; 去红点 5 分。		
	添加水印	12分	每张图片添加水印成功给 4 分, 按照效果给分。		
	网页布局	9分	根据效果图, 按照整体效果, 按 0-3 分/4-6 分/7-9 分给分。		
	导航菜单	12分	文字 1 分, 链接 2 分; 共 4 个, 每个 3 分。		
	Css 样式美化网页	12分	外部文件按规定建立 3 分; 是否应用到文字每个 3 分。		
	在主页中添加 qq 客服	10分	网页右上角是否有 “  ” 标志, 是否能正常使用。		
	主页基本属性设置	10分	设置网页标题设置正确 5 分, 设置页面的超链接属性均为不带下划线标记 5 分。		
	关键字设置	10分	添加合适的 Keyword 关键字, 添加位置正确 2 分、关键字内容合理性 3 分, description 标签添加位置正确 2、内容的合理性 3 分。		
合计	100分				

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：H1-9，网站图片编辑美化

(1) 任务描述

以“美味食物制成的美味化妆品”为理念的韩国化妆品品牌 SKINFOOD 近日将在湖南开出首家专卖店，为消费者带来包括基础化妆品、彩妆、身体护肤品在内的全系列综合化妆品品牌。现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传，扩大公司的知名度，打造自己的品牌。请运用相应的工具软件来完成商务网站的编辑与管理相关工作任务。

①将 images 文件夹下的图片 img_01. Jpg 打开，将圆角矩形里面的字符全部擦除，再在里面添加公司的 LOGO 图片 logo. jpg 以及公司名称“SKINFOOD”，字体为 Arial，字体大小 24 点，并将文字加上投影，外发光和斜面浮雕，其中投影角度为-45 度，距离 10；斜面和浮雕的样式选择“浮雕效果”，其他默认。将做好的图片按名字 img_01 副本. Jpg 保存；

②打开 img_04. Jpg，将里面的字符全部擦除，再添加上公司的 LOGO 图片 logo. jpg 并用历史记录画笔将图片上的四个角擦除（见下图样图 1）；将图片 tu-1. jpg 打开，将图片上的“韩国直进思亲肤 skinfood”字样裁剪下来放在 img_04. Jpg 的左边。将做好的图片按名字 img_04 副本. Jpg 保存；

③将图片 tu-2. jpg 按大小宽 400 像素和高 323 像素裁剪下来，按原来的名称保存好；

④打开网页 product.html，将做好的图片 img_01 副本. Jpg，img_04 副本. Jpg 更新，即图片 img_01. Jpg 和 img_04. Jpg 原本所放的位置，将裁剪后的图片 tu-2. jpg 放在网页左边的空白处（见下图样图 1）；



图 1 样图 1（网页 product.html 效果图）

⑤将 images 文件夹下的 tu_3. Jpg 打开，添加公司的 LOGO 图片 logo. jpg（要求白色背景一定要删除），将图片 tu_3. Jpg 大小调整为宽 1000 像素，高 300 像素，打开主页文件 index.html，把做好的图片插入到主页最顶端，作为主页的 LOGO 图片（见下图样图 2）；

⑥将 images 文件夹下的产品描述图片 pro_1. jpg 和 pro_2. jpg 打开，把两幅图的大小均修改成宽 500 像素，高 550 像素；参照图片 pro_2. jpg 给 pro_1. jpg 加上颜色为“#e2dbd2”的外框，边框大小为 8 像素，如下图所示；并将做好的图片以原名称保存好；

⑦打开主页文件 index.html，在网页最低端单元格内插入做好的图片 pro_1. jpg 和 pro_2. jpg，

(参照下图2)；并要求对有芦荟的图片进行链接处理，链接到内部网页：网页 product.html；并在网页 product.html 中对“首页”文字进行链接，连接到主页 index.html，完成两个网页的相互链接。



图2 样图2 (主页 index.html 效果图)

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件 (CS6.0 以上版本), Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-9)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-9)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95分)	LOGO 图片处理	15分	字符全部擦除 2分 添加公司图片及名称, 字体和字体大小正确 3分 加上投影, 外发光和斜面浮雕, 每个效果 3分 保存图片 1分			
	图片处理	20分	字符擦除 5分, 正确添加公司的 LOGO 图片 5分 历史记录画笔将图片上的四个角擦除 5分 裁剪文字, 位置正确, 图片保存正确 5分			
	裁剪图片	10分	图片裁剪大小正确 5分, 按原来的名称保存好 5分			
	更新图片	10分	更新图片正确 5分, 所放位置正确 2分, 裁剪后的图片置放位置正确 3分			
	动画效果设计	15分	添加公司的 LOGO 图片 5分 图片大小调整正确 5分 将做好的图片插入位置正确 5分			
	图片调整	15分	两幅图的大小调整正确 5分; 图片加上外框正确 5分, 边框大小正确 5分;			
图片链接	10分	插入图片位置正确 5分; 链接到内部网页, 两个网页的相互链接正确 5分。				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

10.试题编号：H1-10，网站图片编辑美化

(1) 任务描述

“美味西点”是一家新进入株洲市场的经营绿色食品，西式糕点的食品公司，现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传，扩大公司的知名度，打造自己的品牌。请运用相应的工具软件来完成商务网站的编辑与管理相关工作任务。

①将 images 文件夹下的 bg. Jpg 调整到与图片 banner. Jpg 大小一样，并将两张照片合成，即将 bg. Jpg 作为 banner. Jpg 图片的背景。效果见下图样图1；



图1 样图 index

②打开图片 tu-1. jpg, a_14. jpg, 将 tu-1. jpg 中的西式蛋糕扣下来，复制到 a_14. jpg 中的文字“西式蛋糕”左边，即把 a_14. jpg 中的白色盘子图片换成 tu-1. jpg 中的西式蛋糕图片，效果如上图样图1(左下角图片)；

③打开 tu-2. jpg、tu-3. jpg、tu-4. jpg， 选取图片中的主要食物素材，并调整三个图的大小和背景与图 a_07. jpg 一致；并把修改好以后的三个图片放进 a_13. jpg 中；

④打开 tu-5. jpg、tu-6. jpg， 调整大小与 a_04. jpg 一致，并将这三幅图片（tu-5. jpg、tu-6. jpg 与 a_04. jpg）制作成轮播形式，将做好的动画图片保存为 a_04. gif；

⑤设置页面属性：背景颜色“#FFFF99”，大小：16px，链接颜色“#FF0000”，

⑥在左边栏即文字“美味西点”下方单元格中输入以下文字和字母：

“ LVSEHPIN

绿色食品

XISHIGAODIAN

西式糕点

BINFENSHIJIE

缤纷世界”

⑦对左下方的红色文字“进入”进行热点链接，链接到网页“<http://www.xinshipu.com>”，更新图片 a_04. jpg 为 a_04. gif。

最后将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default. html”，放在试卷文件夹下。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-10)。

网站页面的编辑美化评分卡(试题 H1-10)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。 记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95分)	图片合成	15分	Bg 图片调整与 banner 大小一致 3 分 两张照片合成效果, 即背景与图片的融合 0-7 分		
	图片处理	15分	图片 tu-1 的扣图 3 分, 复制文字 2 分 效果处理效果 0-5 分;		
	图片水印处理	20分	三个图片选取图片中的主要食物素材, 每个 3 分 调整三个图的大小和背景, 每个 3 分; 修改好的三个图片与新图片的融合 2 分;		
	轮播形式	10分	两个图片的大小调整, 每个 2 分, 三幅图片制作成轮播形式效果 6 分, 无效果 0 分		
	主页基本属性 设置	10分	背景颜色 2 分, 大小 1 分, 链接颜色正确 2 分		
	文字排版	10分	文字输入位置正确 4 分, 效果 0-6 分		
热点链接	15分	热点链接位置正确 3 分, 热点链接正确 5 分, 链接 到网页正确 5 分, 更新图片 2 分			
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

(二) 网店美工设计

11. 试题编号：H1-11，海报设计与制作

(1) 任务描述

【背景素材】五一节快到了，某女包商城准备在五一节前进行一次促销活动，活动内容如下。优惠措施：买 200 元，送 2 张 50 元面值的优惠券，每天仅送前 5 名，送完为止。活动时间：4 月 15 日—4 月 30 日。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素；

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色；

③海报中的产品展示：采用抠图方式将模特图、产品图抠出融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等；

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字要求重点突出，主次分明，要对文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为一种格式文件，文件名“学号姓名.jpg”，文件大小不超过 300KB，文件直接提交给老师。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-11)。

海报设计与制作评分卡(试题H1-11)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(5分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求,按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否设置渐变色和渐变色设置美观效果给分 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中产品展示	10分	根据模特抠图效果、裁剪效果、大小调整效果,按 0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果,按 0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有 吸引力、是否展示活动中心点、利益点;按0分/4 分/6分/8分/10分评分
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细 等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标 元素	5分	根据有无图标元素,以及图标元素的美观效果,按 0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导 按钮	5分	根据有无引导按钮,以及引导按钮的美观效果,按 0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版 设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观 程度,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色 搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
有无强烈的营 销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力,按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：H1-12，海报设计与制作

(1) 任务描述

【背景素材】BeNai 是浙江世纪风鞋业公司旗下的男款运动休闲鞋品牌，该产品的设计以休闲概念为主题，畅享舒适、物超所值的休闲感受。公司将于春季最新推出一款男士运动休闲耐磨跑步鞋，该鞋有两个色系：白色、灰红，尝鲜价为：158 元/双。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×400 像素；

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，使用素材中的“草地.jpg”、“树叶.jpg”、“地板.jpg”合成海报背景；

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“鞋子 1.jpg”、“鞋子 2.jpg”、抠出合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等；

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点或者本商品的特色等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为一种格式文件，文件名“学号姓名.jpg”，文件大小不超过 300KB，文件直接提交给老师。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-12)。

海报设计与制作评分卡(试题H1-12)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(5分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分 海报尺寸符合要求,按0分/5分评分		
	海报背景设计	10分 按是否采用了题目中背景设置要求,以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分		
	海报中产品展示	15分 根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果,按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分		
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点;按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	5分 根据有无图标元素,以及图标元素的美观效果,按0分/3分/4分/5分评分		
	海报中的引导按钮	5分 根据有无引导按钮,以及引导按钮的美观效果,按0分/3分/4分/5分评分		
	海报整体排版设计	10分 根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度,按0分/4分/6分/8分/10分评分		
	海报整体颜色搭配	10分 根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分		
	有无强烈的营销冲击效果	5分 按营销的视觉冲击力,按0分/3分/4分/5分评分		
文件保存	10分 文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)			
合计	100分			

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：H1-13，海报设计与制作

(1) 任务描述

【背景资料】2018 年的 520 女神节 (Chinese Valentines' Day) 快到了, 某女装网店准备 “以爱之名” 为店铺新上的一款女性的高腰百褶裙做一张促销海报, 此款短裙的特点是对格工艺、定织面料、挺括有型, 提升女性气质。优惠措施: 特价 189 元。活动时间: 5 月 10 日—5 月 20 日。

请根据试题文件夹中提供的素材, 按照下面制作要求, 为此次活动制作符合主题、设计美观、主题突出、有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸: 要求为 1920 像素×550 像素;

②海报背景: 要求根据活动主题、商品图片和模特图片的颜色, 从背景素材文件中的素材中选择合适的素材 (素材可以根据需要自由裁剪、组合);

③海报中的产品展示: 采用抠图方式将模特图、产品图抠出融入海报恰当位置; 图片抠图要求细致, 产品在海报中呈现时要求有美观排列方式;

④海报中的文字信息: 根据背景资料提示, 给新海报添加主题标语; 并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息, 给新海报添加宣传文案。并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素: 请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签, 给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮: 结合活动主题, 在海报中添加引导按钮, 达到引导行动的效果。

⑦文件保存: 海报制作完好后, 要求将结果保存为一种格式文件, 文件名 “学号姓名.jpg”, 文件大小不超过 300KB, 文件直接提交给老师。

(2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, Photoshop 工具软件 (CS6.0 以上版本), Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡 (试题 H1-13)。

海报设计与制作评分卡(试题H1-13)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(5分)	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求,按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否选择背景素材和素材设置美观效果、融合情况给分,按0分/3分/4分/5分评分
	海报中产品展示	10分	根据模特抠图效果、裁剪效果、大小调整效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点;按0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素,以及图标元素的美观效果,按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮,以及引导按钮的美观效果,按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力,按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：H1-14，海报设计与制作

（1）任务描述

【背景资料】金秋十月，又到一年丰收的季节。湖南麻阳，又称“冰糖橙之乡”，这里有无公害冰糖橙示范基地，活跃着一群可爱的“新农人”。他们践行“大众创业、万众创新”的号召，紧抓“互联网+农村”的机遇，进军互联网创业领域。为此需要对网店装修进行更新。现定本次活动的主题为喜迎丰收聚优惠。届时将以先领券再购物、买多少送多少等活动形式，还将设置数量有限、先到先得的秒杀、半价、免单等环节回馈广大顾客。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

②海报背景：挑选合适的背景素材图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为新海报的背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材图片中的两三种产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等；

④海报中的文字信息：从背景资料中提取 2 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为一种格式文件，文件名“学号姓名.jpg”，文件大小不超过 300KB，文件直接提交给老师。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：win8/win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

（3）考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-14)。

海报设计与制作评分卡(试题H1-14)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(5分)	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求,按0分/5分评分
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求,以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点;按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素,以及图标元素的美观效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮,以及引导按钮的美观效果,按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力,按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

15.试题编号：H1-15，海报设计与制作

(1) 任务描述

【背景资料】：某数码商城为回馈广大消费者，特举办一次“品牌团”活动。多个知名品牌加盟本次团购活动。活动时间为2天，开团时间为上午10点。相信品牌的力量，全场正品行货、顺丰包邮，购物满588元立返现金券30元。

请根据试题文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：宽度为950像素，高度为350像素。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材“样品1.jpg”、“样品2.jpg”、“样品3.jpg”、“样品4.jpg”图片中的主要产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影等效果。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；任选加盟本次活动的4个品牌，以合适的方式展现；从背景资料中提取2个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。对各文字进行合适的格式、排版和文字样式设置，如投影、描边等效果。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作1种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为一种格式文件，文件名“学号姓名.jpg”，文件大小不超过300KB，文件直接提交给老师。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8/win10操作系统，Office2010版本以上，Photoshop工具软件（CS6.0以上版本），Dreamweaver CS5版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求80分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题H1-15)。

海报设计与制作评分卡(试题H1-15)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(5分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求,按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否设置渐变色和渐变色设置美观效果给分 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中产品展示	10分	根据抠图效果、裁剪效果、大小调整效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点;按0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素,以及图标元素的美观效果,按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮,以及引导按钮的美观效果,按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度,按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果,按0分/4分/6分/8分/10分评分
有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力,按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：H1-16，网店元素设计与制作

(1) 任务描述

“OSCO”是一家以销售休闲鞋和拖鞋为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司决定在天猫商城开设一家店铺以扩大产品的曝光度，增加企业与用户之间的互动，以达到增加产品销售。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品7天无理由退换货，且提供发票。同时公司拟对新店开张采取如下促销活动：满100元包邮；推出两款主打促销新鞋“鞋1”，促销价为28元/双，“鞋2”，促销价为38元/双。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺Logo及Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺Logo

①尺寸要求：宽度为100像素、高度为100像素、分辨率为72像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺Logo图片储存为“店铺logo.JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，其中JPG格式文件的文件大小为100K以内。

2) 店铺Banner

①尺寸要求：宽度为950像素，高度为120像素，分辨率为72像素/英寸；

②背景要求：结合店铺经营商品，使用渐变色填充设计，要求从渐变颜色、渐变方式、透明度设置等各方面体现背景的美观；

③内容要求：Banner设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销导向；Banner中应添加店铺Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的banner图片储存为“首页banner.JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，其中JPG格式文件的文件大小为150K以内。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为100像素/英寸

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图1.JPG”、“主图2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过1M。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10操作系统，Office2010版本以上，Photoshop工具软件（CS6.0以上版本），Dreamweaver CS5版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-16)。

网店元素设计与制作评分卡(试题 H1-16)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
店铺 Logo 设计 (18分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
店铺 Banner 设计 (31分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
背景设计	8分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称 (按0/2/3评分), 宣传促销标语 (按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按2分/3分/4分/5分评分)	
文件保存	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
商品主图设计 (46分)			
尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
促销元素	16分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
存储要求	8分	文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计	100分		

工作任务
(95分)

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：H1-17，网店元素设计与制作

(1) 任务描述

“魅力惠化妆品专营店”是一家商场专柜直供，销售国内高端护肤品为主的化妆品专营店。近日，该店拓宽货源渠道，引入雅诗兰黛、兰蔻、SK-II 等国际高端护肤品品牌产品。为了凸显店铺引进国际大牌产品，店铺装修需要及时更新与升级。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为网店重新设计店铺 Logo 及 Banner，并为网店最新的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

- ①尺寸要求：宽度为 80 像素、高度为 80 像素、分辨率为 80 像素/英寸。
- ②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。
- ③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片存储为“店铺 logo. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 店铺 Banner

- ①尺寸要求：宽度为 1920 像素，高度为 500 像素，分辨率为 100 像素/英寸。
- ②背景要求：使用素材中的“花瓣.jpg”、“礼盒.jpg”合成设计美观的图片，制作 Banner 的背景。
- ③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销导向；Banner 中应添加店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的 banner 图片存储为“首页 banner. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

- ①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸
- ②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“店铺升级优惠价”、“专柜正品”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图存储为“主图 1. JPG”、“主图 2. JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 1M。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-17)。

网店元素设计与制作评分卡(试题 H1-17)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
店铺 Logo 设计 (18分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
店铺 Banner 设计 (31分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
背景设计	8分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称 (按0/2/3评分), 宣传促销标语 (按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按2分/3分/4分/5分评分)	
文件保存	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
商品主图设计 (46分)			
尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
促销元素	16分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
存储要求	8分	文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计	100分		

工作任务
(95分)

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：H1-18，网店元素设计与制作

(1) 任务描述

“数码时代”是一家以销售数码产品为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司拟定在某网上商城开设一家网店，以扩大销售市场，增加产品销量。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品7天无理由退换货，且提供包换、保修等优质售后服务。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

- ①尺寸要求：宽度为80像素、高度为80像素、分辨率为80像素/英寸。
- ②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。
- ③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为150K 以内。

2) 店铺 Banner

- ①尺寸要求：宽度为950像素，高度为120像素，分辨率为100像素/英寸。
- ②背景要求：结合店铺经营商品，使用渐变色填充设计，要求从渐变颜色、渐变方式、透明度设置等各方面体现背景的美观。
- ③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导；Banner 中应添加店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“首页 banner. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为150K 以内。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

- ①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为72像素/英寸
- ②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。
- ③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“官方授权”、“正品行货”、“限时折扣”、“包邮”、“7天无理由退换”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1. JPG”、“主图 2. JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过1M。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求80分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题H1-18)。

网店元素设计与制作评分卡(试题 H1-18)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
店铺 Logo 设计 (18分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
店铺 Banner 设计 (31分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
背景设计	8分	根据是否设置渐变色和设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称 (按0/2/3评分), 宣传促销标语 (按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按2分/3分/4分/5分评分)	
文件保存	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
商品主图设计 (46分)			
尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
促销元素	16分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
存储要求	8分	文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计	100分		

工作任务
(95分)

试题评阅人签名_____

19.试题编号：H1-19，网店元素设计与制作

(1) 任务描述

“GORYA”是株洲芦淞服饰大市场的一家品牌女装销售店。为了拓展客户市场，准备在淘宝平台开设网店进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 80 像素、高度为 80 像素、分辨率为 80 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 店铺 Banner

①尺寸要求：宽度为 950 像素，高度为 120 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②背景要求：从“背景素材”文件中裁剪、选择合适图案，进行图片大小、角度、透明度等调整，使用调整好的图片作为 Banner 的背景。

③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导；Banner 中应添加店铺 Logo、代表店铺销售商品类型的图片以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“首页 banner. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

3) 商品主图（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置图层样式等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1. JPG”、“主图 2. JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 1M。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-19)。

网店元素设计与制作评分卡(试题 H1-19)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
店铺 Logo 设计 (18分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
店铺 Banner 设计 (31分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
背景设计	8分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称 (按0/2/3评分), 宣传促销标语 (按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按2分/3分/4分/5分评分)	
文件保存	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
商品主图设计 (46分)			
尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
促销元素	16分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
存储要求	8分	文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计	100分		

工作任务
(95分)

试题评阅人签名_____

20. 试题编号：H1-20，网店元素设计与制作

(1) 任务描述

“农夫生态果园”是一家专营各地特色水果的销售店。为了拓展客户市场，“农夫生态果园”将进驻淘宝平台进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

- ①尺寸要求：宽度为 80 像素、高度为 80 像素、分辨率为 80 像素/英寸。
- ②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。
- ③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 店铺 Banner

- ①尺寸要求：宽度为 950 像素，高度为 120 像素，分辨率为 100 像素/英寸。
- ②背景要求：挑选素材“背景”文件夹中合适的图片进行图片的裁剪、大小、角度、透明度等调整和合成，制作 Banner 的背景。
- ③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导；Banner 中应添加店铺 Logo、主营商品图片以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“首页 banner. JPG”格式的文件一份，储存到当前文件夹，JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

3) 商品主图

选择素材文件夹下产品原图制作主图 1 和主图 2；

- ①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸
- ②图片修饰：对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。
- ③卖点文案：在主图中加入合适的卖点文案，如“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等促销信息，天然、无污染等卖点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1. JPG”、“主图 2. JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 1M。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-20)。

网店元素设计与制作评分卡(试题 H1-20)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
店铺 Logo 设计 (18分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
店铺 Banner 设计 (31分)			
尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
背景设计	8分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称 (按0/2/3评分), 宣传促销标语 (按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按2分/3分/4分/5分评分)	
文件保存	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
商品主图设计 (46分)			
尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
促销元素	16分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
存储要求	8分	文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计		100分	

工作任务
(95分)

试题评阅人签名_____

21. 试题编号：H1-21，详情页设计与制作

(1) 任务描述

“爱家. 爱生活”是一家以销售靠枕、腰枕、抱枕等的网店。近期，公司决定上架一款时尚潮流、舒适棉麻面料的靠枕，为此急需制作新产品的详情页。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为790像素，高度根据需要自定义，分辨率为100像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑤买家评价设计。根据提供的买家素材图片进行设计。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“学号姓名.JPG”格式存储，保存文件大小为500K以内，提交完整的详情页。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求80分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题H1-21)。

详情页设计与制作评分卡(试题 H1-21)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	详情页尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/4分/8分/12分/15分评分。	
	买家评价设计	10分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/8分/10分评分。	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0分/4分/8分/10分评分。)	
	详情页整体布局 and 美观	15分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/8分/12分/15分评分。	
	文件保存	8分	文件名和格式正确(6分) 能够正确提交(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

22. 试题编号：H1-22，详情页设计与制作

(1) 任务描述

“Eaget”鼠标专营店是一家以销售品牌鼠标及配件的网店。近期，公司决定上架一款新品鼠标，为此急需制作新产品的详情页。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为790像素，高度根据需要自定义，分辨率为100像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑤买家评价设计。根据提供的买家素材图片进行设计。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“学号姓名.JPG”格式存储，保存文件大小为500K以内，提交完整的详情页。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求80分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题H1-22)。

详情页设计与制作评分卡(试题 H1-22)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	详情页尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/4分/8分/12分/15分评分。	
	买家评价设计	10分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/8分/10分评分。	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0分/4分/8分/10分评分。)	
	详情页整体布局 and 美观	15分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/8分/12分/15分评分。	
	文件保存	8分	文件名和格式正确(6分) 能够正确提交(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

23. 试题编号：H1-23，详情页设计与制作

(1) 任务描述

“SisJuly”女装店是一家以销售时尚品牌女装的老牌网店。近期，公司决定上架一款 2018 秋季新款时尚潮流、修身连衣裙，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 750 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求至少有一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸及试穿等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理，排版美观，要求制作不少于 5 张图片。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行本模块的设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页存储为“学号姓名.JPG”格式存储，保存文件大小为 500K 以内，提交完整的详情页。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-23)。

详情页设计与制作评分卡(试题 H1-23)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	详情页尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张(6-10分) (3) 详情页中模特展示图多于5张(11-16分)	
	服务质量等信息的设计	9分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(9分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/3/6/9分档评分)	
	详情页整体布局和美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	8分	文件名和格式正确(6分)、能够正确提交(2)	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

24. 试题编号：H1-24，详情页设计与制作

(1) 任务描述

“亲亲宝贝”玩具专卖店是一家以销售品牌玩具的网店。近期，公司决定上架一款名为“JOYTOWN”的魔方，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为790像素，高度根据需要自定义，分辨率为100像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑤买家评价设计。根据提供的买家素材图片进行设计。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“学号姓名.JPG”格式存储，保存文件大小为500K以内，提交完整的详情页。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求80分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题H1-24)。

详情页设计与制作评分卡(试题 H1-24)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/4分/8分/12分/15分评分。
	买家评价设计	10分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/8分/10分评分。
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0分/4分/8分/10分评分。)
	详情页整体布局 and 美观	15分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/8分/12分/15分评分。
	文件保存	8分	文件名和格式正确(6分) 能够正确提交(2分)
合计		100分	

试题评阅人签名_____

25. 试题编号：H1-25，详情页设计与制作

(1) 任务描述

“靓装”专卖店是一家以销售品牌女性饰品的网店。近期，公司决定上架一款名为“卡地”的玫瑰花项链，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为790像素，高度根据需要自定义，分辨率为100像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑤买家评价设计。根据提供的买家素材图片进行设计。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“学号姓名.JPG”格式存储，保存文件大小为500K以内，提交完整的详情页。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS5 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求80分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题H1-25)。

详情页设计与制作评分卡(试题 H1-25)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/4分/8分/12分/15分评分。
	买家评价设计	10分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/8分/10分评分。
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0分/4分/8分/10分评分。)
	详情页整体布局 and 美观	15分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/8分/12分/15分评分。
	文件保存	8分	文件名和格式正确(6分) 能够正确提交(2分)
合计		100分	

试题评阅人签名_____

模块二 电商平台运营

(一) B2C/C2C 平台运营

1. 试题编号：H2-1，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“十六巷女装”是淘宝平台上的一家专营女装的金冠店铺，现公司决定新上一款连衣裙，连衣裙相关参数如下：



产品参数：

材质成分：聚酯纤维 100%

面料：雪纺

货号：00032

风格：通勤

通勤：韩版

裙长：中长裙

组合形式：假两件

袖长：短袖

领型：圆领

袖型：泡泡袖

腰型：中腰

衣门襟：套头

裙型：A 字裙

图案：碎花

流行元素/工艺：荷叶边 破洞 镂空 抽褶

品牌：XEV

适用年龄：25-29 周岁

年份季节：2022 年夏季

颜色分类：无袖深红 无袖灰色 无袖土豪

(2) 测试任务

为了使新上的宝贝尽快的让顾客搜索到，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

1) 分析影响宝贝搜索排名的因素

淘宝 SEO 的关键是提高卖家宝贝的排名，让消费者一眼就能看到你的宝贝，影响宝贝排名靠前的因素有哪些，请列出 8 项填入表 1 中

表 1 影响宝贝排名的因素

2) 关键词选择与标题制作

表 6 选择宝贝上下架时间

问题 1: 从图 1 和图 2 数据分析, 宝贝上架应该选择一周中的哪天, 什么时间段? 说明选择理由。

问题 2: 如果店铺有多款宝贝需要上架, 应该怎么操作?

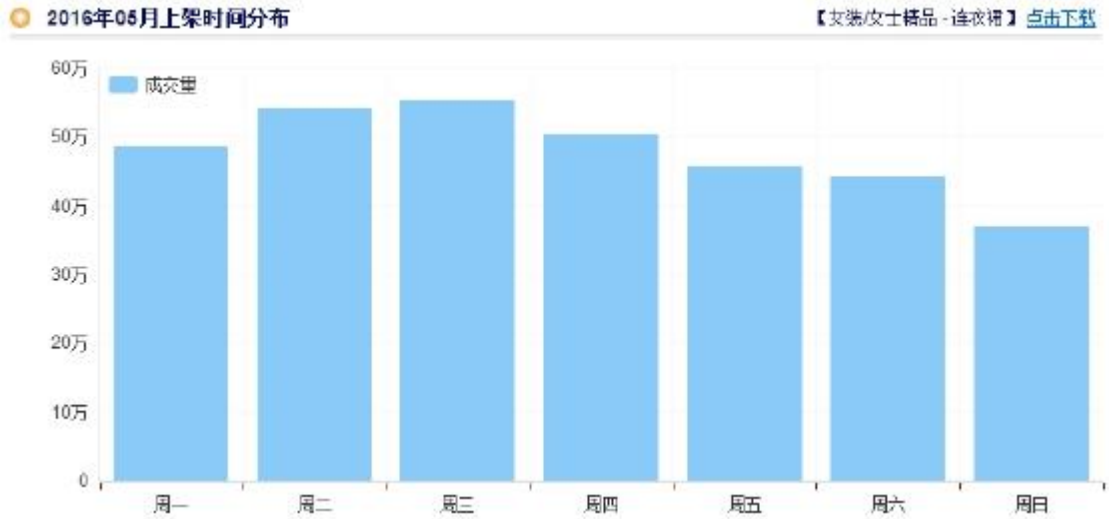


图 1 按周段的在不同时间的销量

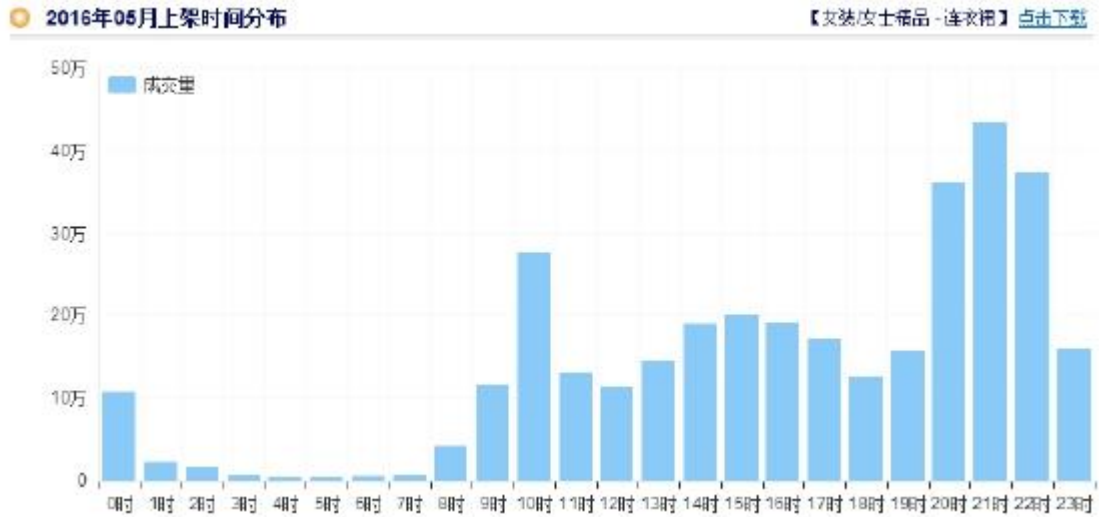


图 2 按时段的不同时间段的销量

4) 借助软文推广提升流量

进行了标题、上下架时间等优化后, 可以借助平台内更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量, 而社区免费资源推广中, 软文的写作是非常关键的一部分。请为“十六巷女装”店铺中的连衣裙等系列女装撰写一篇推广软文。

要求: 字数不少于 300, 软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点, 能很好地把推广信息传递给潜在消费者, 形式不限, 但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标;

文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台中的版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此平台与板块发布的理由	

5) 数据分析与优化

①商品发布后，试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对标题和标题中的关键词进行跟踪。表 8 为在用的 8 个关键词某个时段跟踪的相关数据指标，分析表 8 中数据，可以选择哪两个关键词作为核心关键词，哪两个关键词可以作为二级关键词，最需要更换的关键词是哪个？说明理由。请将回答填入表 9 中。

②店铺运营一段时间以来，最近发现店铺的 DSR 评分中的服务态度得分在降低，已经快接近于行业平均值了，请问分析服务态度得分与那些因素相关？需要如何来进行提升？请将回答填入表 9 中。

表 8 不同关键词的数据指标

序号	关键词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	关键词 1	192,757	36.09%	45.30%	132,332	2.42%
2	关键词 2	190,549	26.09%	57.17%	127,231	3.60%
3	关键词 3	89,210	8.73%	19.29%	72,024	0.69%
4	关键词 4	65,460	6.09%	31.77%	43,720	1.86%
5	关键词 5	40,130	4.43%	21.36%	33,790	0.45%
6	关键词 6	36,790	2.93%	9.46%	26870	0.31%
7	关键词 7	16,890	1.65%	36.41%	15410	1.78%
8	关键词 8	10,890	0.89%	8.37%	9120	0.22%

表 9 数据分析与推广优化

①答：

②答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-1)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-1)

评价内容	配分	考核点	考核得分		
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。			
工作任务 (95 分)	影响宝贝搜索排名	8 分	重复或包含关系不计分。8*1 分=8 分		
	关键词选择与标题制作 (30 分)	中心词和属性词	6 分	合理且尽量不重复, 每个 1 分, 6*1 分=6 分。	
		通过站内搜索找关键词	4 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择。操作截图 2 分, 关键词 2 分; 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
			4 分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2 分, 关键词 2 分; 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
		通过搜索热词榜单筛选关键词	6 分	要求与验证结果相符合且排列顺序一致, 每个 1 分。	
		宝贝标题设计	10 分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词、词语重复度、是否契合卖点等, 按 0/1/2/3/4/5 计分, 标题一 5 分, 标题二 5 分。	
	确定合适宝贝上下架时间	10 分	宝贝上架时段的选择 5 分; 多款宝贝上架问题的回答 5 分。		
	站内社区软文推广 (25 分)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分。	
		软文内容	5 分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5 分	结构严谨、文笔通顺。	
			5 分	构思新颖, 能吸引网民。	
		字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分			
	软文发布	5 分	软文发布版块选择共 5 分, 要求说出平台名称 1 分, 说出具体版块名称 2 分, 且要求是淘宝站内的, 不是淘宝站内的不能得分。选择理由充分、合理 2 分。		
数据分析和推广优化 (22 分)	数据分析 1	10 分	按关键词的选择正确性给分, 5*1 分=5 分理由说明正确充分性, 按 0/2/3/4/5 计分。		
	数据分析 2	12 分	按优化分析的全面性、正确性评分。问题回答 6 分, 按 0/2/4/6 计分, 优化措施 6 分, 按 0/2/4/6 计分。		
合计		100 分			

试题评阅人签名 _____

2. 试题编号：H2-2，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“黑 girl 佐美服饰”是淘宝平台上的一家专营女裤的皇冠店铺，现公司决定新上一款女裤，女裤相关参数如下：



产品参数：

女裤裤型：阔腿裤

材质成分：聚酯纤维 80% 其他 20%

面料：其他

货号：ML15F587

风格：通勤

版型：韩版

裤长：九分裤

女裤腰高：高腰

流行元素：不对称

服装款式细节：拉链

品牌：漫流

适用年龄：30-34 周岁

年份季节：2022 年夏季

颜色分类：黑色

尺寸：27/M 28/L 29/XL 30/2XL 31/3X

(2) 测试任务

为了使新上的宝贝尽快的让顾客搜索到，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

1) 分析影响宝贝搜索排名的因素

淘宝 SEO 的关键是提高卖家宝贝的排名，让消费者一眼就能看到你的宝贝，影响宝贝排名靠前的因素有哪些，请列出 8 项填入表 1 中

表 1 影响宝贝排名的因素

2) 关键词选择与标题制作

宝贝标题相当于宝贝的“门户”，制作和优化宝贝的标题，可以采用下列方法进行，请按照提示步骤完成相关操作。

①先确定宝贝的中心词（指与发布宝贝信息相关的核心词），并从宝贝参数中选择属性词，将选择结果填入表 2 中。

表 2 关键词选择一

中心词(1个)				
属性词(5个)				

②通过在淘宝首页搜索框中输入“女裤”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 3

表 3 关键词选择二

将搜索框中输入“女裤”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中			
将从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格			
在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中			

③通过“生意参谋--市场行情--行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，现通过操作已将行业热词榜下载到试题文件夹下的“女裤搜索热词.xls”文件，请对本文件中的热词利用 Excel 的分列（根据空格分列）、去重，以及筛选词中包含“夏”字和“阔腿裤”的热词，将操作结果的前 6 个词填入表 4

表 4 关键词选择三

④通过以上方法找到标题关键词后，再结合促销方式、品牌、时尚流行、以及同行卖家的使用情况等，进行关键词的组合、排列，制作两个适合推广的宝贝标题。组合标题过程中要注意：标题关键词排列顺序符合客户阅读习惯；标题中包含关键词种类越多，被搜索到几率越大；标题字数要充分利用，但词语尽量不要重复；标题中禁用违规词。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

3) 确定合适宝贝上下架时间

宝贝上下架时间是影响淘宝搜索排名的重要因素。淘宝卖家都知道，宝贝离下架时间越近，排名会越靠前。如图 1 和图 2 是根据“生 E 经”等数据分析软件查询到的女裤按周段和按时段的下架时间分布与宝贝销售数的关系图。对图 1 和图 2 中数据进行分析，回答表 6 中所提问题。

表 6 选择宝贝上下架时间

问题 1: 从图 1 和图 2 数据分析, 宝贝下架应该选择一周中的哪天, 什么时间段? 说明选择理由

问题 2: 对于即将下架的宝贝, 为了使其获取更多的优质流量, 应该怎么操作?

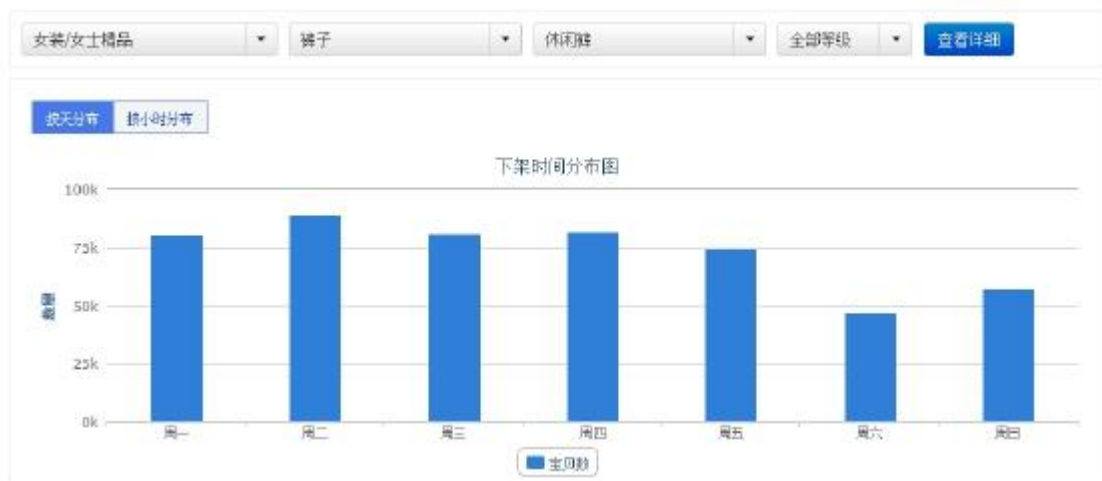


图 1 按周段的在不同时间的销量

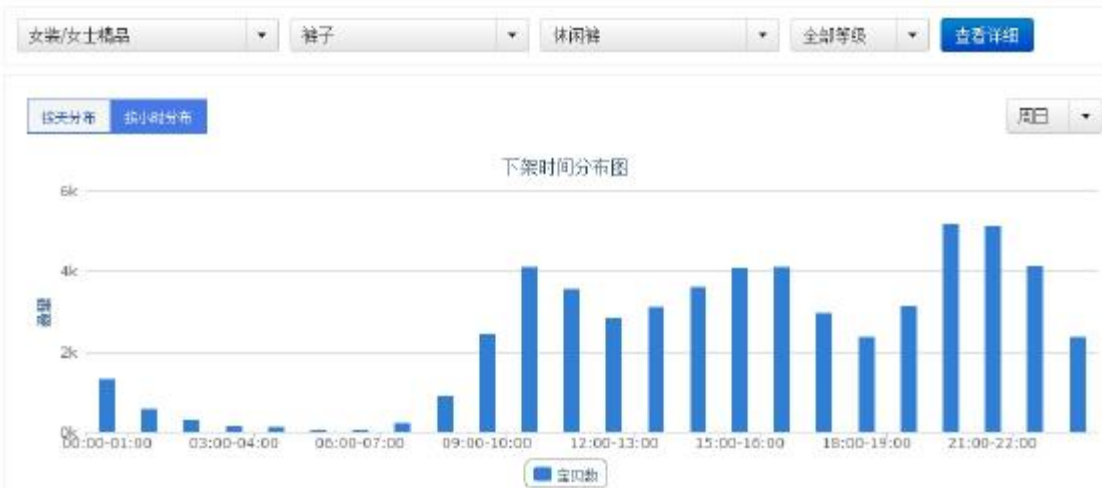


图 2 按时段的不同时间段的销量

4) 借助软文推广提升流量

进行了标题、上下架时间等优化后, 可以借助平台内更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量, 而社区免费资源推广中, 软文的写作是非常关键的一部分。请为“黑 girl 佐美服饰”店铺中的阔腿裤撰写一篇推广软文。

要求: 字数不少于 300, 软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点, 能很好地把推广信息传递给潜在消费者, 形式不限, 但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标; 文章内容很能吸引网民, 结构严谨、文笔通顺; 选择合适的平台中的版块, 与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

5) 数据分析与优化

①商品发布后，试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对标题和标题中的关键词进行跟踪。表 8 为在用的 8 个关键词某个时段跟踪的相关数据指标，分析表 8 中数据，可以选择哪两个关键词作为核心关键词，哪两个关键词可以作为二级关键词，最需要更换的关键词是哪个？说明理由。请将回答填入表 9 中。

②店铺运营一段时间以来，最近发现店铺的 DSR 评分中的服务态度得分在降低，已经快接近于行业平均值了，请问分析服务态度得分与那些因素相关？需要如何来进行提升？请将回答填入表 9 中。

表 8 不同关键词的数据指标

序号	关键词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	关键词 1	89,210	8.73%	19.29%	72,024	0.69%
2	关键词 2	65,460	6.09%	31.77%	43,720	1.86%
3	关键词 3	190,549	26.09%	57.17%	127,231	3.60%
4	关键词 4	16,890	1.65%	36.41%	15410	1.78%
5	关键词 5	192,757	36.09%	45.30%	132,332	2.42%
6	关键词 6	36,790	2.93%	9.46%	26870	0.31%

表 9 数据分析与推广优化

①答：

②答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-2)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-2)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95 分)	影响宝贝搜索排名	8 分	重复或包含关系不计分。8*1 分=8 分		
	关键词选择与标题制作 (30 分)	中心词和属性词	6 分	合理且尽量不重复, 每个 1 分, 6*1 分=6 分	
		通过站内搜索找关键词	4 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择。操作截图 2 分, 关键词 2 分; 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
			4 分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2 分, 关键词 2 分; 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
		通过搜索热词榜筛选关键词	6 分	要求与验证结果相符且排列顺序一致, 每个 1 分。	
		宝贝标题设计	10 分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词、词语重复度、是否契合卖点等, 按 0/1/2/3/4/5 计分, 标题一 5 分, 标题二 5 分。	
	确定合适宝贝上下架时间	10 分	宝贝上架时段的选择 5 分; 即将下架宝贝获取优质流量问题的回答 5 分。		
	站内社区软文推广 (25 分)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分。	
		软文内容	5 分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5 分	结构严谨、文笔通顺。	
			5 分	构思新颖, 能吸引网民。	
			字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分		
	软文发布	5 分	软文发布共 5 分, 要求说出平台名称 1 分, 说出具体版块名称 2 分, 且要求是淘宝站内的, 不是淘宝站内的不能得分。选择理由充分、合理 2 分。		
数据分析和推广优化(22 分)	数据分析 1	10 分	按关键词的选择正确性给分, 5*1 分=5 分理由说明正确充分性, 按 0/2/3/4/5 计分。		
	数据分析 2	12 分	按优化分析的全面性、正确性评分。问题回答 6 分, 按 0/2/4/6 计分, 优化措施 6 分, 按 0/2/4/6 计分。		
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：H2-3，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

小王大学毕业工作了一段时间后，由于工资待遇不高准备自己创业，他看到了这几年电子商务的迅速发展，于是决定拉起一个团队利用淘宝天猫平台，进行网络创业。依托于株洲服装大市场巨大的资源优势，小王准备选择“女装”这个类目进行创业，并给网店取名为“南山南 思如依”时尚女装店，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 商品定价

通过市场分析选品后，小王选定了“连衣裙”为主营商品，但商品如何来定价呢？对于新手淘宝卖家来说，单品定价法是常用的一种定价方法，它是指对于单款商品的定价，直接参考别的淘宝店铺制定的价格，再分别列出高、中、低 3 个价位，高，表示最高的价位；低，表示最低的价位；中，表示最中间的那两个价位的平均值，最后利用这三个价位的平均值制定自己店铺商品的价格。实际定价中，还会从消费者心理出发，采用弧形数字定价法（即使用带有弧形线条的数字，9、8、6、5、3、2、0，而少使用数字 1、4、7），表 2 是某款连衣裙在几家淘宝店铺的价格数据，根据表 2 中提供的数据和提示的定价方法，填写表中缺失的数据。

表 1 商品定价

淘宝店铺	定价/元
A	168
B	148
C	109
D	176
E	156
F	128
最高价	
中间价	
最低价	
可以制定的价格	
最终定价（考虑弧形数字定价法）	

2) 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要环节。

①对于店铺初期的引流，通过对宝贝标题、宝贝上下架时间、橱窗推荐来进行 SEO 优化，来尽可能多地获取免费自然流量，请针对表 2 中的问题进行回答。

表 2 推广引流--SEO 优化

问题 1：简述店铺宝贝的标题优化的基本思路？

问题 2：假设店铺前期准备上架 10 件宝贝，对宝贝上下架时间有何建议？

②借助软文推广提升流量

在初期引流过程中，可以借助更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量，而社区免费资源推广中，软文的写作是非常关键的一部分。请为“南山南 思如依”店铺中的连衣裙等系列女装撰写一篇推广软文。

要求：字数不少于 300，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台中的版块，与产品特点吻合。

表 3 推广引流--软文引流

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此平台与版块发布的理由	

③在店铺经营的初期，利用淘宝官方低门槛的活动报名方式参加各种活动，进而也可为店铺带来巨大的流量。请针对表中的问题进行回答。

表 4 推广引流--活动引流

问题 1：淘宝官方平常免费的活动主要有哪些（填写 3 个活动名）

--	--	--

问题 2：现本店铺准备申报官方的“天天特卖”活动，请问报名天天特卖，店铺需要符合哪些条件？

3) 直通车运营

在通过店铺初期的 SEO 优化、软文引流和活动引流后，店铺流量仍然受到一定局限，后公司通过调查分析，淘宝直通车推广带去的流量是非常大的，其成交量也是比较可观的。现公司决定采用直通车来帮助进行运营推广，请利用网店直通车运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

①加入直通车的条件

直通车的推广效果自不必说，但是开通直通车是有条件限制的，想利用直通车来引入精准

流量，首先要明确店铺利用直通车推广的条件。

表 5 直通车加入条件

淘宝卖家加入直通车的必要条件？

答：

②直通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上搜索“连衣裙”然后找到 3 种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表 6 中。

表 6 直通车推广位置

直通车位置 1 截图

直通车位置 2 截图

直通车位置 3 截图

4) 数据分析与优化

店铺试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对店铺相关数据进行跟踪分析，从而在后期进行优化和改进。表 7 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据，对表 7 中数据进行分析，回答表 8 中相关问题。

表 7 流量来源分析表

PC 流量来源 top10			无线流量来源 top10		
流量来源	访客数	下单转化率	流量来源	访客数	下单转化率
天天特价	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特价	1724	0.17%
淘宝客	61	4.92%	淘内免费其它	507	0.99%
直接访问	38	0%	手淘其它店铺	254	0.39%

淘宝站内其它	31	0%	购物车	107	8.41%
宝贝收藏	20	0%	淘宝客	83	1.2%
购物车	17	5.88%	我的淘宝	70	2.86%
淘外流量其它	8	0%	直接访问	33	3.03%
搜狗	7	0%	手淘消息中心	24	0%
已买到商品	4	25%	手淘旺信	16	0%

表 8 数据分析与推广优化

①从表 7 中可以分析出店铺的主要流量是来自无线端还是 PC 端？说明了什么？

答：

②流量来源表中哪些流量来源最可能是反映的是老客户？

答：

③上述流量来源中哪一项是需要付费来源？

答：

④观察下单转化率较高数据的流量来源，你发现了什么？

答：

⑤针对上述流量来源情况，下一步有何改进措施？

答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-3)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-3)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。 操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95 分)	商品宝贝定价 (7 分)	7 分	前 3 空, 每个 1 分; 后 2 空, 每个 2 分		
	推广引流-SEO 优化 (14 分)	14 分	问题 1 回答 6 分, 问题 2 回答 8 分		
	站内社区软文推广 (25 分)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分。	
		软文内容	5 分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5 分	结构严谨、文笔通顺。	
			5 分	构思新颖, 能吸引网民。	
				字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分	
	软文发布	5 分	软文发布共 5 分, 要求说出平台名称 1 分, 说出具体版块名称 2 分。选择理由充分、合理 2 分。		
	推广引流活动 (13 分)	13 分	活动名, 每个 1 分, 共 3 分; 天天特卖申报店铺要求, 每个要求 2 分, 共 10 分。		
	直通车运营 (16 分)	7 分	加入直通车的条件 7 分		
9 分		位置截图, 每个截图 3 分			
数据分析与优化 (20 分)	20 分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 ①4 分②4 分③2 分④4 分⑤6 分			
合计		100 分			

试题评阅人签名 _____

4. 试题编号：H2-4，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

小李大学毕业工作了一段时间后，由于工资待遇不高准备自己创业，他看到了这几年电子商务的迅速发展，于是决定拉起一个团队利用淘宝天猫平台，进行网络创业。依托于家乡特色环保茶叶、木耳、香菇等农产品的资源优势，小王准备选择“食品”这个类目进行创业，并给网店取名为“大自然特产直销店”，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 商品定价

通过市场分析选品后，小王选定了家乡的茶叶的黑茶为主营商品，但商品选择哪个价位段来销售？对于新手淘宝卖家来说，最好的方法是先分析淘宝网中客户对黑茶价位区间喜欢的百分比，再决定自己选择的价位段。请在淘宝搜索框中输入“黑茶”查询客户喜欢百分比最高的价位区间，将查询结果和查询截图保存于表 1 中。

表 1 商品定价

问题 1：“黑茶”客户最喜欢的价位区间是多少，占比是多少

问题 2：将上述查询结果截图保存于下列单元格中

2) 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要环节。

①对于店铺初期的引流，通过对宝贝标题、宝贝上下架时间、橱窗推荐来进行 SEO 优化，来尽可能多地获取免费自然流量，请针对表 2 中的问题进行回答。

表 2 推广引流--SEO 优化

问题 1：宝贝标题字数限制在多少个汉字？宝贝标题中是否可以同时出现“黑茶 红茶 普洱茶 茶杯”，为什么？

问题 2：当买家使用某关键词在淘宝搜索框搜索的时候，同一页展示多少个宝贝？同一卖家的宝贝只展示几个？这给宝贝发布带来什么启示？

②借助软文推广提升流量

在初期引流过程中，可以借助更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量，而社区免费资源推广中，软文的写作是非常关键的一部分。请为“大自然特产直销店”店铺中的黑茶推广撰写一篇推广软文。

要求：字数不少于 300，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台中的版块，与产品特点吻合。

表 3 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

③在店铺经营的初期，利用淘宝官方低门槛的活动报名方式参加各种活动，进而也可为店铺带来巨大的流量。请针对表中的问题进行回答。

表 4 推广引流--活动引流

问题 1：淘宝官方平常的活动主要有哪些（填写 3 个活动名）		
问题 2：现本店铺准备申报官方的“聚划算”活动，请问报名聚划算，对于 C 店店铺信誉有何要求？		
问 3：对于“聚划算”活动，同一店铺每次可以申报几件宝贝，且每件宝贝不少于多少数量？		

3) 直通车运营

在通过店铺初期的 SEO 优化、软文引流和活动引流后，店铺流量仍然受到一定局限，后公司通过调查分析，淘宝直通车推广带去的流量是非常大的，其成交量也是比较可观的。现公司决定采用直通车来帮助进行运营推广，请利用网店直通车运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

①加入直通车的条件

直通车的推广效果自不必说，但是开通直通车是有条件限制的，想利用直通车来引入精准流量，首先要明确店铺利用直通车推广的条件。

表 5 直通车加入条件

淘宝卖家加入直通车的必要条件？
答：

②直通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上搜索“黑茶”然后找到 3 种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表 6 中。

表 6 直通车推广位置

直通车位置 1 截图

直通车位置 2 截图

直通车位置 3 截图

4) 数据分析与优化

店铺试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对店铺相关数据进行跟踪分析，从而在后期进行优化和改进。表 7 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据，对 7 中数据进行分析，回答表 8 中相关问题。

表 7 流量来源分析表

PC 流量来源 top10			无线流量来源 top10		
流量来源	访客数	下单转化率	流量来源	访客数	下单转化率
天天特价	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特价	1724	0.17%
淘宝客	61	4.92%	淘内免费其它	507	0.99%
直接访问	38	0%	手淘其它店铺	254	0.39%
淘宝站内其它	31	0%	购物车	107	8.41%
宝贝收藏	20	0%	淘宝客	83	1.20%
购物车	17	5.88%	我的淘宝	70	2.86%
淘外流量其它	8	0%	直接访问	33	3.03%

搜狗	7	0%	手淘消息中心	24	0%
已买到商品	4	25	手淘旺信	16	0%

表 8 数据分析与推广优化

①从表 7 中可以分析出店铺的主要流量是来自无线端还是 PC 端？说明了什么？

答：

②流量来源表中哪些流量来源最可能是反映的是老客户？

答：

③上述流量来源中哪一项是需要付费来源？

答：

④观察下单转化率较高数据的流量来源，你发现了什么？

答：

⑤针对上述流量来源情况，下一步有何改进措施？

答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-4)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-4)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。 操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95 分)	商品宝贝定价 (7 分)	7 分	前 2 问, 每个 2 分, 共 4 分; 后 1 空截图, 3 分		
	推广引流-SEO 优化 (14 分)	14 分	问题 1 第 1 问 3 分, 第 2 问 4 分; 问题 2 第 1 问 2 分, 第 2 问 2 分, 第 3 问 3 分。		
	站内 社区 软文 推广 (25 分)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分。	
		软文内容	5 分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5 分	结构严谨、文笔通顺。	
			5 分	构思新颖, 能吸引网民。	
			字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分		
	软文发布	5 分	软文发布版块选择共 3 分, 要求说出平台名称 1 分, 还要说出具体版块名称 2 分。选择理由充分、合理 2 分。		
	推广引流活动 (13 分)	13 分	活动名, 每个 1 分, 共 3 分。聚划算店铺要求, 每个要求 3 分, 共 6 分, 宝贝件数和数量, 各 2 分, 共 4 分。		
	直通车运营 (16 分)	7 分	加入直通车的条件 7 分		
9 分		位置截图, 每个截图 3 分			
数据分析与优化 (20 分)	20 分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 ①4 分②4 分③2 分④4 分⑤6 分			
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：H2-5，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

多喜爱家居用品有限公司 (<http://www.dohia.com/>) 以专业设计生产和销售床上用品为主，产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、垫类产品、床具等。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。

(2) 测试任务

现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：多喜爱（喜玫瑰）婚庆套件

工艺：印花工艺：

款式：床单式

类型：婚庆六件套

货号：090152

商品规格：1.8 米床，1.5 米床

①通过在淘宝首页搜索框中输入“多喜爱”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择。操作并填写表 1。

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

②从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2。

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写。

表 3 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特色	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	材质	
	颜色	
	图案	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个, 其它设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

④为直通车推广的宝贝进行类目选择(类目选择至少包括两级类目,从淘宝网首页查找本商品最应归属的类目),将选择的类目名填入表 4 中。

表 4 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑤买家能否看到商品,标题尤为重要。标题要简洁明了(不超过 20 字),突出宝贝的最大卖点(功效、品质、信誉、出价优势等),好的标题需要包含很多热搜关键词,而且商品标题匹配程度也要高。请根据优化的原则,为此商品设定两个适合推广的标题。

表 5 推广标题

标题 1	
标题 2	

2) 站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分,广告性太强不但容易被版主删除,而且也受到网民的抵制。请为多喜爱时尚系列的床上用品撰写一篇推广软文。

要求:字数在 300 左右,软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点,能很好地把推广信息传递给潜在消费者,形式不限,但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标;文章内容很能吸引网民,结构严谨、文笔通顺;选择合适的平台与版块,与产品特点吻合。

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

3)数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后,可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析,优化和改进推广效果。相关的数据见图 1-图 3 和表 7。

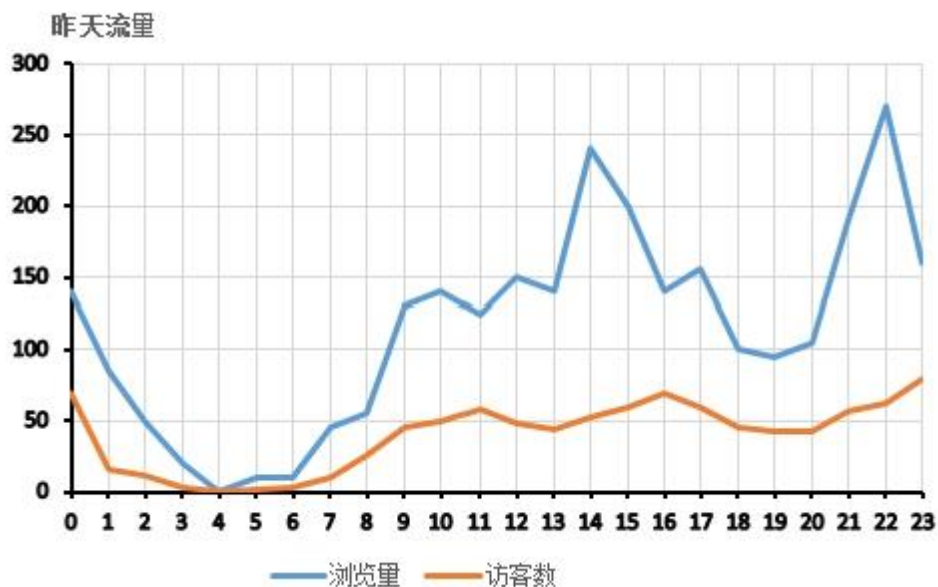


图 1 一天中按小时流量分析图。

表 7 (2010-10-12 至 2010-10-18) 关键词点击量前 50 报表

序号	关键词	宝贝	推广计划	展现量	点击量	点击率	花费	平均点	击花费	平均展现排名
1	关键词 1	宝贝 1	活动产品	19	2	10.53%	1	0.5	27	1
2	关键词 2	宝贝 2	活动产品	14	1	7.14%	0.5	0.5	26	2
3	关键词 3	宝贝 3	活动产品	96	2	2.08%	0.74	0.37	31	3
4	关键词 4	宝贝 4	活动产品	102	2	1.96%	1.37	0.69	41	4
5	关键词 5	宝贝 5	活动产品	63	1	1.59%	0.5	0.5	34	5

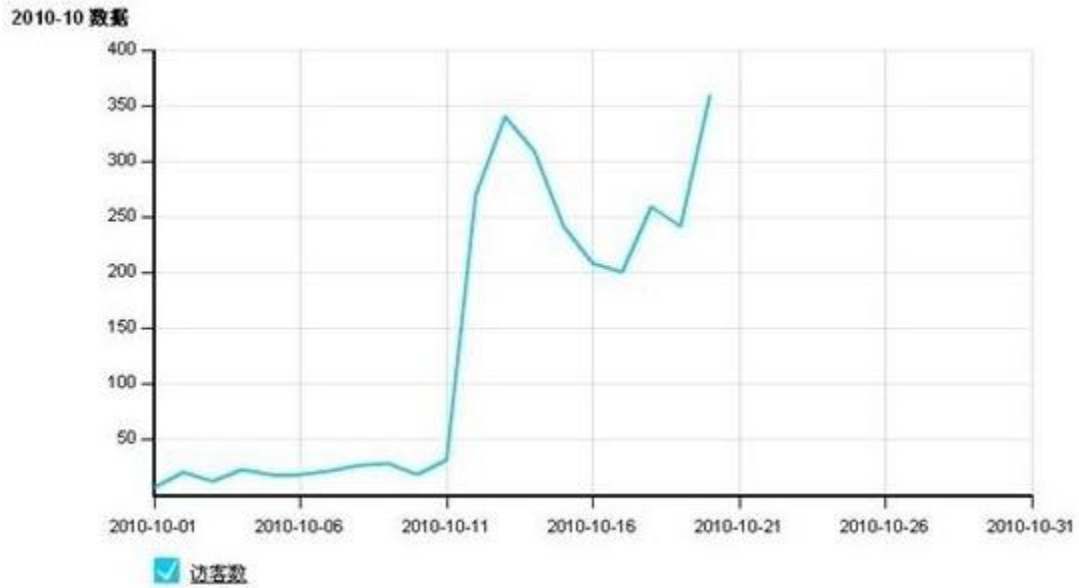


图 2 访客数趋势图

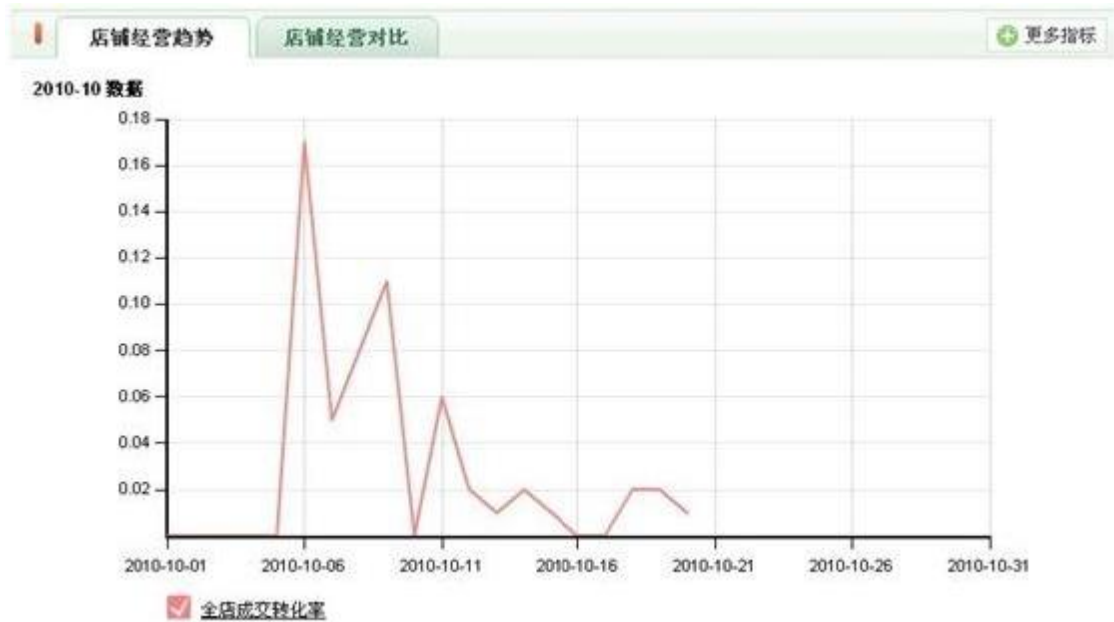


图 3 店铺经营转化率图

根据图 1-图 3 和表 7，联系表 8 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 8。

表 8 数据分析与推广优化

问题 1: 分析图 1 数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？

答:

问题 2: 比较分析表 7 数据中展现量和点击率，你发现序号为 4 的数据有什么问题，需要如何来进行推广优化？

答:

问题 3: 分析图 2 和图 3, 从中可以发现什么问题, 如何解决?

答:

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-5)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-5)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40分)	通过站内搜索找关键词	5分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 3 分, 关键词 2 分; 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
			5分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3 分, 关键词 2 分, 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词一分, 考核关键词合理性)	2分	按品牌维度选择的关键词 2 个	
			2分	按产品名称选择的关键词 2 个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个	
			4分	按目标人群选择的关键词 4 个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词 4 个	
	5分	按市场活动选择的关键词 5 个			
	推广类目选	4分	考核商品与类目的相符合度		
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点, 推广标题中包含 4 个以上特点, 且标题字数不超过 20 字则记 3 分; 每减少 1 个特点减 1 分, 直至 0 分。标题一 3 分, 标题二 3 分。		
	站内社区软文推广 (25分)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分。	
		软文内容	5分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5分	结构严谨、文笔通顺。	
			5分	构思新颖, 能吸引网民。	
	软文发布	5分	字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分		
数据分析与推广优化 (30分)	数据分析 1	10分	软文发布共 5 分, 要求说出平台名称 1 分, 说出具体版块名称 2 分。选择理由充分、合理 2 分。		
	数据分析 2	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分。说出至少 3 个方面的指导, 且理由充分。		
	数据分析 3	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分。问题回答 4 分, 优化措施 6 分。		
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：H2-6，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

澳优乳业有限公司 (<http://www.ausnutria.com/>) 是在香港上市的一家专业高端乳业食品公司，成立以来，整合全球最优资源，服务于全球和快速增长的中国市场，以优质乳制品服务下一代的健康成长。在全球范围内从事生产、研究及销售婴幼儿食品、成人食品、奶酪、黄油等，拥有澳优 (ausnutria)、能力多 (allnutria)、佳贝艾特 (Kabrita) 等著名的婴幼儿食品及乳品品牌。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：能力多婴幼儿有机奶粉 2 段

货号：430005020101

商品规格：800g

产品功能：有机营养系列

适用年龄：6~12 个月

源产地：法国

①通过在淘宝首页搜索框中输入“奶粉”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择，操作并填写表 1。

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

②从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特色	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	包装方式	
	产地	
	系列	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个，其它 设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

④为直通车推广的宝贝进行类目选择（类目选择至少包括两级类目，从淘宝网首页查找
到本商品最应归属的类目），将选择的类目名填入表 4 中。

表 4 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑤买家能否看到商品，标题尤为重要。标题要简洁明了（不超过 20 字），突出宝贝的
最大卖点（功效、品质、信誉、出价优势等），好的标题需要包含很多热搜关键词，而且商
品标题匹配程度也要高。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

2) 站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分，广告性太强不但容易被版主删除，而
且也受到网民的抵制。请为能力多婴幼儿有机奶粉撰写一篇推广软文。

要求：字数在 300 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广
信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；
文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 6 推广软文

软文标题	
------	--

软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

3) 数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后,可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析,优化和改进推广效果。相关的数据见表 7。

表 7 流量来源分析表

来源	详细	到达页浏览量	百分比
淘宝站内	商城专题	137	34.16%
	淘宝站内其它	60	14.96%
	商城搜索	40	9.98%
	阿里旺旺非广告	23	5.74%
	淘宝搜索	19	4.74%
	淘宝管理后台	18	4.49%
	淘宝类目	7	1.75%
	淘宝收藏	5	1.25%
	淘宝其他店铺	5	1.25%
	淘宝帮派	1	0.25%
	合计	315	78.55%
直接访问	直接访问	59	14.71%
	合计	59	14.71%
淘宝推广	淘客	14	3.49%
	直通车	4	1.00%
	合计	18	4.49%
其他	Tiny.yaolan.com	7	1.75%
	www.kabnta.com	1	0.25%
	e.weibo.com	1	0.25%
	合计	9	2.24%

中国访客地区比例 图例：低 高



图 1 访客地区比例

根据表 7 和上图，联系表 8 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 8。

表 8 数据分析与推广优化

问题 1: 表 7 中列出了一天中店铺中客户的来源。图中店铺的直接访问为 14.71%，一般直接访问量是怎么产生的。

答:

问题 2: 表 7 使用的付费推广方式有哪些？免费推广方式有哪些？

答:

问题 3: 分析图中数据，店铺的重点客户应该在哪里，对应不同重点客户有什么推广策略？

答:

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-6)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-6)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40分)	通过站内搜索找关键词	5分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 3分, 关键词 2分; 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
			5分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3分, 关键词 2分, 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词一分, 考核关键词合理性)	2分	按品牌维度选择的关键词 2个	
			2分	按产品名称选择的关键词 2个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词 3个	
			4分	按目标人群选择的关键词 4个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词 4个	
		5分	按市场活动选择的关键词 5个		
	推广类目选	4分	考核商品与类目的相符合度		
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点, 推广标题中包含 4个以上特点, 且标题字数不超过 20字则记 3分; 每减少 1个特点减 1分, 直至 0分。 标题一 3分, 标题二 3分。		
	站内社区软文推广 (25分)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3分。	
		软文内容	5分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5分	结构严谨、文笔通顺。	
			5分	构思新颖, 能吸引网民。 字数 300字, 每少于 50字扣 3分	
	软文发布	5分	软文发布共 5分, 要求说出平台名称 1分, 说出具体版块名称 2分。选择理由充分、合理 2分。		
数据分析与推广优化 (30分)	数据分析 1	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分。说出至少 5个方面的来源且正确, 得 10分; 每少 1个-2分。		
	数据分析 2	10分	付费推广 5分, 每少 1个或错 1个扣 1分; 免费推广 5分, 每少或错 1个扣 2分。		
	数据分析 3	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评。问题回答正确且具体 4分, 策略 6分。		
合计		100分			

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：H2-7，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

湖南省明园蜂业有限公司 (<http://www.my1918.com.cn/>) 是一家集科研、开发、生产于一体的专业蜂产品公司。主要产品有蜂蜜、蜂王浆、蜂胶、蜂花粉、日化品、礼盒、蜂产品制品、休闲食品等八大系列，近百个品种。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：明园蜂蜜柚子茶

规格：600g

货号：100600101

配料表：柚子全果、白砂糖、果葡

种类：冲饮

包装：玻璃罐装

功效：美容养颜，调节血压，促进消化，舒缓情绪

- ① 通过在淘宝首页搜索框中输入“蜂蜜柚子茶”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择。操作并填写表 1

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

- ② 从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

- ③ 从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特点	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	包装	
	规格	
	口味	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个, 其它 设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

④为直通车推广的宝贝进行类目选择(类目选择至少包括两级类目,从淘宝网首页查找
到本商品最应归属的类目),将选择的类目名填入表 4 中。

表 4 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑤买家能否看到商品,标题尤为重要。标题要简洁明了(不超过 20 字),突出宝贝的
最大卖点(功效、品质、信誉、出价优势等),好的标题需要包含很多热搜关键词,而且商
品标题匹配程度也要高。请根据优化的原则,为此商品设定两个适合推广的标题

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

(2)站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分,广告性太强不但容易被版主删除,而
且也受到网民的抵制。请为明园蜂蜜柚子茶撰写一篇推广软文。

要求:字数在 300 左右,软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点,能很好地把推广
信息传递给潜在消费者,形式不限,但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标;
文章内容很能吸引网民,结构严谨、文笔通顺;选择合适的平台与版块,与产品特点吻合。

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的	

平台与版块	
选择此板块发布的原因	

(3)数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后，可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析，优化和改进推广效果。相关的数据图表见图 1 和图 2。



图 1 销售总揽-行业经营对比

浏览量	6631129	支付宝成交件数	37716	成交用户数	14401
访客数	1112651	支付宝成交笔数	36794	全店转化率均值	1.13%
平均访问深度	4.15	支付宝成交金额 (元)	2444512.73	客单价均值	166.59



图 2 量子恒道统计-销售总揽

根据图 1 和图 2，联系表 7 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 7。

表 7 数据分析与推广优化

问题 1：分析图 1 数据，橙色折线是本行业 3 皇冠全店成交转化率均值，绿色折线是本店全店成交转化率。本店的成交情况较之本行业如何？绿色折线波动较大的原因可能是什么？

答：

问题 2：分析图 2 数据“客单价均值”为 166.59，请解释客单价是什么？在销售过程中，如何提高旺旺咨询转化率对成交率有着极大的影响，请给出 3 条提高旺旺咨询转化率的方法。

答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-7)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-7)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40分)	通过站内搜索找关键词	5分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图3分,关键词2分;关键词选择与题中商品相符合且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词。	
			5分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图3分,关键词2分,关键词选择与题中商品相符合且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词。	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词一分,考核关键词合理性)	2分	按品牌维度选择的关键词2个	
			2分	按产品名称选择的关键词2个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词3个	
			4分	按目标人群选择的关键词4个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词4个	
		5分	按市场活动选择的关键词5个		
	推广类目选	4分	考核商品与类目的相符合度		
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点,推广标题中包含4个以上特点,且标题字数不超过20字则记3分;每减少1个特点减1分,直至0分。 标题一3分,标题二3分。		
	站内社区软文推广 (25分)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分,新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分。	
		软文内容	5分	软文内容充实,主题紧扣推广目标。	
			5分	结构严谨、文笔通顺。	
			5分	构思新颖,能吸引网民。 字数300字,每少于50字扣3分	
	软文发布	5分	软文发布共5分,要求说出平台名称1分,还要说出具体版块名称2分。选择理由充分、合理2分。		
数据分析与推广优化 (30分)	数据分析1	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分。 问题回答5分,原因分析5分。		
	数据分析2	20分	客单价解释5分;旺旺提高转化率的方法3条;要求详细具体,有可操作性或举例,每个方法5分,共15分。		
合计		100分			

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H2-8，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

麦包包 (<http://www.mbaobao.com/>) 诞生于 2007 年 9 月，由意大利近百年历史的箱包家族集团 VISCONTI DIFFUSIONE SNC 提供天使基金设立而成。致力于打造箱包快速时尚新模式，为中国的消费者提供高性价比的多品牌时尚箱包产品。公司选择军电子商务领域经营，入驻各大时尚电子商务生态圈，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：麦包包 电脑双肩包

货号：10902301

规格：10-15 寸

材料：牛津布

颜色：深蓝

内部结构：2 个外袋，2 个内袋，2 个笔位，2 个内拉链袋，1 个电脑夹层

重量：0.58KG

箱包风格：时尚运动

①通过在淘宝首页搜索框中输入“电脑双肩包”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择。操作并填写表 1。

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

②从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2。

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写。

表 3 关键词选择三

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特色	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	材质	
	颜色	
	图案	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个,其它 设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

④为直通车推广的宝贝进行类目选择(类目选择至少包括两级类目,从淘宝网首页查找到本商品最应归属的类目),将选择的类目名填入表 4 中。

表 4 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑤买家能否看到商品,标题尤为重要。标题要简洁明了(不超过 20 字),突出宝贝的最大卖点(功效、品质、信誉、出价优势等),好的标题需要包含很多热搜关键词,而且商品标题匹配程度也要高。请根据优化的原则,为此商品设定两个适合推广的标题。

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

(2) 站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分,广告性太强不但容易被版主删除,而且也受到网民的抵制。请为麦包包 电脑双肩包撰写一篇推广软文。

要求:字数在 300 左右,软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点,能很好地把推广信息传递给

潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

(3) 数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后，可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析，优化和改进推广效果。相关的数据图表如下。



图1 关键词点击率与点击转化率

表7 一周访客来源数据分析表

一周访客来源数		
访客来源	访客占比	访客订单转化率
直接访问	30%	17%
店铺收藏	1%	35.7%
我的淘宝	30%	12.60%
店铺搜索	5%	3%
阿里旺旺	3%	45%
淘宝搜索	1%	2.34%
一淘	3%	3.75%

直通车	3%	0.35%
类目导航	10%	2.35%
淘宝站外搜索	20%	0.03%

表 8 商品关联购买分析

商品名称	关联商品名称	关联次数	买家数	买家占比
纽比士红酒抗氧化补湿面膜 150ML	大米调理水爽肤水 150ml 补水收毛孔代购	1410	1856	2.58%
	火烈鸟纤绒睫毛膏 7ml 神奇拉长	1001	1038	1.44%
	三重功效修颜防晒 BB 霜 SPF25 红桶 40g	2120	2329	3.24%
包邮 New The Best 纽比士玫瑰精油美白冰冻膜 150ml	水嫩防晒乳 SPF50 敏感肌肤代购 30ml	3721	4272	5.95%
	超酷冰镇防晒止汗喷雾 SPF40PA+120ml	814	828	1.15%
	纽比士玫瑰防晒 BB 霜 SPF30+50g	1114	1602	2.23%
	矿物底部打底乳 4.5g 代购	796	828	1.15%
	丝瓜大王的巨型丝瓜水 120ml	3687	4315	6.01%
	日本 SUZURAN LilyBell 优质化妆棉 222 片	2012	2517	3.5%
	资生堂水分洗发两件套代购	658	828	1.15%
	H69605 2011 新包装曼秀雷顿男士冰爽活碳洁面乳 150ml	647	828	1.15%
	鲜碧橄榄+芦荟精华爽肤面膜	1654	1717	2.39%
玛姬儿带 R 标志糖果型压缩纸膜 100 颗	2876	3286	4.57%	

根据以上图 1、表 7、表 8 数据，联系表 9 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 9。

表 9 数据分析与推广优化

问题 1：图 1 某店铺的关键词点击率与点击转化率，分析图中数据，A 组，B 组，C 组关键词各表现如何，在关键词管理和投放上策略上应该怎么做？

答：

问题 2：分析表 8 中序号为某店铺一周访客来源的数据分析图。请分析访客来源结构，哪些是比较优质的来源？原因是什么？哪些来源转化不太好，可以尝试如何优化？

答：

问题 3：某店铺希望提升店铺商品的关联推荐效果，分析表 8 中的数据，请为其提供关键建议。

答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题试题 H2-8)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-8)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95 分)	直通车推广 (40 分)	通过站内搜索找关键词	5 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 3 分, 关键词 2 分; 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
			5 分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3 分, 关键词 2 分, 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词一分, 考核关键词合理性)	2 分	按品牌维度选择的关键词 2 个	
			2 分	按产品名称选择的关键词 2 个	
			3 分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个	
			4 分	按目标人群选择的关键词 4 个	
			4 分	按产品用途与保障选择关键词 4 个	
		5 分	按市场活动选择的关键词 5 个		
	推广类目选	4 分	考核商品与类目的相符合度		
	推广宝贝标题设计	6 分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点, 推广标题中包含 4 个以上特点, 且标题字数不超过 20 字则记 3 分; 每减少 1 个特点减 1 分, 直至 0 分。 标题一 3 分, 标题二 3 分。		
	站内社区软文推广 (25 分)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分。	
		软文内容	5 分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5 分	结构严谨、文笔通顺。	
			5 分	构思新颖, 能吸引网民。 字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分	
	软文发布	5 分	软文发布共 5 分, 要求说出平台名称 1 分, 说出具体版块名称 2 分。选择理由充分、合理 2 分。		
	数据分析与推广优化 (30 分)	数据分析 1	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分。A、C 组分析各 3 分, B 组 4 分。	
		数据分析 2	10 分	来源 3 分、原因 3 分、措施 4 分。	
数据分析 3		10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评。问题分析正确 4 分, 建议 6 分。		
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：H2-9，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

顾家家居股份有限公司自创立以来，专业从事客厅及卧室家具产品的研究、开发、生产与销售，致力于为全球家庭提供舒适、安全、环保、人性化的客厅及卧室家居产品。目前，顾家家居旗下产品已远销世界 186 个国家及地区，在全球拥有超过 2000 家品牌专卖店，为全球数千万家庭提供高品质的产品服务，是全球最大的软体家居运营商之一。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，入驻各大时尚电子商务生态圈，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：顾家家居 2+躺组合沙发

工艺：木质工艺

皮革：接触面真皮

沙发组合形式：L 形

风格：简约现代

颜色：白色

货号：12612

①通过在淘宝首页搜索框中输入“顾家”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择。操作并填写表 1

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

②从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择三

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特色	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	材质	
	颜色	
	组合样式	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个，其它 设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

④为直通车推广的宝贝进行类目选择（类目选择至少包括两级类目，从淘宝网首页查找到本商品最应归属的类目），将选择的类目名填入表 5 中。

表 4 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑤买家能否看到商品，标题尤为重要。标题要简洁明了（不超过 20 字），突出宝贝的最大卖点（功效、品质、信誉、出价优势等），好的标题需要包含很多热搜关键词，而且商品标题匹配程度也要高。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

(2) 站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分，广告性太强不但容易被版主删除，而且也受到网民的抵制。请为顾家家居 2+ 躺组合沙发撰写一篇推广软文。

要求：字数在 300 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

(3)数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后,可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析,优化和改进推广效果。相关的数据图表如下。

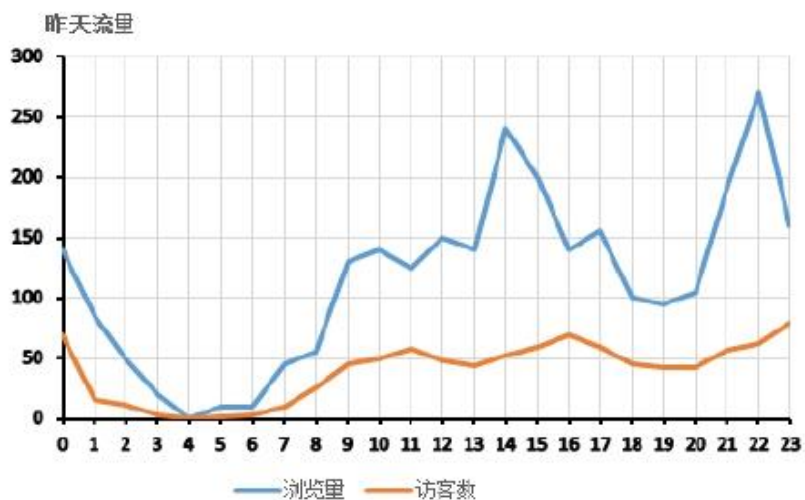


图 1 一天中按小时流量分析图

表 7 某卖家各地区成交转化率分布统计表

序号	省份	浏览量	访客数	回访客 比率	人均店 内停留 时间 (秒)	用户平 均访问 深度	入店次 数	跳失 率	成交 转化率
总计		9738360	2426783						
1	上海	427622	83654	43.45%	93.63	4.27	50933	49.12%	1.18%
2	北京	368864	73001	40.95%	97.78	4.12	45057	49.49%	0.97%
3	天津	155506	31684	40.50%	93.38	4.01	19184	50.46%	0.66%
4	河北	276213	65850	40.99%	86.86	3.46	38097	52.16%	0.51%
5	山西	161189	38293	41.93%	88.4	3.5	21914	52.34%	0.54%
6	内蒙古	119091	28110	44.28%	90.32	3.59	16176	51.16%	0.84%

7	辽宁	308876	67019	42.31%	89.98	3.8	39667	51.00%	0.75%
8	吉林	118533	27787	41.11%	86.19	3.55	15824	52.55%	0.72%
9	黑龙江	173088	39908	42.10%	86.86	3.59	22875	52.34%	0.56%
10	山东	469355	110135	41.83%	91.75	3.5	64620	51.77%	0.63%
11	江苏	890536	190967	44.40%	88.39	3.85	113919	50.66%	0.98%
12	安徽	305456	63695	47.88%	84.86	3.94	39662	48.72%	0.98%
13	浙江	1068485	218343	46.30%	89.63	4.08	132988	49.09%	1.14%
14	福建	371468	70921	45.34%	83.17	4.25	43752	49.64%	0.86%

根据以上图表，联系表 9 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 9。

表 8 数据分析与推广优化

问题 1: 分析图 1 数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？

答：

问题 2: 分析表 7 的数据，识别有效入店人次超过 10 万次且成交转化率排名也靠前的地区。对这些地区，卖家在策略上应该怎么做？

答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-9)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-9)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40分)	通过站内搜索找关键词	5分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 3 分, 关键词 2 分; 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
			5分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3 分, 关键词 2 分, 关键词选择与题中商品相符合且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词一分, 考核关键词合理性)	2分	按品牌维度选择的关键词 2 个	
			2分	按产品名称选择的关键词 2 个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个	
			4分	按目标人群选择的关键词 4 个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词 4 个	
		5分	按市场活动选择的关键词 5 个		
	推广类目选	4分	考核商品与类目的相符合度		
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点, 推广标题中包含 4 个以上特点, 且标题字数不超过 20 字则记 3 分; 每减少 1 个特点减 1 分, 直至 0 分。 标题一 3 分, 标题二 3 分。		
	站内社区软文推广 (25分)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分。	
		软文内容	5分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标。	
			5分	结构严谨、文笔通顺。	
			5分	构思新颖, 能吸引网民。 字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分	
	软文发布	5分	软文发布共 5 分, 要求说出平台名称 1 分, 说出具体版块名称 2 分。选择理由充分、合理 2 分。		
数据分析与推广优化 (30分)	数据分析 1	15分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分。说出至少 3 个方面的指导, 且理由充分; 5*3=15 分。		
	数据分析 2	15分	问题回答 4 分, 策略 11 分, 3 点以上且具体详细 9-11 分, 2 点具体且详细 6-8 分, 只回答一点视回答情况记 1-5 分。		
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：H2-10，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“艾上淘电器专营店”是一家专营生活小家电的天猫店铺，为了促进网上业务的更大发展，现决定实施“淘宝客推广”，以帮助店铺带来更多流量，从而提升店铺的销售额。请根据所学的淘宝客相关运营技能，帮助其进行相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 淘宝客推广的准备

要实施淘宝客推广首先必须熟悉淘宝客推广的相关内容和规则，请回答表 1 中相关问题。

表 1 淘宝客推广的准备

问题 1、淘宝客业务中的三个角色？	
问题 2、请分步骤简述业务逻辑流程？	
步骤 1	
步骤 2	
步骤 3:	
步骤 4:	
步骤 5:	
步骤 6:	
问题 3、淘宝客的收费方式是怎样的？英文简称是什么？	

2) 制定淘宝客推广计划

淘宝客推广计划是指卖家针对商品、活动或淘宝客等特别设置的推广方案，它包括选择合适的主推商品、设置合适的佣金比率、充分利用佣金计划和推广资源等。请按照表 2 中提示回答相关问题。

表 2 淘宝客推广计划制定

问题 1：淘宝客推广计划一般可以设置哪几种推广计划？		
问题 2、淘宝客选择推广你的产品主要关注哪几个方面？		
问题 3、请为“艾上淘电器专营店”网店设置推广计划，要求分层次设置计划，要求最少设置 5 个计划		
计划针对淘客群体	计划类型	平均佣金比率

3) 淘宝客的招募

淘宝客的招募主要分两种，淘宝卖家主动寻找或者是淘宝客主动上门。但当淘宝店铺的规模和品牌没有很明显的优势的时候，卖家就必须主动寻找优质的淘宝客，找到后将店铺的核心优势告诉对方，而这种告诉的方式主要就是通过发布招募书的方式进行。招募贴的写作要点：①诱人标题（简洁明了夸张）；②内容一般包括3个方面内容：店铺基本情况（包括店铺属性、主营业务、佣金比率、联系方式和推广地址）；推广激励（收入方式，奖励方式，奖金结算时间，发奖形式等）；店铺的优势或产品的卖点（提炼店铺的优势或产品的卖点，给淘客以信心）③招募贴的形式有寻人启事型、中规中矩型、比赛型等。请回答表3中各问题。

表3 淘宝客招募书

问题1：寻找淘宝客的方法有站内寻找和站外寻找，请写出3种站内寻找的方法，5种站外寻找方法

站内寻找：	1、	2、	3、
站外寻找：	1、	2、	3、
	4、	5、	

问题2：通过编写和发布招募贴的方式，也可以招募到淘宝客，请为“艾上淘电器专营店”拟定一淘客招募贴（可采用图文结合方式），将内容填入下面空格中。

4) 淘宝客数据分析与优化

在进行淘宝客推广活动后，数据分析很重要，要派专人监控淘宝客推广效果，制作日报表；并针对不同推广产品的推广后销量，对佣金、产品页面、产品折扣等进行调整。淘宝客的推广情况，可以通过工具软件进行相应数据的统计分析，从而优化和改进推广效果。根据表4中的数据回答对应表中的问题。

表4 数据分析与优化

产品名	店铺该宝贝总成交额	淘宝客推广成交额	淘宝客成交占比	佣金比例	佣金金额	成交笔数	ROI	淘客昵称
产品1	¥171,324.47	¥5,932.21	3.46%	2.50%	¥148.31	60	40	taobaoss137
产品2	¥36,330.25	¥2,150.75	5.92%	3.00%	¥64.52	22	33.3	最后的淘客1
产品3	¥34,622.14	¥1,073.29	3.10%	1.50%	¥16.10	11	66.7	taobaoss137
产品4	¥37,325.22	¥1,821.47	4.88%	1.50%	¥27.32	18	66.7	浩岩
产品5	¥10,361.73	¥642.43	6.20%	5.00%	¥32.12	6	20	taobaoss137
产品6	¥11,300.51	¥826.07	7.31%	2.00%	¥16.52	8	50	taobaoss137

产品 7	¥9,314.36	¥580.28	6.23%	3.00%	¥17.41	6	33.3	taobaoss137
产品 8	¥1,263.58	¥60.53	4.79%	1.50%	¥0.91	1	66.7	taobaoss137

问题 1: 分析表中的数据, 说明淘宝客推广的效果

问题 2: 怎样进行优化?

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-10)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-10)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。 操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95 分)	淘宝客推广准备 (13 分)	业务三个角色	3 分	每个 1 分, 共 3 分	
		业务逻辑流程	6 分	每条 1 分, 要求按逻辑顺序回答, 清晰且正确。	
		淘宝客计费方式	4 分	计费方式描述正确 2 分, 计费方式的通用简写 2 分	
	推广计划制定 (32 分)	计划类型	9 分	每种推广计划 1.5 分, 共 9 分。	
		推广商品选择关注要点	8 分	4 个要点回答是否正确, 每个 2 分, 4*2 分=8 分。	
		设置计划	15 分	计划的设置, 主要考核各计划类型、针对的淘宝客群体、佣金比率是否合理, 定向推广计划要注意梯度和等级设置 5*3 分=15 分。	
	寻找和招募淘宝客 (31 分)	站内寻找	6 分	站内寻找方法描述是否正确, 3*2 分=6 分	
		站外寻找	5 分	站外寻找方法描述是否准确; 5*1 分=5 分	
		淘客招募贴	15 分	招募贴标题 3 分, 招募贴内容编写 12 分: 考察是否符合写作要点、创意、整体效果等。	
		招募贴发布	5 分	能正确说明所选的平台和版块, 并能准确、清晰地阐述其理由, 记 5 分。	
	数据分析和优化 (19 分)	数据分析	7 分	按数据分析正确, 全面评分; 按 0/2/4/6/7 给分。	
优化措施		12 分	描述淘客关系维护, 正确、具体、有条理; 4*3 分=12 分。		
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：H2-11，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

科讯电气股份有限公司是一家规模较大的民营企业，业务重心为矿用通风设备的研发、生产和销售。公司产品主要有：矿用主通风机及其配套产品、智能局部通风系统、非煤矿用风机、地面及井下除尘器四大类，共计 12 个系列 150 余种产品。目前拥有矿产、隧道、地下工程等行业近 800 家客户，产品远销海内外多个国家。为了扩大企业影响力，获取更多客户资源，现企业准备在阿里巴巴平台上推广，请协助其完成相关任务实施。

(2) 测试任务

1) 诚信通相关问题

阿里巴巴平台最典型的服务方式就是诚信通服务，诚信通服务是什么，获取此服务需要什么条件，它具体具有什么样的功能，注册的流程是什么，公司首先急需了解诚信通相关问题。

表 1 诚信通相关问题

问题 1：想成为阿里巴巴诚信通用户有什么条件，是否任何人都可以注册为诚信通用户？
问题 2：诚信通服务的年费是多少？
问题 3：诚信通用户有什么特权，各特权主要包括哪些内容？

2) 商品标题搜索优化

一般来说，搜索引擎认为，和搜索的词完全吻合为最精确，享有优先排序。在阿里巴巴网站的产品页面，通过对产品页面添加合适的产品相关信息可以在很大程度上提升产品被搜索的几率。其中，标题要求不超过 30 个汉字(或 60 个字符)，同时要把产品的要害词和亮点写进去。要害词是指产品的名称或客户搜索时常用的词。对于产品标题关键词则要专一。

①通过在阿里巴巴首页搜索框中输入“通风设备”或“通风机”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到阿里巴巴平台的相关推荐词，操作并填写表 2。

表 2 关键词选择一

将搜索框中输入“通风设备”或“通风机”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中

将从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格			
在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中			

②通过以上方法找到标题关键词后，再结合促销方式、品牌、时尚流行、以及同行卖家的使用情况、提供的产品背景资料等，进行关键词的组合、排列，制作两个适合推广的宝贝标题。组合标题过程中要注意：标题关键词排列顺序符合客户阅读习惯；标题中包含关键词种类越多，被搜索到几率越大；标题字数要充分利用，但词语尽量不要重复；标题中禁用违规词。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 3 推广标题

标题 1	
标题 2	

3) 信息发布与广告投放

①阿里巴巴产品信息内容的发布要有层次性，不适合发布太多没有层次性的文字。请根据本产品设置其产品信息发布内容，可以从品牌宣传、产品基本信息、产品特色、产品优势等方面去考虑，将发布内容填入表 4

表 4 阿里巴巴产品信息内容

产品信息发布内容

②设定广告投放的区域能有利于节省开支、提高广告效率。一般来说，可根据以下因素来确定广告投放的区域：根据商品属性和特点，从物流、气候季节、促销活动、代理区域等因素分析，选择合适的地域投放；或利用地域特征，灵活投放广告。请查询相关产品的消费区域来设置本产品的广告投放区域并说明理由，填入表 5。

表 5 广告投放区域

本产品的广告投放区域
设置该广告投放区域的理由

4) 阿里巴巴论坛推广

论坛推广要求：字数在 500 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能

吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。将内容请填入表 6。

表 6 阿里巴巴论坛推广

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此版块发布的理由	

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-11)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-11)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养		5	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明，操作过程规范、文档规范、工整。			
职业技能 (95分)	诚信通 (25分)	诚信通相关问题	5	问题回答正确、完整、没有歧义		
			5	问题回答正确、完整、没有歧义		
			15	问题回答正确、完整、有条理，语言表达简练 按照对应题目要点个数评分		
	站内搜索优化 (25分)	搜索框找	7	搜索下拉框的衍生关键词的选择。操作截图 3 分，关键词 4 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词。		
			7	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3 分，关键词 4 分关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词。		
		推广标题	11	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词，词语重复度，是否契合卖点等。按 0/2/3/4/5/6 计分。标题一 6 分，标题二 5 分		
	信息发布与广告投放 (15分)	信息发布	7	信息发布内容 7 分。		
		广告投放	8	广告投放区域 3 分，投放理由 5 分。		
	论坛软文推广 (30分)	软文标题	5	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分		
			5	软文内容充实，主题紧扣推广目标		
软文内容		5	结构严谨、文笔通顺			
		5	构思新颖，能吸引网民			
软文发布		10	字数 500 字，每少于 50 字扣 3 分 文章分类类别设置合理 2.5 分， 4*2.5=10 分。			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：H2-12，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

湖南天华油茶科技股份有限公司（简称湘天华）为广东将苑健康产业发展有限公司的控股子公司，成立于2007年11月，注册资金5334万元。自有油茶林10万余亩，全生态有机种植，全体系溯源监控，分布于攸县、安仁、耒阳、桂阳12个基地。湘天华专注于有机油茶林的经营管理、高端有机冷榨纯茶油及油茶深加工衍生产品的研发、生产与销售，已成为湖南省林业龙头企业，拥有A级工商资信，获得“重合同守信用企业”称号。湘天华秉承“至真、至善、至美”的经营理念，坚持低温物理压榨，不添加，不调和，种植及加工相继通过了中国、欧盟、美国、日本有机产品认证；拥有多项技术和实用国家专利。为了扩大企业影响力，获取更多客户资源，现企业准备在阿里巴巴平台上推广，请协助其完成相关任务实施。

(2) 测试任务

1) 诚信通相关问题

阿里巴巴平台最典型的服务方式就是诚信通服务，诚信通服务是什么，获取此服务需要什么条件，它具体具有什么样的功能，注册的流程是什么，公司首先急需了解诚信通相关问题。

表1 诚信通相关问题

问题 1: 想成为阿里巴巴诚信通用户有什么条件，是否任何人都可以注册为诚信通用户？
问题 2: 诚信通服务的年费是多少？
问题 3: 诚信通用户有什么特权，各特权主要包括哪些内容？

2) 商品标题搜索优化

一般来说，搜索引擎认为，和搜索的词完全吻合为最精确，享有优先排序。在阿里巴巴网站的产品页面，通过对产品页面添加合适的产品相关信息可以在很大程度上提升产品被搜索的几率。其中，标题要求不超过30个汉字(或60个字符)，同时要把产品的要害词和亮点写进去。要害词是指产品的名称或客户搜索时常用的词。对于产品标题关键词则要专一。

①在阿里巴巴首页搜索框中输入“茶油”或“有机茶油”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到阿里巴巴平台的相关推荐词，操作并填写表2。

表2 关键词选择一

将搜索框中输入“茶油”或“有机茶油”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中
将从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格

在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中			

②通过以上方法找到标题关键词后,再结合促销方式、品牌、时尚流行、以及同行卖家的使用情况、提供的产品背景资料等,进行关键词的组合、排列,制作两个适合推广的宝贝标题。组合标题过程中要注意:标题关键词排列顺序符合客户阅读习惯;标题中包含关键词种类越多,被搜索到几率越大;标题字数要充分利用,但词语尽量不要重复;标题中禁用违规词。请根据优化的原则,为此商品设定两个适合推广的标题。

表 3 推广标题

标题 1	
标题 2	

3) 信息发布与广告投放

①阿里巴巴产品信息内容发布要有层次性,不适合发布太多没有层次性的文字。请根据本产品设置其产品信息发布内容,可以从品牌宣传、产品基本信息、产品特色、产品优势等方面去考虑,将发布内容填入表 4

表 4 阿里巴巴产品信息内容

产品信息发布内容

②设定广告投放的区域能有利于节省开支、提高广告效率。一般来说,可根据以下因素来确定广告投放的区域:根据商品属性和特点,从物流、气候季节、促销活动、代理区域等因素分析,选择合适的地域投放;或利用地域特征,灵活投放广告。请设置本产品的广告投放区域并说明理由,填入表 5。

表 5 广告投放区域

本产品的广告投放区域
设置该广告投放区域的理由

4) 阿里巴巴论坛推广

论坛推广要求：字数在 500 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。将内容请填入表 6。

表 6 阿里巴巴论坛推广

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与板块	
选择此板块发布的理由	

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-12)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-12)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养		5	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明，操作过程规范、文档规范、工整。				
职业技能 (95分)	诚信通 (25分)	诚信通相关问题	5	问题回答正确、完整、没有歧义			
			5	问题回答正确、完整、没有歧义			
			15	问题回答正确、完整、有条理，语言表达简练 按照对应题目要点个数评分			
	站内搜索优化 (25分)	搜索框找	7	搜索下拉框的衍生关键词的选择。操作截图 3 分，关键词 4 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词。			
		你是不是找	7	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3 分，关键词 4 分关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词。			
		推广标题	11	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词，词语重复度，是否契合卖点等。按 0/2/3/4/5/6 计分。标题一 6 分，标题二 5 分			
	信息发布与广告投放 (15分)	信息发布	7	信息发布内容 7 分。			
		广告投放	8	广告投放区域 3 分，投放理由 5 分。			
	论坛软文推广 (30分)	软文标题	5	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分			
		软文内容	5	软文内容充实，主题紧扣推广目标			
5			结构严谨、文笔通顺				
5			构思新颖，能吸引网民				
软文发布		10	字数 500 字，每少于 50 字扣 3 分 文章分类类别设置合理 2.5 分， 4*2.5=10 分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：H2-13，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

芊雅服装贸易有限公司集产品自主设计，销售为一体的公司，公司旗下拥有女装 批发业务品牌，以专卖特许经营路线，强调女性特色、讲究产品风格、国际时尚流行度。主要经营 T 恤、裤子、裙子、运动休闲、针织衫、内衣、童装、套装、衬衫、羽 绒服、牛仔系列及其他服饰类四季商品。主要出口日本, 韩国, 欧美等地。公司本着“客户第一，诚信至上”的原则，与多家企业建立了长期的合作关系，并在行业内取得了良好的口碑，随着公司的不断发展扩大，公司通过网络平台以求覆盖更广阔的服装市场。

现公司入驻淘宝商城，为提高商城销量、公司拟选定一款女裙，进行平台中的“钻石展位”推广，以带动店铺整体销量。“钻石展位”是淘宝图片类广告位自动竞价平台。专为有更高推广需求的卖家量身定制的产品。精选了淘宝最优良的展现位置，经过竞价排序，按照展现计费。钻石展位的投放的操作流程是：【选择广告位】→【创意制作与审核】→【设置投放信息】→【投放数据跟踪与效果评估】。请完成以下测试任务。

(2) 测试任务

1) 加入钻石展位的条件

钻石展位的推广效果自不必说，但是开通钻石展位是有条件限制，想利用钻石展 位来引入精准流量，首先要明确店铺利用钻石展位推广的条件，并填入表 1。

表 1 钻石展位加入条件

问题 1：淘宝、天猫卖家加入钻石展位的必要条件	
问题 2：请为芊雅服装贸易有限公司某款女裙选择一个合适的钻石展位的位置，位置要求截 图图示（注意所截的图要能体现在整体版面的位置，并在图片中标注）；并根据公司的推广目标以及钻石展位选择的原则用文字说明你选择的理由。	
展位位置截图	
选择的理由	

2) 创意制作与审核

①创意制作关键是在有限的展示位中提炼产品的卖点，然后再在制作过程中注 意要点：产品突出、文案与产品相结合、素材整体简洁干净、图片颜色的搭配、文案 创新等。下图 1 是芊雅服装贸易有限公司女裙的图片，若展示位大小 300×250px，你该 从哪几方面提炼产品的卖点，做好商品的创意制作，提高点击量。请将回答内容填入表 2。



图1 产品图

表2 产品的卖点提炼

产品的卖点提炼:

②同时创意制作还要遵守淘宝钻石展位的规则约定，钻石展位创意要经过严格 审核才可以通过。具体详细规则约定请参见钻石展位广告服务使用规范

<http://help.alimama.com/#!/zuanshi/faq/detail?id=5706140>，请根据表3 中的呈现的案例 说出审核未通过的原因。

表3 创意审核

创意案例	审核未通过原因
	
 <p>商城正品 铂金骑士V9健康电子 烟 新款清肺产品 戒烟的烟特价</p>	



3) 设置投放信息

①设置出价及预算

钻石展位是按照每千次展现价格来计算的。表4显示是芊雅服装贸易有限公司5月11日在淘宝的钻石展位竞价时的数据情况，根据表4中的数据，完成表5中的问题。

表4 钻石展位竞价数据报表

5月11日，当前竞价情况（出价排名/占用流量比）		
序号	出价（元）	占用流量比
1	24.0	0.26%
2	24.0	0.79%
3	23.4	1.35%
4	21.6	2.92%
5	21.6	0.29%
6	21.5	11.74%
7	20.0	1.26%
8	19.9	1.59%
9	19.7	1.60%

表5 设置出价及预算

根据表4所示的情况，出价多少比较合理，请简要说明？

②设置人群定向

钻石展位的投放可以实现人群定向。关于人群的选择，这主要取决于店铺所售商品的类型，对于自己的产品，我们要去了解其所对应的目标人群，选择人群需要考虑的维度：价格、外观、类目、与产品的相似度、销量等等。请你为上述女裙产品拟定2类目标人群，并说明理由。将内容填入表6。

表6 设置投放人群

可选人群	<input type="checkbox"/> 女人服装 <input type="checkbox"/> 男人服装 <input type="checkbox"/> 运动服装 <input type="checkbox"/> 箱包 <input type="checkbox"/> 美容/美体/护肤 <input type="checkbox"/> 家居建材 <input type="checkbox"/> 居家 <input type="checkbox"/> 女鞋 <input type="checkbox"/> 服饰/饰品/配件 <input type="checkbox"/> 食品 <input type="checkbox"/> 母婴 <input type="checkbox"/> 男鞋 <input type="checkbox"/> 运动鞋 <input type="checkbox"/> 运动器材/装备 <input type="checkbox"/> 家用电器 <input type="checkbox"/> 户外旅游 <input type="checkbox"/> 汽车/汽车用品 <input type="checkbox"/> 数码 <input type="checkbox"/> 网游 <input type="checkbox"/> 文化用品/书籍 <input type="checkbox"/> 文娱生活		
人群1		人群2	
选择理由			

③设置地域定向

钻石展位的投放也可以实现地域定向。关于地域的选择一般要了解产品特点、地域的生活习惯、地域的网络发达情况、消费水平、消费观念等。

请你为上述女裙产品拟定2个重点定向的地域，并说明理由。将内容填入表7。

表7 设置地域定向

可选地域	华东地区（山东、江苏、上海、浙江、安徽、福建、江西）； 华南地区（广东、广西、海南）； 华中地区（河南、湖南、湖北）； 华北地区（北京、天津、河北、山西、内蒙古）； 西北地区（宁夏、青海、陕西、甘肃、新疆）； 西南地区（四川、贵州、云南、重庆、西藏）； 东北地区（辽宁、吉林、黑龙江）； 港澳台地区（香港、澳门、台湾）		
定向地域1		定向地域2	
选择理由			

④设置投放时间

钻石展位投放时段的选取也很有讲究。经过统计，在凌晨这段时间的转化率是最低的，所以我们要排除转化率很低的那几个时段来让我们的广告产生最大的效果。同时还要考虑这个投放时间段能够有充足的客服安排。根据网络消费经验，请你从表8几个时间段中按优先级别从高到低选择3个时间段来进行投放。

表8 设置投放时间

备选时间段如下		
10: 00- 11: 00	6 : 00-8 : 00	11: 00- 13: 00
8 : 00-9 : 00	14: 00- 17: 00	19: 00-23: 00
合理的投放时间顺序如下:		
选择理由:		

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-13)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-13)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养		5	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明, 操作过程规范、文档规范、工整。			
职业技能 (95 分)	选择广告位 (10 分)	加入钻展的条件	3	条件准确		
		展位截图	3	截图正确、清晰有标识, 能判断所指位置		
		选择理由	4	选择理由说明了推广目标 2 分, 联系了展现量、流量价格等因素来说明 2 分		
	创意制作与 审核(20 分)	卖点提炼	10	产品卖点提炼说明, 紧扣了有限广告位, 又抓住了核心卖点; 从产品特点、品质、功效、信誉、出价优势等方面提炼产品卖点; 从 4 个以上方面考虑且合理, 得 8-10 分; 3 个以上方面考虑 5-7 分; 2 个以上方面考虑 2-6 分; 1 个方面 0-1 分		
		创意审核	10	审核理由正确, 每个 2 分, 2 分*5=10 分		
	设置投放 信息(35)	设置出价及 预算	5	出价或预算选择或计算正确		
		设置投放 人群	10	人群选择正确, 每个 2 分, 共 4 分; 理由说明合理正确 6 分		
		设置投放地 域	10	区域选择正确, 每个 2 分, 共 4 分; 理由说明合理正确 6 分		
		设置投放 时间段	10	时间段选择, 每个 1 分, 1 分*3=3 分; 优先顺序正确 2 分; 理由说明合理正确 5 分		
	数据分析 与优(30)	数据计算	10	消耗成本(5 分), 点击成本 5 分		
优化分析 1		10	现象 5 分, 措施 5 分			
优化分析 2		10	结论 5 分, 措施 5 分			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：H2-14，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

深圳市富安娜家居用品股份有限公司成立于 1994 年，是一家集研发、设计、生产、营销和物流于一体的综合型家居企业。创立“富安娜”、“馨而乐”、“维莎”、“圣之花”、“酷奇智”五大主打品牌，并于 2009 年 12 月在深圳股票市场成功上市。作为国内家居纺织行业上市领军企业，富安娜迄今已发展二十年。分别在深圳龙华、江苏常熟、四川南充、湖北阳新以及广东惠东建立五大生产基地。通过行业内先见的直营与加盟并行营销体系，已在全国各省市开设近两千家专卖店柜，并且成为全国各大商业系统主力合作品牌。同时自 2009 年开始启动电商渠道发展战略，通过优质的商品与适中的价格以及品牌良好的吸引力，目前已成为天猫、京东、唯品会等电商平台主力推广品牌。公司一直保持持续稳健的增长，年均保持 20% 以上的复合增长率。截止 2015 年企业整体年销售规模已近 20 亿元，是家纺行业中首屈一指的领军品牌。为了扩大企业影响力，获取更多客户资源，现企业准备在阿里巴巴平台上推广，请协助其完成相关任务实施。

(2) 测试任务

1) 诚信通相关问题

阿里巴巴平台最典型的服务方式就是诚信通服务，诚信通服务是什么，获取此服务需要什么条件，它具体具有什么样的功能，注册的流程是什么，公司首先急需了解诚信通相关问题。

表 1 诚信通相关问题

问题 1：想成为阿里巴巴诚信通用户有什么条件，是否任何人都可以注册为诚信通用户？
问题 2：诚信通服务的年费是多少？
问题 3：诚信通用户有什么特权，各特权主要包括哪些内容？

2) 商品标题搜索优化

一般来说，搜索引擎认为，和搜索的词完全吻合为最精确，享有优先排序。在阿里巴巴网站的产品页面，通过对产品页面添加合适的产品相关信息可以在很大程度上提升产品被搜索的几率。其中，标题要求不超过 30 个汉字(或 60 个字符)，同时要把产品的要害词和亮点写进去。要害词是指产品的名称或客户搜索时常用的词。对于产品标题关键词则要专一。

①在阿里巴巴首页搜索框中输入“床上用品”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到阿里巴巴平台的相关推荐词，操作并填写表 2。

表 2 关键词选择一

将搜索框中输入“床上用品”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中

将从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格			
在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中			

②通过以上方法找到标题关键词后,再结合促销方式、品牌、时尚流行、以及同行卖家的使用情况、提供的产品背景资料等,进行关键词的组合、排列,制作两个适合推广的宝贝标题。组合标题过程中要注意:标题关键词排列顺序符合客户阅读习惯;标题中包含关键词种类越多,被搜索到几率越大;标题字数要充分利用,但词语尽量不要重复;标题中禁用违规词。请根据优化的原则,为此商品设定两个适合推广的标题。

表 3 推广标题

标题 1	
标题 2	

3) 信息发布与广告投放

①阿里巴巴产品信息内容的发布要有层次性,不适合发布太多没有层次性的文字。请根据本产品设置其产品信息发布内容,可以从品牌宣传、产品基本信息、产品特色、产品优势等方面去考虑,将发布内容填入表 4。

表 4 阿里巴巴产品信息内容

产品信息发布内容

②设定广告投放的区域能有利于节省开支、提高广告效率。一般来说,可根据以下因素来确定广告投放的区域:根据商品属性和特点,从物流、气候季节、促销活动、代理区域等因素分析,选择合适的地域投放;或利用地域特征,灵活投放广告。

请设置本产品的广告投放区域并说明理由,填入表 5。

表 5 广告投放区域

本产品的广告投放区域
设置该广告投放区域的理由

4) 阿里巴巴论坛推广

论坛推广要求:字数在 500 左右,软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点,能很好地把推广信息传递给潜在消费者,形式不限,但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标;文章内容很能吸引网民,结构严谨、文笔通顺;选择合适的平台与版块,与产品特点吻合。将内容请填入表 6。

表 6 阿里巴巴论坛推广

软文标题	
------	--

软文内容	
软文拟发布的平台 与板块	
选择此板块发布的 理由	

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-14)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-14)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养		5	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明，操作过程规范、文档规范、工整。				
职业技能 (95分)	诚信通 (25分)	诚信通相关问题	5	问题回答正确、完整、没有歧义			
			5	问题回答正确、完整、没有歧义			
			15	问题回答正确、完整、有条理，语言表达简练 按照对应题目要点个数评分			
	站内搜索优化 (25分)	搜索框找	7	搜索下拉框的衍生关键词的选择。操作截图 3 分，关键词 4 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词。			
		你是不是找	7	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3 分，关键词 4 分关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词。			
		推广标题	11	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词，词语重复度，是否契合卖点等。按 0/2/3/4/5/6 计分。标题一 6 分，标题二 5 分			
	信息发布与广告投放 (15分)	信息发布	7	信息发布内容 7 分。			
		广告投放	8	广告投放区域 3 分，投放理由 5 分。			
	论坛软文推广 (30分)	软文标题	5	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分			
		软文内容	5	软文内容充实，主题紧扣推广目标			
5			结构严谨、文笔通顺				
5			构思新颖，能吸引网民				
软文发布		10	字数 500 字，每少于 50 字扣 3 分 文章分类类别设置合理 2.5 分， 4*2.5=10 分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

15.试题编号：H2-15， B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

湖南口味王集团始创于 2000 年 6 月，目前是中国最大的槟榔食品制造企业。经过 19 年的高速发展，公司已落成 8 个基地，合计占地近千亩，分布在湖南、海南两省，产品畅销全国 30 多个省市。是中国驰名商标企业，国家高新技术企业，省级企业技术中心，海南省、湖南省就业扶贫基地。湖南口味王集团 2017 年建成了湖南食品企业首家 CNAS 认可食品检测实验室，2018 年成立了中益食品化工检测院，通过了 CMA 资质认定。集团已通过 ISO9001 质量体系认证、ISO22000 食品安全管理体系、ISO18000 职业健康安全管理体系认证，被授予“全国食品安全优秀品牌”、“湖南省名牌产品”、“湖南省食品安全优秀品牌”、“湖南省消费者信得过品牌”。主导产品为“口味王”、“榔朗爽口”、“味赢天下”等系列食用青果槟榔与“和成天下”系列食用青果精制槟榔。连续多年被评为湖南、海南两省名牌产品，深受广大消费者的信赖和好评。现公司入驻阿里巴巴，为提升公司商城人气、带动店铺销量，公司拟入驻阿里巴巴电子商务平台。请帮助其实施阿里巴巴电子商务平台运营推广。

	品牌：口味王 产品类别：槟榔 产品名称：口味王槟榔 和成天下青出于蓝 20 元装批发 年货海南槟榔湖南特产 保质期：60 天 包装规格：25G*10 包
--	---

(2) 测试任务

1) 商品标题搜索优化：

一般来说，搜索引擎认为和搜索的词完全吻合为最精确，享有优先排序。在阿里巴巴网站的产品页面，通过对产品页面添加合适的产品相关信息可以在很大程度上提升产品被搜的几率。其中，标题要求不超过 30 个汉字(或 60 个字符)，同时要把产品的要害词和亮点写进去。要害词是指产品的名称或客户搜索时常用的词。对于产品标题关键词则要专一。

①通过在阿里巴巴首页搜索框中输入“槟榔”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到阿里巴巴平台的相关推荐词，操作并填写表 1。

表 1 关键词选择一

将搜索框中输入“槟榔”后下拉框界面截图插入下行单元格中
将从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格
在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中

--	--	--	--

②通过以上方法找到标题关键词后,再结合促销方式、品牌、时尚流行、以及同行卖家的使用情况、提供的产品背景资料等,进行关键词的组合、排列,制作两个适合推广的宝贝标题。组合标题过程中要注意:标题关键词排列顺序符合客户阅读习惯;标题中包含关键词种类越多,被搜索到几率越大;标题字数要充分利用,但词语尽量不要重复;标题中禁用违规词。请根据优化的原则,为此商品设定两个适合推广的标题。

表 2 推广标题

标题 1	
标题 2	

2) 信息发布与广告投放

①阿里巴巴产品信息内容的发布要有层次性,不适合发布太多没有层次性的文字。请根据本产品设置其产品信息发布内容,可以从品牌宣传、产品基本信息、产品特点、产品优势等方面去考虑,将发布内容填入表 3。

表 3 阿里巴巴产品信息内容

产品信息发布内容

②设定广告投放的区域能有利于节省开支、提高广告效率。一般来说,可根据以下因素来确定广告投放的区域:根据商品属性和特点,从物流、气候季节、促销活动、代理区域等因素分析,选择合适的地域投放;或利用地域特征,灵活投放广告。请设置本产品的广告投放区域并说明理由,填入表 4。

表 4 广告投放区域

本产品的广告投放区域
设置该广告投放区域的理由

3) 站内博客推广

阿里博客是与阿里旺铺绑在一起的,如 SEO 优化好、博客权重高,博文收录排到 百度首页,这样可以给阿里旺铺甚至公司独立网站带来更多流量。相对于阿里旺铺和 独立网站,阿里博客的博文包含更多情感与其他非产品信息,可以让客户了解到企业 和博主个人情况,更具有可信性,从而提升旺铺和独立网站流量的转化率。显然,通过 开通阿里博客可以大大提升产品的推广效应。该公司现需要开通阿里博客,请参照下列 相关提示和要求依次对博客的相关信息设置,将设置内容填入表 7。

①博客域名:阿里博客的域名在旺铺注册时即确定,注册前最好考虑好域名。通常来说,域名的设定可参考以下规则:关键词中/英文全拼作为域名;关键词简拼作域名;采用好记的域名(在中/英文全称和简称域名均被抢注时,可以考虑容易记的域名)。如:阿里博客的域名格式为:

<http://szcsdzkj.blog.china.alibaba.com/>,其中‘szcsdzkj’部分为自定义。

②博客笔名：阿里博客的笔名，最好是核心产品名称、品牌名、博主个人名或其他想优化的关键词。

③博客的标题(即博客名称)：博客名称最好能跟博客笔名一样。博客标题，会显示在阿里博客首页的标题(Title)中。

④博客描述 阿里巴巴博客的描述内容，相当于网站网页的描述 (Description) 的内容 (可用站长工具查询或在网页源文件中查看)，应简短填写公司优势、主导产品及联系方式，首尾要有主要关键词，且须具有可读性。阿里博客主要是给人看的，不是给搜索引擎看的。阿里博客的描述内容字数应控制在 150 个汉字以内。

⑤撰写一篇口味王槟榔相关的博文，要求 500 字以上，文笔通顺，主题突出。

表 5 站内博客推广

博客域名设定为	
该域名的设置说明	
阿里博客笔名为	
笔名设置说明	
博客标题为	
标题设置说明	
博客描述	
设置至少 4 个博客文章分类	
博文标题	
博文内容	

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-15)。

电子平台运营评分卡(试题 H2-15)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养		5	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明, 操作过程规范、文档规范、工整。				
职业技能 (95 分)	站内搜索优化 (25 分)	搜索框找	6	搜索下拉框的衍生关键词的选择。操作截图 3 分, 关键词 3 分; 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。			
		你是不是想找	9	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 3 分, 关键词 6 分 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词。			
		推广标题	10	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词, 词语重复度, 是否契合卖点等。按 0/2/3/4/5 计分。标题一 5 分, 标题二 5 分			
	信息发布与广告投放 (20 分)	信息发布	10	信息发布内容 7 分。			
		广告投放	10	广告投放区域 5 分, 投放理由 5 分。			
	站内搜索推广 (50 分)	博客域名	3	域名设定容易记, 有一定的含义			
			3	域名设定说明语义通顺、能清晰、准确说明域名设定的来由。			
		博客笔名	3	笔名能体现公司产品及特色等			
			3	笔名说明语义通顺、能清晰、准确说明笔名设定的来由。			
		博客名称	4	博客名称设置合理。			
4			博客名称说明语义通顺、清晰。				
博客描述		5	博客描述应简洁, 具可读性。包含公司优势、主导产品及联系方式等。首尾应设置主要关键词。				
文章分类	10	文章分类类别设置合理 2 分, 4*2.5=10 分。					
博文写作	15	标题设置有诱惑力, 文章主题突出, 文笔通顺, 字数符合要求。					
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：H2-16，电子商务数据分析

(1) 任务描述

电商平台在日常运营过程中，需要对竞品进行分析，即直接造成自身客户流失的商品。为了提升自身商品流量或销量，并进一步预测竞品未来的动向，电商平台需要对竞争对手的商品进行多维度的分析。小李的学院风女装店铺当季主推学院风套头毛衣，是店铺的引流款，竞店中一款竞品风格与该商品十分相似，小李计划对该竞品展开数据追踪，查看选定的时间周期内竞品各项关键数据的变化，找出两款商品之间的差异，并完善自身商品。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，帮助其完成竞品数据分析相关任务的实施，为店铺运营决策提供数据支持。

(2) 测试任务

1) 识别竞品

小李店铺引流款的主要成交关键词为“学院风套头毛衣”，请以此成交关键词为标识在淘宝网搜索识别竞店中相关商品为竞品并填入表 1。

表 1 识别竞品

店铺名称		
竞品标题		

2) 竞品基本信息采集与分析

请分别进入竞品详情页和自身店铺商品详情页，采集商品的基本信息，根据采集的商品基本信息数据，设计竞品信息汇总表并对两款商品的基本信息进行分析，将其中的关键信息填入表 2。

表 2 竞品信息汇总表

竞品信息基本信息		
店铺名称		
商品标题		
商品价格		
适用年龄		
尺码		
材质颜色分类		
成交关键词		

分析:

3) 收藏量分析

收藏量从一个侧面反映了商品受客户喜爱的程度。请根据试题文件夹中提供的源数据 2-4 收藏量数据,制作收藏量折线图,分析本品与竞品的收藏量变化趋势,保存文件为“收藏量分析.xlsx”并将分析结果填入表 3。

表 3 收藏量分析

本品与竞品的收藏量变化趋势:

4) 销售数据分析

请根据试题文件夹中提供的源数据 2-4 竞品销售数据,制作折线图,直观展示销量数据的变化趋势,保存文件为“竞品销售数据分析.xlsx”,结合销量折线图,分析本品与竞品的销售数据,并将分析结果填入表 4。

表 4 销售数据分析

本品与竞品的销售数据分析:

5) 商品评价分析

竞品商品评价如图 1 所示。小李商品评价如图 2 所示,结合两款商品的评价,分析存在差异,将分析结果填入表 5。



图 1 竞品商品评价



图 2 小李店铺商品评价

表 5 商品评价分析

商品评价差异分析:

6) 综合分析

结合上述分析结果，对小李店铺的引流款商品与竞品进行综合分析，并将分析结果填入表 6。

表 6 综合分析

竞品数据分析结果:

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-16)。

电子商务数据分析试题评分卡(试题 H2-16)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	识别竞品(12分)	4分	正确使用关键词识别竞品			
		8分	竞品识别准确			
	竞品基本信息采集与分析(26分)	20分	竞品信息采集准确,每项计2分			
		6分	竞品信息分析准确,文笔通顺			
	收藏量分析(12分)	6分	收藏量折线图绘制正确			
		6分	收藏量分析准确,文笔通顺			
	销售数据分析(12分)	6分	销售数据折线图绘制正确			
		6分	销售数据分析准确,文笔通顺			
	商品评价分析(10分)	10分	商品评价分析准确,文笔通顺			
	综合分析(23分)	12分	各分项分析准确,文笔通顺,每项计4分			
11分		总体分析准确,文笔通顺				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：H2-17，电子商务数据分析

(1) 任务描述

电商平台在日常运营过程中，需要对竞品进行分析，即直接造成自身客户流失的商品。为了提升自身商品流量或销量，并进一步预测竞品未来的动向，电商平台需要对竞争对手的商品进行多维度的分析。小王的甜美风女装店铺当季主推百褶连衣裙，是店铺的引流款，竞店中一款竞品风格与该商品十分相似，小王计划对该竞品展开数据追踪，查看选定的时间周期内竞品各项关键数据的变化，找出两款商品之间的差异，并完善自身商品。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，帮助其完成竞品数据分析相关任务的实施，为店铺运营决策提供数据支持。

(2) 测试任务

1) 识别竞品

小王店铺引流款的主要成交关键词为“甜美风百褶连衣裙”，请以此成交关键词为标识在淘宝网搜索识别竞店中相关商品为竞品并填入表 1。

表 1 识别竞品

店铺名称		
竞品标题		

2) 竞品基本信息采集与分析

请分别进入竞品详情页和自身店铺商品详情页，采集商品的基本信息，根据采集的商品基本信息数据，设计竞品信息汇总表并对两款商品的基本信息进行分析，将其中的关键信息填入表 2。

表 2 竞品信息汇总表

竞品信息基本信息		
店铺名称		
商品标题		
商品价格		
适用年龄		
尺码		
材质颜色分类		
成交关键词		

分析：

3) 收藏量分析

收藏量从一个侧面反映了商品受客户喜爱的程度。请根据试题文件夹中提供的源数据 3-4 收藏量数据，制作收藏量折线图，分析本品与竞品的收藏量变化趋势，保存文件为“收藏量分析.xlsx”并将分析结果填入表 3。

表 3 收藏量分析

本品与竞品的收藏量变化趋势：

4) 销售数据分析

请根据试题文件夹中提供的源数据 3-4 竞品销售数据，制作折线图，直观展示销量数据的变化趋势，保存文件为“竞品销售数据分析.xlsx”，结合销量折线图，分析本品与竞品的销售数据，并将分析结果填入表 4。

表 4 销售数据分析

本品与竞品的销售数据分析：

5) 商品评价分析

竞品商品评价如图 1 所示。小王商品评价如图 2 所示，结合两款商品的评价，分析存在差异，将分析结果填入表 5。



图 1 竞品商品评价



图 2 小王店铺商品评价

表 5 商品评价分析

商品评价差异分析:

6) 综合分析

结合上述分析结果, 对小王店铺的引流款商品与竞品进行综合分析, 并将分析结果填入表 6。

表 6 综合分析

竞品数据分析结果:

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-17)。

电子商务数据分析试题评分卡(试题 H2-17)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	识别竞品(12分)	4分	正确使用关键词识别竞品			
		8分	竞品识别准确			
	竞品基本信息采集与分析(26分)	20分	竞品信息采集准确,每项计2分			
		6分	竞品信息分析准确,文笔通顺			
	收藏量分析(12分)	6分	收藏量折线图绘制正确			
		6分	收藏量分析准确,文笔通顺			
	销售数据分析(12分)	6分	销售数据折线图绘制正确			
		6分	销售数据分析准确,文笔通顺			
	商品评价分析(10分)	10分	商品评价分析准确,文笔通顺			
	综合分析(23分)	12分	各分项分析准确,文笔通顺,每项计4分			
11分		总体分析准确,文笔通顺				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

18.试题编号：H2-18，电子商务数据分析

(1) 任务描述

在淘宝网店铺经营活动中，企业往往都会通过站内付费推广工具如直通车、钻展、淘宝客，免费推广工具微淘、网店活动等渠道进行营销，如何更好地使用这些工具、渠道提升网店流量和人气，为网店带动更多的成交，便要从推广数据分析开始。某电商企业主营零食夹心面包为主，目前已知店铺 2019 年各 9 月份的直通车推广数据，部门经理安排小王对本月直通车推广情况进行分析，支撑销售策略的优化。请运用商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，帮助其完成关键词推广效果分析相关任务的实施，为店铺销售策略的优化提供数据支持。

(2) 测试任务

1) 通过免费途径获取关键词

卖家在撰写商品标题之前，需要了解商品标题是如何构成的，标题是关键词的组合，而每一个关键词都是流量入口，做一个好标题可以提高产品的流量，做标题的前提是找到关键词，否则若连关键词都不知道标题是无从下手的。在平台搜索不同类目的商品关键词，可以发现商品标题均是由核心词、属性词、长尾词和促销词构成的。



图1 夹心面包商品

结合给定的企业背景，通过系统推荐、搜索下拉框、TOP20 万词库等渠道，搜索商品关键词，完成以下表格填写。

①核心词确认：卖家要选一个好的核心词，这样才能将商品的流量集中。核心词一般包含产品词、类目词、品牌词和二级词。卖家在撰写标题时，应该从买家的角度考虑，比如选择类目词时，卖家可以参考各电商平台首页的类目划分。

表1 核心词表

核心词	
类目词	
产品词	

②属性词是与商品属性相对的词语，能够说明商品的尺寸、色彩、质地等相关的商品信息，让用户在搜索商品时，尽可能准确定位到商品的关键词。卖家在确定属性词时，一方面可以参考商品本身的信息，另一方面可以参考发布商品时官方需要填写的宝贝属性信息。

表2 属性词表

属性词

③长尾词确认。长尾关键词指非目标关键词但也可以带来用户搜索流量的关键词，这类词精准度比较高。长尾关键词需要根据竞争对手和客户群体分析，分析这个产品的用户群搜索习惯、会搜什么样的词、会怎么搜等。长尾关键词一般可以通过搜索下拉框、相关搜索、关键词推荐、参考同行 Top 商品、直通车系统推荐词、生意参谋、直通车词表等。

表3 长尾词表

长尾词

④促销词确认促销词是指与网店活动相关，能够吸引刺激用户产生购买的词，如包邮、特价、火爆热卖、限时打折等。

表4 促销词表

促销词

2) 付费途径获取关键词

试题文件夹中提供的源数据 18-1关键词竞争度.xlsx，是通过生意参谋-市场-搜索分析获取的，首先对数据筛选，清洗直通车参考价为零、支付转化率为零的关键词；接着对数据排序，分别针对转化率进行降序排序、针对直通车出价进行升序排序、针对搜索人数进行降序排序；最后，结合商品图片、商品属性，选定关键词，将最终结果填入表 5。

表 5 付费关键词表

--

3) 关键词推广效果分析

关键词选择是否合适直接影响直通车推广的效果，优化主要依据关键词的点击率、转化率、ROI 指标进行调整。通过优化关键词的点击率、转化率等指标，可以提高质量得分，进而优化直通车推广效果。源数据 18-2关键词推广效果分析.xlsx 是店铺2019年9月直通车推广数据，最近一个月的客户浏览量与收藏量数据，请按照以下相关操作要求，进行直通车关键词推广效果分析。

①展现量（曝光量）分析：对展现量降序排列，制作关键词展现量占比图，明确各关键词展现量，将分析结果填入表 6。

表 6 展现量分析

展现量分析：

②点击量（率）分析：展现量降序排列，制作关键词点击率柱状图，观察点击率（点击率= 点击量/展现量），将分析结果填入表 7。

表 7 点击率分析

点击率分析：

③转化率分析：制作关键词收藏转化率、加购转化率、支付转化率分析折线图，观察变化趋势，将分析结果填入表 8。

表 8 转化率分析

收藏转化最高的关键词是：
加购转化最高的关键词是：
支付转化率最高的关键词是：

④关键词花费与投入产出比分析：制作花费、投入产出比组合图（花费设置柱形图、投入产出比设置折线图，选择次坐标轴），观察组合图变化趋势，将分析结果填入表 9。

表 9 关键词推广分析

对于展现量小且无点击的词该如何处理：
对于展现量大，点击率高，花费高，同时有加购，加入收藏，但无转化或转化过低的关键词该如何处理：
对于高展现，高花费，低点击，无加购，无收藏的关键词，需对创意计划如何处理：
对于高展现，高收藏，高点击，但无转化的关键词，需要对店铺如何优化：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-18)。

电子商务数据分析试题评分卡(试题 H2-18)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	通过免费途径获取关键词(35分)	8分	核心词准确,合买家习惯,属于产品词、类目词、品牌词和二级词			
		10分	属性词准确,与商品信息相关			
		10分	长尾词精准,符合用户搜索习惯			
		7分	促销词符合促销活动			
	通过付费途径获取关键词(20分)	8分	关键词竞争度数据的筛选、清洗、排序、准确			
		12分	付费关键词的选定准确			
	关键词推广效果分析(40分)	4分	展现量占比图正确、直观			
		4分	展现量分析准确			
		4分	关键词点击率柱状图正确、直观			
		4分	关键词点击率分析准确			
		6分	关键词转化率折线图正确、直观			
		6分	关键词转化率分析准确			
		4分	花费、投入产出比组合图正确、直观			
	8分	关键词推广分析准确				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：H2-19，电子商务数据分析

(1) 任务描述

在网店经营销售过程中会产生大量的销售数据，这些销售数据对网店的经营策略会有很大影响。通常网店的销售策略是需要根据前期的销售数据和市场变化情况及时调整的，以帮助销售部门实现销售目标。原牧纯品旗舰店在淘宝平台主要经营以肉鸡、肉羊等为主导的生鲜类产品。经过一段时间的运营，店铺积累了大量忠实的客户。但从9月份开始到12月初店铺的整体销售额有了一定的下降，需要及时找到销售额下降的原因。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的源数据 19-1 销售金额统计数据.xlsx，帮助该店铺找到销售额变化的具体原因，得出结论，并做出相应的调整。

(2) 测试任务

- 1) 请制作销售额整体走势的折线图表，保存文件为“销售额折线图.xlsx”。
- 2) 请根据销售额整体走势图表，以周为单位，分析销售额的变化情况，并将分析结果填入表 1。

表 1 销售额的变化情况

销售额变化情况分析：

- 3) 请制作客单价走势的折线图表，保存文件为“客单价折线图.xlsx”。
- 4) 请根据客单价走势图表，以周为单位，分析客单价的变化情况，并给出客单价对销售额影响的分析结果填入表 2。

表 2 客单价的变化情况

客单价变化情况分析：

- 5) 请制作订单量走势的折线图表，保存文件为“订单量折线图.xlsx”。
- 6) 请根据订单量走势图表，分析订单量的变化情况，并给出订单量对销售额影响的分析结果填入表 3。

表 3 订单量的变化情况

订单量变化情况分析：

- 7) 请制作转化率走势的折线图表，保存文件为“转化率折线图.xlsx”。
- 8) 请根据转化率走势图表，分析转化率的变化情况，并给出转化率对销售额影响的分析结果填入表 4。

表 4 转换率的变化情况

转换率变化情况分析：

- 9) 请制作访问量走势的折线图表，保存文件为“访问量折线图.xlsx”。
- 10) 请根据访问量走势图表，分析访问量的变化情况，并给出访问量对销售额影响的分析结果填入表 5。

表 5 访客量的变化情况

访问量变化情况分析：

- 11) 结合以上分析过程，请分析销售额数据变动的主要原因，将结果填入表 6。

表 6 分析结论

销售额数据变动的原因：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-19)。

电子商务数据分析试题评分卡(试题 H2-19)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	销售额整体分析(16分)	8分	销售额整体走势的折线图正确,能直观反映数据				
		8分	销售额变化情况分析准确,文笔通顺				
	客单价数据分析(16分)	8分	客单价走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	客单价变化情况分析准确,文笔通顺				
	订单量数据分析(16分)	8分	订单量走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	订单量变化情况分析准确,文笔通顺				
	转化率数据分析(16分)	8分	转化率走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	转化率变化情况分析准确,文笔通顺				
	访客量数据分析(16分)	8分	访客量走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	访客量变化情况分析准确,文笔通顺				
	销售额数据变动原因分析(15分)	7分	变动原因分析准确,文笔通顺				
		8分	提出合理的调整建议				
	合计		100分				

试题评阅人签名_____

20. 试题编号：H2-20，电子商务数据分析

(1) 任务描述

在网店经营销售过程中会产生大量的销售数据，这些销售数据对网店的经营策略会有很大影响。通常网店的销售策略是需要根据前期的销售数据和市场变化情况及时调整的，以帮助销售部门实现销售目标。沃隆旗舰店在淘宝平台主要经营以碧根果、巴旦木等为主导的坚果类产品。经过一段时间的运营，店铺积累了大量忠实的客户。但从4月份开始到7月初店铺的整体销售额有了一定的下降，需要及时找到销售额下降的原因。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的源数据 20-1 销售金额统计数据.xlsx，帮助该店铺找到销售额变化的具体原因，得出结论，并做出相应的调整。

(2) 测试任务

- 1) 请制作销售额整体走势的折线图表，保存文件为“销售额折线图.xlsx”。
- 2) 请根据销售额整体走势图表，以周为单位，分析销售额的变化情况，并将分析结果填入表 1。

表 1 销售额的变化情况

销售额变化情况分析：

- 3) 请制作客单价走势的折线图表，保存文件为“客单价折线图.xlsx”。
- 4) 请根据客单价走势图表，以周为单位，分析客单价的变化情况，并给出客单价对销售额影响的分析结果填入表 2。

表 2 客单价的变化情况

客单价变化情况分析：

- 5) 请制作订单量走势的折线图表，保存文件为“订单量折线图.xlsx”。
- 6) 请根据订单量走势图表，分析订单量的变化情况，并给出订单量对销售额影响的分析结果填入表 3。

表 3 订单量的变化情况

订单量变化情况分析：

- 7) 请制作转化率走势的折线图表，保存文件为“转化率折线图.xlsx”。
- 8) 请根据转化率走势图表，分析转化率的变化情况，并给出转化率对销售额影响的分析结果填入表 4。

表 4 转换率的变化情况

转换率变化情况分析：

- 9) 请制作访问量走势的折线图表，保存文件为“访问量折线图.xlsx”。
- 10) 请根据访问量走势图表，分析访问量的变化情况，并给出访问量对销售额影响的分析结果填入表 5。

表 5 访客量的变化情况

访问量变化情况分析：

- 11) 结合以上分析过程，请分析销售额数据变动的主要原因，将结果填入表 6。

表 6 分析结论

销售额数据变动的原因：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 H2-20)。

电子商务数据分析试题评分卡(试题 H2-20)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	销售额整体分析(16分)	8分	销售额整体走势的折线图正确,能直观反映数据				
		8分	销售额变化情况分析准确,文笔通顺				
	客单价数据分析(16分)	8分	客单价走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	客单价变化情况分析准确,文笔通顺				
	订单量数据分析(16分)	8分	订单量走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	订单量变化情况分析准确,文笔通顺				
	转化率数据分析(16分)	8分	转化率走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	转化率变化情况分析准确,文笔通顺				
	访客量数据分析(16分)	8分	访客量走势折线图正确,能直观反映数据				
		8分	访客量变化情况分析准确,文笔通顺				
	销售额数据变动原因分析(15分)	7分	变动原因分析准确,文笔通顺				
		8分	提出合理的调整建议				
	合计		100分				

试题评阅人签名_____

三、岗位拓展技能

模块一 企业网络推广

(一) SEO 搜索引擎优化

1. 试题编号：T1-1，转化率分析优化

(1) 任务描述

五粮液集团有限公司(<http://www.wuliangye.com.cn/>)位于四川省宜宾市，是一家以酒业为核心的特大型国有企业集团，现有 10 万吨纯粮固态原酒年产能和 100 万吨原酒储存能力，其中，最大的白酒酿造车间年产能达 4 万吨。公司拥有“五粮醇”、“五粮春”等中国驰名商标，70 余种系列酒，重点品牌 18 余种，其主导产品五粮液酒历史悠久，文化底蕴深厚，是中国浓香型白酒的典型代表与著名民族品牌，多次荣获“国家名酒”称号，并首批入选中欧地理标志协定保护名录。2019 年，公司销售收入突破 1000 亿元，名列“全球品牌价值 500 强”“中国品牌价值 100 强”。近年来，公司倾力打造名白酒基地、保健酒基地和酒文化旅游基地，为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。



图 1 五粮液集团有限公司网站首页

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.wuliangye.com.cn/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表 1 目标地址提交到 Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	

360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址? 并将检查结果通过截图的方式填写到表 2。

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
五粮液集团有限公司					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表 5 五粮液集团有限公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司首页情况	是否需改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改			

	进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:

描述:

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后, 进行了推广效果的分析; 数据统计报表如下, 请根据报表统计的数据, 按表格中的要求进行回答。一个月内该企业在某网站上投入广告, 总费用是 6000 元。经过统计, 这则广告的曝光次数是 600,000, 点击次数是 60,000 次, 广告后转换购买次数是 1,200。

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转化率的含义

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

③该行业的平均转化率大约是 4%。请分析该网站是偏高或偏低, 并提出改进建议?

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-1)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-1)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分。			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	收录结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或公司名称。			
	SEO 搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个。			
		3分	语句通顺, 1分; 将企业核心内容描述清楚, 2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确, 2分。			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2 分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2 分, 共 8 分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2 分, 共 8 分, 设计理由充分、合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1 分。			
数据分析和推广优化(18分)	6分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	6分	数据分析正确, 公式罗列正确, 数据计算正确。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计	100分					

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：T1-2，转化率分析优化

(1) 任务描述

湖南点石装饰设计工程有限公司（以下简称：点石家装 <http://www.dasn.com.cn/>）成立于1998年注册资金3000万，点石家装16年来，通过不断的努力与创新荣获湖南省著名商标、中国家装行业10大品牌等诸多荣誉。而且，点石家装是湖南第一家荣获中国建设银行AA+级信誉企业并且是家装行业唯一获得5000万资金的授信企业。点石家装作为年度政府唯一授奖名优家装企业，以严格的工程管理、原创理念的400名顶尖设计团队和300亩自主产权式的4S家居产业园，通过点石家居产业园生产的6大类全房定制产品以卓越品质及主打“环保、耐用”的特点和点石欧标材料工艺体系，深受中高端业主的信赖与认可。从而，点石家装成为湖南家装行业的领导性品牌、湖南家装行业的风向标。点石家装以“客户的满意高于一切”为核心宗旨，以“真爱筑家”为核心文化理念，致力专业服务于中高端消费者、别墅业主、商业客户、地产等广大客户。



图1 点石装饰公司网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.dasn.com.cn/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表1 目标地址提交到Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址? 并将检查结果通过截图的方式填写到表 2。

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu(收录情况)	baidu(反向链接数)	P R 值	Alexa 排名
湖南点石装饰设计工程有限公司					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
P R 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表 5 点石家装网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司首页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评			

	价（从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等）			
--	--------------------------------------	--	--	--

5) 关键词的设计。为了拓宽湖南市场, 请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索, 触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后, 进行了推广效果的分析。一个月内该企业在某网站上投入广告, 总费用是 16000 元。经过统计, 这则广告的曝光次数是 800, 000, 点击次数是 80, 000 次, 广告后转换购买次数是 1, 000。

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转化率的含义
②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
③该行业的平均转化率大约是 2%。请分析该网站是偏高或偏低, 并提出改进建议?

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-2)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-2)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分。		
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分。		
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。		
		1分	收录结果结果。		
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。		
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分。		
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称。		
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称。		
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或公司名称。		
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。		
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个。		
		3分	语句通顺,1分;将企业核心内容描述清楚,2分。		
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确,2分。		
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分。		
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。		
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分、合理。		
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。		
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分。		
数据分析和推广优化(18分)	6分	术语解释正确,定义关键要点解释得当。			
	6分	数据分析正确,公式罗列正确,数据计算正确。			
	6分	改进建议和优化措施思路清晰,阐述得当。			
合计	100分				

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：T1-3，浏览量分析优化

(1) 任务描述

湖南华天大酒店股份有限公司 (<http://www.huatian-hotel.com/>) 是湖南省第一家旅游业上市公司。作为华天旗舰店，华天大酒店目前拥有客房 700 多间，餐位 1200 多个，娱乐、洗衣、豪华车队等设施一应俱全。开业以来酒店成功接待了坦桑尼亚总统、赞比亚总统、白俄罗斯总理、亲民党主席宋楚瑜先生等所有来长沙的国家元首和政府首脑。曾多次荣获“全国最佳星级饭店”等荣誉称号，是湖南省唯一一家同时加盟“国际金钥匙组织”和“中国名酒店组织”的酒店，是全国酒店业唯一一家荣膺“全国企业文化优秀奖”和被授予“全国企业文化示范基地”称号的酒店，并荣获国际服务领域最高荣誉“五星钻石奖”，被批准加入“世界一流酒店组织”，其通过湖南华天国际酒店管理有限公司管理的连锁酒店已有 30 多家。同时，公司也积极开展电子商务业务。公司拥有自己独立的网站，<http://www.huatian-hotel.com/>，且公司正打算通过搜索引擎方式进行网络推广。



图 1 华天酒店网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.huatian-hotel.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表 1 目标地址提交到 Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填

写到表 2。

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南华天大酒店股份有限公司					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表 5 湖南华天大酒店股份有限公司首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需要改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有			

	网站地图、内容更新是否及时等)			
--	-----------------	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场,请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词,并说明理由,请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索,触发百度竞价排名推广结果时,展现在网民面前的推广内容,包括标题、描述,以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符,每行描述最长不能超过 80 个字符,且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化。

公司经过一段时间的搜索引擎推广后,进行了推广效果的分析;数据统计报表如下,请根据报表统计的数据,按表格中的要求进行回答。



表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释浏览量的含义

答:

②请解释访问数的含义

答:

③结合跳出率和平均访问时长,请评价本公司网站一个月的运行情况?

答:

④根据上图和对公司网站运行情况的基本判断,提出改进建议?

答:

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-3)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-3)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分。			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	收录结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或公司名称。			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个。			
		3分	语句通顺,1分;将企业核心内容描述清楚,2分。			
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确,2分。			
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分、合理。			
创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。				
	11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分。				
数据分析和推广优化(18分)	6分	浏览量和访问数,术语解释正确,定义关键点解释得当。3+3				
	6分	评价公司网站运行情况思路清晰,有理有据。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰,阐述得当。				
合计	100分					

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：T1-4，浏览量分析优化

(1) 任务描述

芒果TV (<https://www.mgtv.com/>) 是以视听互动为核心，融网络特色与电视特色于一体，实现“多屏合一”独播、跨屏、自制的新媒体视听综合传播服务平台，同时也是湖南广电旗下唯一互联网视频平台。2017年，芒果TV扭亏为盈，率先实现中国视频行业盈利4.89亿。2018年6月，快乐购(300413.SZ)重大资产重组正式获批，芒果TV作为湖南广电“双核驱动”战略主体之一，与芒果互娱、天娱传媒、芒果影视、芒果娱乐五家公司整体打包注入快乐购，正式成为国内A股首家国有控股的视频平台，同年7月，快乐购正式更名“芒果超媒”。



图1 芒果TV网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <https://www.mgtv.com> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表1 目标地址提交到Baidu & 360的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表2。

表2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3将操作的步骤进行截图, 填写到表4中。

表3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
芒果 TV					

表4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表5。

表5 芒果TV 网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见。			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是			

否及时等)。			
--------	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索, 触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的搜索引擎推广后, 进行了推广效果的分析; 数据统计报表如下, 请根据报表统计的数据, 按表格中的要求进行回答。

表 8 营运数据表

项目	数据	项目	数据
周期	1 个月	跳出率	90%
PV	35	平均访问时长	3m
UV	40		

表 9 数据分析和优化改进措施表

①请解释浏览量的含义
②请解释访问数的含义
③结合跳出率和平均访问时长, 请评价本公司网站一个月的运行情况?
④根据上图和对公司网站运行情况的基本判断, 提出改进建议?

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-4)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-4)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分。		
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分。		
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。		
		1分	收录结果结果。		
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。		
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分。		
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。		
		2分	PR值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。		
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或公司名称。		
	SEO 搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。		
		3分	Keyword(关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个。		
		3分	语句通顺, 1分; 将企业核心内容描述清楚, 2分。		
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确, 2分。		
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2 分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分。		
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。		
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设计理由充分、合理。		
创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
	11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1 分。			
数据分析和推广优化(18分)	6分	浏览量和访问数, 术语解释正确, 定义关键要点解释得当。3+3			
	6分	评价公司网站运行情况思路清晰, 有理有据。			
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。			
合计	100分				

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：T1-5，转换率分析优化

(1) 任务描述

中教畅享（北京）科技有限公司 <http://www.itmc.cn/> 位于北京中关村高科技园区，是国家认定的高科技企业、双软（软件产品、软件企业）认证企业，全国职业院校技能大赛合作企业，专注于以就业为导向的教学资源和教学软件开发。公司以“从企业实践中来，到教育实践中去”为经营理念，以“明道·优术”为己任，以信息技术提高教与学的效率和效果。

本公司是高等院校经济管理类专业实验、实训、实习软件平台系统的提供商和服务商。我们一贯坚持“从企业实践中来，到教育实践中去”理念，用信息技术弥合理论与实践鸿沟，以“提升就业能力、推动实践教学改革”为己任，专注于高等院校经济管理类专业实践教学产品研发，提供实验（训）室咨询、规划与建设整体解决方案。公司拥有企业管理咨询顾问、教育专家、软件开发团队。我们的优势：对企业管理实践的广泛认知、对实践教学的深刻理解、对软件技术的深厚积累、对互联网未来趋势的精确把握。



图1 中教畅享（北京）科技有限公司首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.itmc.cn/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表1 目标地址提交到Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址? 并将检查结果通过截图的方式填写到表2。

表2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3 将操作的步骤进行截图, 填写到表4中。

表3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
ITMC					

表4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表5。

表5 ITMC 首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公			

	司主营产品作为关键词,在“公司网页情况”中描述关键词密度情况,评价是否需要改进,给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开市场,请根据湖南地区市场特点、公司品牌、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词,并说明理由,请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索,触发百度竞价排名推广结果时,展现在网民面前的推广内容,包括标题、描述,以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符,每行描述最长不能超过 80 个字符,且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的搜索引擎推广后,进行了推广效果的分析;数据统计报表如下,请根据报表统计的数据,按表格中的要求进行回答。

表 8 网站推广数据分析表

统计时间	浏览量 (pv)	独立访客 (uv)	人均停留 时间	注册用户 数量	网站收藏 人数	用户注册 转换率
周 1	230	41	330	37	32	16%
周 2	220	40	300	32	30	14%

周 3	204	38	208	29	37	14%
周 4	198	30	210	23	20	11%
周 5	201	28	201	21	18	10%
周 6	331	50	330	40	37	12%
周 7	342	56	335	42	39	12%

表 9 数据分析和优化改进措施表

① 请解释转换率的含义

答:

② 找出上表中转换率低排名前 2 的时间, 转换率高的排前 3 的时间

转换率低:

转换率高:

③ 分析转换率低的可能原因?

答:

④ 针对公司网站情况和上表数据, 提出改进建议意见?

答:

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-5)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-5)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分。			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	收录结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或公司名称。			
	SEO 搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个。			
		3分	语句通顺, 1分; 将企业核心内容描述清楚, 2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确, 2分。			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2 分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2 分, 共 8 分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2 分, 共 8 分, 设计理由充分、合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1 分。			
数据分析和推广优化(18分)	3分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	3分	排名选择正确。				
	6分	转化率原因分析正确, 有理有据。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计	100分					

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：T1-6，转换率分析优化

(1) 任务描述

创立于 2001 年 10 月的老百姓大药房 (<http://www.lbxdrugs.com/>) 是一家由单体民营药店发展起来的中外合资大型药品零售连锁企业，主要从事药品零售、批发、生产等业务。经过十余年的发展，现已成长为全国规模最大的药品零售连锁企业之一。公司总部位于湖南长沙，拥有总资产 38 亿元，年销售额 45 亿元，员工约 11900 多人。目前，已成功开发了湖南、陕西、浙江、江西、广西、山东、河北、广东、天津、上海、湖北、河南、北京、江苏、安徽、甘肃十六个省级市场，拥有门店 1700 家。2015 年 4 月 23 日，在上海证券交易所正式挂牌上市。



图1 老百姓大药房首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.lbxdrugs.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表1 目标地址提交到 Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表 2。

表2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到 4 中。

表3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
老百姓大药房					

表4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表5 老百姓大药房首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需要改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是			

	否及时等)			
--	-------	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由。完成表 6。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索, 触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化。公司经过一段时间的搜索引擎推广后, 进行了推广效果的分析; 数据统计报表如下, 请根据报表统计的数据, 按表格中的要求进行回答。

表 8 推广数据分析表

统计时间	浏览量 (pv)	独立访客 (uv)	人均停留 时间	注册用户 数量	网站收藏 人数	用户注册 转换率
周 1	230	41	330	37	32	16%
周 2	220	40	300	32	30	14%
周 3	204	38	208	29	37	14%
周 4	198	30	210	23	20	11%
周 5	201	28	201	21	18	10%
周 6	331	50	330	40	37	12%
周 7	342	56	335	42	39	12%

表9 数据分析和优化改进措施表

⑤ 请解释转换率的含义

答:

⑥ 找出上表中转换率低排名前2的时间, 转换率高的排前3的时间

转换率低:

转换率高:

⑦ 分析转换率低的可能原因?

答:

⑧ 针对老百姓大药房和上表数据, 提出改进建议意见?

答:

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-6)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-6)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分。			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	收录结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或公司名称。			
	SEO 搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个。			
		3分	语句通顺, 1分; 将企业核心内容描述清楚, 2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确, 2分。			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2 分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2 分, 共 8 分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2 分, 共 8 分, 设计理由充分、合理。			
创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。				
	11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1 分。				
数据分析和推广优化(18分)	3分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	3分	排名选择正确。				
	6分	转化率原因分析正确, 有理有据。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计	100分					

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：T1-7，跳出率分析优化

(1) 任务描述

“小哈佛幼儿园”是“小哈佛”幼教品牌的实体幼儿园。1996 年小哈佛教育集团 (<http://www.xiaohafo.com/>) 创立了“小哈佛”幼儿教育品牌，小哈佛幼儿园、小哈佛双语幼儿园、小哈佛国际幼儿园均归属于“小哈佛”旗下的幼教品牌。小哈佛幼儿园长期致力于 0-6 婴幼儿教育事业的研究开发与实施，在国内最早实践 0-6 岁保教一体化并取得成功，是中国确保开端儿童发展计划的倡导者和执行者。作为未来教育研究中心核心成员，也是中国确保开端儿童发展研究中心的召集人，拥有优势的教育专业资源、中国教育产业市场的成功操作经验和国际化的专业团队。



图 1 小哈佛幼儿园教育集团首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.xiaohafo.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表 1 目标地址提交到 Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址? 并将检查结果通过截图的方式填写到表 2。

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
小哈佛幼儿园教育集团网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表 5 小哈佛幼儿园教育集团首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需要改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导			

	航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			
--	---------------------------	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由。完成表 6。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索, 触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化。

公司经过一段时间的搜索引擎推广后, 进行了推广效果的分析; 数据统计报表如下, 请根据报表统计的数据, 按表格中的要求进行回答。

表 8 推广数据分析报告

序号	关键词	推广状态	浏览量 (PV)	跳出率(%)
1	某关键词	是	3045	34.54
2	某关键词	是	2341	56.34
3	某关键词	是	2098	23.31
4	某关键词	是	1987	45.21
5	某关键词	是	2021	67.21
6	某关键词	是	1876	56.12
7	某关键词	是	2001	21.23
8	某关键词	是	1789	12.23
9	某关键词	是	1987	18.21

10	某关键词	是	1733	34.21
11	某关键词	是	1766	56.34
12	某关键词	是	1900	67.56
13	某关键词	是	2034	78.32
14	某关键词	是	2109	78.21
15	某关键词	是	2200	45.67
16	某关键词	是	2100	87.12

表 9 数据分析和优化改进措施表

①请解释跳出率的含义

答:

②找出上表中跳出率低排名前 5 的搜索词项, 跳出率高的排前 3 的搜索词项

跳出率低关键词:

跳出率高关键词:

③分析跳出率低的搜索词项, 有何改进建议?

答:

④分析跳出率高的搜索词项, 有何改进建议?

答:

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-7)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-7)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分。			
	检查搜索情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	搜索结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或公司名称。			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个。			
		3分	语句通顺,1分;将企业核心内容描述清楚,2分。			
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确,2分。			
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分、合理。			
创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。				
	11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分。				
数据分析和推广优化(18分)	4分	术语解释正确,定义关键要点解释得当。				
	4分	数据分析正确,能按照要求找出相应的关键词代号。				
	10分	5+5分。对跳出率高和低原因分析清晰,改进建议和优化措施思路清晰,阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：T1-8，跳出率分析优化

(1) 任务描述

三一集团有限公司 (<https://www.sanygroup.com/>) 创始于 1989 年，自成立以来，三一始终秉承“创建一流企业，造就一流人才，做出一流贡献”的愿景，打造了知名的“三一”品牌。

三一集团主业是以工程为主题的装备制造业，主导产品为混凝土机械、挖掘机械、起重机械、筑路机械、桩工机械、风电设备、港口机械、石油装备、煤炭设备、精密机床等全系列产品，其中，挖掘机械、桩工机械、履带起重机械、移动港口机械、路面机械、煤炭掘进机械为中国主流品牌；混凝土机械为全球品牌。



图1 三一集团首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <https://www.sanygroup.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表1 目标地址提交到 Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表2。

表2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到 4 中。

表3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
三一集团有限公司网站					

表4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表5 三一集团网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需要改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索, 触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化。

公司经过一段时间的搜索引擎推广后, 进行了推广效果的分析; 数据统计报表如下, 请根据报表统计的数据, 按表格中的要求进行回答。

总计		正在推广 提交关键词	浏览量(PV) 381715	跳出率 81.99%
搜索词	正在推广	浏览量(PV)	跳出率	
1 其它	--	211,563	89.82%	
2	是	30,545	25.38%	
3	是	11,828	30.11%	
4	否	5,339	36.23%	
5	是	3,568	27.15%	
6	否	3,011	26.58%	
7	是	2,931	23.58%	
8	是	2,553	32.55%	
9	是	2,359	26.19%	
10	否	2,134	19.51%	
11	是	1,998	78.63%	
12	是	1,982	40.36%	
13	是	1,903	57.90%	
14	否	1,903	31.88%	

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释跳出率的含义	
答:	
②找出上表中跳出率低排名前 5 的搜索词项, 跳出率高的排前 3 的搜索词项	
跳出率低关键词:	跳出率高关键词:
③分析跳出率低的搜索词项, 有何改进建议?	
答:	
④分析跳出率高的搜索词项, 有何改进建议?	
答:	

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-8)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-8)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分。			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	收录结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或公司名称。			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个。			
		3分	语句通顺,1分;将企业核心内容描述清楚,2分。			
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确,2分。			
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分、合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分。			
数据分析和推广优化(18分)	4分	术语解释正确,定义关键要点解释得当。				
	4分	数据分析正确,能按照要求找出相应的关键词代号。				
	10分	5+5分。对跳出率高和低原因分析清晰,改进建议和优化措施思路清晰,阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：T1-9，竞争对手分析优化

(1) 任务描述

湖南安化茶文化底蕴深厚，千年茶史可圈可点。安化黑茶是中国黑茶之源，历史悠久！作为中国黑茶的发源地之一，这里诞生了世界第一支千两茶和中国第一片黑砖茶、第一块机制茯砖茶，其黑茶关键制作工艺，目前仍是受国家保护的二级机密，已被列为非物质文化遗产。在全国五个黑茶生产省中，湖南黑茶曾经占 40%，其中安化黑茶更是举足轻重；解放后，在边疆少数民族地区，有黑茶“无安化字号不买”之说，安化黑茶被当地人民称为“生命之茶”，更是有“宁可三日无粮，不可一日无茶”之说。为了更好的推广湖南黑茶，湖南茶叶厂推出了“湖南黑茶网”，（<http://www.hunanheicha.com/>）这是专门销售湖南黑茶，宣传湖南茶叶文化的专业平台。湖南黑茶网想通过搜索引擎来进行网站推广。



图 1 湖南黑茶网首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.hunanheicha.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表 1 目标地址提交到 Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表 2。

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况,便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图,填写到表 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu(收录情况)	baidu(反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南黑茶网					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前,公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况,并对不妥的地方加以改进,请填写表 5。

表 5 湖南黑茶网首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名,或者公司主营产品作为关键词,在“公司网页情况”中描述关键词密度情况,评价是否需要改进,给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否			

	有网站地图、内容更新是否及时等)			
--	------------------	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索, 触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 竞争对手分析

利用 baidu 检索工具, 查询湖南省内做“茶叶”产品的知名企业有那些? 查询网页标题中含有这些竞争对手公司名称的网页有多少? 网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量是多少? 完成表 8 和表 9。

表 8 公司竞争对手情况分析

序号	企业名称	企业网站地址	标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量	网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量
1				
2				
3				
4				
5				

表 9 查询结果记录表

序号	标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量界面截图	网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量界面截图
1		

2		
3		
4		
5		

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-9)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-9)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分。			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	收录结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或公司名称。			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个。			
		3分	语句通顺,1分;将企业核心内容描述清楚,2分。			
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确,2分。			
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分、合理。			
创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。				
	11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分。				
竞争对手分析(18分)	15分	企业名称,地址,1分,查询其标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量1分,指向其公司站点的网页数量1分,每空3分,共15分。				
	3分	查询截图清晰,方法正确。				
合计	100分					

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：T1-10，竞争对手分析优化

(1) 任务描述

大湖水殖股份有限公司(证券代码：600257，简称“大湖股份”)是全国第一家“水面资本化”模式的上市公司。公司成立于1999年1月，2000年6月在上海证券交易所上市，农业产业化国家重点龙头企业。公司实施“湖面综合开发”和“体育文化产业”双主业发展战略，以水产品“天然放养、品牌营销”为特色，全面开展大湖泊水环境治理、渔光一体化、湖面生态旅游等业务，突出发展体育产业，打造有影响的体育赛事，积极开展产业链金融、酒业、医药贸易、食品加工等增值性业务。是一家利用资本市场优势，提供健康食品、体育文化服务的综合性集团公司。

公司按照“诚信为本、创新引领、厚德载物”的企业文化，突出主业，强化品牌。公司技术研发实力雄厚，建有国家级鱼类良种场，与中国水产科学研究院、中科院水生生物研究所、华中农业大学等科研院所建立了长期稳定的产学研合作关系，与国内外顶尖科研机构合作，建立水环境治理国家级实验室。公司淡水天然放养规模突破185万亩水面，实现同行领先；年优质鱼苗繁育能力突破30亿尾，实现全国领先；淡水珍珠加工突破传统方法，实现世界领先。公司主要产品为高品质的天然大湖淡水有机鱼、冰川鱼、大湖有机甲鱼、江苏阳澄湖大闸蟹、湘云鲫、德山酒等消费类名优产品，德山酒为中国驰名商标产品。公司积极推行标准化生产和管理，建立并实施了完善的安全食品保证体系，通过ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证，有机产品认证，“大湖”商标为中国驰名商标。



图1 大湖股份有限公司网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

(2) 测试任务

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.dhszgf.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、360 中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表1 目标地址提交到Baidu & 360 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 的反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址? 并将检查结果通过截图的方式填写到表2。

表2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3 将操作的步骤进行截图, 填写到表4中。

表3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu(收录情况)	baidu(反向链接数)	P R值	Alexa 排名
大湖水殖股份有限公司官网					

表4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
P R值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表5。

表5 大湖水殖官网首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司首页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			

4	关键词密度基本情况。请选择公司名,或者公司主营产品作为关键词,在“公司网页情况”中描述关键词密度情况,评价是否需要改进,给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场,请根据湖南地区市场特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词,并说明理由,请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索,触发百度竞价排名推广结果时,展现在网民面前的推广内容,包括标题、描述,以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符,每行描述最长不能超过 80 个字符,且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

7) 竞争对手分析

利用 baidu 检索工具,查询湖南省内做“水产”产品的知名企业有那些?查询网页标题中含有这些竞争对手公司名称的网页有多少?网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量是多少?完成表 8 和表 9。

表 8 公司竞争对手情况分析

序	企业名称	企业网站地址	标题中含有竞争对手”	网页中含有竞争对手”
---	------	--------	------------	------------

号			公司全称”的网页数量	公司站点”的网页数量
1				
2				
3				
4				
5				

表9 查询结果记录表

序号	标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量界面截图	网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量界面截图
1		
2		
3		
4		
5		

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-10)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 T1-10)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)	5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。				
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分。			
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分。			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	收录结果结果。			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合。			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分。			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称。			
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或公司名称。			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个。			
		3分	语句通顺,1分;将企业核心内容描述清楚,2分。			
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度和思路理由清晰、正确,2分。			
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分。			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分、合理。			
创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。				
	11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分。				
竞争对手分析(18分)	15分	企业名称,地址,1分,查询其标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量1分,指向其公司站点的网页数量1分,每空3分,共15分。				
	3分	查询截图清晰,方法正确。				
合计	100分					

试题评阅人签名_____

(二) 移动新媒体推广

11. 试题编号：T1-11，微博、微信、短视频推广优化

(1) 任务描述

湖南金健乳业股份有限公司 (<http://www.jjry.net/>) 成立于 2001 年 7 月，坐落于湖南省常德经济技术开发区桃林路，是金健米业股份有限公司旗下集奶牛养殖、乳品研发、牛奶加工和销售于一体的全产业链乳制品企业。公司注册资金 9000 万元，总资产 1.4 亿元，下辖两个牧场、两个乳品车间和一个乳品研发检测中心，现有员工 200 余人。

金健乳业股份有限公司生产销售过程严格执行国家标准，完善的质量体系保证了奶牛养殖和原料奶出场、原辅料进厂和乳品加工、成品出厂和冷链配送销售全过程的质量监控，建立了从牧场到餐桌的食品安全可追溯体系，形成了“新鲜、营养、纯正、安全”的品质特性。

(2) 测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发新媒体营销业务，使用微博、微信公众号、抖音来推广公司业务，扩大公司影响力。

1) 微博的规划和设计

① 微博的账号有哪两种？“金健乳业”开展微博营销应选择哪一种账号？

表 1 微博账号类型选择

微博号类型	
“金健乳业” 选择何种类型	
选择理由：	

② 微博名称选取

“金健乳业”在营销过程中，针对不同的产品，实行微博多号战略。请为公司设计 2 个微博账号。并说明理由。

(企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。)

表 2 设计企业微博账号名称

序号	名称	理由

③ 增加粉丝数量

拥有一定的粉丝是开展微博营销的基础。在营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法。

表 3 增加粉丝数量的方法

序号	“吸粉”的方法	理由
----	---------	----

1		
2		
3		

④粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次11月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

表4 与粉丝互动的方法

序号	与粉丝互动的方法	理由
1		
2		
3		

2) 微信公众号的规划和设计

①微信公众号的账号有哪两种？“金健乳业”开展微信公众号营销应选择哪一种账号？

表5 微信公众号类型选择

微信公众号类型	
“金健乳业” 选择何种类型	
选择理由：	

②微信公众号名称选取

“金健乳业”在微信公众号营销过程中，针对不同的产品，实行微信多号战略。请为公司设计2个微信公众号账号。并说明理由。

表6 设计微信企业账号名称

序号	名称	理由

③微信公众号宣传推广

当公司微信公众号粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微信公众号进行宣传推广活动。公司拟在11月份组织一次大规模的店庆促销活动，现打算通过微信公众号对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微信公众号内容，并填入下表。

表7 设计活动微信公众号内容

微信公众号标题	微信公众号内容

3) 短视频数据优化分析

公司在抖音平台进行过一段时间的营运，相关数据如下表，根据下表，回答以下问题。

表 8 抖音平台营运数据

指标	数据	指标	数据	指标	数据
抖音关注总人数	7301	总独立访客数	7643	抖音转发总数量	56345
抖音粉丝数量	21902	抖音浏览量	34562	日评论数量	546
粉丝互动数量	6754	平均访问时间	15 秒	关注人数增长	4

①根据数据,请判断,公司抖音平台营运情况如何,处于什么阶段(起步、成长、爆发、成熟)以及理由。

表 9 抖音营运情况分析

序号	内容	理由
1	公司抖音营运情况分析	
2	处于何种阶段	
3	处于何种阶段的理由	

②短视频营销策划

请根据公司产品,为公司撰写一段短视频创意文案,要求主题鲜明,可以从幽默、故事、励志、情感元素中进行选取,至少两个元素,不少于 200 字。

表 10 撰写短视频创意文案

标题:
内容:

(3) 实施条件

硬件: 计算机, 互联网。

软件: win8\win10 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-11)。

移动新媒体推广试题评分卡(试题 T1-11)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律、举止文明。文档规范、工整试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	微博的规划和设计(15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确1分;企业选择何种类型回答正确1分;理由充分正当3分。			
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理2分,理由充分3分。共2个名称,总计10分。			
	增加粉丝数量(15分)		15分	每条方法2分,理由3分;共15分。			
	粉丝交流(15分)	粉丝交流方式	6分	方法概括恰当,主题紧扣推广目标,能吸引网民;共6分。			
		理由	9分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整;思路清晰;可行性较强;对企业沟通成本控制合理;共9分。			
	微信公众号的规划和设计(15分)	公众号类型	5分	类型回答正确1分;企业选择何种类型回答正确1分;理由充分正当3分。			
		公众号名称选取	10分	确定企业名称恰当合理,2分,理由充分3分。共2个名称,总计10分。			
	微信公众号推广(15分)		5分	宣传标题5分;标题有吸引力,准确描述活动内容,目标客户人群定位正确。			
			10分	内容10分。内容:流畅,丰富,能准确描述活动内容。图文并茂,有较强视觉冲击效果。			
	抖音平台数据优化分析(20分)	营运情况分析	8分	对缴据分析全面;对公司抖音运营情况描述清晰。			
正确判断公司抖音营运阶段。 理由充分,数据分析正确。							
	短视频营销策划	12分	段视频文案字数达标,主题鲜明,运用了两个以上元素,可读性强。				
合计		100分					

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：T1-12，微博、微信、短视频推广优化

(1) 任务描述

多喜爱家饰用品有限公司(<http://www.dohia.com/>)是一家以专业设计生产和销售床上用品为主，产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、垫类产品、床具等。公司营销中心设在中国湖南长沙市，开发中心及生产企业等在广东省深圳市东莞市。目前，多喜爱公司公司拥有自营店近 200 家，加盟店 800 余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。同时公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。

(2) 测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发新媒体营销业务，使用微博、微信公众号、抖音来推广公司业务，扩大公司影响力。

1) 微博的规划和设计

① 微博的账号有哪两种？“多喜爱”开展微博营销应选择哪一种账号？

表 1 微博账号类型选择

微博号类型	
“多喜爱” 选择何种类型	
选择理由：	

② 微博名称选取

“多喜爱”在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微博多号战略。请为公司设计 2 个微博账号。并说明理由。

(企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。)

表 2 设计企业微博账号名称

序号	名称	理由

③ 增加粉丝数量

拥有一定的粉丝是开展微博营销的基础。在微博营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法。

表 3 增加粉丝数量的方法

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		

3		
---	--	--

④粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次 11 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

表 4 与粉丝互动的方法

序号	与粉丝互动的方法	理由
1		
2		
3		

2) 微信公众号的规划和设计

①微信公众号的账号有哪两种？“多喜爱”开展微信公众号营销应选择哪一种账号？

表 5 微信公众号类型选择

微信公众号类型	
“多喜爱” 选择何种类型	
选择理由：	

②微信公众号名称选取

“多喜爱”在微信公众号营销过程中，针对不同的产品，实行微信多号战略。请为公司设计 2 个微信公众号账号。并说明理由。

表 6 设计微信企业账号名称

序号	名称	理由

③微信公众号宣传推广

当公司微信公众号粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微信公众号进行宣传推广活动。公司拟在 11 月份组织一次大规模的店庆促销活动，现打算通过微信公众号对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微信公众号内容，并填入下表。

表 7 设计活动微信公众号内容

微信公众号标题	微信公众号内容

3) 短视频数据优化分析

公司在抖音平台进行过一段时间的营运，相关数据如下表，根据下表，回答以下问题。

表8 抖音平台营运数据

指标	数据	指标	数据	指标	数据
抖音关注总人数	7301	总独立访客数	7643	抖音转发总数量	56345
抖音粉丝数量	21902	抖音浏览量	34562	日评论数量	546
粉丝互动数量	6754	平均访问时间	15 秒	关注人数增长	4

①根据数据，请判断，公司抖音平台营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由。

表9 抖音营运情况分析

序号	内容	理由
1	公司抖音营运情况分析	
2	处于何种阶段	
3	处于何种阶段的理由	

②短视频营销策划

请根据公司产品，为公司撰写一段短视频创意文案，要求主题鲜明，可以从幽默、故事、励志、情感元素中进行选取，至少两个元素，不少于 200 字。

表10 撰写短视频创意文案

标题:
内容:

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-12)。

移动新媒体推广试题评分卡(试题 T1-12)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律、举止文明。文档规范、工整试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	微博的规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确1分;企业选择何种类型回答正确1分;理由充分正当3分。			
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理2分,理由充分3分。共2个名称,总计10分。			
	增加粉丝数量(15分)		15分	每条方法2分,理由3分;共15分。			
	粉丝交流 (15分)	粉丝交流方式	6分	方法概括恰当,主题紧扣推广目标,能吸引网民;共6分。			
		理由	9分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整;思路清晰;可行性较强;对企业沟通成本控制合理;共9分。			
	微信公众号的规划和设计 (15分)	公众号类型	5分	类型回答正确1分;企业选择何种类型回答正确1分;理由充分正当3分。			
		公众号名称选取	10分	确定企业名称恰当合理,2分,理由充分3分。共2个名称,总计10分。			
	微信公众号推广 (15分)		5分	宣传标题5分;标题有吸引力,准确描述活动内容,目标客户人群定位正确。			
			10分	内容10分。内容:流畅,丰富,能准确描述活动内容。图文并茂,有较强视觉冲击效果。			
	抖音平台数据优化分析 (20分)	营运情况分析	8分	对数据分析全面;对公司抖音运营情况描述清晰。			
正确判断公司抖音营运阶段。							
理由充分,数据分析正确。							
	短视频营销策划	12分	段视频文案字数达标,主题鲜明,运用了两个以上元素,可读性强。				
合计		100分					

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：T1-13，微博、微信、短视频推广优化

(1) 任务描述

“千寻饰品”是广州千寻品牌管理有限公司的品牌（www.qianxun.com.cn），该公司广州菩提商贸有限公司在 2014 年 11 月 25 日正式成立，其创新的营销模式和卓越的经营管理能力，发展壮大为研发、销售、服务为一体的规模化的贸易企业。公司主要经营工艺品批发；化妆品及卫生用品批发；其他人造首饰、饰品批发；商贸批发贸易；等等商品。菩提旗下研发其自主品牌“千寻”饰品，千寻的总部在中国南方最大、历史最悠久的历史名城广州。千寻，是一家形象设计、饰品生产、饰品销妆的顶尖品牌。通过“产品+服务”的经营管理方集于一体的女性发饰专卖连锁机构。公司一直致力于成为中国女性美饰美式，在全国销售终端为购买了千寻饰品和化妆品产品的年轻女性，可以免费为消费者提供发型设计、盘发、化妆等服务，这样的经营模式逐渐获得市场的认同，还拥有了很多忠实的终端客户，销售领域已经覆盖全国 30 多个省、市以及自治区。

(2) 测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发新媒体营销业务，使用微博、微信公众号、抖音来推广公司业务，扩大公司影响力。

1) 微博的规划和设计

① 微博的账号有哪两种？“千寻饰品”开展微博营销应选择哪一种账号？

表 1 微博账号类型选择

微博号类型	
“千寻饰品” 选择何种类型	
选择理由：	

② 微博名称选取

“千寻饰品”在在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微博多号战略。请为公司设计 2 个微博账号。并说明理由。

（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表 2 设计企业微博账号名称

序号	名称	理由

③ 增加粉丝数量

拥有一定的粉丝是开展微博营销的基础。在微博营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法。

表3 增加粉丝数量的方法

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		

④粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次11月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

表4 与粉丝互动的方法

序号	与粉丝互动的方法	理由
1		
2		
3		

2) 微信公众号的规划和设计

①微信公众号的账号有哪两种？“千寻饰品”开展微信公众号营销应选择哪一种账号？

表5 微信公众号类型选择

微信公众号类型	
“千寻饰品”选择何种类型	
选择理由：	

②微信公众号名称选取

“千寻饰品”在微信公众号营销过程中，针对不同的产品，实行微信多号战略。请为公司设计2个微信公众号账号。并说明理由。

表6 设计微信企业账号名称

序号	名称	理由

③微信公众号宣传推广

当公司微信公众号粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微信公众号进行宣传推广活动。公司拟在11月份组织一次大规模的店庆促销活动，现打算通过微信公众号对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微信公众号内容，并填入下表。

表7 设计活动微信公众号内容

微信公众号标题	微信公众号内容

3) 短视频数据优化分析

公司在抖音平台进行过一段时间的营运，相关数据如下表，根据下表，回答以下问题。

表8 抖音平台营运数据

指标	数据	指标	数据	指标	数据
抖音关注总人数	7301	总独立访客数	7643	抖音转发总数量	56345
抖音粉丝数量	21902	抖音浏览量	34562	日评论数量	546
粉丝互动数量	6754	平均访问时间	15 秒	关注人数增长	4

①根据数据，请判断，公司抖音平台营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由。

表9 抖音营运情况分析

序号	内容	理由
1	公司抖音营运情况分析	
2	处于何种阶段	
3	处于何种阶段的理由	

②短视频营销策划

请根据公司产品，为公司撰写一段短视频创意文案，要求主题鲜明，可以从幽默、故事、励志、情感元素中进行选取，至少两个元素，不少于 200 字。

表10 撰写短视频创意文案

标题:

内容:

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-13)。

移动新媒体推广试题评分卡(试题 T1-13)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律、举止文明。文档规范、工整试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	微博的规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确1分;企业选择何种类型回答正确1分;理由充分正当3分。			
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理2分,理由充分3分。共2个名称,总计10分。			
	增加粉丝数量(15分)		15分	每条方法2分,理由3分;共15分。			
	粉丝交流 (15分)	粉丝交流方式	6分	方法概括恰当,主题紧扣推广目标,能吸引网民;共6分。			
		理由	9分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整;思路清晰;可行性较强;对企业沟通成本控制合理;共9分。			
	微信公众号的规划和设计 (15分)	公众号类型	5分	类型回答正确1分;企业选择何种类型回答正确1分;理由充分正当3分。			
		公众号名称选取	10分	确定企业名称恰当合理,2分,理由充分3分。共2个名称,总计10分。			
	微信公众号推广 (15分)		5分	宣传标题5分;标题有吸引力,准确描述活动内容,目标客户人群定位正确。			
			10分	内容10分。内容:流畅,丰富,能准确描述活动内容。图文并茂,有较强视觉冲击效果。			
	抖音平台数据优化分析 (20分)	营运情况分析	8分	对数据分析全面;对公司抖音运营情况描述清晰。			
正确判断公司抖音营运阶段。 理由充分,数据分析正确。							
	短视频营销策划	12分	段视频文案字数达标,主题鲜明,运用了两个以上元素,可读性强。				
合计		100分					

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：T1-14，微信公众号推广优化

(1) 任务描述

湖南省戴永红商业连锁有限公司于2017年4月24日成立。法定代表人戴永红，公司经营范围包括：便利店经营和便利店连锁经营；连锁企业管理；企业管理咨询服务；项目策划；市场营销策划服务；食品配送；装卸搬运；道路货物运输代理；企业管理服务；软件开发；软件技术服务；电子商务平台的开发建设；信息系统集成服务；网络集成系统建设、维护、运营、租赁；信息技术咨询服务；互联网信息技术咨询；货物仓储（不含危化品和监控品）；厨具、厨房设备、餐具、日用器皿、百货、预包装食品、果品及蔬菜、禽、蛋、水产品、保健食品、非酒精饮料及茶叶、散装食品、调味品、冷冻食品、婴幼儿配方乳粉、纺织、服装、家庭用品、米、面制品及食用油、糕点、糖果及糖、乳制品、瓶（罐）装饮用水、日用品、面包、进口酒类、国产酒类、豆制品、进口食品、家用电器、电子产品、五金产品、家具及室内装饰材料的销售；烟草制品的零售；食品的互联网销售等。

现为了迅速地帮企业把品牌、产品、咨询等立体地展示在移动互联网上，企业决定用微信方式进行推广营销。

(2) 测试任务

1) 微信公众号的规划与设计

① 微信公众号分为哪两种类型？“戴永红商业连锁”将如何选择？（公众号的选择主要依据自身和特点）

表1 微信公众号类型

微信公众号类型	
“戴永红商业连锁”选择何种类型	
选择理由：	

② 现“戴永红商业连锁”计划实行微信多号战略，请为其设计三个微信公众号，并说明理由。

（企业微信号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表2 微信公众号命名

序号	名称	理由
1		
2		
3		

2) 微信发布内容的规划与选择

① “戴永红商业连锁”网站地址：<http://www.daiyonghong.com/>，请根据网站特点，对其微信内容设置栏目。

表3 微信公众号栏目设置

栏 目	1.
	2.
	3.
	4.

②根据“戴永红商业连锁”的主营产品，为产品撰写发布信息。



图1 戴永红主营产品图

表4 微信公众号推文设计

微信发布标题:	
微信发布内容:	
微信内容推送时间及理由:	

3) 微信营销

①微信营销的基础是粉丝数量, 关键是如何找到属于你的粉丝, 如果微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道, 请为“戴永红商业连锁”规划推广渠道。

表5 微信推广渠道

转化渠道		原因
非微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	
	渠道 3:	
微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	

②有效粉丝是进行微信营销核心武器，“戴永红商业连锁”如何才能有效拉粉，快速增加粉丝？请为其选择最有效 5 种方法。

表6 增加粉丝方法

序号	方法	理由
1		
2		
3		
4		
5		

4) 微信营销推广数据分析

“戴永红商业连锁”经过一段时间的推广后，通过微信公众平台的数据统计功能及电脑端的网站的统计工具对数据进行了分析对比，并优化和改进推广效果。相关的数据见下表：

①以下表格是反映的是新老客户通过移动端和 PC 端咨询产品次数，你能从中发现什么有价值的线索吗？它能给企业的运营提供哪些指导？

表7 微信公众号官网数据

日期	微信公众号文章浏览量	微信公众号文章评论量	公司官网流量
2021年7月3日	72564	97	687
2021年7月7日	42563	32	875
2021年7月9日	57836	195	654
均值	57654.33	108	738.67
总计	230617.33	432	2954.67

根据上表中的数据进行分析，并将分析结果填入下表。

表8 数据分析与推广优化问题

问题 1：分析上表中数据，你从以上数据中发现了什么？

答：

问题 2：以上数据对戴永红商业连锁的运营推广能提供哪些指导？

答：

②微信公众号后台除了针对单篇文章进行图文分析外，也能够为全部文章做总的分析，全部图文分析有两个时间选择：日报和小时报。下图为戴永红商业连锁某篇文章的小时报趋势图。



图2 公众号后台数据统计

表9 微信公众号后台数据统计分析

问题 1: 根据上图中的“小时报”，此篇文章在什么时候最合适的时间推送出去？为什么？

答:

问题 2: 根据以上信息对戴永红商业连锁的微信推送有什么借鉴意义？

答:

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-14)。

移动新媒体推广试题评分卡(试题 T1-14)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律、举止文明。文档规范、工整试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	微信公众号的规划与设计(17分)	微信公众号的选择(8分)	2分	准确回答微信公众号的类型,每个1分。			
			2分	为企业选择适合的微信公众号类型。			
			4分	能准确回答选择微信公众号类型的理由。			
		微信公众号的设计(9分)	3分	微信公众号的设计符合以下设计要点:简单、好记、易理解、特别;有一定权威性,没有生疏冷僻词汇;没有单独使用大群体词汇。名称每个1分。			
			6分	理由论述充分,理由每项2分,共6分。			
	微信发布内容的规划与选择(33分)	微信内容栏目设置	8分	每个栏目2分,且所设计栏目符合以下要求:微信栏目设计符合网站特点和需求;便于粉丝阅读和选择微信栏目设计用户体验好。			
		产品信息发布的内容	5分	标题简明扼要,顺口且有新意,能引起粉丝兴趣。			
			5分	产品发布信息内容充实,主题紧扣推广目标,且能巧妙植入广告。			
			5分	微信内容结构严谨、文笔通顺,且图文并茂。			
			5分	构思新颖,能吸引网民,获得高黏度的粉丝群。			
			5分	微信内容推送时间把握准确,且符合网站用户对象。			
					字数要求:不能超过300字,如超过300字,按每超50个字扣5分算。		
	微信营销(20分)	规划微信推广渠道	5分	能列出3种非微信平台推广渠道及2种微信推广渠道,每个1分。			
			5分	对列出的推广渠道说明理由,每个理由1分。			
		有效拉粉方法	5分	能提出5种有效拉粉的方法,每个1分。			
			5分	对提出的方法说明理由,每个理由1分。			
	数据分析和推广优化(25分)	新老客户购买途径数据分析	3分	能对数据进行充分分析,找出差异,分析差异存在的原因。			
7分			通过分析原因能提出对网站的在线运营提出3点以上建议。				
文章的小时报趋势图的分析		5分	能根据图中的“小时报”,选择最合适的时间对微信文章进行推送,并分析原因。				
		10分	根据“小时报”的图,能提出3点以上的微信推送借鉴意义。				
合计		100分					

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：T1-15，微信公众号推广优化

(1) 任务描述

步步高集团，目前拥有商业、置业两大核心产业，涵盖了超市、百货、电子商务、商业地产、便利店、电器、餐饮、服装、物流、大型综合体等多个业态。2019年8月22日，2019年中国民营企业服务业100强发布，步步高集团排名第53。2019年9月，入选2018年零售百强名单。

始创于1995年的步步高集团，其控股子公司——步步高商业连锁股份有限公司于2008年6月19日在深圳证券交易所上市，股票代码为002251。属于中国建设银行授予的“AAA信用客户单位”。步步高集团公司是多业态集团，线上线下齐头并进。步步高集团公司立足于大西南，以密集式开店、多业态、跨区域的发展模式向消费者提供零售服务。连锁门店已遍及湖南、江西、广西各地州市。

步步高(002251)多业态、线上线下齐头并进，多业态门店近700家已遍布湘、赣、川、渝、桂等省市，为社会提供就业岗位60000多个。2019中国企业500强发布，步步高投资集团股份有限公司位于第434位，营业收入为390.13亿元。2020年销售目标为1000亿元。商业地产部分，核心业态为步步高新天地。截止2015年6月已经有十多个大型综合体在动工，其中重庆合川新天地已经于2015年初开业。长沙梅溪湖新天地是集团旗下最大的综合体，70万方纯商业，拥有太空飞行馆、真冰滑冰场、酷车乐园、云顶星河乐园等体验性极强的多个业态。2017年12月，步步高旗下电商平台之一“云猴全球购”宣告关停。步步高集团公司积极参与社会公益活动，20年来，累计为社会捐款上亿元。

现为了迅速地帮企业把品牌、产品、咨询等立体地展示在移动互联网上，企业决定用微信方式进行推广营销。

(2) 测试任务

1) 微信公众号的规划与设计

① 微信公众号分为哪两种类型？“步步高集团”将如何选择？（公众号的选择主要依据自身和特点）

表1 微信公众号类型

微信公众号类型	
“步步高集团”选择何种类型	
选择理由：	

② 现“步步高集团”计划实行微信多号战略，请为其设计三个微信公众号，并说明理由。

（微信企业号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表2 微信公众号命名

序号	名称	理由
1		
2		
3		

2) 微信发布内容的规划与选择

①步步高集团网站地址：<http://www.bbg.com.cn>，请根据网站特点，对其微信内容设置栏目。

表3 微信公众号栏目设置

栏 目	1.
	2.
	3.
	4.

②根据“步步高集团”的主营产品，为产品撰写发布信息。

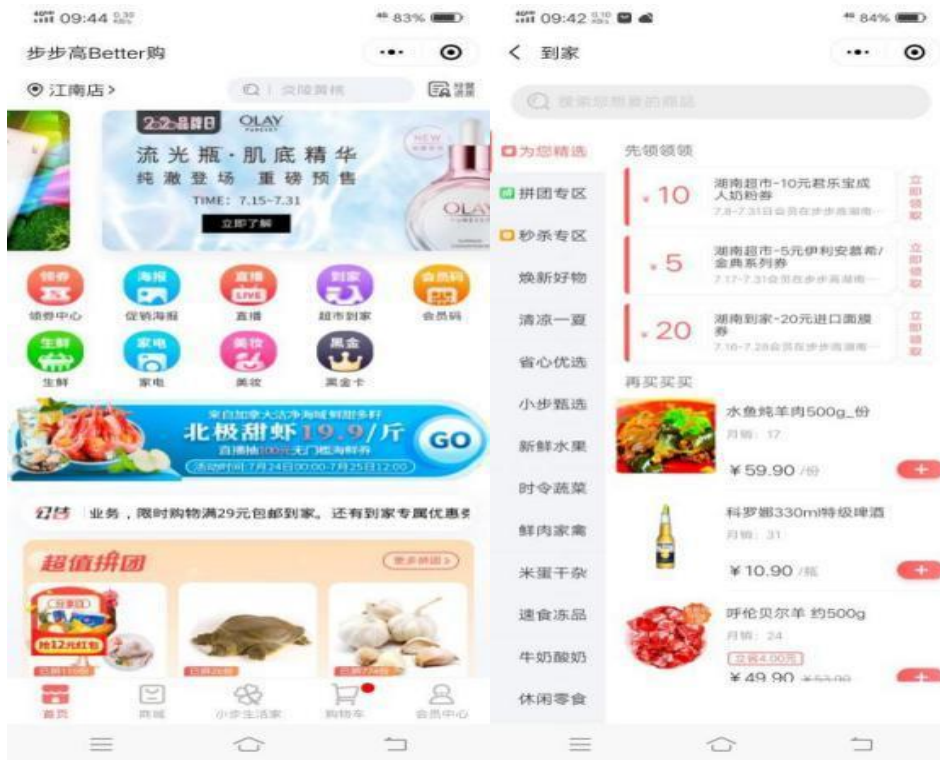


图1 步步高 Better 购和超市到家界面截图

表4 微信公众号推文设计

微信发布标题:	
微信发布内容:	
微信内容推送时间及理由:	

3) 微信营销

①微信营销的基础是粉丝数量，关键是如何找到属于你的粉丝，如果微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道，请为“步步高集团”规划推广渠道。

表5 微信推广渠道

转化渠道		原因
非微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	
	渠道 3:	
微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	

②有效粉丝是进行微信营销核心武器，“步步高集团”如何才能有效拉粉，快速增加粉丝？请为其选择最有效 5 种方法。

表 6 增加粉丝方法

序号	方法	理由
1		
2		
3		
4		
5		

4) 微信营销推广数据分析

“步步高集团”经过一段时间的推广后，通过微信公众平台的数据统计功能及电脑端的网站的统计工具对数据进行了分析对比，并优化和改进推广效果。相关的数据见下表：

①以下表格是反映的是新老客户通过移动端和 PC 端咨询产品次数，你能从中发现什么有价值的线索吗？它能给企业的运营提供哪些指导？

表 7 微信公众号官网数据

日期	老客户手机端 购买次数	老客户 PC 端 购买次数	新客户手机端 购买次数	新客户 PC 端 购买次数
2021 年 9 月 5 日	79879	0	38734	0
2021 年 9 月 6 日	89678	0	58765	0
2021 年 9 月 7 日	68904	0	45678	0
均值	79487	0	47725.67	0
总计	238461	0	143177	0

根据上表中的数据进行分析，并将分析结果填入下表。

表 8 数据分析与推广优化问题

问题 1: 分析上表中数据，你从以上数据中发现了什么？

答:

问题 2：以上数据对步步高集团的运营推广能提供哪些指导？

答：

②微信公众号后台除了针对单篇文章进行图文分析外，也能够为全部文章做总的分析，全部图文分析有两个时间选择：日报和小时报。下图为步步高集团某篇文章的小时报趋势图。

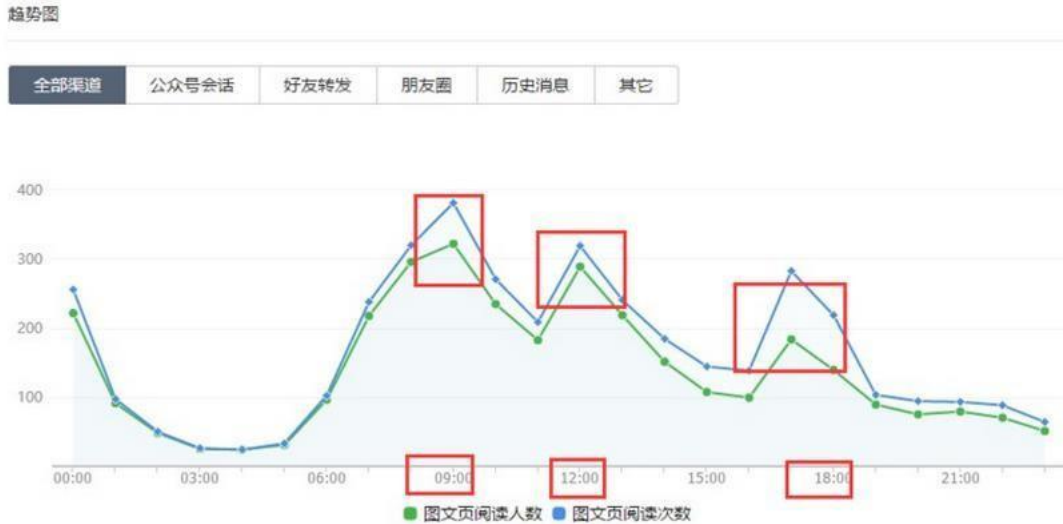


图2 公众号后台数据统计

表9 微信公众号后台数据统计分析

问题 1：根据上图中的“小时报”，此篇文章在什么时候最合适的时间推送出去？为什么？

答：

问题 2：根据以上信息对步步高集团的微信推送有什么借鉴意义？

答：

(3) 实施条件

硬件：计算机，互联网。

软件：win8\win10 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(4) 考核时量

本试题测试要求 80 分钟完成。

(5) 评分标准

见试题评分卡(试题 T1-15)。

移动新媒体推广试题评分卡(试题 T1-15)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律、举止文明。文档规范、工整试卷格式排版合理。				
工作任务 (95分)	微信公众号的规划与设计(17分)	微信公众号的选择(8分)	2分	准确回答微信公众号的类型,每个1分。			
			2分	为企业选择适合的微信公众号类型。			
			4分	能准确回答选择微信公众号类型的理由。			
		微信公众号的设计(9分)	3分	微信公众号的设计符合以下设计要点:简单、好记、易理解、特别;有一定权威性,没有生疏冷僻词汇;没有单独使用大群体词汇。名称每个1分。			
			6分	理由论述充分,理由每项2分,共6分。			
	微信发布内容的规划与选择(33分)	微信内容栏目设置	8分	每个栏目2分,且所设计栏目符合以下要求:微信栏目设计符合网站特点和需求;便于粉丝阅读和选择微信栏目设计用户体验好。			
		产品信息发布的内容	5分	标题简明扼要,顺口且有新意,能引起粉丝兴趣。			
			5分	产品发布信息内容充实,主题紧扣推广目标,且能巧妙植入广告。			
			5分	微信内容结构严谨、文笔通顺,且图文并茂。			
			5分	构思新颖,能吸引网民,获得高黏度的粉丝群。			
			5分	微信内容推送时间把握准确,且符合网站用户对象。			
					字数要求:不能超过300字,如超过300字,按每超50个字扣5分算。		
	微信营销(20分)	规划微信推广渠道	5分	能列出3种非微信平台推广渠道及2种微信推广渠道,每个1分。			
			5分	对列出的推广渠道说明理由,每个理由1分。			
		有效拉粉方法	5分	能提出5种有效拉粉的方法,每个1分。			
5分			对提出的方法说明理由,每个理由1分。				
数据分析和推广优化(25分)	新老客户购买途径数据分析	3分	能对数据进行充分分析,找出差异,分析差异存在的原因。				
		7分	通过分析原因能提出对网站的在线运营提出3点以上建议。				
	文章的小时报趋势图的分析	5分	能根据图中的“小时报”,选择最合适的时间对微信文章进行推送,并分析原因。				
		10分	根据“小时报”的图,能提出3点以上的微信推送借鉴意义。				
合计		100分					

试题评阅人签名_____