



湖南现代物流职业技术学院  
HUNAN MODERN LOGISTICS COLLEGE

2021 级电子商务专业  
技能考核题库

## 试题库说明

根据专业调查研究和广泛征求意见，参照国家相关职业技能等级证书和标准，结合本专业人才培养方案，本技能考核标准以测试学生对所学的专业基本技能和专业核心技能掌握情况为目标，对接 5 个典型岗位群和核心课程标准，再根据专业技能基本要求，设置了岗位基本技能、岗位核心技能、跨岗位综合技能三个部分。

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、企业网络推广和电商物流管理 4 个模块；跨岗位综合技能在基本技能模块和核心技能模块中有体现，例如“网络客户服务与管理”模块中包含电商客服类和电商运营类岗位技能要求，“网站（店）美工”模块中包含电商美工类和新媒体推广类岗位技能要求，“电商平台运营”模块中包含电商运营类和新媒体推广类岗位技能要求，“企业网络推广”模块中包含电商运营类和新媒体推广类岗位技能要求，“电商物流管理”模块中包含电商物流类和电商运营类岗位技能要求等。

现试题库编写有：网络客户服务与管理试题 30 套，网站（店）美工试题 25 套，电商平台运营试题 25 套，企业网络推广试题 25 套，电商物流管理试题 5 套，试题总量为 110 套。后续将根据电商的发展变化和技能抽考要求不断修订试题内容，扩充试题数量。

抽考总试题暂设置为 110 套题，应该能满足考试抽考要求：

（1）抽考方式是每个学生考试的模块和试题编号由抽考当天才确定，因此每个学生 110 套题都要准备；

（2）抽考试题内容设计是操作和问题分析相结合，且很多试题设计是基于实际网站操作平台，答案随着时间变化也会不同，学生不可能靠死记硬背答案能过关。

# 目录

一、专业基本技能.....	1
模块一 网络客户服务与管理.....	1
试题编号: J1-1, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 1.....	1
试题编号: J1-2, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 2.....	5
试题编号: J1-3, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 3.....	8
试题编号: J1-4, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 4.....	11
试题编号: J1-5, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 5.....	14
试题编号: J1-6, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 6.....	17
试题编号: J1-7, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 7.....	20
试题编号: J1-8, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 8.....	23
试题编号: J1-9, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 9.....	26
试题编号: J1-10, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 10.....	29
试题编号: J1-11, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 11.....	32
试题编号: J1-12, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 12.....	36
试题编号: J1-13, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 13.....	39
试题编号: J1-14, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 14.....	42
试题编号: J1-15, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 15.....	45
试题编号: J1-16, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 1.....	48
试题编号: J1-17, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 2.....	51
试题编号: J1-18, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 3.....	54
试题编号: J1-19, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 4.....	57
试题编号: J1-20, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 5.....	60
试题编号: J1-21, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 6.....	63
试题编号: J1-22, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 7.....	66
试题编号: J1-23, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 8.....	69
试题编号: J1-24, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 9.....	72
试题编号: J1-25, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 10.....	75
试题编号: J1-26, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 11.....	78
试题编号: J1-27, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 12.....	81
试题编号: J1-28, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 13.....	84
试题编号: J1-29, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 14.....	87
试题编号: J1-30, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 15.....	90
二、岗位核心技能.....	93
模块二 网店(站)美工.....	93
试题编号: H1-1, 网店美工设计-宣传海报设计 1.....	93
试题编号: H1-2, 网店美工设计-宣传海报设计 2.....	96
试题编号: H1-3, 网店美工设计-宣传海报设计 3.....	99
试题编号: H1-4, 网店美工设计-宣传海报设计 4.....	102
试题编号: H1-5, 网店美工设计-宣传海报设计 5.....	105
试题编号: H1-6, 网店美工设计-宣传海报设计 6.....	108
试题编号: H1-7, 网店美工设计-宣传海报设计 7.....	111
试题编号: H1-8, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 1.....	114
试题编号: H1-9, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 2.....	117
试题编号: H1-10, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 3.....	120
试题编号: H1-11, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 4.....	123
试题编号: H1-12, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 5.....	126
试题编号: H1-13, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 6.....	128
试题编号: H1-14, 网店美工设计-详情页设计 1.....	131
试题编号: H1-15, 网店美工设计-详情页设计 2.....	133

试题编号: H1-16, 网店美工设计-详情页设计 3.....	135
试题编号: H1-17, 网店美工设计-详情页设计 4.....	137
试题编号: H1-18, 网店美工设计-详情页设计 5.....	139
试题编号: H1-19, 网店美工设计-详情页设计 6.....	141
试题编号: H1-20, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 1.....	143
试题编号: H1-21, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 2.....	145
试题编号: H1-22, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 3.....	147
试题编号: H1-23, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 4.....	148
试题编号: H1-24, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 5.....	150
试题编号: H1-25, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 6.....	153
模块三 电商平台运营.....	156
试题编号: H2-1, 电商平台运营-B2B 平台运营 1.....	156
试题编号: H2-2, 电商平台运营-B2B 平台运营 2.....	161
试题编号: H2-3, 电商平台运营-B2B 平台运营 3.....	165
试题编号: H2-4, 电商平台运营-B2B 平台运营 4.....	169
试题编号: H2-5, 电商平台运营-B2B 平台运营 5.....	176
试题编号: H2-6, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 1.....	183
试题编号: H2-7, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 2.....	187
试题编号: H2-8, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 3.....	193
试题编号: H2-9, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 4.....	198
试题编号: H2-10, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 5.....	203
试题编号: H2-11, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 6.....	208
试题编号: H2-12, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 7.....	213
试题编号: H2-13, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 8.....	218
试题编号: H2-14, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 9.....	223
试题编号: H2-15, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 10.....	228
试题编号: H2-16, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 11.....	233
试题编号: H2-17, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 12.....	239
试题编号: H2-18, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 13.....	244
试题编号: H2-19, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 14.....	249
试题编号: H2-20, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 15.....	253
试题编号: H2-21, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 16.....	257
试题编号: H2-22, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 17.....	262
试题编号: H2-23, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 18.....	266
试题编号: H2-24, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 19.....	269
试题编号: H2-25, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 20.....	275
模块四 企业网络推广.....	281
试题编号: H3-1, SEO 搜索引擎优化 1.....	281
试题编号: H3-2, SEO 搜索引擎优化 2.....	287
试题编号: H3-3, SEO 搜索引擎优化 3.....	292
试题编号: H3-4, SEO 搜索引擎优化 4.....	296
试题编号: H3-5, SEO 搜索引擎优化 5.....	301
试题编号: H3-6, SEO 搜索引擎优化 6.....	305
试题编号: H3-7, SEO 搜索引擎优化 7.....	310
试题编号: H3-8, SEO 搜索引擎优化 8.....	315
试题编号: H3-9, SEO 搜索引擎优化 9.....	321
试题编号: H3-10, SEO 搜索引擎优化 10.....	327
试题编号: H3-11, SEO 搜索引擎优化 11.....	333
试题编号: H3-12, SEO 搜索引擎优化 12.....	339
试题编号: H3-13, SEO 搜索引擎优化 13.....	344
试题编号: H3-14, SEO 搜索引擎优化 14.....	349

试题编号: H3-15, SEO 搜索引擎优化 15.....	355
试题编号: H3-16, SEO 搜索引擎优化 16.....	361
试题编号: H3-17, SEO 搜索引擎优化 17.....	366
试题编号: H3-18, SEO 搜索引擎优化 18.....	372
试题编号: H3-19, SEO 搜索引擎优化 19.....	377
试题编号: H3-20, SEO 搜索引擎优化 20.....	383
试题编号: H3-21 移动新媒体推广-微博推广 1.....	389
试题编号: H3-22 移动新媒体推广-微博推广 2.....	394
试题编号: H3-23 移动新媒体推广-微博推广 3.....	399
试题编号: H3-24 移动新媒体推广-微信推广 1.....	404
试题编号: H3-25 移动新媒体推广-微信推广 2.....	409
模块五 电商物流管理.....	415
试题编号: H4-1, 电商物流管理-采购管理 1.....	415
试题编号: H4-2, 电商物流管理-采购管理 2.....	418
试题编号: H4-3, 电商物流管理-物流时效管理.....	421
试题编号: H4-4, 电商物流管理-仓储管理 1.....	424
试题编号: H4-5, 电商物流管理-仓储管理 2.....	427

# 一、专业基本技能

## 模块一 网络客户服务与管理

网络客户服务与管理模块要求学生能够在规定的抽查时间内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。

### 试题编号：J1-1，网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 1

#### 背景资料

麦德龙超市是德国最大、欧洲第二、世界第三的零售批发超市集团，在全球 33 个国家拥有超过 2100 家门店，拥有近 10 万名员工。公司 2010 年营业额达到了 310 亿欧元。麦德龙超市 1995 年进入中国，一直秉承着其独特的经营理念。

目前，麦德龙在中国的店铺一般都超过 1 万多平方米，加上建筑面积和与建筑面积基本等同的停车场面积，有的甚至达到 3 万~5 万多平方米。与大型综合超市如家乐福与沃尔玛相比，麦德龙店对地点、面积的要求更严格，更难选到合适的店，所以自建超市成为麦德龙的一贯选择。

麦德龙的客户很“有限”，因为它只对工商领域的经营者、群体消费层实行仓储式会员制，会员必须是具有法人资格的企事业单位。只有申请加入并拥有“会员证”的顾客才能进场消费。

值得注意的是，如果您带着小孩，也许您只能自己带着会员卡进超市消费了，因为麦德龙禁止 1.2 米以下的儿童进入卖场，理由很简单：作为一家大型仓储式商场，需要进行叉车作业，补充货品，而 1.2 米以下的儿童恰恰是在叉车驾驶员的视觉盲区。

购物完成后，尽管你不愿意，但你的名字将不得不重复出现在你的每一张收银单上。“透明”收银单上面详尽地排列着消费者所购商品名称、单价、数量、金额、日期和顾客姓名等。其详细程度甚至连每包卫生纸的卷数都有说明，绝无丁点含糊。在欧洲，这种透明方式很受欢迎，可是在中国市场推行起来却有了问题。据说，截至 2003 年初，麦德龙为此事已经遭遇了金额高达上百万元的退货。

麦德龙内部根据客户规模和购买量将客户分“ABC”三类，其专门成立的“客户顾问组”，对客户的消费结构进行分析，向客户提供专业咨询服务，帮助他们用最少的钱，配最合适的货，如：为小型装修队选配所需电动工具和手动工具提供的商品建议清单；为小型餐饮业准备的各种套餐餐具；为企事业单位准备的福利套餐商品建议目录等等。这种专业性的服务不仅帮助客户降低采购成本，还让麦德龙拥有了大批的稳定客户，并能及时掌握市场需求动态，提高商品管理的主动性和灵活性。

#### (1) 任务描述

- ① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

根据背景材料的第 2 段到第 5 段，简单概括出麦德龙不同于其他竞争对手的 4 个服务特色（100 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，麦德龙超市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麦德龙超市的会员。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？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

③客户终生价值计算

假定一个客户在麦德龙的保留时间为 10 年，吸引、营销、维系一个客户的的 10 年所用的成本是 2000 元。该客户每个星期去麦德龙交易一次，平均每次交易发生额 5000 元，平均每次交易麦德龙的人员、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

材料中提到了麦德龙分类管理客户的方法，其实还可以对客户进行分级管理，下面是麦德龙某超市门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	20%	800	80
普通客户	30%	112	11.2
中小客户	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：
为什么要对客户分级管理，对于重要客户，你认为要做好哪些方面的工作：

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-1)。

试题评分卡(J1-1)

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,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
			文构较严谨、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	反映现象描述完全正确5分,如何看待该现象5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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-2, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 2

**背景资料**

在存活率极低的网络公司中,携程已发展成为中国最大的在线旅游服务公司,并努力打造中国人自己的旅游帝国。近期,在南京、杭州、成都等机场推出全新的“携程度假体验中心”,摒弃了之前无门槛烂发会员卡的“硬销”品牌推广方式,发会员卡这种推广方式被各行各业烂用,发卡效果降下最低点,无法获得下游客户。而“携程度假体验中心”这种品牌推广新策略在这种市场情况下优势渐渐崭露。应正携程 CEO 范敏曾经说过的话:在线旅行服务行业发展到今天,回归管理和营销层面的竞争是个必然趋势。

“过去在销售柜台发卡一般只能预订机票、酒店,对度假产品几乎没有直接帮助,因为度假产品信息量大,从目的地信息、产品特点到出发日期,这些很难在电话预订时三言两语说清楚,现在客人可以在体验中心上网,海量度假信息一览无余,预订也非常方便迪对携程度假业务的拉动非常大”。携程旅行网度假业务总监郭光说。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

登录携程旅行网 <http://www.ctrip.com/>

请用三句话 (100 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)

分析前来携程度假体验中心的目标客户有哪些? 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?
售前沟通模拟测试: (参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法)

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**

假定一个客户在携程旅游每个季度有交易记录 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）。如果该客户对携程旅游提供的服务满意，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，或增加了携程旅游的忠实客户，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			

**(2) 实施条件**

硬件：计算机，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-2)。

试题评分卡(J1-2)

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,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二点。	0-4分	
	邮件营销	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	25分	订单率不高的原因	计算公式,价值大小计算正确,每空3分,共18分	
			提出解决方案	分析结论: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、见解独到等 按0/3/5/7分评分	
	合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-3, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 3

**背景资料**

请访问聚美优品(<http://gz.jumei.com/>)和京东商城(<http://www.jd.com/>)。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

访问聚美优品(<http://gz.jumei.com/>)和京东商城(<http://www.jd.com/>),比较分析两个电子商务网站的特点和优势。(建议从电子商务类型、产品销售模式、物流方式、客户群体、盈利模式等方面来分析)(字数 200 字左右)。填入表 1。

**表 1 客服前的准备**

两个电子商务网站的特点和优势比较

②沟通客户需求 (客户沟通技巧)

假如你是京东商城的一名客服,对于如下情况,你将如何处理?填写表 2

**表 2 沟通客户需求**

A. 打招呼	
顾客:在么?	
客服回复:	
应注意事项:	
B. 介绍商品	
顾客:你好,我看中了一款衣服,但是不知道尺码是否合适我。我的身高 160,体重 50KG,穿什么尺码的合适呢?	
客服回复:	
应注意事项:	
C. 价格辩论	
顾客:你们的产品怎么那么贵啊?	
客服回复:	
应注意事项:	
D. 质量质疑	
顾客:你们的产品质量怎么样?	
客服回复:	
应注意事项:	

③客户价值分析

假如将客户分为以下三类:第一类是品牌客户群,第二类是低价客户群,第三类是犹豫型客户群,请分析这三类客户群的特点,(从客户的需求特点、客户价值)并分别阐述针对这三类客户群你认为应该采用什么样的方式来推销聚美优品的产品和服务?填写表 3。

**表 3 客户价值分析**

客户类别	客户群特点	产品推介方式
品牌客户群		
低价客户群		
犹豫型客户群		

④客户管理

客户也可以分为结果型客户、表现型客户、顺从型客户、分析型客户四类?请根据以下对话,

判断客户的类型，并说明针对该类客户在沟通中应该注意哪些问题。

客户：你好，我想买一台手机

客服：您好！欢迎光临京东商城，请问您需要什么样的手机？

客户：我觉得我现在的手机屏幕太小了，想换个大的

客服：除了屏幕大点，还需要什么功能吗？

客户：这个倒没仔细考虑过

客服：建议了解一下您平时的工作和生活手机的使用频繁吗？

客户：工作中电话比较多，偶尔上上网

客服：根据您的需求，我推荐您购买\*\*品牌的防辐射手机，手机辐射比较小，对身体健康的影响不大，同时，待机时间比较长，不需要经常充电，屏幕是 5.0 寸的，当前主流的屏幕大小。

（商品链接）

客户：我看看，……不错，那我就买这个吧

客服：好的，感谢您的惠顾，还有什么需要我会随时为您服务

**表 4 客户管理**

你觉得该客户属于什么类型	
针对该类客户应该注意哪些问题	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-3)。

试题评分卡(J1-3)

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,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,能很好地把两个网站的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两个网站服务的特色对比。	10-15分
			文构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容基本能体现出服务的特色,缺乏对比分析。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出两个网站服务的特色,缺乏对比分析。	3-4分
			文不对题	0-2分
	客户沟通技巧	25分	促成交易7分能给出合适满意的客服口语答案,并促成交易,语言简洁准确。	
			介绍商品6分能给出较为合适的客服口语答案,能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	
			商品推荐6分能给出较为合适的客服口语答案,能针对不同情况能做出较为准确的分析,且在此基础上用较为准确的语言,且语句流畅、通顺。	
			质量质疑6分能给出较为合适的客服口语答案,针对客户的质疑,能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
	客户价值分析	30分	客户群特点描述准确15分,每个5分	
产品推介方式恰当、适合15分,每个5分				
客户分类管理	20分	客户分类完全正确5分。		
		针对该类客户的应对分析正确20分,没有结合案例背景分析扣10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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-4, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 4

**背景资料**

湖南省怡清源茶业有限公司集茶叶科研、茶园基地建设、茶叶生产、加工、销售、茶文化传播于一体,是中国茶叶行业百强企业、中国茶叶知名企业。怡清源商标被评为中国驰名商标。“怡清源茶艺”被誉为“茶道潇湘第一家”。怡清源知名度、美誉度高,在整个湖南茶产业行业中占据着重要的位置。公司已建立了批发、代理、经销、联营、出口、连锁专卖等立体营销网络。经营的产品主要有:益阳安化黑茶、绿茶、湖南特产茶、礼品茶、高档绿茶、办公用茶等等。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (熟悉企业产品特色及优势)

结合搜索引擎掌握茶业的相关知识,包括:茶叶的发展历史、存储方式、食用方法等知识。对该公司的茶叶产品进行特色及优势分析,(可以从价位、目标客户、营销模式等方面进行分析)。将内容填入表 1(字数不超过 100 字)。

**表 1 客服前的准备**

特色及优势分析

②沟通客户需求 (客户沟通技巧)

假如你是怡清源的一名客服,对于如下情况,你将如何处理?

**表 2 沟通客户需求**

A. 促成交易	
顾客:亲,我想买大益的 7257 茶,你家有么?	
注:假如你销售的产品中没有这种茶,为促成一笔订单,你怎么回复	
客服回复:	
B. 介绍商品	
顾客:亲,普洱茶和黑茶有什么区别呢?我听说普洱茶能减肥,是么?	
注:假如你家没有普洱茶,只有黑茶,你将怎么对客户介绍你家的茶叶,并尽量促成交易呢	
客服回复:	
C. 商品推荐	
顾客:亲,能给我推荐几款性价比较好的,适合女性喝的茶叶么?	
客服回复:	
D. 质量质疑	
顾客:亲,你推荐的这几款茶叶都没有人买过,也没有评价,是不是不好啊?	
注:需要打消客户疑虑,并促成交易	
客服回复:	

③客户价值分析

针对怡清源公司产品特点,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
按收入状况划分			

按年龄划分			
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？			

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-4)。

试题评分卡(J1-4)

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,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)	客服准备 (26分)	公司产品定位 10分	公司产品定位结合产品的特性进行分析,定位准确。文笔通顺。	
		目标客户群体 10分	目标客户群体至少三类以上,且描述准确	
		营销模式 6分	营销模式准确,进行适当说明	
	客户沟通技巧 (24分)	促成交易 6分	能给出合适满意的客服口语答案,并促成交易,语言简洁准确。	
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案,能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	
		商品推荐 6分	能给出较为合适的客服口语答案,能针对不同情况能做出较为准确的分析,且在此基础上用较为准确的语言,且语句流畅、通顺。	
		质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案,针对客户的质疑,能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
	客户价值分析 30分	客户群划分 10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。	
		客户群分析 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	
		产品推介方式 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	
	客户拓展 15分	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	
	合计		100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-5, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 5

**背景资料**

湖南商康医药电子商务有限公司,是由世界 500 强企业——中国工商银行和全洲集团核心团队共同打造的大型医药电子商务平台。商康医药网将面向全国提供网上采购、信息共享、减少中间环节、降低流通成本,为客户利益最大化提供一站式服务。并与工商银行合作隆重推出商康牡丹卡,为客户提供最长 56 天的免息药品采购流动周转资金,商康医药网目前是国内最大的垂直医药电子商务网,致力打造医药阿里巴巴。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

登录商康医药网: <http://www.3kw.com.cn/>

如客户想要你用三句话 (不超过 100 个字) 来描述公司的特色与优势,你计划从哪些方面来进行概括与总结? 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)

确定商康医药网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下表 2。

**表 2 目标客户及售前沟通模拟**

目标客户有哪些?
售前沟通模拟测试: (参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法)

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 200 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) 据公司数据分析,订单大多数来自于电话订购,请分析一下网上订单率不高的原因及提出相应的解决方案。将内容填入表 4

**表 4 网上订单率不高的原因及解决方案**

原因分析:	
-------	--

解决方案:	
-------	--

**(2) 实施条件**

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-5)。

试题评分卡(J1-5)

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,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案中提到了五点。	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案中提到了五点。	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案中提到了四点。	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案中提到了三点。	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案中提到了二点。	5-9分		
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答案中提到了一点。	0-4分		
	邮件营销	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		
	数据分析	25分	订单率不高的原因	找到四个主要原因且描述明确	10-12分	
				找到四个主要原因	8-10分	
找到三个主要原因				6-8分		
找到二个主要原因				4-6分		
找到一个主要原因				2-4分		
没找到相关主要原因				0分		
提出解决方案			提出四个主要原因且描述明确	10-13分		
			提出四个解决方案	8-10分		
			提出三个解决方案	6-8分		
			提出二个解决方案	4-6分		
提出一个解决方案	2-4分					
没有提出解决方案	0分					
合计	100分					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-6, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 6

**背景资料**

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。

**(1) 任务描述**

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, 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、产品特色、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电热水壶

(<https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a1z10.5-b-s.w4011-14873367850.69.4b374f93PWAppR&id=44563537565&rn=b31b897397f7af11712b28b4d82b4b10&abbucket=6>)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
白领、公务员	
居家的家庭主妇	
退休在家的老人	

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。

**表 3 客户价值计算**

价值类型 价值大小 计算公式	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

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。

客户姓名	年成交金额(单位：元)	占成交总额比
客户 1	750	7.5%
客户 2	1000	10%
客户 3	3500	35%
客户 4	250	2.5%
客户 5	100	1%
客户 6	60	0.6%
客户 7	2700	27%
客户 8	300	3%
客户 9	250	2.5%
客户 10	540	5.4%
客户 11	200	2%
客户 12	100	1%
客户 13	50	0.5%
客户 14	200	2%

分析上表数据，完成下表 4 内容填写。

**表 4 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：	

#### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-6)。

试题评分卡(J1-6)

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,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
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;对每类客户群能按照特点进行产品和卖点介绍,语言富有感染力,能对消费者购买欲望形成足够刺激。	24-30分
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;对每类客户群基本能按照特点进行产品和卖点介绍,语言表达正确,层次感好。	21-24分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;对产品信息和特色介绍准确,不能很好的区别每一类客户群。	18-20分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;文字表达无误。	15-17分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;产品介绍文不对题。	0-14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	
			分析结论: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、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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-7, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 7

**背景资料:**

网上供销社 (<http://www.coop168.com/>) 成立于 2009 年 5 月, 是湖南省供销总社创办的全国供销系统第一家电子商务公司——湖南供销电子商务有限公司旗下的 B2B 电子商务网站。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

打开网上供销社站点, 了解网上供销社的相关内容, 对网上供销社产品和服务商务性能、特点及特色优势进行分析, 并填写表一信息。

**表 1 客服前的准备**

分析内容	基本特点	分析依据
产品或服务的主要性能和特点		
产品或服务的主要特色及优势		
主要竞争对手的优劣势分析		

②沟通客户需求 (客户沟通技巧)

分析网上供销社的目标客户有哪些, 并对目标客户的需求和期望值进行预设和分析, 填入表 2 中。

**表 2 客户沟通需求**

目标客户群有那些?		
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

嘉定一个客户在网上供销社每星期有交易记录 2 次, 平均每次交易发生额 70 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)。如果该客户对网上供销社提供的服务满意, 那他可能将自己的满意告诉另外 9 人; 如果不满意, 则可能将其抱怨告诉另外 90 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 50%, 抱怨的人的转换率为 70%, 将计算结果填入表 3, 并进行必要的分析。

**表 3 客户价值计算分析**

价值类型	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)
价值大小			
计算公式			
价值大小(销售额)			

④客户分类管理

表 4 是一组用户到网上供销社消费的基本数据。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。分析表 4 中数据，完成表 5 内容填写。

**表 4 网上供销社消费的基本数据**

客户姓名	年消费金额(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	0.7%
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%

**表 5 客户分类管理**

A 类客户:
B 类客户:
C 类客户:
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管理。

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2007 版本以上, 图片浏览器, HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-7)。

试题评分卡(题 J1-7)

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,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。	
			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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-8, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 8

**背景资料**

百信手机网, 成立于 2006 年 4 月, 自成立开始, 百信手机网就致力于打造全国第一的手机导购、娱乐平台, 为广大消费者提供准确、及时的产品信息, 以及全面、详细的手机资讯和下载资源。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

打开百信手机网 (www. 958shop. com) 站点, 了解百信手机的相关内容, 将自己模拟为一名售前客服人员, 分别一段语言描述百信手机网, 目标是让不同的客户有进一步在百信手机网消费的欲望。将内容填入表 1。

**表 1 客服前的准备**

客户类型	描述语言
时尚女孩 (20 岁-25 岁)	
成熟男子 (28 岁-35 岁)	
老年人 (55 岁-60 岁)	

②沟通客户需求 (客户沟通技巧)

分析百信手机网的目标客户有哪些? 并对目标客户的需求和期望值进行预设和分析。请你为目标客户群设计一份 10 个客观问题 (可以多选, 可以单选) 的网络调查问卷, 问卷调查的目标是了解客户除了对产品需求之外的其他需求。将内容填入下表 2

**表 2 沟通客户需求**

目标客户群有哪些?
网络调查问卷设计

③客户价值计算

假定一个客户在百信手机网每星期有交易记录 1 次, 平均每次交易发生额 1000 元, 以平均客户生命周期 3 年为基准来计算客户价值的大小 (以交易额来计算)。如果该客户对百信手机网提供的服务满意, 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 20 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 50%, 抱怨的人的转换率为 80% 转化率, 或增加了百信手机网的忠实客户, 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

下表4是一组用户到百信手机网消费的基本数据，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 百信手机网消费的基本数据**

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户1	650	1.3%
客户2	3000	6%
客户3	1000	2%
客户4	8500	17%
客户5	350	0.7%
客户6	1250	2.5%
客户7	500	1%
客户8	26500	53%
客户9	8000	16%
客户10	250	0.5%

分析上表4数据，将内容填入下表5

**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：	

#### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-8)。

试题评分卡(J1-8)

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,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,能针对该客户的特点设计合理的话术,结合了产品的特点	16-20分
			结构严谨、文笔通顺,能针对该客户的特点设计较为合理的话术,适当结合了产品的特点	10-15分
			文句较严谨、文笔较通顺,能基本针对该客户的特点设计较为合理的话术。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺,不能针对该客户的特点设计较为合理的话术	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	
			网络调研结构合理、问题项目数量符合要求、能够实现调研目的	21-24分
			网络调研结构合理、问题项目数量符合要求、基本能够实现调研目的	18-20分
			网络调研结构基本合理、问题项目数量符合要求、较难实现调研目的	15-17分
			网络调研结构不合理、问题项目数量不符合要求、不能实现调研目的	0-14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	
			分析结论: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、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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-9, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 9

**背景资料**

自 2004 年初正式涉足电子商务领域以来,京东商城一直保持高速增长,连续七年增长率均超过 200%。京东商城始终坚持以纯电子商务模式运营,缩减中间环节,为消费者在第一时间提供优质的产品及满意的服务。

京东商城目前拥有遍及全国超过 6000 万注册用户,近万家供应商,在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品等 12 大类数万个品牌百万种优质商品,日订单处理量超过 50 万单,网站日均 PV 超过 1 亿。2010 年,京东商城跃升为中国首家规模超过百亿的网络零售企业。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

请用三句话 (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,京东商城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京东商城的商品。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?
售前沟通模拟测试:(参照网店售前客服沟通 7 步法)

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“京东商城”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“京东商城”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“京东商城”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 “京东商城”客户价值计算与动态分析**

价值类型	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
价值大小			
计算公式			
价值大小			

(销售额)			
分析结论			

#### ④客户分类管理

京东商城有非常专业的 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。下面是一组用户到京东商城消费的基本数据,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 用户到京东商城消费的基本数据表**

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:	

#### (2) 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。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-9)。

试题评分卡(题 J1-9)

评价内容	配分	评分标准		考核得分	
职业素养	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网站的特色。	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。	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。	3-4分	
			文不对题。	0-2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 9 分，少一个扣 3 分。		
			售前沟通模拟测试：客户售前沟通 21 分，每步 3 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\_\_\_\_\_

**背景资料**

苏宁红孩子网 (redbaby.suning.com) 2006 年成立, 以母婴、化妆、食品、家居、保健、厨电等品类为主, 以女性安心、快乐购物的需求为导向, 曾经是中国最大的孕婴妈妈安心购物网站, 现已并入苏宁易购。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

打开红孩子网站, 了解红孩子网的相关内容, 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)

分析红孩子网的目标客户有哪些? 将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?		
答:		
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

假定一个客户在红孩子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)。如果该客户对红孩子网提供的服务满意, 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, 或增加了红孩子网的忠实客户, 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。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	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
价值大小			
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

#### ④客户分类管理

下面是一组用户到红孩子网消费的基本数据，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 红孩子网消费的基本数据**

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%

分析表 4 数据，完成表 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：	

#### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-10)。

试题评分卡(J1-10)

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,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
			文构较严谨、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
	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	
			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,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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-11, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 11

**背景资料**

株洲在线 (<http://www.zzz4.com/>) 是于 2002 年创建, 是株洲连续 8 年人气最旺的门户网站。网站月浏览量超过 500 万人次, 注册人数超过 60 万。拥有生活、消费、房产、装饰、婚嫁、汽车、亲子、教育内容为一体的本地综合门户网站。作为株洲在线网络公司传统业务, 株洲在线已为超过五百家株洲企业提供了完善的网站建设服务, 积累了丰富的本地化网络服务经验! 获得了良好的口碑!

**(1) 任务描述**

①企业网站特点分析与描述

请登录株洲在线 (<http://www.zzz4.com/>), 用三句话 (100 个字左右) 来描述此网站的特点与优势, 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, 株洲在线定位的是哪一类目标客户? 如果你是株洲在线客服人员, 你会怎样来争取商家成为株洲在线的会员。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?
售前沟通模拟测试:

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“株洲在线”每个月消费两次, 平均每次消费 5 百元, 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“株洲在线”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“株洲在线”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

株洲在线想借助专业的 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。下面是一组用户到株洲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 用户到株洲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：	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-11)。

试题评分卡(J1-11)

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,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	
			文构较严谨、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\_\_\_\_\_

**背景资料**

聚美优品 (<http://gz.jumei.com/>) 是国内知名正品女性团购网站,也是领先的品牌化妆品团购和护肤品团购网,由陈欧、戴雨森等创立于 2010 年 3 月。聚美优品首创“化妆品团购”模式:每天在网站推荐十几款热门化妆品。2014 年 6 月,聚美优品低调上线海淘网站海外购,9 月,聚美全面发力海外购,并在首页开通独立频道。2015 年 4 月 15 日,聚美优品宣布开通独立母婴频道,正式进军跨境母婴。从 2010 年 3 月成立至今,凭借口碑传播,聚美优品拥有 5000 万注册用户,占女性化妆品团购市场份额的 80%以上。

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

请登录聚美优品网: <http://gz.jumei.com/>, 用三句话来描述此网站的特色与优势,填入表 1 中。

**表 1 客服前的准备**

特色与优势分析

②沟通客户需求 (客户沟通技巧)

假如你是聚美优品的一名客服,对于如下情况,你将如何处理?填写表 2。

**表 2 沟通客户需求**

A. 打招呼	
顾客: 在么?	
客服回复:	
应注意事项:	
B. 介绍商品	
顾客: 你好,我看中了一款护肤品,但是不知道是否合适我。我是混合性肤质,肌肤比较敏感,用什么样的护肤品合适呢?	
客服回复:	
应注意事项:	
C. 价格辩论	
顾客: 你们的产品怎么那么贵啊?	
客服回复:	
应注意事项:	
D. 质量质疑	
顾客: 你们的产品质量怎么样?	
客服回复:	
应注意事项:	

③客户价值分析

针对聚美优品各大品牌的产品特点,按收入状况对其市场客户群进行划分,并分析各类客户群的消费特点及相应的产品营销策略,将内容填入表 3 中。

**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
------	-----	-------	--------

④ 客户管理	按收入状况划分			

针对以上三类客户群，你认为应分别采用什么样的方式来进行客户管理工作？将内容填入表4中。

**表 4 客户管理**

客户类别	客户管理方式
高档客户	
中档客户	
低档客户	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-12)。

试题评分卡(J1-12)

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,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)	客服准备 (16分)	公司产品定位 5分	公司产品定位结合产品的特性进行分析,定位准确。文笔通顺。	
		目标客户群体 5分	目标客户群体至少三类以上,且描述准确	
		营销模式 6分	营销模式准确,进行适当说明	
	客户沟通技巧 (24分)	打招呼 6分	热情有礼貌,语言简洁准确,符合客服打招呼中基本要求。	
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案,能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	
		价格辩论 6分	能根据客户的要求在合理范围内进行价格辩论,且在此基础上用较为准确的语言,且语句流畅、通顺。	
		质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案,针对客户的质疑,能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
	客户价值分析 25分	客户群 5分	客户群划分正确。	
		特点描述 10分	描述正确	
		推广方式 10分	推广方式选择恰当,描述合理,有一定的创意	
	客户管理	30分	针对客户类别的管理方式合理恰当,描述详尽,体现了客服分级管理的特点	
	合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-13, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 13

**背景资料**

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。

**(1) 任务描述**

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
答:

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?
售前沟通模拟测试:

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 “京东商城”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 用户到京东商城消费的基本数据表**

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：	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-13)。

试题评分卡(J1-13)

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,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
			文构较严谨、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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-14, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 14

**背景资料**

多喜爱家饰织用品有限公司 (<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。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。

**(1) 任务描述**

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?
售前沟通模拟测试:

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 8 百元, 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	106000	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：	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-14)

试题评分卡(J1-14)

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,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
			文构较严谨、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\_\_\_\_\_

试题编号: J1-15, 网络客户服务与管理-售前网络客户服务与管理 15

**背景资料:**

京东商城 OPPO 官方自营旗舰店 <https://mall.jd.com/index-1000004065.html>, 完成以下

题目:

**(1) 任务描述**

①客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

请用三句话 (不超过 100 字) 来描述该网站的特色与优势。

**表 1 客服前的准备**

此网站的特色与优势

②沟通客户需求 (客户沟通技巧)

如果你是该网站售前营销人员, 你会怎样来争取客户购买相关产品。试着用文字表述出来填入下表 2。

目标客户有哪些?
售前沟通模拟测试: (参照淘宝网店铺售前客服沟通 7 步法)

**表 2 分析与沟通客户**

③客户价值计算

假定一个客户在京东商城 OPPO 官方自营旗舰店每星期有交易记录 1 次, 平均每次交易发生额 15000 元, 以平均客户生命周期 3 年为基准来计算客户价值的大小 (以交易额来计算)。如果该客户对该网站提供的服务满意, 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的人的转换率为 50%, 抱怨的人的转换率为 80% 转化率, 或增加了京东商城 OPPO 官方自营旗舰店的忠实客户, 或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 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

下表 4 是一组用户到京东商城 OPPO 官方自营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，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 京东商城 OPPO 官方自营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	650	1.3%
客户 2	3000	6%
客户 3	1000	2%
客户 4	8500	17%
客户 5	350	0.7%
客户 6	1250	2.5%
客户 7	500	1%
客户 8	26500	53%
客户 9	8000	16%
客户 10	250	0.5%

分析上表 4 数据，将内容填入下表 5

**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：	

#### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-15)。

试题评分卡(J1-15)

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,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)	企业网站特点分析与描述	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站的特色与优势概括出来	18-20分
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出网站的特色与优势。	14-17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。	10-13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。	6-9分
			文不对题	0-5分
	目标客户、客户沟通技巧	20分	目标客户描述准确,至少描述了2-3个典型客户群;客户沟通过程完整(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	18-20分
			目标客户描述准确,至少描述了2-3个典型客户群;客户沟通过程比较完整(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述比较明确	14-17分
			目标客户描述准确,至少描述了1个典型客户群;客户沟通过程比较完整(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述比较明确	10-13分
			目标客户描述准确,至少描述了1个典型客户群;客户沟通过程不够完整(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)四个以下,阐述不明确	6-9分
			目标客户描述错误,客户沟通过程不完整,阐述不明确	0-5分
	客户分类管理	35分	客户分类10分;ABC客户分类管理意义10分;针对结果分析ABC客户管理方法15分	总分35
			客户分类准确、ABC客户分类管理意义描述清晰	16-20分
			客户分类准确、ABC客户分类管理意义描述基本正确	10-15分
			客户分类基本正确、ABC客户分类管理意义描述不准确	5-9分
			客户分类明显错误、ABC客户分类管理意义描述不准确、	0-4分
			针对ABC不同客户管理方法手段准确有效、分析透彻思路清晰	13-15分
			针对ABC不同客户管理方法手段准确有效	10-12分
			针对ABC不同客户管理方法手段有差异且基本准确	5-9分
	针对ABC不同客户管理方法手段有明显错误	0-4分		
	客户沟通技巧	20分	错误之处指出正确,错误原因分析准确,修改语言得体。	18-20分
错误处指出正确,错误原因分析准确,修改语言基本合理。			14-17分	
错误之处指出基本正确,错误原因分析不够准确,修改语言不太合理。			10-13分	
错误之处指出基本正确,错误原因分析不准确,修改语言不合理。			6-9分	
错误处指出不正确,错误原因分析不准确,修改不合理。			0-5分	
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-16, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 1

**背景资料**

钱女士于 2017 年 11 月 6 日和 2018 年 12 月 12 日在“门客生活”直营店网购订了一年及三年的鲜花, 17 年订的还余 12 次未送, 18 年订的一次也没送过, 因为今年鲜花配送老是停送, 也没提前沟通, 客服联系也非常困难, 曾经跟客服沟通退掉 18 年订的, 17 年的继续配送, 客服已同意, 订单中心也显示受理退款, 但钱款一直未收到, 现要求未送鲜花全部退款! 17 年加 18 年的, 合计有 600 余元。

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
.....	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-16)。

试题评分卡(J1-16)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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	5分,按0/3/5分评分
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-17, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 2

**背景资料**

2388 元的手机卖 269 元

结果没用几天故障频发

去年 12 月 12 日, 市民张先生在拼多多网站看到一款手机, 当时就动心了。“原价 2388 元的手机, 活动当天只卖 269 元, 没想到竟有这样的好事儿, 当时我没有犹豫就下单了。” 张先生介绍说, 这款手机品牌虽然知名度不高, 但是商家承诺假一赔十。另外手机内存 128G, 屏幕超大, 从产品介绍看, 其他功能也很吸引人。

可是没想到, 手机到货没几天, 问题频出, 让张先生头疼不已, “操作系统非常卡, 经常死机, 另外相机功能也经常使用不了。” 后悔不迭的张先生随即联系商家要求退货, “没想到对方一直不接听电话。” 张先生于是向拼多多官方投诉后, 希望退货退款。

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

②客户投诉处理

如果你是本案例中负责受理该投诉的拼多多公司客服代表, 请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	

.....	
-------	--

**(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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-17)。

试题评分卡(J1-17)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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			5分,按0/3/5分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-18, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 3

**背景资料**

飞猪: 客服私自取消订单, 言语恶劣。

罗先生于 2017 年 9 月 15 日在飞猪购买代抢火车票服务, 订单号为 58524312157045935。直到 29 号还没抢到, 于是就和客服沟通退款, 客服不仅不退还辱骂他, 并且把他 12306 账户里原来就订好的另外两张票私自退掉。罗先生于是向飞猪平台发起投诉, 希望飞猪能够妥善解决此事。

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
.....	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-18)。

试题评分卡(J1-18)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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			5分,按0/3/5分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-19, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 4

**背景资料**

多喜爱家饰织用品有限公司 (<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。尽管如此, 让客户满意仍不是一件容易的事情。6 月 11 日, 公司的客户小张打来电话投诉: (1) 小张 6 月 6 日从公司网站上买了 20 套床上用品, 是单位年会用的 6 月 10 日收到货, 但是收货后发现实物和图片不一样, 于是打电话给客服要求退货; (2) 编号为 1145 的客服人员说快递信息显示 6 月 8 日“已签收”, 认为小张 6 月 8 日那天没说, 到现在才来说, 肯定是年会结束了, 不想要了来退货的, 于是拒绝退货。(3) 小张非常生气, 自己明明 6 月 10 日才收到货, 为何会显示 6 月 8 日“已签收”, 要求解释原因, 编号为 1145 的客服人员要向自己道歉, 并坚持要求退货。

**查证情况:**

(1) 仓库进行了解, 原来之前的货卖完了, 新进的货物是临时换了一个人在管, 花案确实是不一样的。

(2) 因为 6 月 8 日货是送到门卫那里, 又是星期六, 小张不在单位不知道, 因此他确实是 6 月 10 日收到货。

(1) 任务描述

①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
……	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-19)。

试题评分卡(J1-19)

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,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	客户异议类型判断正确 5分			
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分		
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分		
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分		
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强		36-40分	
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强		32-35分	
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性		24-31分	
			处理客户异议步骤不够完整、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		15-23分	
			处理客户异议步骤不够完整、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		7-14分	
			处理客户异议步骤不完整、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性		0-6分	
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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 20分,按0/4/8/12/16/20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 5分,按0/3/5分评分						
合计		100分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-20, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 5

**背景资料**

陈先生从 D 公司设立的网店花费 3926.16 元购买韩国红醋进口饮品, 该饮料公司在网站上介绍红醋饮品具有治疗便秘、减轻消化不良、缓解精神压力、排毒养颜、补肝健胃等功能。事实上这款饮品并无以上功效, 其仅是普通食品不是药品, 也未获得保健品批号。陈先生感觉自己上当受骗, 于是向该网站的客服发起投诉, 要求退货。

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
.....	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-20)。

试题评分卡(J1-20)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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			5分,按0/3/5分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-21, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 6

**背景资料**

一天,“天猫”某服装商城的客户怒气冲冲地打来电话投诉:

投诉原因:

客户 4 月 10 日在该店铺买了一条裙子,到货后,试了一下大小,感觉没啥大问题,就很快给卖家确认付款了。5 月 6 号晚上用洗衣机洗了一下,第二天裙子晾干后,客户发现裙子白色部分变得白一块,灰一块。

诉求:要求退货。

接到投诉以后,相关人员迅速查证,以下是查证情况:

- 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、因商家对衣服的这一缺陷事前不知情,在销售期间也就没有告知消费者这一情况。

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分,(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的投诉?针对这种投诉,客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉,客服处理思路是什么?(100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由,填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	

.....	
-------	--

### 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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

### (2) 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。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-21)。

试题评分卡(J1-21)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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			5分,按0/3/5分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-22, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 7

**背景资料**

2019 年某日, 一顾客走进一家“天猫”电脑商城买电脑。顾客对客服人员说:“能不能帮我介绍一下这款, 我想给我儿子买台笔记本电脑, 要好点的, 上大学用!” 客服人员细心为顾客介绍产品。过程中, 顾客问回去有问题怎么办。客服人员说:“没关系, 有什么问题尽管找我。”最终达成了销售, 该顾客从该商城购买了一台价值 5000 多元的电脑。

过了 10 天左右, 这位顾客又来找这个客服人员, 说机器有毛病, 首先笔记本开机后经常死机, 且开机后经常只有桌面, 剩下什么都没有, 其次电池电量用的太快, 要求退货。客服人员与顾客协商, 要求顾客到售后检测, 顾客不同意, 并说:“电脑刚买没几天, 就出现这样的问题, 就是你机器质量问题, 并且你不是说有问题尽管找你的吗? 这会儿又让我去售后。卖的时候挺好, 有问题就往别的地方支。”

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	

.....	
-------	--

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-22)。

试题评分卡(J1-22)

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,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	客户异议类型判断正确 5分		
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分	
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分	
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分	
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分	
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分	
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分	
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分	
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分	
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分	
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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 20分,按0/4/8/12/16/20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 5分,按0/3/5分评分					
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-23, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 8

**背景资料**

上海消费者陆\*\*于某年3月19日在网上兴达电讯买了一部神达手机,店家承诺保修期一年。年底手机出现问题,寄给卖家检测后说CPU的字库坏了,要收费520元。陆先生认为:在保修期内维修应该免费,卖家却说这是特价机,只保修3个月。陆先生针对保修时间的问题进行了投诉。

通过了解,查证后客户投诉原因在于:

(1)手机无法正常使用;

(2)陆某个人陈述,当初在购买手机的过程中,知道购买的是特价机,但销售人员曾承诺手机的保修期为1年;

**(1) 任务描述**

**①客户投诉分析**

按投诉的原因划分,(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的投诉?针对这种投诉,客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉,客服处理思路是什么?(100字左右)

**②客户投诉处理**

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、撰写相应的话术并说明理由,填入下表。

步骤1	
话术1	
步骤2	
话术2	
步骤3	
话术3	
步骤4	
话术4	
.....	

**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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-23)。

试题评分卡(J1-23)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
			客户回访电子邮件格式	5分,按0/3/5分评分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	30分	客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容	20分,按0/4/8/12/16/20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			5分,按0/3/5分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-24, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 9

**背景资料**

2015年9月18日,赵小姐及朋友报名参加了中青旅组织的一次海南五日游,并签署了旅游合同。根据合同约定,于9月30日下午乘飞机赴海南三亚等景点,每人旅游费用3250元,共计6500元。赵小姐当日就交纳了此次旅游的全部费用。9月29日,赵小姐早已做好旅游准备,却突然接到该旅行社业务经理电话,通知其原定海南旅游团队,因无法落实海南至长沙的返程机票,而被迫取消。由于旅行社取消旅游活动距“十一”黄金周仅一天时间,而其他旅行社基本组团完毕,造成赵小姐及朋友的国庆旅游计划随之落空。赵小姐以旅行社单方面终止旅游合同为由,对旅行社进行了投诉,要求旅行社退还全部旅游费用,赔偿其相关经济损失和精神补偿。

通过了解,查证后客户投诉原因在于:

- (1) 客户认为旅行社单方面取消合同;
- (2) 十一的假期原定计划无法实现,因此不得不重新安排,造成了极大的不便;

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分,(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的投诉?针对这种投诉,客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉,客服处理思路是什么?(100字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由,填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	

话术 4	
.....	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-24)。

试题评分卡(J1-24)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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			5分,按0/3/5分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 背景资料

当当网是知名的综合性网上购物商城,由国内著名出版机构科文公司、美国老虎基金、美国IDG集团、卢森堡剑桥集团、亚洲创业投资基金(原名软银中国创业基金)共同投资成立。从1999年11月正式开通至今,当当网已从早期的网上卖书拓展到网上卖各品类百货,包括图书音像、美妆、家居、母婴、服装和3C数码等几十个大类,数百万种商品。物流方面,当当网在全国600个城市实现“111全天达”,在1200多个区县实现了次日达,货到付款(COD)方面覆盖全国2700个区县。当当网于美国时间2010年12月8日在纽约证券交易所正式挂牌上市,成为中国第一家完全基于线上业务、在美国上市的B2C网上商城。2016年春节,杨先生准备请膝下十多个孙辈到家团聚共度元宵节,于是在当当网东邮贸易有限公司购买345盒费列罗金莎巧克力,一共花费3万多元,杨先生收到快递打开后发现里面所有的产品信息都是英文但这些巧克力从说明、保质期、生产日期到配料表等标签,均没有任何中文说明。杨先生于是向当当官网发起投诉。

#### (1) 任务描述

##### ①客户投诉分析

按投诉的原因划分,(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的投诉?针对这种投诉,客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉,客服处理思路是什么?(100字左右)

##### ②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由,填入下表。

步骤1	
话术1	
步骤2	
话术2	
步骤3	
话术3	
步骤4	

话术 4	
.....	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-25)。

试题评分卡(J1-25)

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,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	客户异议类型判断正确 5分	
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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 20分,按0/4/8/12/16/20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 5分,按0/3/5分评分				
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 背景资料

可俪美妆微商城(微信公众号:可俪美妆)是湖南东欣电商转型项目,基于原有第三方平台的运营经验,结合线上线下优势资源,是国内为数不多的专业仓储、专业进口物流的实体供应商和网络销售商。可俪不求最大,但求最精,充分挖掘现有资源,为客户提供高度专业的服务和极具性价比的正品美妆产品。可俪专注于美妆领域,积极与众优秀品质的国内外美妆品牌合作,提供 100%正品行货,00%原装进口正品的优质产品为广大顾客服务。

周小姐是美妆的忠实拥护者,有一天她在微信朋友圈看到一位微友转发的一条俪商(可俪美妆分销商)的商品推荐信息,受到吸引的周小姐打开链接,进入这位俪商的微店,购买了一瓶 150 毫升的爽肤水。结果回家用了两天,出现脸部过敏反应,于是周小姐联系这位俪商,要求退货并退款。结果这位俪商以商品已经用过为由拒绝了周小姐的要求。于是周小姐愤而投诉到可俪美妆微商城的客服那里,要求退货退款并赔偿损失 1000 元。

通过了解查证后,客户投诉原因为:

①周小姐确实在某某俪商那里购买了某某品牌 150 毫升的爽肤水 1 瓶,并在使用过程中出现了脸部过敏反应。

②周小姐联系俪商,要求退货并全额退款,该俪商以商品已经启动使用为由,不退不换,拒绝了周小姐的退换货要求。

③周小姐投诉到可俪美妆,要求退货并全额退款,且赔偿损失 1000 元。

#### (1) 任务描述

##### ①客户投诉分析

按投诉的原因划分,(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的投诉?针对这种投诉,客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉,客服处理思路是什么?(100 字左右)

##### ②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由,填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
……	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-26)。

试题评分卡(J1-26)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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			5分,按0/3/5分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-27, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 12

**背景资料**

“每日优鲜”是一个围绕着老百姓餐桌的生鲜 O2O 电商平台。覆盖了水果蔬菜、海鲜肉禽、牛奶零食等全品类，每日优鲜在主要城市建立起“城市分选中心 + 社区配送中心”的极速达冷链物流体系，为用户提供全球生鲜产品“2 小时送货上门”的极速达冷链配送服务。

邓先生于 2019 年 6 月 27 日在“每日优鲜”购买了麻辣小龙虾共 4 件，金额为 69 元，平台给的承诺是隔日送达，但到了 30 日还没送到，于是他要求退货，客服也答应给他退，但到 7 月 6 日为止，订单还是显示派送中，东西既没有送达，也没有退款，于是邓先生再次找到“每日优鲜”平台投诉，希望事情能够得到妥善解决。

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分，(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的投诉？针对这种投诉，客服处理思路是什么？

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理思路是什么？(100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由，填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
……	

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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

**(2) 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。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-27)。

试题评分卡(J1-27)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
	客户关怀(回访、维权帮助等)	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	20分,按0/4/8/12/16/20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	5分,按0/3/5分评分
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: J1-28, 网络客户服务与管理-售后网络客户服务与管理 13

**背景资料**

洋码头, 成立于 2009 年, 是中国海外购物平台, 满足了中国消费者不出国门就能购买到全球商品的需求。“洋码头”移动端 APP 内拥有首创的“扫货直播”频道; 而另一特色频道“聚洋货”, 则汇集全球各地知名品牌供应商, 提供团购项目, 认证商家一站式购物, 保证海外商品现货库存, 全球物流护航直邮。

尹女士于 2019 年 6 月 18 日在“洋码头”购买一双 gucci 乐福鞋, 到货后发现尺码偏大, 与实际尺码相差太多, 38.5 的鞋子内长量出来是 27 厘米。按照国家鞋类三包规定, 鞋子大小严重不符, 必须退货退款。尹女士于是向商家寻求解决, 但是商家拒绝退货。后尹女士求助于相关维权平台, 在维权平台的协助下, “洋码头”称: 针对用户反馈的偏码问题, 待平台收到用户寄来的商品后会进行认真核查, 并及时回复结果。

**(1) 任务描述**

①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	

.....	
-------	--

### 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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

### (2) 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。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-28)。

试题评分卡(J1-28)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6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	20分,按0/4/8/12/16/20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	5分,按0/3/5分评分			
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 背景资料

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、日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。

长沙的新手妈妈李女士通过下载贝贝网的 APP, 2016 年 3 月 2 日在贝贝网上为出生不久的儿子购买了一瓶美国进口的保税商品婴儿补铁口服液 (150 毫升), 物流公司将商品放入小区快递保管箱, 短信通知李女士凭手机验证码取货。结果李女士在收货之后打开层层包装发现该口服液有漏液现象, 于是李小姐赶紧联系贝贝网的客服要求退货退款。

通过了解查证后, 客户投诉原因为:

①2016 年 3 月 2 日客户李女士在贝贝网上购买了一瓶美国进口的保税商品婴儿补铁口服液 (150 毫升)。

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

③结果李小姐在收货之后打开层层包装发现该口服液有漏液现象, 于是李女士赶紧联系客服要求退货退款。

#### (1) 任务描述

##### ①客户投诉分析

按投诉的原因划分, (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的投诉? 针对这种投诉, 客服处理思路是什么?

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理思路是什么? (100 字左右)

##### ②客户投诉处理

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、撰写相应的话术并说明理由, 填入下表。

步骤 1	
话术 1	

步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
……	

### 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投诉处理的回访邮件。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。

邮件标题:
邮件内容:

### (2) 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。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(J1-29)。

试题评分卡(J1-29)

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,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	客户异议类型判断正确	5分
			客户异议处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分
			客户异议处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15分
			客户异议处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9分
			客户异议处理思路不准确、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	处理客户异议步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强	36-40分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	32-35分
			处理客户异议步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-31分
			处理客户异议步骤不够完整、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	15-23分
			处理客户异议步骤不够完整、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	7-14分
			处理客户异议步骤不完整、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性	0-6分
			客户关怀(回访、维权帮助等)	30分
	客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容	20分,按0/4/8/12/16/20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	5分,按0/3/5分评分			
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

**背景资料**

2019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。

**(1) 任务描述**

①客户异议分析

按投诉的原因划分,(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100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在于:

- (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下表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:	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(J1-30)。

试题评分卡(J1-30)

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,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	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	26-30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	20-25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	15-19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	10-14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	5-9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	0-4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

### 模块二 网店（站）美工

网店（站）美工模块要求学生能够在规定的抽查时间内通过实际操作完成测试项目，测试学生以实际应用需求为背景的项目，按照网店（站）美工设计规范，使用相关设计处理软件，运用所提供的图片素材、文字素材和字体素材等完成宣传海报设计、详情页设计、Logo、Banner 及主图设计、网站页面的编辑美化的相关技能。

#### 试题编号：H1-1，网店美工设计-宣传海报设计 1

##### 项目描述

【背景素材】京东“全球购”的母婴品类需要推广，现准备制作相关海报一份，突出“国际品牌授权、跨境直送、商品齐全”等特点，真切为宝宝提供更好的商品。

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。参照图 H1.1.1 所示，图片仅供参考借鉴，不得直接抄袭。相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-1\。



图 H1.1.1 母婴品类宣传海报参考效果图

##### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材，完成京东“全球购”母婴品类宣传海报设计。

- ①海报尺寸：要求为 1422 像素×606 像素；
- ②海报构图布局：根据需要，准确采用一种海报构图布局方式，如黄金比例分割、三等分、对角线和三角形等；
- ③海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，采用提供的素材，准确设置适当的背景颜色；

准确使用装饰图；

④海报图片裁剪、抠图与展示：准确裁剪图片，并选择合理的抠图方式将产品样图抠出并融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品样图在海报中呈现时要求有美观排列方式，并根据需要进行调色处理、设置合适的样式效果；

⑤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京东“全球购”的特点等相关信息，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；

⑥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；

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8\win10 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本。

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

## **(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-1)。

试题评分卡(H1-1)

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)	海报尺寸与构图	5分	海报尺寸符合要求, 构图合理, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	准确使用装饰图, 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	10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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-2, 网店美工设计-宣传海报设计 2

### 项目描述

【背景素材】过年了,现有一家商场同时在线上 and 线下推出“年货先回家,新年不打烊”的促销活动。

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。参照图 H1.1.2 所示,图片仅供参考借鉴,不得直接抄袭。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-2\。



图 H1.1.2 商场促销宣传海报参考效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材,完成商场促销宣传海报设计。

①海报尺寸：要求为 1920 像素×550 像素；

②海报构图布局：根据需要,准确采用一种海报构图布局方式,如黄金比例分割、三等分、对角线和三角形等；

③海报背景：要求根据活动背景资料主题提示,采用提供的素材,准确设置适当的背景颜色；准确使用装饰图；

④海报图片裁剪、抠图与展示：准确裁剪图片,并选择合理的抠图方式将装饰图纹等抠出并融入海报恰当位置；图片抠图要求细致,装饰图在海报中呈现时要求有美观排列方式,并根据需要进行调色处理、设置合适的样式,如投影效果等；

⑤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“新年活动”等内容,并拓展年货促销的相关信息,给新海报添加宣传文案。文字字体使用“方正兰亭黑体”系列字体,并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑥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；

⑦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；

⑧文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 1024KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8\win10 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-2)。

**宣传海报设计试题评分卡(H1-2)**

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)	海报尺寸与构图	5分	海报尺寸符合要求, 构图合理, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	准确使用装饰图, 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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-3, 网店美工设计-宣传海报设计 3

### 项目描述

【背景资料】某女式靓衣品牌天猫店主营高端女式品质衣裙,准备为双 12 制作一张店铺的海报。店铺双 12 实施以下优惠促销活动:500 万优惠券在 12 月 12 日当天发送,限时当天 5-8 折,全场满 99 元包邮。

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。参照图 H1.1.3 所示,图片仅供参考借鉴,不得直接抄袭。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-3\。



图 H1.1.3 “双 12”女式靓衣品牌天猫店宣传海报效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材,完成“双 12”女式靓衣品牌天猫店宣传海报设计。

①海报尺寸：要求为 950 像素×500 像素。

②海报背景：根据提供的图片颜色进行颜色选择配色或利用渐变颜色制作海报背景。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的两张宝贝图片采用合适方式和比例大小,融入海报恰当位置;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;

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。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体,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：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图形标注元素,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,要求将结果保存为两种格式文件,一个文件为“海报.psd”,一个文件为“海报.jpg”,其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下,文件大小不超过 100KB,两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 及以上版本, Photoshop CS6.0 及以上版本

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-3)。

宣传海报设计试题评分卡(H1-3)

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)	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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-4, 网店美工设计-宣传海报设计 4

### 项目描述

【背景素材】零食是人们在闲暇、休息时所吃的食品，其产品种类多样，有坚果、肉制品、糖果、膨化食品等。零食越来越受到广大群众的喜爱，为了吸引浏览者的注意，促进购买力度，“三只松鼠”近期推出“零食大聚会——满足你的胃”的促销活动，全场3折起。

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。参照图 H1.1.4 所示，图片仅供参考借鉴，不得直接抄袭。相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-4\。



图 H1.1.4 零食宣传促销海报参考效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材，完成“三只松鼠”宣传促销海报设计。

①海报尺寸：要求为 1572 像素×696 像素；

②海报构图布局：根据需要，准确采用一种海报构图布局方式，如黄金比例分割、三等分、对角线和三角形等；

③海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，采用提供的素材，准确设置适当的背景颜色；准确使用装饰图；

④海报图片裁剪、抠图与展示：准确裁剪图片，并选择合理的抠图方式将产品样图、装饰图等抠出并融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品样图在海报中呈现时要求有美观排列方式，并根据需要进行调色处理、设置合适的样式，如投影效果等；

⑤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“三只松鼠”的“零食大聚会——满足你的胃”相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用“方正大黑简体”和“方正稚艺简体”字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置，促销主题字体需要使用“投影效果”。

⑥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；

⑦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；

⑧文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 1024KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### **(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8\win10 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本。

### **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

### **(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-4)。

宣传海报设计试题评分卡(H1-4)

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)	海报尺寸与构图	5分	海报尺寸符合要求, 构图合理, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	准确使用装饰图, 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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-5, 网店美工设计-宣传海报设计 5

### 项目描述

【背景素材】年中，欧莱雅就男士化妆品系列推出 6.18 促销活动，最低只卖 9.9 元，同时又多个超低价实惠套装进行销售。

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。参照图 H1.1.5 所示，图片仅供参考借鉴，不得直接抄袭。相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-5\。



图 H1.1.5 男士用品宣传海报效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材，完成“欧莱雅”男士用品宣传海报设计。

①海报尺寸：要求为 1920 像素×700 像素；

②海报构图布局：根据需要，准确采用一种海报构图布局方式，如黄金比例分割、三等分、对角线和三角形等；

③海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，采用提供的素材，准确设置适当的背景颜色；准确使用装饰图；

④海报图片裁剪、抠图与展示：准确裁剪图片，并选择合理的抠图方式将产品样图、装饰图等抠出并融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品样图在海报中呈现时要求有美观排列方式，并根据需要进行调色处理、设置合适的样式，如投影效果等；

⑤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“欧莱雅”的“年中大促”和“男士化妆品套装”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。

⑥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；

⑦ 文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8\win10 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-5)。

试题评分卡(H1-5)

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)	海报尺寸与构图	5分	海报尺寸符合要求, 构图合理, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	准确使用装饰图, 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	10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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-6, 网店美工设计-宣传海报设计 6

### 项目描述

【背景素材】当当网针对母婴客户推出一款母婴专场的电商海报,通过该海报展示母婴专卖店所售卖的产品,吸引浏览者进行购买。

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。参照图 H1.1.6 所示,图片仅供参考借鉴,不得直接抄袭。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-6\。



图 H1.1.6 儿童产品宣传海报效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材,完成“当当网”儿童产品宣传海报效果图设计。

①海报尺寸：要求为 1476 像素×596 像素；

②海报构图布局：根据需要,准确采用一种海报构图布局方式,如黄金比例分割、三等分、对角线和三角形等；

③海报背景：要求根据活动背景资料主题提示,采用提供的素材,准确设置适当的背景颜色；准确使用装饰图；

④海报图片裁剪、抠图与展示：准确裁剪图片,并选择合理的抠图方式将产品样图、装饰图和模特图等抠出并融入海报恰当位置；图片抠图要求细致,产品样图在海报中呈现时要求有美观排列方式,并根据需要进行调色处理、设置合适的样式,如投影效果等；

⑤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“当当网”的“母婴专场的电商海报”等相关信息,给新海报添加宣传文案。文字字体可使用“方正卡通简体”和“华康海报简体”字体,并对各文字进行合适的格式和排版设置,促销主题字体需要使用“投影效果”。

⑥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；

⑦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；

⑧文件保存：海报制作完好后,要求将结果保存为两种格式文件,一个文件为“海报.psd”,

一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 1024KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8\win10 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-6)。

宣传海报设计试题评分卡(H1-6)

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)	海报尺寸与构图	5分	海报尺寸符合要求, 构图合理, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	准确使用装饰图, 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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-7, 网店美工设计-宣传海报设计 7

### 项目描述

【背景资料】某女式箱包店铺准备为双 12 制作一张店铺的海报, 要求制作的海报一方面要突出店铺所销售的箱包风格, 另一方面要营造双 12 节日气氛, 色彩喜庆。店铺实施以下优惠促销活动: 迎双 12 收藏加购物车送优惠券; 双 12 日 1 元秒杀, 限时抢购; 红包送不停, 玩转双 12, 活动时间为 12 月 1 日—12 月 12 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。参照图 H1.1.7 所示, 图片仅供参考借鉴, 不得直接抄袭。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-7\。



图 H1.1.7 “双 12”箱包店铺宣传海报效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材，完成“双 12”女式箱包店铺宣传海报效果图宣传海报设计。

①海报尺寸：要求为 950 像素×400 像素。

②海报背景：选择喜庆颜色组合配色或利用渐变颜色制作海报背景，要求背景能突出节日喜庆气氛，美观大方。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的三种宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；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；

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。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体，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：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图形标注元素，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，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 100KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-7)。

宣传海报设计试题评分卡(H1-7)

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)	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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-8, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 1

### 项目描述

【背景素材】“小雨点”是一家以销售童装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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-8\。

#### (1) 任务描述

任务 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. PSD”和“店铺 Logo. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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“素材”文件中裁剪、选择合适的背景图案,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. PSD”和“首页 Banner. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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 3M。

#### (2) 实施条件

硬件:计算机

软件:winxp\win7\win10 操作系统,Office2010 及以上版本,Photoshop CS6.0 及以上版本

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-8)。

**Logo、Banner、主图设计试题评分卡(H1-8)**

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)	<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>			
	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)	
	<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>			
	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)	
	<b>商品主图设计 (46分)</b>			
	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		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-9, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 2

### 项目描述

【背景素材】“欧思雪”是广州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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-9\。

#### (1) 任务描述

任务 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. PSD”和“店铺 Logo. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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、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. PSD”和“首页 Banner. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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 3M。

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\10 操作系统, Office2010 及以上版本, Photoshop CS6.0 及以上版本

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-9)。

**Logo、Banner、主图设计试题评分卡(H1-9)**

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)	<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>		
	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)
	<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>		
	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)
	<b>商品主图设计 (46分)</b>		
	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	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-10, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 3

### 项目描述

【背景素材】“佳佳时代”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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-10\。

#### (1) 任务描述

任务 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. PSD”和“店铺 Logo. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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. PSD”和“首页 Banner. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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 3M。

#### (2) 实施条件

硬件:计算机

软件:winxp\win7\win10 操作系统,Office2010 及以上版本,Photoshop CS6.0 及以上版本

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-10)。

**Logo、Banner、主图设计试题评分卡(H1-10)**

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)	<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>		
	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)
	<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>		
	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)
	<b>商品主图设计 (46分)</b>		
	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	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-11, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 4

### 项目描述

【背景素材】“保力骑士”是一家以销鞋子和包包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 158 元包邮;推出两款主打促销新鞋“鞋 1”,促销价为 168 元/双,“鞋 2”,促销价为 228 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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-11\。

#### (1) 任务描述

任务 1 : 店铺 Logo

- 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.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份。

任务 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.PSD”和“首页 banner.JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹。

任务 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。

#### (2) 实施条件

硬件:计算机;软件:winxp\win7\win10 操作系统,Office2010 及以上版本,Photoshop CS6.0 及以上版本

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-11)。

试题评分卡 (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(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)	<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>			
	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)	
	<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>			
	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)	
	<b>商品主图设计 (46分)</b>			
	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		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-12, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 5

### 项目描述

【背景素材】“水润妆品专营店”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网店。近日,该店拓宽货源渠道,引入雅诗兰黛、兰蔻、SK-II、自然堂等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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-12\。

#### (1) 任务描述

任务 1: 店铺 Logo

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. PSD”和“店铺 logo. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹。

任务 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. PSD”和“首页 banner. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹。

任务 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储存为“主图 1. JPG”、“主图 2. JPG”,储存到当前文件夹。。

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win10 操作系统, Office2010 及以上版本, Photoshop CS6.0 及以上版本。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-12)。

试题评分卡(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(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)	<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>		
	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)
	<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>		
	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)
	<b>商品主图设计 (46分)</b>		
	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	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-13, 网店美工设计-Logo、Banner、主图设计 6

### 项目描述

【背景素材】“嘉宝”是上海珠宝大市场的一家品牌首饰销售店。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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-13\。

#### (1) 任务描述

任务 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. PSD”和“店铺 Logo. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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、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. PSD”和“首页 Banner. JPG”格式的文件各一份,储存到当前文件夹,其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

任务 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 3M。

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win10 操作系统, Office2010 及以上版本, Photoshop CS6.0 及以上版本。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-13)。

**Logo、Banner、主图设计试题评分卡(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(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)。	
<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>			
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)	
<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>			
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)	
<b>商品主图设计 (46分)</b>			
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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-14, 网店美工设计-详情页设计 1

### 项目描述

【背景素材】“J-classic”是一家以销售运动休闲鞋的网店。网店将于最近推出一款男士运动休闲鞋, 请为其制作该新产品的详情页面。

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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-14\。

#### (1) 任务描述

任务: 请利用图片、文档素材, 完成“J-classic”新产品的详情页面设计。

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, 排版设计中用到至少 3 种排列方式, 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“详情页.PSD”, 使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片, 并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中, 并将此子文件夹命名为“切片”。

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Photoshop 工具软件(CS6.0)

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-14)。

详情页设计试题评分卡(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(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	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3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, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16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0/2/3/4/5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	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H1-15，网店美工设计-详情页设计2

### 项目描述

【背景素材】“甜甜果乐”是一家专营进口水果的网店。近期，该店决定上菲律宾进口红心蜜柚，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。相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-15\。

#### （1）任务描述

任务：请利用图片、文档素材，完成红心蜜柚的详情页面设计。

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详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求至少有 3 以上的产品卖点展示图，并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、规格、颜色、功效等说明信息，用表格方式及图文混排方式展示产品说明，简洁直观、美观大方。

⑤产品细节的展示：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，进行细节图设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，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“详情页.PSD”，“详情页.JPG”。

#### （2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本

#### （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### （4）评分标准

见试题评分卡(H1-15)。

试题评分卡(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(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	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于3, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于3, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(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)	
	产品细节展示	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	
	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0/2/3/4/5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	9分	文件名和格式正确	
	合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H1-16，网店美工设计-详情页设计3

### 项目描述

【背景素材】“彩妆达人”是一家专业销售彩妆快消品的网店。近期，该店决定上架一款氨基酸洁面乳，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。相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-16\。

#### （1）任务描述

任务：请利用图片、文档素材，完成“彩妆达人”新产品的详情页面设计。

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详情页各模块（产品卖点、说明、细节、售后服务等）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求至少有 3 张以上的产品卖点展示图，并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、规格、颜色、功效等说明信息，用表格方式及图文混排方式展示产品说明，简洁直观、美观大方。

⑤产品细节的展示：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，进行细节图设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，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“详情页.PSD”，以及“详情页.JPG”。

#### （2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本

#### （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### （4）评分标准

见试题评分卡(H1-16)。

试题评分卡(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)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于3, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于3, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(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)
	产品细节展示	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
	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0/2/3/4/5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	9分	文件名和格式正确
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-17, 网店美工设计-详情页设计 4

### 项目描述

【背景素材】“泊蝶”是一家网络销售面膜专营店, 该店近期产品升级, 需要上架一款“卓碧泉灵动”补水保湿面膜贴。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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-17\。

#### (1) 任务描述

任务: 请利用图片、文档素材, 完成“泊蝶”新产品的详情页面设计。

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详情页各模块(产品卖点、说明、细节等)的标识制作: 使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标, 并添加相关文字。设置合理的详情模块标识, 引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示: 详情页中要求有 3 张以上的产品卖点展示图, 并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的的宣传用语, 或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示: 要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、型号、功能等说明信息, 在详情页中进行相关内容的展示设计。

⑤产品细节的展示: 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。

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“详情页.PSD”, 使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片, 并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式存储到当前文件夹中的一个子文件夹中, 并将此子文件夹命名为“切片”。

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本, Photoshop CS6.0 及以上版本

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-17)。

详情页设计试题评分卡(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)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(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)
	产品细节展示	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
	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0/2/3/4/5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	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H1-18，网店美工设计-详情页设计5

### 项目描述

【背景素材】“快乐成长”是一家以销售儿童早教产品为主的网店。近期，“快乐成长”生产厂商发布一款新型儿童早教益智玩具，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。相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-8\。

#### （1）任务描述

任务：请利用图片、文档素材，完成“快乐成长”新产品的详情页面设计。

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详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求有 5 张以上的产品卖点展示图，并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的参数、尺寸、存储空间等相关信息，以及产品附件信息，用图文混排方式在详情页中进行相关内容的展示设计。

⑤产品细节的展示：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。

⑥ 根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，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“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

#### （2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0 及以上版本

#### （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### （4）评分标准

见试题评分卡(H1-18)。

详情页设计试题评分卡(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)。		
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1)详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2)详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3)详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4)详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1)详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2)详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3)详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4)详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	产品说明展示	16分	产品说明设计(4分), 产品附件设计(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)	
	产品细节展示	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	
	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0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 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	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
	合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H1-19, 网店美工设计-详情页设计 6

### 项目描述

【背景素材】一家以销售各类大理石瓷砖为主的旺铺将于最近推出一款通体大理石瓷砖, 请为其制作该新产品的详情页面。

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。相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-19\。

#### (1) 任务描述

任务: 请利用图片、文档素材, 完成通体大理石瓷砖新产品的详情页面设计。

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。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容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(类型、规格、制作工艺、尺寸等相关信息): 要求根据产品文档信息提供的相关产品的说明和尺码信息, 用表格方式展示产品说明, 用图示方式展示尺寸, 要求图文混排, 简洁直观, 美观大方。

④产品亮点图设计: 根据产品“文档信息.doc”提供中的产品亮点, 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产品实物及特点展示的设计。根据提供素材图片进行产品实物及特点展示设计, 要求展示合理, 排版美观, 排版设计中用到至少 3 种排列方式, 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“详情页.PSD”, 使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片, 并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中, 并将此子文件夹命名为“切片”。

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Photoshop CS6.0 及以上版本。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-19)。

试题评分卡(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)。		
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求,按0分/3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)	
	产品亮点图设计	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	
	实物及特点展示设计	15分	根据详情页中实物及特点展示的整体排版、布局的合理、美观程度,分段计分,详细计分规则如下: 1 详情页中实物及特点展示图设计少于3张,且排版单一(0-5分) 2 详情页中实物及特点展示图多于3张少于5张,且排版样式达到2种(6-8分) 3 详情页中实物及特点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上(9-12分) 4 详情页中实物及特点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,且在展示中有相关文字或标注的衬托设计,(13-16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0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 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	9分	文件名和格式正确(3分)切片规范合理性(4分)子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 试题编号：H1-20，网站美工设计-网站页面的编辑美化 1

### 项目描述

【背景素材】“绿色食品网”是绿色食品（北京）有限公司旗下官方网站，它立志于有机食品的发展，坚持以人为本，走可持续发展的道路，从农田到餐桌，实行全过程监控体系，以优质的产品为更多的人提供健康的食品。请运用相应的工具软件来完成网站内容建设中相关页面美化处理。网页效果如图 H1. 1. 20 所示，相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-20\。



图 H1. 1. 20 “绿色食品网”网站页面效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片、网页素材，完成“绿色食品网”网站页面的编辑美化处理。

①将 images 文件夹下的 Banner 图片中的文字擦除，添加公司网站名称“绿色食品网”文字 Logo，文字的格式、大小、颜色、形状自定义，但要求美观、清晰，修改后的图像文件名为 Banner\_new.jpg，保存在 images 文件夹中；

②公司产品图片 con\_2.jpg、con\_3.jpg、con\_4.jpg 均加上印有“绿色食品网”的 Logo 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；

③设置页面属性：字体为宋体，大小为 12px，文本颜色为#616161，上下左右边距为 0px，超链接属性均为“始终无下划线”，链接颜色为#626262，网页标题为“绿色食

品有限公司官方网站”；

④设置 body 标签的 CSS 样式：背景颜色为#FFF；

⑤设置主页链接：将导航条中的公司新闻链接到页面 list.html，公司产品展示到页面 product.html，关于我们链接到页面 about.html，如没有相关网页则创建网页，其它为空链接；

⑥建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss.css，文件保存在 WebSite 文件夹下 CSS 文件夹中，修改“代码.txt”中的外部样式文件链接代码完成外部样式文件链接。设置 01 有机蔬菜至 04 有机肉禽蛋段落文字的样式为：行高 18px，颜色为#9D9D9D，填充上下 0px、左 38px、右 15px。

⑦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：winxp\win7\win8 操作系统,Office2010 及以上版本,Photoshop CS6.0 及以上版本,Dreamweaver CS5 及以上版本。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H1-20)。

**网站页面的编辑美化试题评分卡 (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，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	20分	图片格式正确 3 分、存储正确 3 分，文字擦除效果 5 分，Banner 添加 Logo 效果 4 分，整体效果 5 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，每少处理一个图片水印扣 4 分，扣完本项为止	
	主页基本属性设置	15分	外观设置正确 5 分，链接设置正确 5 分，网页标题设置正确 5 分	
	body 标签设置样式	10分	Body 标签样式规则创建正确 5 分，背景颜色设置正确 5 分，设置错误一个扣 5 分，扣完本项为止	
	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，每少设一个链接扣 4 分，扣完本项为止	
	用 CSS 样式美化网页	20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，方框设置是否正确 5 分，样式是否应用到对应文字 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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H1-21，网站美工设计-网页页面的编辑美化 2

### 项目描述

【背景素材】“玩具之家”是一家经营儿童玩具的厂家，现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。网页效果如图 H1. 1. 21 所示, 相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-21\。



图 H1. 1. 21 “玩具之家”页面效果图

#### (1) 任务描述

任务：请利用图片、网页素材，完成“玩具之家”网页页面的编辑美化处理。

①为“玩具之家”公司设计 Logo，要求体现中文及拼音名称，文字颜色、字体、设计风格不限，需与网页背景及公司形象相协调吻合。并将 Logo 保存至 images 文件夹并命名为 Logo. jpg。

②将 images 文件夹中的玩具产品图片添加“玩具之家”水印，要求水印与产品图片相融，至少处理 4 个，将处理后的图片分别命名为 product1. jpg； product2. jpg； product3. jpg； product4. jpg 存储于站点 images 文件夹下；

③根据网站项目背景知识给此主页更改网页标题为“玩具之家”，设置文字颜色为“#000000”，设置主页页面的超链接属性均为“始终有下划线”；

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将已添加水印的产品图片重新添加到页面中。

⑥参照图 H1.1.25 “玩具之家”页面效果图，页面上方添加 Logo，设置滚动条幅框，内容为：“玩具之家，欢迎你的到来”，设计需美观简洁，其余不作具体要求。

代码：<marquee scrollAmount=2 width=600 height=60 direction=left>玩具之家，欢迎你的到来</marquee>

⑦设置主页面的链接：将导航条中的主页链接到 index.html，关于我们链接到页面 about.html，产品展示到页面 product.html，信息反馈链接到页面 list.html，给我们邮件链接到邮件：abc@163.com，如没有相关网页则创建网页，其它为空链接。

⑧根据“代码.txt”文件中代码，将页面下方“enter”设置弹出对话框，内容为“预留电话：0731-88888888”。

### (2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本，Dreamweaver CS5 及以上版本。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-21)。

网站页面的编辑美化试题评分卡（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，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	10分	图片格式符合2分、存储正确2分，体现中文及拼音名称3分，与网页背景及公司形象相协调吻合3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，每少处理一个图片水印扣4分，扣完本项为止	
	主页基本属性设置	15分	外观设置正确5分，链接设置正确5分，网页标题设置正确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	
	产品展示图片处理	15分	按修改产品图片数量计分，每少修改一个产品扣4分，扣完本项为止	
	页头处理	10分	添加Logo图片4分，设置滚动条幅框正确6分	
	页面超链接设置	15分	根据链接设置是否正确，是否可以打开评分，每少设一个链接扣4分，扣完本项为止	
	页面动态元素设置	10分	弹出对话框设置正确10分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H1-22，网站美工设计-网页页面的编辑美化 3

### 项目描述

【背景素材】“伙计服饰”是一家经营多年的服装生产家，现决定通过互联网进行产品及品牌营销，已完成初步网站搭建，但由于效果不佳，现请你帮助他们进行网站网页的编辑美化。请运用相应的工具软件来完成下列操作处理。相关素材见网店（站）美工素材\试题 H1-22\。

#### （1）任务描述

任务：请利用图片、网页素材，完成“伙计服饰”网页页面的编辑美化处理。

①重新设计“伙计服饰”公司 Logo，要求保留相关枫叶素材，但字体及配色采用清新风格，要求体现中文及拼音名称，并将 Logo 保存至 images 文件夹并命名为 Logo\_new.jpg，同时修改网页 Logo。

②将文件夹中两个模特照片，在不改变长宽比例、不裁剪图片的前提下，将文件大小控制在 30kb 以下。

③主页属性设置：根据网站项目背景知识给此主页更改网页标题，设置背景颜色为“#0b2c04”，上下左右边距为 0px，设置主页页面的超链接属性均为“始终无下划线”；

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为网站右侧空白部分添加产品分类列表，分别为：夏威夷衫、休闲 T 恤、沙滩裤、裙装、童装系列、裤装、男装系统、职业装、鞋类，并设置空链接。

⑥在主页顶部 Logo 下加入四个导航链接：首页、关于我们、产品列表、联系我们，颜色、大小、字体均自定义。首页链接到 index.html，其它链接地址为网页名称的首字母.html，如关于我们链接到 gywm.html（不存在的网页需要进行创建）；

⑦页头 Logo 右侧单元格设置滚动条幅框，具体内容为“欢迎您光临伙计服饰”，颜色、大小、字体均自定义。

代码：<marquee scrollAmount=2 width=306 height=45 direction=left>伙计服饰，欢迎你的到来</marquee>

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss.css，文件保存在 WebSite 文件夹下 CSS 文件夹中，修改“代码.txt”中的外部样式文件链接代码完成外部样式文件链接。将“产品分类”区域字体设定为黑体，大小设定为 24，颜色代码为“#990000”；

#### （2）实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本，Dreamweaver CS5 及以上版本。

#### （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### （4）评分标准

见试题评分卡(H1-22)。

网站页面的编辑美化试题评分卡 (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,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	10分	图片格式正确2分、存储正确2分,体现中文及拼音名称3分,与网页背景及公司形象相协调3分
	图片压缩处理	10分	文件大小控制在30kb以下,每个图片5分
	主页基本属性设置	10分	外观设置正确4分,链接设置正确3分,网页标题设置正确3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
	添加产品分类列表	15分	按添加产品分类数量计分,每少添加一个产品分类扣1分,链接设置错误一个扣2分,扣完本项为止
	页头处理	10分	修改Logo图片4分,设置滚动条幅框正确6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,每少设一个链接扣4分,扣完本项为止
	页面动态元素设置	5分	滚动条幅框设置正确5分
	用CSS样式美化网页	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
合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: H1-23, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 4

项目描述

【背景素材】Focus 地产有限责任公司主营业务范围涵盖商业运营管理、不动产开发、是综合性地产开发特色房企。现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象,加强企业的宣传。请运用相应的工具软件来完成商务网站的编辑美化相关工作任务。网页效果如图 H1.1.23 所示,相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-23\。



图 H1.1.23 “Focus 地产” 网页效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片、网页素材，完成“Focus 地产”网站页面的编辑美化处理。

①设计 Logo，参照图 H1.1.28 设计 Logo，长为 274 像素 × 58 像素；添加由公司名称“Focus 地产”、域名“www.Focus.com”合成的文字 Logo，文字的格式、大小、颜色、形状自定义，但要求美观、清晰，与网页风格协调，Logo 图像文件名为 Logo.jpg，保存在 images 文件夹中；

②设置页面属性，字体为宋体，大小为 12px，背景颜色为 #012a05，上左右边距为 0px，下边距为 10px；网页标题为“Focus 地产网有限责任公司”，超链接属性为“始终无下划线”，链接颜色为 #FFFFFF；

③参照图 H1.1.28 Logo 位置，插入 Logo，调整大小，使 Logo 与页面协调；

④参照图 H1.1.28 加入导航链接，颜色、大小、字体均自定义。首页链接到 index.html，其它链接地址为名称的首字母.html，如关于我们链接到 gywm.html（不存在的网页需要进行创建）；

⑤建立 CSS 样式文件，文件名为 style.css，保存在 CSS 文件夹，修改“代码.txt”中的外部样式文件链接代码完成外部样式文件链接。用 CSS 样式将“新闻资讯”、“服务热线”区域文字大小设定为 12px，颜色为“#a29445”；

⑥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；

⑦设置页面右下角“更多”按钮弹出对话框效果，修改“代码 1.txt”中代码，并将其应用到网页，实现点击按钮弹出对话框显示文本“建设中……敬请期待！”；

### (2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 及以上版本，Photoshop CS6.0 及以上版本，Dreamweaver CS5 及以上版本。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-23)。

网站页面的编辑美化试题评分卡 (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,遵守操作规程、操作纪律。记0分/3分/5分	
工作任务 (95分)	Logo设计	15分	图片大小相符合3分、格式正确2分, Logo文字效果5分,整体效果5分
	设置页面属性	15分	设置外观正确5分,网页标题设置正确5分,页面的超链接设置正确5分。
	插入Logo	10分	插入Logo正确4分,整体效果6分
	加入导航链接	20分	少添加一个导航链接扣4分,扣完为止
	CSS样式美化网页	15分	外部文件按规定建立5分;是否应用到文字区域每个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。
	弹出对话框效果	10分	弹出对话框效果设置正确10分
合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: H1-24, 网站美工设计-网站页面的编辑美化 5

#### 项目描述

【背景素材】“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。网页效果如图 H1. 1. 24 所示,相关素材见网店(站)美工素材\试题 24\。



图 H1. 1. 24 “普拉”网页效果图

### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材，完成“普拉”网站页面的编辑美化处理。

①Banner 图片设计，参考图 H1. 1. 24 “普拉”网页效果图，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；将 Banner. jpg 的长宽调整为 700 像素× 230 像素；

②参考图 H1. 1. 24 “普拉”网页效果图右下角产品主图，根据文件夹 images 下所给的素材（p1. jpg 至 p4. jpg）制作产品主图，按照以下要求完成图片的制作：

要求：1）四幅图大小一致（400 像素× 400 像素），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 H1. 1. 24 标注一致（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。

③参照图 H1. 1. 24 “普拉”网页效果图，在 WebSite 文件夹下新建主页文件 index. html，并对主页进行布局。

要求：

1）设置页面属性：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 H1.1.24 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 H1.1.24 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 , 就能 QQ 交流(代码见“QQ 代码”)。(位置参见图 H1.1.24)

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)

```
<a href="http://www.baidu.com" target="_blank"></a>
```

⑥设置主页面的链接: 导航条设置链接, 首页链接到 index.html, 其它链接名称的首字母.html, 如, 运动鞋链接到 ldx.html (不存在的网页需要进行创建);。

### (2) 实施条件

硬件: 计算机; 软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 及以上版本, Photoshop CS6.0 及以上版本, Dreamweaver CS5 及以上版本。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-24)。

网站页面的编辑美化试题评分卡 (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, 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 0/1-3/4-6 给分	
			保存图片大小正确 2 分	
			图片整体效果按照 0-2 分/3-5 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	
			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。	
	主页设计与布局	27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	
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。	
	关键字设置	6 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。	
	图片放大特效制作	13 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 1 分，共 4 分	
	合计	100 分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 试题编号：H1-25，网站美工设计-网页页面的编辑美化 6

#### 项目描述

【背景素材】“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美化相关工作任务。网页效果如图 H1. 1.25 所示，相关素材见网店(站)美工素材\试题 H1-25\。

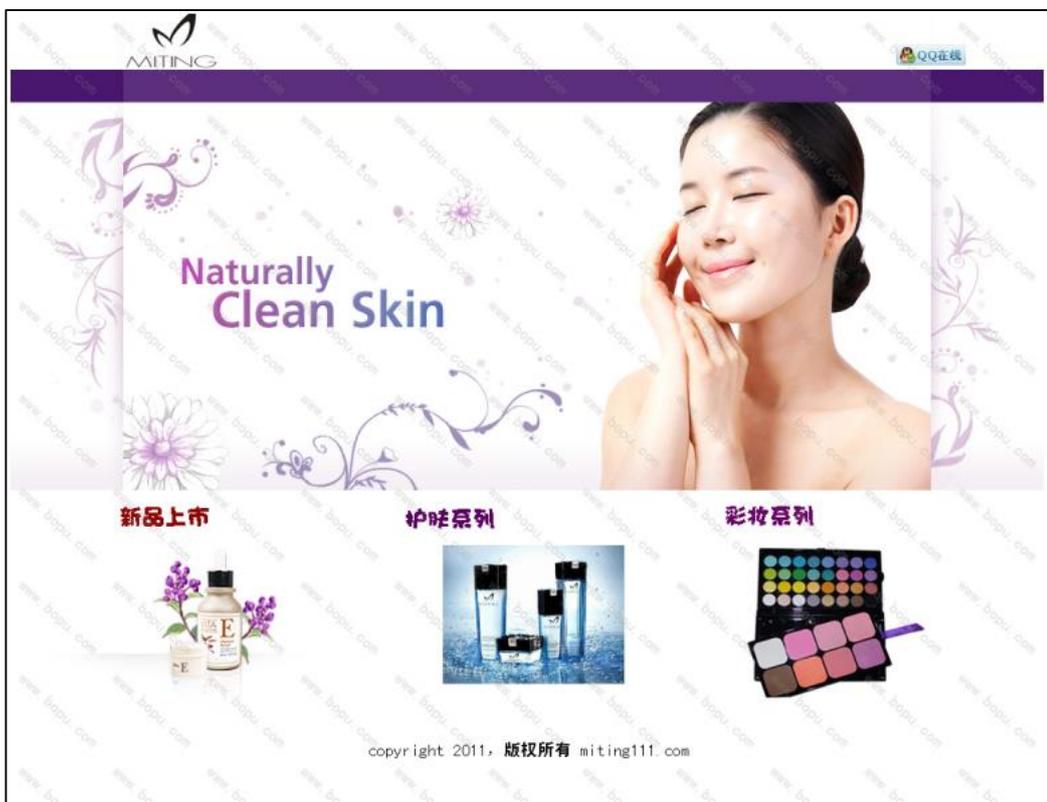


图 H1. 1.25 “MiTing” 网页效果图

#### (1) 任务描述

任务：请利用图片素材，完成“MiTing”网页页面的编辑美化处理

①调整 Banner. jpg 长宽为 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、pro. jpg、pro. jpg 的文件大小改为 40kb 以下；把 Logo. psd 导出为 Logo. jpg；

②参照图 H1.1.25 “MiTing” 网页效果图，调整 Banner. jpg 图片中人物面部颜色光泽，使其更自然清新；去除人物左肩红点；

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在 WebSite 文件夹下新建主页文件 default. html。参照图 H1.1.25 “MiTing”网页效果图（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。首页链接到 index. html, 其它链接地址为名称的首字母. html，如关于我们链接到 gywm. Html（不存在的网页需要进行创建）；

⑥建立 CSS 样式文件，文件名为 style. css，保存在 CSS 文件夹，修改“代码. txt”中的外部样式文件链接代码完成外部样式文件链接。用 CSS 样式将“新品上市”、“护肤系列”和“彩妆系列”字体为黑体，大小为 24，颜色为“#990000”；

⑦在网页中嵌入 qq 客服，客户点击  就能进行 QQ 交流，（代码见“QQ 代码”）。

⑧设置页面属性, 文本为宋体，大小为 14px，网页标题为“米婷官网”，超链接属性为“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：winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 及以上版本, Photoshop CS6.0 及以上版本, Dreamweaver CS5 及以上版本。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

## (4) 评分标准

见试题评分卡(H1-25)。

网站页面的编辑美化试题评分卡（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，遵守操作规程、操作纪律。记 0 分/3 分/5 分	
工作任务 (95)	Banner 图片处理	15分	长度调整相符合 3 分、图片大小调整 5 分，Logo 导出 2 分，整体效果 5 分	
	产品展示图片处理	30分	图片大小合适，且四幅大小一致 8 分，一副不一致扣除 2 分	
			Banner 人物面光 3 分，去除左肩红点 3 分	
			每幅图均加上公司名称 2 分，每张图片是否加上水印 2 分。	

分)	主页设计与布局	29 分	页面属性中标题设置正确 3 分；超链接属性设置正确 3 分； 主页背景颜色 3 分，页面居中对齐 3 分；	
			新建主页文件 3 分，文件布局 2 分；	
			布局整齐，大小合适 4 分	
			在网页中嵌入 qq 客服位置正确 4 分，点击标志，能进行交流 4 分。	
	CSS 样式美化网页	15 分	外部文件按规定建立 5 分；是否应用到文字区域每个 5 分	
	关键字设置	8 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 2 分，description 标签添加位置正确 2 分、内容的合理性 2 分。	
	导航链接	8 分	每个导航设置链接正确 2 分，共 8 分	
	合计	100 分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 模块三 电商平台运营

电商平台运营模块要求学生能够在规定的抽查时间内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、店铺引流推广、转化率提高、客单价提升，以达到项目盈利最大化为目的。模块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。

### 试题编号：H2-1，电商平台运营-B2B 平台运营 1

#### 项目描述

平安电气股份有限公司的前身为 1995 年成立的湘潭平安电气集团有限公司，至今已有 16 年的历史。主营业务为矿用通风设备的研发、生产和销售，产品广泛应用于煤矿、有色金属矿山和隧道等行业。

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，共有 15 个系列共 170 余种规格产品。目前拥有煤矿、金属矿山、隧道、地下工程等行业近 1000 家客户，公司风机已远销越南、俄罗斯、马来西亚、尼泊尔、赞比亚等国家。优秀的品质与服务赢得了广大用户的信任与青睐，连续三年产品市场占有率居同行业首位。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。

#### (1) 任务描述

##### 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 (<https://ext.1688.com/>)，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：诚信通用户具有什么样特权，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(<https://www.1688.com/>)搜索框中输入“通风机”,或者从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的相关产品参数、上下游销售地区等,由此可以提供标题选词参考,操作并填写表2。

**表2 关键词选择一**

将搜索框中输入“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“所有货源”栏目下的分类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通过在阿里巴巴首页(<https://www.1688.com/>)搜索框中输入“通风设备”,从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的相关产品参数、上下游销售地区等,由此可以提供标题选词参考,操作并填写入表3中。

**表3 关键词选择二**

将搜索框中输入“通风设备”后的搜索结果页的界面截图插入下行单元格中			
请从搜索结果页的“所有货源”栏目下面的“产品参数”、“风机压力”、“加工定制”等方面各找1-2个词填入下行单元格中(注意:“产品参数”需要包含两个关键词)			

③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填入表4。

**表4 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、产品特点、产品优势等方面去考虑，将发布内容填入表 5。

**表 5 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。请根据阿里指数查询设置本产品的广告投放区域并说明理由，填入表 6。

**表 6 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 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。将内容请填入表 7。

**表 7 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	
选择此板块发布的理由	

#### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-1)。

试题评分卡(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)	诚信通 (26分)		5分	问题回答正确、完整、没有歧义	
		诚信通相关问题	5分	问题回答正确、完整、没有歧义	
			16分	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)	搜索下拉框	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	搜索下拉框
		搜索结果页	4分	搜索结果页的“所有货源”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	搜索结果页
		搜索结果页	7分	截图3分;关键词每个1分,共4分	搜索结果页
		推广标题	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0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。	
	信息发布与广告投放 (15分)	信息发布	7分	信息发布内容7分	
		广告投放	8分	广告投放区域3分,投放理由5分	
	论坛软文推广 (29)	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	6分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
			6分	结构严谨、文笔通顺	
6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	6分	软文发布版块选择3分,选择理由充分3分			
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-2，电商平台运营-B2B 平台运营 2

### 项目描述

多喜爱家饰织用品有限公司 (<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。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。

#### (1) 任务描述

##### 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 (<https://cxt.1688.com/>)，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：诚信通用户具有什么样特权，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 (<https://www.1688.com/>) 搜索框中输入“床上用品”，或者从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的相关产品参数、面料支数、印染工艺、织造工艺、材质等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“所有货源”栏目下的分类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通过在阿里巴巴首页(<https://www.1688.com/>)搜索框中输入“家纺家饰四件套”，从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的相关产品参数、面料支数、印染工艺、织造工艺、材质等，由此可以提供标题选词参考，操作并填写入表 3 中。

**表 3 关键词选择二**

将搜索框中输入“家纺家饰四件套”后的搜索结果页的界面截图插入下行单元格中			
请从搜索结果页的“所有货源”栏目下面的“产品参数”、“面料支数”、“印染工艺”、“织造工艺”、“材质”等方面找四个关键词填入下列单元格中			

③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填入表 4。

**表 4 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、产品特点、产品优势等方面去考虑，将发布内容填入表 5。

**表 5 阿里巴巴产品信息内容**

--

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。请根据阿里指数查询设置本产品的广告投放区域并说明理由，填入表 6。

**表 6 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 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。将内容请填入表 7。

**表 7 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	
选择此板块发布的理由	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡 (H2-2)。

试题评分卡(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)	诚信通 (26分)		5分	问题回答正确、完整、没有歧义	
		诚信通相关问题	5分	问题回答正确、完整、没有歧义	
			16分	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)	搜索下拉框	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	
		搜索结果页	4分	搜索结果页的“所有货源”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	
		搜索结果页	7分	截图3分;关键词每个1分,共4分	
		推广标题	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0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。	
	信息发布与广告投放 (15分)	信息发布	7分	信息发布内容7分	
		广告投放	8分	广告投放区域3分,投放理由5分	
	论坛软文推广 (29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	6分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
			6分	结构严谨、文笔通顺	
			6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	6分	软文发布版块选择3分,选择理由充分3分			
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-3，电商平台运营-B2B 平台运营 3

### 项目描述

湖南蜜蜂哥哥蜂业有限公司养蜂场是一家集专业养蜂和蜂产品加工、销售的企业，位于湖南东部与江西交界的罗霄山脉、浏阳河源头原始深山——大围山。这里与周边县市山脉相通，茂盛的原始森林中花木繁多、蜜源丰富，具有得天独厚的养蜂条件，是一处天然的养蜂和蜂产品加工宝地。原来的大围山养蜂较多，但由于交通不便、信息闭塞，使这些天然珍稀之品“养在深闺人未知”，产品无法走向大市场。2000年9月，养蜂世家传人何国华先生以开拓性眼光，申请市工商局批准注册，牵头成立蜜蜂哥哥蜂业专业合作社，建立养蜂技术学校，组建大围山养蜂场。

蜜蜂哥哥公司官方网址：<http://beeboy.foodmate.net>

淘宝店铺地址：<https://mybee.taobao.com/?spm=2013.1.1000126.d21.4FCCt8>

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。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。

#### (1) 任务描述

##### 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：开通诚信通服务的年费是多少？
问题 2：加入诚信通后，可以拥有企业信用特权，让买家与您放心交易，这个企业信用特权指的是什么？
问题 3：加入诚信通会员后，可以获得“精准营销”的营销利器，在诚信通服务的体验馆中体验一次精准营销过程，总结诚信通精准营销实现的步骤。

##### 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(https://www.1688.com/)搜索框中输入“蜂蜜”，或者从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的蜂蜜种类、品牌、储存条件等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“蜂蜜”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“所有货源”栏目下的分类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通过在阿里巴巴首页(https://www.1688.com/)搜索框中输入“湖南蜂蜜”，从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的蜂蜜种类、品牌、储存条件等，由此可以提供标题选词参考，操作并填写表 3。

**表 3 关键词选择二**

将搜索框中输入“湖南蜂蜜”后的搜索结果页的界面截图插入下行单元格中			
请从搜索结果页的“所有货源”栏目下面的“蜂蜜种类”、“品牌”、“储存条件”等方面找四个关键词填入下列单元格中			

③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 4 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、产品特点、产品优势等方面去考虑，将发布内容填入表 5

**表 5 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。请根据阿里指数查询设置本产品的广告投放区域并说明理由,填入表6。

**表6 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。将内容请填入表7。

**表7 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	
选择此板块发布的理由	

**(2) 实施条件**

硬件:计算机、互联网;

软件:winxp\win7\win8操作系统,Office2007版本以上,HyperSnap截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-3)。

试题评分卡(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)	诚信通 (26分)	诚信通相关问题	5分	问题回答正确、完整、没有歧义	
			5分	问题回答正确、完整、没有歧义	
			16分	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)	搜索下拉框	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	
		搜索结果页	4分	搜索结果页的“所有货源”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	
		搜索结果页	7分	截图3分;关键词每个1分,共4分	
		推广标题	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0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。	
	信息发布与广告投放 (15分)	信息发布	7分	信息发布内容7分	
		广告投放	8分	广告投放区域3分,投放理由5分	
	论坛软文推广 (29)	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	6分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
			6分	结构严谨、文笔通顺	
6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	6分	软文发布版块选择3分,选择理由充分3分			
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H2-4, 电商平台运营-B2B 平台运营 4

### 项目描述

湖南省怡清源茶业有限公司 (<http://www.yiqingyuan.com>) 集茶叶科研、茶园基地建设、茶叶生产、加工、销售、茶文化传播于一体, 是中国茶叶行业百强企业、中国茶叶知名企业。怡清源商标被评为中国驰名商标。“怡清源茶艺”被誉为“茶道潇湘第一家”。怡清源知名度、美誉度高, 在整个湖南茶产业行业中占据着重要的位置。公司已建立了批发、代理、经销、联营、出口、连锁专卖等立体营销网络。经营的产品主要有: 益阳安化黑茶、绿茶、湖南特产茶、礼品茶、高档绿茶、办公用茶等等。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: 怡清源

产品类别: 黑茶

产品名称: 黑茶湖南安化黑茶 2011 年茯砖黑砖花砖礼盒/安化三砖

保质期: 12 个月以上

包装规格: 1.6kg/盒

### (1) 任务描述

#### 1) 市场分析

公司在入驻阿里巴巴之前, 需要了解市场整体趋势, 以及所在行业采购市场的行情和动态, 熟悉消费者市场的走势和特性。利用阿里指数数据分析平台, 查询“黑茶”阿里巴巴采购指数和供应指数 (相关截图结果附后), 并分析最近 3 个月的变化趋势, 接着查询最近 30 天与“黑茶”相关的潜力行业, 列出潜力行业的前 3 名, 并通过“属性细分”查询最近 30 天, “黑茶”行业在 1688 市场的热门原产地前 3 位, 以及采购最多的商品价格带分布。

现将上述操作搜索结果截图附后, 请根据“阿里巴巴采购指数”、“最近 30 天相关热门行业”、“最近 30 天相关潜力行业截图”等截图中的信息对截图中的相关内容进行说明和分析, 请将相关结果填入表 1 中。

表 1 市场选品分析

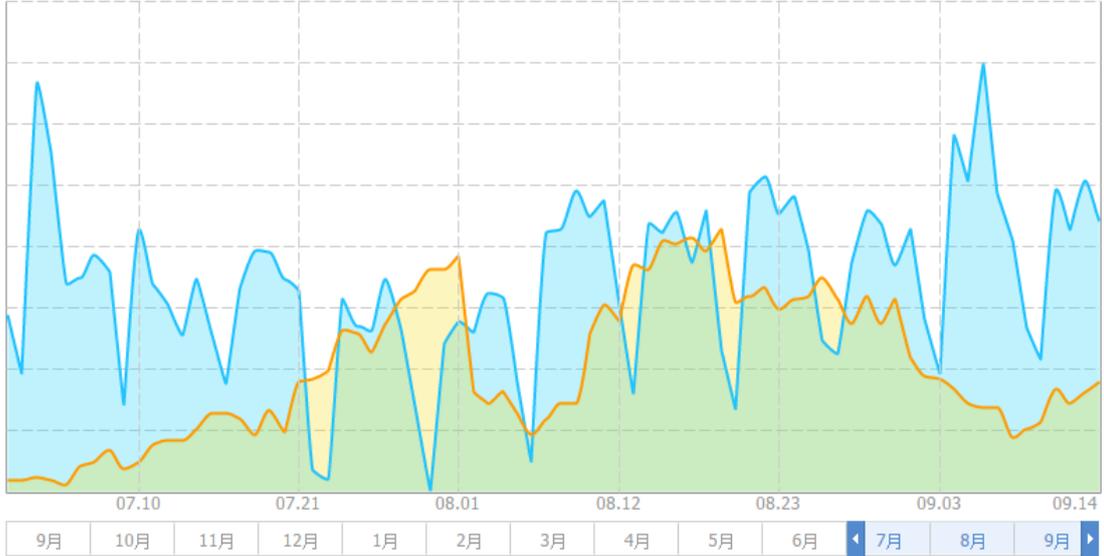
阿里巴巴采购指数和供应指数截图:

No.2

最近30天，您所选行业黑茶在茶叶行业中1688采购指数排名第2

2017.07.01-2017.09.14

淘宝采购指数  1688采购指数  1688供应指数



采购趋势变化分析说明：

最近 30 天相关潜力行业截图

最近30天黑茶相关行业

热门行业 潜力行业

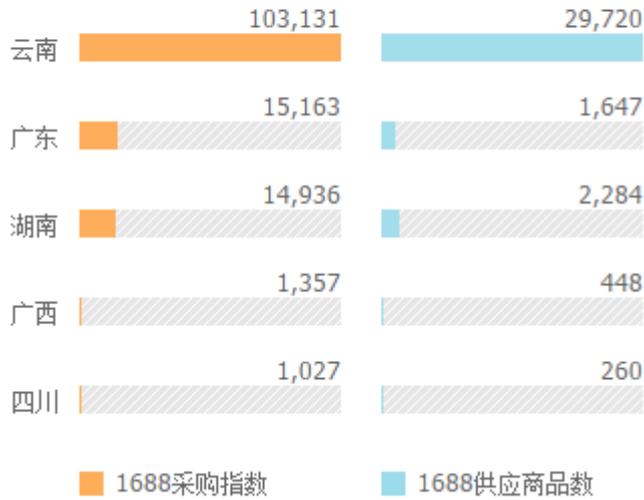
行业	淘宝需求预测	淘宝采购指数	1688采购指数	供应指数	
<input checked="" type="checkbox"/> 黑茶	保持平稳	0	1,492	2,760	
<input type="checkbox"/> 1 黄茶	小幅上升	154	39	121	对比
<input type="checkbox"/> 2 代用/养生	小幅上升	2,532	1,060	1,341	对比
<input type="checkbox"/> 3 花果茶	小幅上升	7,246	1,872	2,475	对比
<input type="checkbox"/> 4 红茶	保持平稳	0	893	1,828	对比
<input type="checkbox"/> 5 绿茶	保持平稳	0	1,290	1,770	对比

潜力行业前 3 名：

最近 30 天在 1688 市场的热门原产地截图

## 黑茶热门基础属性 ?

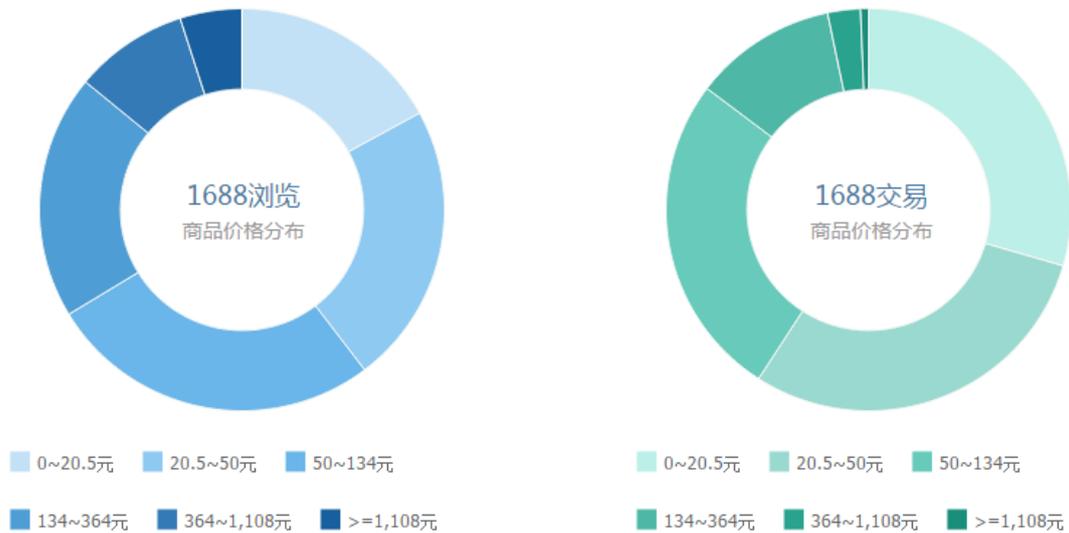
### 1688热门属性



热门原产地前 3 名： 云南 湖南 广东

采购最多的商品价格带分布截图

### 黑茶价格带分布 ?



价格带分布情况说明：

### 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(https://www.1688.com/)搜索框中输入“黑茶”，或者从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的产品类别、原产地、保质期等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“黑茶”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“所有货源”栏目下的分类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通过阿里指数中的阿里排行中的上升榜和热搜榜数据截图，从中找出合适的4个关键词，并将查询选择的关键词填入表3中。

表3 关键词选择二

阿里指数搜索排行榜的上升榜和热搜榜截图如下																																																																					
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="display: flex; gap: 10px;"> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">搜索排行榜</span> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">产品排行榜</span> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">公司排行榜</span> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">企业官网排行榜</span> </div> <div style="text-align: right; font-size: small;">             统计周期: <input checked="" type="radio"/> 最近7天 <input type="radio"/> 最近30天             <span style="float: right;">数据更新时间: 2017-09-</span> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 48%; border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <div style="text-align: center; font-weight: bold; color: #0070C0;">黑茶 上升榜</div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <thead> <tr> <th>关键词</th> <th>搜索趋势</th> <th>搜索指数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1 新会小青柑普洱茶</td><td>↑157%</td><td>105</td></tr> <tr><td>2 普洱熟茶饼</td><td>↑150%</td><td>92</td></tr> <tr><td>3 青砖茶</td><td>↑108%</td><td>105</td></tr> <tr><td>4 普洱 小青柑</td><td>↑106%</td><td>86</td></tr> <tr><td>5 生晒小青柑</td><td>↑100%</td><td>28</td></tr> <tr><td>6 虫屎茶</td><td>↑100%</td><td>156</td></tr> <tr><td>7 中粮普洱茶</td><td>↑86%</td><td>92</td></tr> <tr><td>8 雅安茶</td><td>↑85%</td><td>28</td></tr> <tr><td>9 湖南</td><td>↑79%</td><td>229</td></tr> <tr><td>10 普洱茶纸箱</td><td>↑73%</td><td>28</td></tr> </tbody> </table> </div> <div style="width: 48%; border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <div style="text-align: center; font-weight: bold; color: #0070C0;">黑茶 热搜榜</div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <thead> <tr> <th>关键词</th> <th>搜索指数</th> <th>全站商品数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1 茶叶</td><td>5475</td><td>1432377</td></tr> <tr><td>2 小青柑</td><td>1815</td><td>3525</td></tr> <tr><td>3 普洱茶</td><td>1623</td><td>86640</td></tr> <tr><td>4 普洱熟茶</td><td>1504</td><td>9817</td></tr> <tr><td>5 新会小青柑</td><td>1092</td><td>1901</td></tr> <tr><td>6 柑普茶</td><td>1041</td><td>4797</td></tr> <tr><td>7 小青柑普洱</td><td>936</td><td>1915</td></tr> <tr><td>8 安化黑茶</td><td>892</td><td>2268</td></tr> <tr><td>9 冰岛普洱茶</td><td>861</td><td>1213</td></tr> <tr><td>10 云南特产</td><td>827</td><td>46276</td></tr> </tbody> </table> </div> </div> </div>				关键词	搜索趋势	搜索指数	1 新会小青柑普洱茶	↑157%	105	2 普洱熟茶饼	↑150%	92	3 青砖茶	↑108%	105	4 普洱 小青柑	↑106%	86	5 生晒小青柑	↑100%	28	6 虫屎茶	↑100%	156	7 中粮普洱茶	↑86%	92	8 雅安茶	↑85%	28	9 湖南	↑79%	229	10 普洱茶纸箱	↑73%	28	关键词	搜索指数	全站商品数	1 茶叶	5475	1432377	2 小青柑	1815	3525	3 普洱茶	1623	86640	4 普洱熟茶	1504	9817	5 新会小青柑	1092	1901	6 柑普茶	1041	4797	7 小青柑普洱	936	1915	8 安化黑茶	892	2268	9 冰岛普洱茶	861	1213	10 云南特产	827	46276
关键词	搜索趋势	搜索指数																																																																			
1 新会小青柑普洱茶	↑157%	105																																																																			
2 普洱熟茶饼	↑150%	92																																																																			
3 青砖茶	↑108%	105																																																																			
4 普洱 小青柑	↑106%	86																																																																			
5 生晒小青柑	↑100%	28																																																																			
6 虫屎茶	↑100%	156																																																																			
7 中粮普洱茶	↑86%	92																																																																			
8 雅安茶	↑85%	28																																																																			
9 湖南	↑79%	229																																																																			
10 普洱茶纸箱	↑73%	28																																																																			
关键词	搜索指数	全站商品数																																																																			
1 茶叶	5475	1432377																																																																			
2 小青柑	1815	3525																																																																			
3 普洱茶	1623	86640																																																																			
4 普洱熟茶	1504	9817																																																																			
5 新会小青柑	1092	1901																																																																			
6 柑普茶	1041	4797																																																																			
7 小青柑普洱	936	1915																																																																			
8 安化黑茶	892	2268																																																																			
9 冰岛普洱茶	861	1213																																																																			
10 云南特产	827	46276																																																																			
将选择的4个词填入下行单元格中																																																																					

③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 4 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、产品特点、产品优势等方面去考虑，将发布内容填入表 5。

**表 5 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。请根据阿里指数查询设置本产品的广告投放区域并说明理由，填入表 6。

**表 6 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) 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。

**表 7 站内博客推广**

① 博客域名设定为 该域名的设置说明	
② 阿里博客笔名为 笔名设置说明	
③ 博客标题为 标题设置说明	
④ 博客描述	
设置至少 4 个博客文章分类	

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H2-4)。

试题评分卡(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)	市场分析 (20分)	采购趋势变化分析	5分	分析正确 5分	
		潜力行业	5分	潜力行业前3名正确 5分	
		热门产地	5分	热门产地正确 5分	
		采购价格带	5分	采购价格带正确 5分	
	站内搜索优化 (25分)	搜索框找	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	
		搜索结果页	4分	搜索结果页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	
		阿里指数排行查询	7分	关键词每个 2分, 共 7分	
		推广标题	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 0/2/3/4/5 计分 标题一 5分, 标题二 5分。	
	信息发布与广告投放 (15分)	信息发布	7分	信息发布内容 7分	
		广告投放	8分	广告投放区域 3分, 投放理由 5分	
	站内博客推广 (35分)	博客域名 (5分)	2分	域名设定容易记、有一定的含义	
			3分	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 (6分)	3分	笔名能体现公司产品及特色等	
			3分	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 (8分)	4分	博客名称设置合理	
4分			博客名称说明语义通顺、清晰。		
博客描述 (8分)		8分	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 (8分)	8分	文章分类类别设置合理 2分, 4*2=8分			
合计					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-5，电商平台运营-B2B 平台运营 5

### 项目描述

湖南临武舜华鸭业发展有限责任公司（<http://www.linwuya.cn/>）是农业产业化国家重点龙头企业和全国农产品加工业示范企业。自 1999 年 10 月创立以来，公司始终贯彻“服务农民，报效社会”的经营宗旨，构建了“公司+协会+农场”的产业化经营模式，致力于中国八大名鸭之一——临武鸭的种苗孵化、养殖、加工、销售一体化经营，取得了卓越的成绩。目前，舜华鸭业已建成现代化加工厂 4 座，种鸭场 4 个，养殖农场 186 个，带动临武鸭养殖农户、辣椒种植和油茶种植农户 2 万多户，成为中国最大的麻鸭养殖加工企业。经营的产品主要有：舜华临武鸭、舜华东江鱼、五谷香系列等等。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：舜华鸭业

产品类别：熟食

产品名称：舜华临武山茶油鸭

保质期：12 个月以上

包装规格：460g/盒

### （1）任务描述

#### 1) 市场分析

公司在入驻阿里巴巴之前，需要了解市场整体趋势，以及所在行业采购市场的行情和动态，熟悉消费者市场的走势和特性。现利用阿里指数数据分析平台，查询“鸭肉零食”阿里巴巴采购指数和供应指数（相关截图结果附后），并分析最近 3 个月的变化趋势，接着查询最近 30 天与“鸭肉零食”相关的潜力行业，列出潜力行业的前 3 名，并通过“属性细分”查询最近 30 天，鸭肉零食行业在 1688 市场的热门原产地前 3 位，以及采购最多的商品价格带分布。

现将上述操作搜索结果截图附后，请根据“阿里巴巴采购指数”、“最近 30 天相关热门行业”、“最近 30 天相关潜力行业截图”等截图中的信息对截图中的相关内容进行说明和分析，请将相关结果填入表 1 中。

**表 1 市场选品分析**

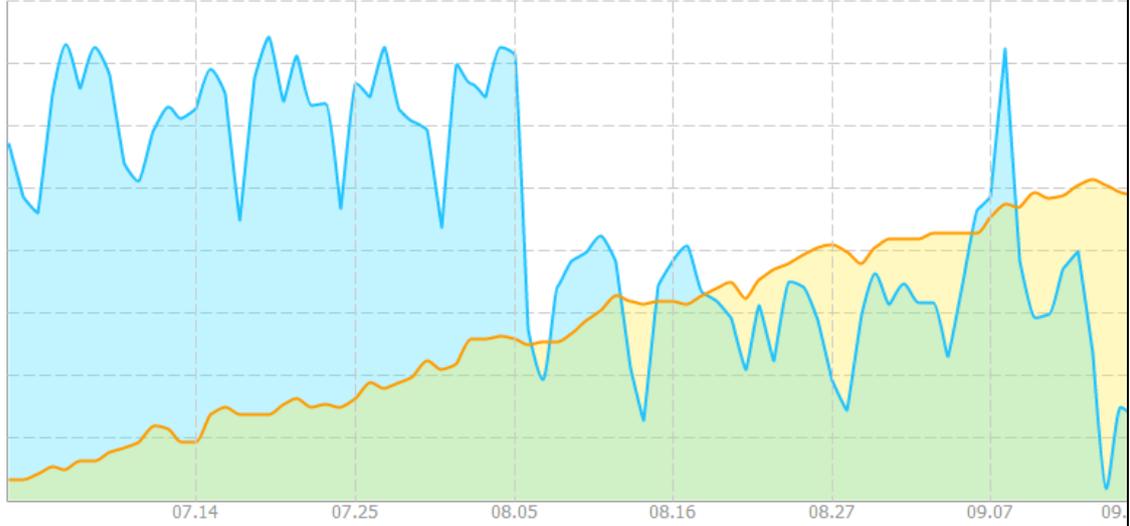
阿里巴巴采购指数和供应指数截图：

No.4

最近30天，您所选行业**鸭肉零食**在肉类零食行业中1688采购指数排名第**4**

2016.07.01-2016.09.18

淘宝采购指数  1688采购指数  1688供应



9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月

采购趋势变化分析说明：

最近 30 天相关潜力行业截图

最近30天**鸭肉零食**相关行业 ?

热门行业 潜力行业

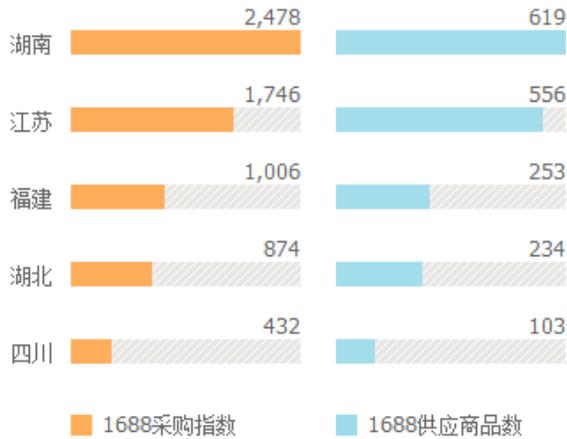
行业	淘宝需求预测	淘宝采购指数	1688采购指数	供应指数	
<input checked="" type="checkbox"/> 鸭肉零食	保持平稳	0	333	637	
<input type="checkbox"/> 1 羊肉零食	保持平稳	0	27	47	对比
<input type="checkbox"/> 2 牛肉零食	保持平稳	0	447	693	对比
<input type="checkbox"/> 3 猪肉零食	保持平稳	0	350	626	对比
<input type="checkbox"/> 4 鸡肉零食	保持平稳	0	286	601	对比

潜力行业前 3 名：

最近 30 天在 1688 市场的热门原产地截图

## 鸭肉零食热门基础属性 ?

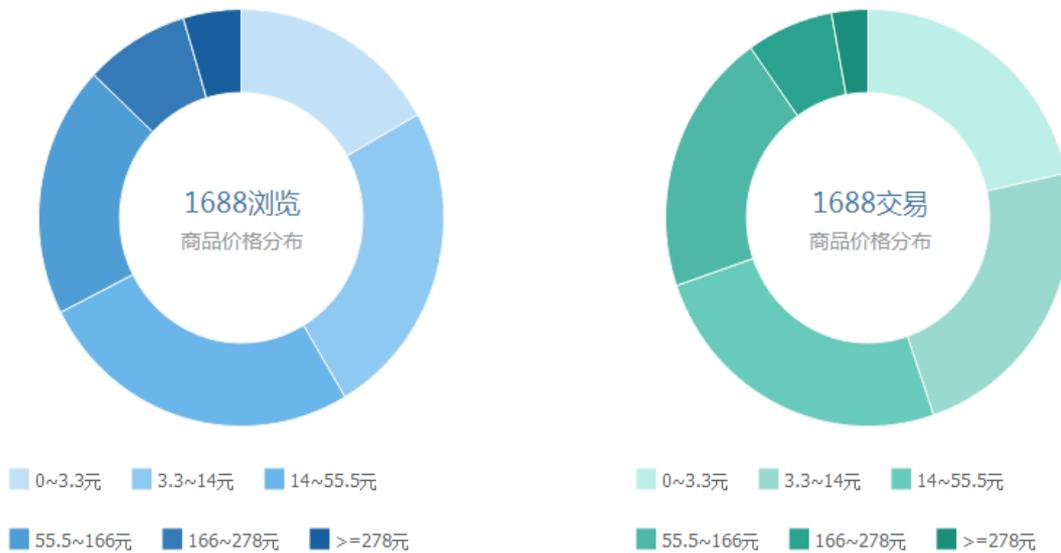
### 1688热门属性



热门原产地前3名:

采购最多的商品价格带分布截图

### 鸭肉零食价格带分布 ?



价格带分布情况说明:

### 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(<https://www.1688.com/>)搜索框中输入“鸭”或者“肉类

零食”，或者从搜索结果页的“所有货源”的相关参数筛选框中可以找到阿里巴巴平台所提供的原产地、制作工艺、储存条件、热卖月份、产品参数等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“鸭”或者“肉类零食”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“所有货源”栏目下的分类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通过阿里指数中的阿里排行查询搜索排行榜，查询“鸭肉零食”的上升榜和热搜榜，从中找出合适的 4 个关键词，将上述操作截图并将查询选择的关键词填入表 3 中。

**表 3 关键词选择二**

阿里指数搜索排行榜的上升榜和热搜榜截图如下			
将选择的 4 个词填入下行单元格中			

③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 4 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 5。

**表 5 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。请根据阿里指数查询设置本产品的广告投放区域并说明理由，填入表 6。

**表 6 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) 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 5。

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。

**表7 站内博客推广**

①博客域名设定为 该域名的设置说明	
②阿里博客笔名为 笔名设置说明	
③博客标题为 标题设置说明	
④博客描述	
设置至少4个博客文章分类	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-5)。

试题评分卡(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)	市场分析 (20分)	采购趋势变化分析	5分	分析正确5分	
		潜力行业	5分	潜力行业前3名正确5分	
		热门产地	5分	热门产地正确5分	
		采购价格带	5分	采购价格带正确5分	
	商品标题 搜索优化 (25分)	搜索框找	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	
		搜索结果页	4分	搜索结果页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	
		阿里指数排行查询	7分	关键词每个2分,共7分	
		推广标题	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0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。	
	信息发布与 广告投放 (15分)	信息发布	7分	信息发布内容7分	
		广告投放	8分	广告投放区域3分,投放理由5分	
	站内博客 推广 (35分)	博客域名 (5分)	2分	域名设定容易记、有一定的含义	
			3分	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 (6分)	3分	笔名能体现公司产品及特色等	
			3分	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 (8分)		4分	博客名称设置合理		
		4分	博客名称说明语义通顺、清晰。		
博客描述 (8分)		8分	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 (8分)	8分	文章分类类别设置合理2分,4*2=8分			
合计					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号：H2-6，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 1

**项目描述**

“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。

**(1) 任务描述**

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？		
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？每种计划各可以设置几个？		
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2种站内寻找的方法，6种站外寻找方法			
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?

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网;

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-6)。

试题评分卡(H2-6)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。卷面整洁、排版整齐美观。		
工作任务 (95分)	淘客推广准备 (13)	业务3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)	计划的类型和可设数量	9分	计划类型,每个2分,3*2分=6分 各类型可设数量是否正确,每1分,3*1分=3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)	站内寻找	4分	站内寻找方法描述是否正确,2*2分=4分	
		站外寻找	12分	站外寻找方法描述是否准确;6*2分=12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		
	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			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-7，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 2

### 项目描述

“恋上衣辈子”是淘宝平台上的一家专营女装的钻石店铺，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：2016 年夏季

颜色分类：无袖深红 无袖灰色 无袖土豪

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) 任务描述

#### 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 (<https://www.taobao.com/>) 搜索框中输入“连衣裙”，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“连衣裙”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“连衣裙搜索热词.xls”文件，请对本文件中的热词利用 Excel 的分列、去重，以及筛选词中包含“夏”字的热词，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 推广标题**

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连衣裙按周段和按时段的上架时间分布与成交量的关系图。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: 如果有多款宝贝需要上架, 应该怎么操作?

2019年05月上架时间分布

【女装女士精品-连衣裙】[点击下载](#)

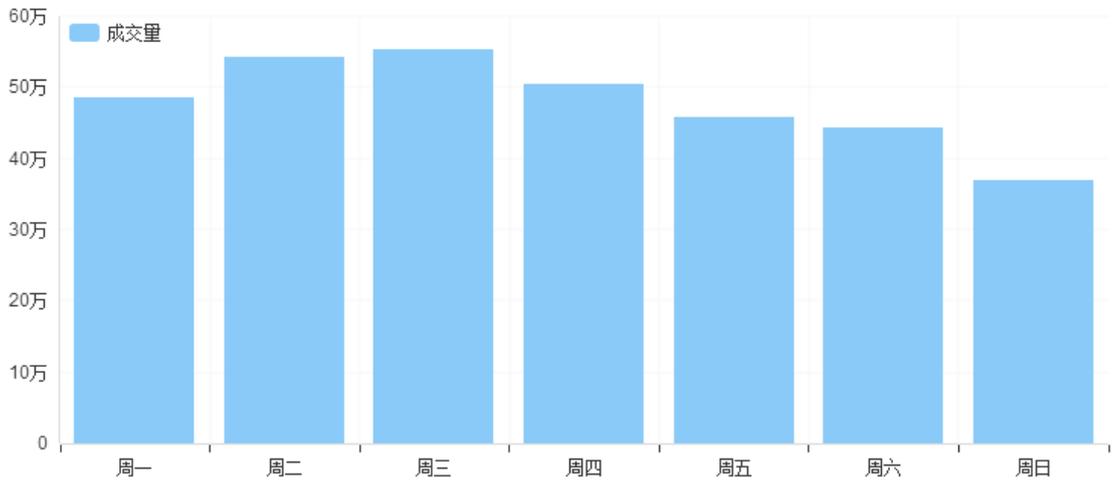


图 1 按周段的在不同时间的销量

2019年05月上架时间分布

【女装女士精品-连衣裙】[点击下载](#)

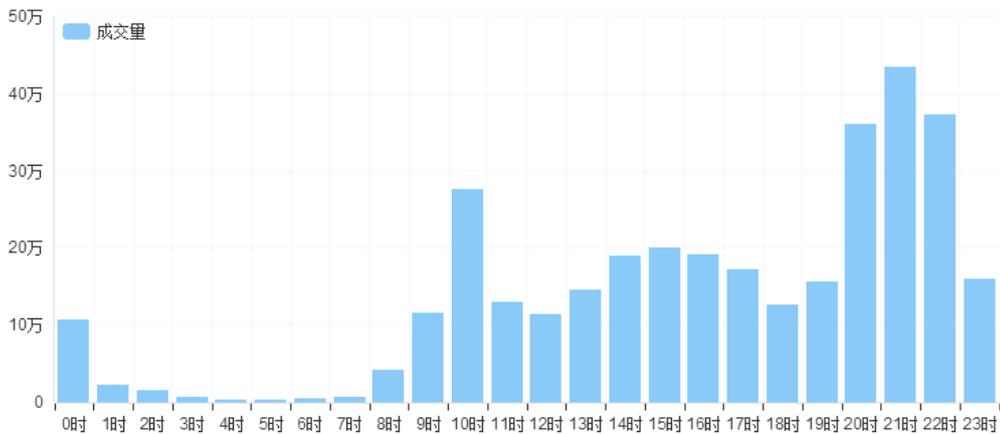


图 2 按时段的不同时间段的销量

#### 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“恋上衣辈子”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：

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H2-7)。

试题评分卡(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)	分析影响宝贝搜索排名的因素(8分)	8分	每列出1个影响排名的因素计1分,排名影响因素属重复或包含关系的不计分。8*1分=8分		
	关键词选择与标题制作(30)	主关键词和属性词选择	6分	主关键词要求与所卖商品信息高度一致,属性词选择合理、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	
		推广宝贝标题设计	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0/2/3/4/5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)	10分	时间选择正确2分,选择理由说明正确3分 多款宝贝上架问题的回答5分		
	站内社区软文推广(25)	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,且要求是淘宝网内的,不是淘宝网内的不能得分。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
数据分析和推广优化(22)	数据分析1	10分	按关键词的选择正确性计分,5*1分=5分 理由说明正确充分5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4分,优化措施6分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-8，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 3

### 项目描述

“红人女裤精品坊”是淘宝平台上的一家专营女裤的钻石店铺，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

通勤：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：2016 年夏季

颜色分类：黑色

尺寸：27/M 28/L 29/XL 30/2XL 31/3X

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) 任务描述

#### 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 (<https://www.taobao.com/>) 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、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 推广标题**

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：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？

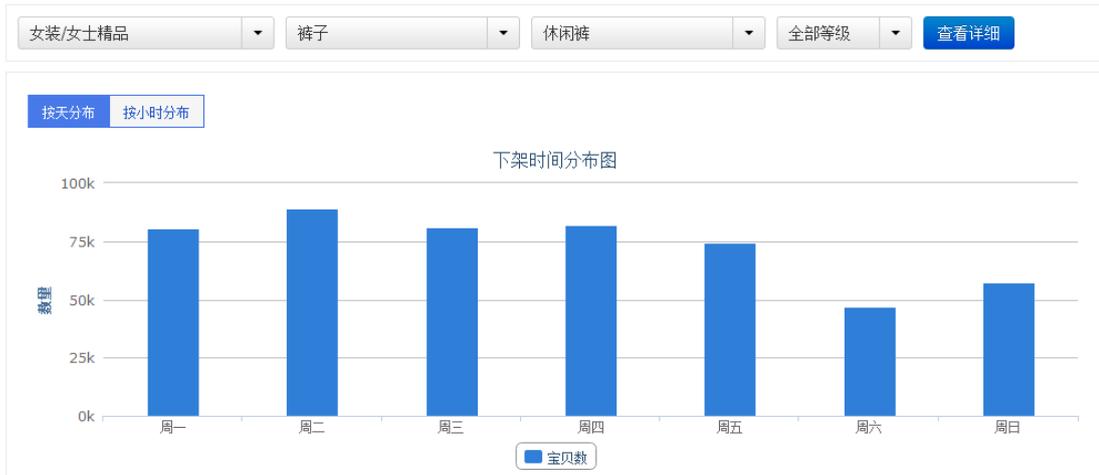


图 1 按周段的在不同时间的销量

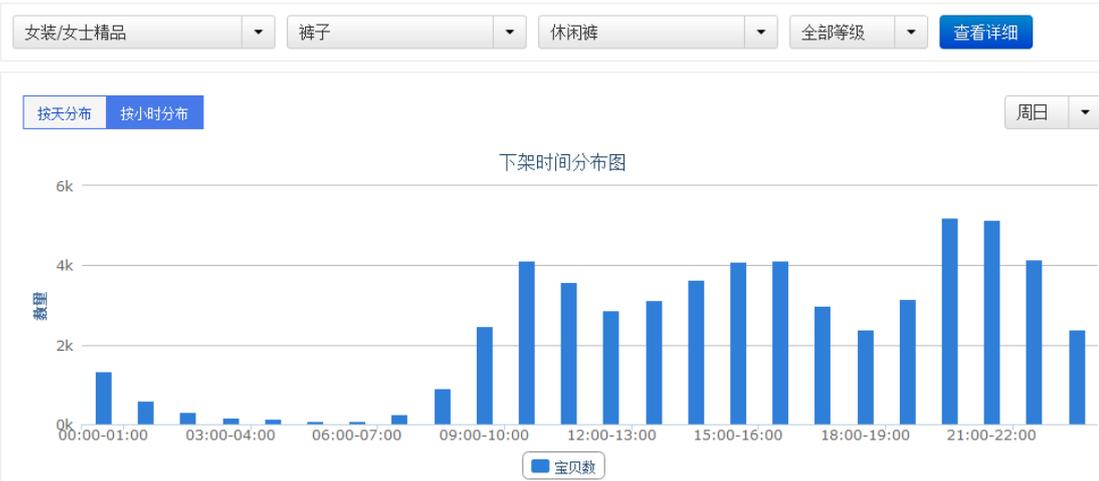


图 2 按时段的不同时间段的销量

#### 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“红人女裤精品坊”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	
选择此平台与版块发布的理由	

### 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%
7	关键词7	40,130	4.43%	21.36%	33,790	0.45%
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:

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H2-8)。

试题评分卡(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)	分析影响宝贝搜索排名的因素(8分)	8分	每列出1个影响排名的因素计1分,排名影响因素属重复或包含关系的不计分。8*1分=8分		
	关键词选择与标题制作(30)	主关键词和属性词选择	6分	主关键词要求与所卖商品信息高度一致,属性词选择合理、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	
		推广宝贝标题设计	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0/2/3/4/5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)	10分	时间选择正确2分,选择理由说明正确3分 多款宝贝上架问题的回答5分		
	站内社区软文推广(25)	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,且要求是淘宝网内的,不是淘宝网内的不能得分。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
数据分析和推广优化(22)	数据分析1	10分	按关键词的选择正确性计分,5*1分=5分 理由说明正确充分5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4分,优化措施6分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号: H2-9, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 4

项目描述

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。

(1) 任务描述

1) 市场选品

①淘宝卖家在选择店铺的主营商品之前,需要了解市场整体趋势,以及所在行业采购市场的行情和动态,熟悉消费者市场的走势和特性。现利用阿里指数数据分析平台,查询“保健食品”淘宝采购指数(相关截图结果附后),并分析最近3个月的淘宝采购变化趋势,接着查询最近30天与“保健食品”相关的热门行业、潜力行业,列出热门行业、潜力行业的前3名,请根据查询结果截图将分析结果填入下表1中。

表1 市场选品分析

淘宝采购指数截图:

食品、饮料数据概况

No. 21 最近30天,您所选行业食品、饮料在全行业中1688采购指数排名第21

2017.08.01-2017.10.12

淘宝采购指数  1688采购指数  1688供应指数

08.13 08.23 09.02 09.12 09.22 10.02 10.12

10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月

采购趋势变化分析说明:

最近30天相关热门行业截图



## 2) 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 2 中。

表 2 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

### 3) 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 3 中的问题进行回答。

表 3 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，同款的宝贝只展示几个? 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 4 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 5 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“聚划算”活动，请问报名聚划算，对于 C 店店铺信誉有何要求?
问题 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?

### 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 6 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据，对表 6 中数据进行分析，回答表 7 中相关问题。

表 6 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
天天特卖	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特卖	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 7 数据分析与推广优化

①从表 6 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？
②流量来源表中哪些流量来源最可能是反映的是老客户？
③上述流量来源中哪一项是需要付费来源？
④观察下单转化率较高数据的流量来源，你发现了什么？
⑤针对上述流量来源情况，下一步有何改进措施？

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

## (4) 评分标准

见试题评分卡(H2-9)。

试题评分卡(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。	
市场分析(16分)	采购趋势变化分析说明	6分	趋势变化分析正确,文字简明扼要	
	最近30天热门行业截图回答	5分	回答5*1分=5分	
	最近30天潜力行业截图及回答	5分	回答5*1分=5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(10分)		14分	问题1第1问2分,第2问5分 问题2第1问2分,第2问2分,第3问3分	
推广引流-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,站内站外不限。选择理由充分2分,理由描述的合理性。		
推广引流-活动引流		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	
数据分析与优化		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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-10，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 5

### 项目描述

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 (<https://mingyuanshipin.tmall.com/>)，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

### (1) 任务描述

#### 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或淘宝 top5w 中的词，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：明园蜂蜜胡柚茶

规格：600g

配料表：胡柚全果、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”，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从淘宝搜索框下 或者 淘宝排行榜页面中相应的热门搜索词中选择关键词，操作并填写表 3

**表 3 关键词选择三**

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 4 提示填写

**表 4 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	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品符号	
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	

⑤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 5 类目选择**

一级类目	
二级类目	

⑥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 6 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。请为明园蜂蜜胡柚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 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	

### (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



图 2 量子恒道统计-销售总揽

根据图 1 和图 2，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，绿色折线是本行业 3 皇冠全店成交转化率均值，橙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？橙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：

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H2-10)。

试题评分卡(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)	直通车推广(40)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词1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	
			3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1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	从搜索框下热门搜索词中选择关键词;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	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1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	
		推广类目选择	4分	推广类目选择,一级类目2分,二级类目2分(主要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。		
	社区软文推广(25)	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,站内站外不限。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。		
数据分析和推广优化(30)	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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H2-11, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 6

### 项目描述

以安化黑茶为主营商品的“安琪拉黑茶”店,在通过店铺初期的 SEO 优化、软文引流和活动引流后,店铺的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) 任务描述

##### 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,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 1 直通车加入条件**

淘宝卖家开直通车的必要条件
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 2 中。

**表 2 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:

##### ③直通车推广计划制定

直通车推广计划是直通车运营的前提,而直通车操作的重点就是对直通车推广计划进行优化,直通车推广计划的制定主要包括哪些方面内容,将直通车推广计划所包含内容方面填入表 3 中。

**表 3 直通车推广计划**

简述直通车推广计划制定包含内容
答:

##### ④选取匹配关键词

直通车中选取的关键词与发布宝贝的关键词一样，先要找准类目，然后在相应类目下确定关键词。关键词的选取可以根据淘宝搜索导航栏、你是不是想找等方式选词，还可以通过数据工具、直通车后台进行查找。

通过在淘宝首页搜索框中输入“黑茶”，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 4

**表 4 平台选择关键词**

将搜索框中输入“黑茶”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			

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，假设表 5 是通过生意参谋搜索“茶叶/黑茶”查询到的部分关键词，根据表中数据综合考虑，选择 5 个关键词，填入表 5 对应单元格中，并说明选择理由。

**表 5 数据工具选择关键词**

排名	搜索词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	黑茶	64,322	53.69%	70.36%	39,246	4.48%
2	安化黑茶	52,001	43.17%	39.52%	33,673	4.04%
3	黑茶特级	31,518	52.38%	45.97%	17,247	3.94%
4	保健茶	27,613	66.08%	50.29%	18,857	0.99%
5	黑茶安化	25,533	44.93%	54.59%	17,861	4.44%
6	清火保健茶	24,472	1.64%	55.13%	17,270	0.93%
7	安化 茯砖茶	20,684	47.60%	56.88%	14,854	6.02%
8	黑茶天尖	19,470	13.30%	59.53%	14,920	2.10%
9	清热解毒茶	19,265	28.54%	62.01%	13,650	2.63%
10	野生安华黑茶	19,100	39.90%	52.97%	12,010	4.64%
11	白沙溪金花茯茶 砖	17,557	28.49%	52.55%	12,322	4.51%
12	黑茶茯砖茶	15,256	45.16%	53.19%	10,164	4.74%

分析以上数据，选择的 5 个关键词如下

选择理由：				

**⑤直通车标题制作**

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 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

⑥直通车关键词竞价

直通车操作的精髓就是对直通车扣费方式的理解，从而合理地关键词出价。表 7 是甲、乙、丙、丁四个卖家对同一关键词进行竞价的数据，根据表中的数据计算甲、乙、丙、丁的综合排名，并计算综合排名前 3 位的实际扣费，将计算结果填入表 7 对应单元格中。

表 7 关键词竞价的排名和扣费

淘宝卖家	出价/元	质量得分	综合排名	实际扣费/元
甲	1.56	10		
乙	2.04	6		
丙	1.68	7		
丁	1.06	10		
A、如果上述数据中的综合排名第 2 名的卖家质量得分提升到 8 分，那么他的实际扣费是多少？这说明了什么？这时候原综合排名第 1 名和综合排名第 3 名的实际扣费又是多少？（将结果填入下行中）				
B、如果上述数据中的综合排名第 3 名的卖家质量得分不变，但出价提高到 2 元，那么他的实际扣费是多少？这时候原综合排名第 1 名的实际扣费又是多少？这说明了什么？（将结果填入下行中）				

⑦数据分析与优化

店铺运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长、直通车报表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 8 中是通过数据分析工具获取到的店铺 7 天直通车数据，对表 8 中数据进行分析，回答表中相关优化策略。

表 8 直通车数据分析与优化表

序号	关键词	展现量	点击率	综合排名	质量得分	优化策略
1	关键词 5	7635	1.2%	3	9	
2	关键词 2	5880	16.26%	1	8	
3	关键词 6	6268	0.8%	2	6	
4	关键词 7	5998	1.05%	20	9	
5	关键词 3	6166	12.46%	16	10	
6	关键词 4	7826	14.25%	17	6	
7	关键词 8	6988	2%	18	5	
8	关键词 1	7026	15.68%	2	10	
竞价调价思路						

(概述)	
------	--

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-11)。

试题评分卡(H2-11)

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。	
直通车加入条件		6分	回答正确,每个3分,共6分	
直通车推广位置确定		9分	回答正确、截图清晰、图片上有标注,每个3分,共9分	
直通车推广计划制定		6分	回答正确,每个要点1分,共6分	
选取匹配关键词	平台选择关键词	8分	截图1(2分)截图2(2分),关键词每个1分,共4分	
	数据工具选择关键词	8分	关键词每个1分,共5分;选择理由充分3分,	
直通车标题制作		10分	每个标题5分,共10分	
直通车关键词竞价	填空	10分	综合排名,每个1分,共4分;实际扣费,每个2分,共6分;	
	A问题回答	10分	综合排名第2的实际扣费计算,3分 理由说明,3分 综合排名第1和第3实际扣费计算,每个2分,共4分	
	B问题回答	8分	综合排名第2的实际扣费计算,2分 综合排名第1的实际扣费计算,3分 理由说明,3分	
数据分析与优化		20分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 优化策略每空2分,8*2=16分,调价思路概述4分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H2-12, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 7

### 项目描述

澳优乳业股份有限公司 (<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 (<https://ausnutria.tmall.com>), 请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

### (1) 任务描述

#### 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或淘宝 top5w 中的词, 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“澳优能力多”, 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从淘宝搜索框下 或者 淘宝排行榜页面中相应的热门搜索词中选择关键词，操作并填写表 3

**表 3 关键词选择三**

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 4 提示填写

**表 4 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	
	产品符号	
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	

⑤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 5 类目选择**

一级类目	
二级类目	

⑥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 6 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 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	

### 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 8。

**表 8 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.babytree.com	1	0.25%
	weibo.com	1	0.25%
	合计	9	2.24%

中国 访客地区比例 图例：低 高



访客地区比例

根据表 8 和上图，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：表 8 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 8 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：

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H2-12)。

试题评分卡(H2-12)

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)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词1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	
			3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1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	从搜索框下热门搜索词中选择关键词;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	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1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		
	推广类目选择	4分	推广类目选择,一级类目2分,二级类目2分(主要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。		
	社区软文推广(25)	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	
			5分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
		软文内容	5分	结构严谨、文笔通顺	
			5分	构思新颖,能吸引网民	
			5分	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,且要求是淘宝网内的,不是淘宝网内的不能得分。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。		
	数据分析和推广优化(30)	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	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 付费推广5分,每少1个或错1个扣1分;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、正确性评分 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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-13，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 8

### 项目描述

对于 B2C/C2C 店铺来说，它们的销售业绩主要可以从流量、转化率、客单价三个要素来考量，行业中衡量 B2C/C2C 的业绩公式：销售额=流量×转化率×客单价。

贝氏母婴旗舰店 (<https://beishimuying.tmall.com/>) 是一家以销售纸尿裤为主的天猫店铺，店铺在采用 SEO 优化、直通车推广、淘宝客推广后，流量已经不错；但是转换率不是太高，加上由于纸尿裤价格不高，客单价较低，公司的整体销售规模还有待提高，请利用运营推广的相关知识，帮助其完成销售额的提升。

#### (1) 任务描述

##### 1) 分析店铺现有的转化率和客单价

假设店铺在某天有 100 个访客访问，共有 10 个访客在店铺产生交易行为，支付宝的成交总额为 1200 元，其中这 10 个访客中有 9 个买家都只成交一笔订单，有 1 个新手买家不懂怎么加入购物车，共拍下 3 件宝贝，分别付了 3 次款，最后完成交易。请计算店铺当天的客单价是多少？，请计算本日的客单价和全店转化率

表 1 客单价和转化率计算

店铺当天转化率	
店铺当天的客单价	

##### 2) 分析影响店铺转化率和客单价的因素

在流量不变的情况下，店铺的转化率和客单价的高低直接决定了店铺的销售额，转化率和客单价影响因素都较多，请列出 5 项影响转化率、5 项影响客单价的因素填入表 2 中。

表 2 影响店铺客单价的因素

影响转化率的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	
影响客单价的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	

##### 3) 转化率的提升

请根据转化率的影响因素，谈谈转化率提升的基本思路，将基本思路填入表 3 中。

表 3 转化率提升基本思路

答：

#### 4) 客单价的提升

①在开店之初，商家就已经决定了自己店铺的主营类目和价格定位，当随着店铺的逐步发展，卖家应该进行更深层次的思考，应该利用宝贝类目的广度和深度来提升客单价。“贝氏母婴旗舰店”店铺刚开始以“纸尿裤”为特色，宝贝比较单一，应该从宝贝类目的广度来增加商品，那么如何从宝贝类目的广度来提升客单价呢？将回答填入表 4 中

**表 4 利用宝贝类目广度提升客单价**

答：

#### ②同类宝贝客单价的提升

对于店铺的宝贝，单价由于同行价格的比较，已经固定下来不能再提升了，那么客单价又如何提升呢，分析表 5 中数据回答相应问题

**表 5 同类宝贝客单价提升**

商品名称	笔单价/元	人均购买笔数	客单价/元	商品成本/元	商品利润/元
超薄透气纸尿裤 S80	50.4	1	50.4	40	10.4
超薄透气纸尿裤 S80	50.4	2	100.8	80	20.8
超薄透气纸尿裤 S80	50.4	> 3	> 151.2	> 120	> 31.2

①分析表中的数据可以得出客单价跟什么因素有关系？

②对于这种同类宝贝客单价的提升，具体在运营中如何来实施？

③请访问“贝氏母婴旗舰店”，找到对应使用此方法的地方，截图插入下面单元格中

#### ③不同类宝贝客单价的提升

不同宝贝客单价的提升，一般采用关联营销方式进行；请查询“贝氏母婴旗舰店”，分析他是如何来实施关联营销的。将店铺中体现关联营销的地方截图插入表 6 中

**表 6 不同类宝贝客单价的提升**

答：

#### ④挖掘客户的购买能力提升客单价

一般而言商家还需从客服角度，实施对客户进行精细化分析管理、进行客户关系维护来挖掘客户的购买能力，实现客单价的提升。请回答为了提升客单价从客服上应该怎样挖掘客户购买能力。

**表 7 购买能力挖掘提升客单价**

4) 数据分析与优化

①进行店铺流量分析

通过数据分析工具调出店铺的某个时间段的不同页面的流量分布表，数据如表 8，请对表 8 数据进行分析，回答后面问题。

表 8 店铺流量分布表

访问页面	浏览量	流量占比	访客数	页面平均停留时间/秒	出店人次	出店率
首页	599	27.3%	111	119	297	49.5%
分类页	300	13.7%	72	62	159	52.9%
宝贝页	657	29.9%	166	140	202	30.7%
自定义页	203	9.2%	77	8	192	94.7%
搜索页	337	15.3%	107	72	122	36.2%
其他	101	4.6%	10	28	42	41.7%
合计	2242		5433			

①从整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？

②从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？

③从店铺的出店率来分析，有何问题？应该怎么优化？

②根据访客来源对订单支付率进行分析

表 9 访客来源及订单支付率分析

访客来源	浏览量	访客数	订单金额/元	成交金额、元	订单支付率
淘宝宝贝搜索	1678	800	6498.66	4116.24	63.33%
买家中心	819	728	3188.56	3066.15	96.16%
淘宝活动	4689	2388	7914.50	5880.63	74.30%
淘宝付费推广	600	420	2366.16	1458.16	61.6%
淘宝其它页面	320	118	177.47	60.36	34.01%
站外访问	789	299	79.16	30.12	38.05%

①分析店铺访客来源，该店铺访客占比较高的前 4 名依次是？说说店铺流量结构如何？

②店铺订单支付率最高的访客类型分别是？（依次写出前 4 名）说说买家中心的访客主要包括哪些？为什么支付率最高？

③分析表中数据，计算淘宝宝贝搜索流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

④分析表中数据，计算淘宝的付费推广流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-13)。

试题评分卡(H2-13)

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。	
	计算客单价与转换率	6分	回答正确,每个3分,共6分	
	影响店铺转化率和客单价的因素	10分	回答正确、要求各条之间内容不重复,每个1分,共10分	
	转化率提升基本思路	10分	回答正确,每个要点2分,共10分	
客单价提升	类目深度提升客单价	5分	按回答是否正确、全面给分,共5分	
	同类宝贝客单价提升	15分	每小题5分,共15分,按回答是否正确、全面给分	
	不同类宝贝客单价提升	4分	截图正确、清晰	
	挖掘客户购买潜力	10	按回答是否正确、全面给分,共10分	
数据分析与优化	店铺流量分布表分析	15分	每小题5分,按分析是否正确、全面给分	
	访客来源于订单支付率分析	20分	每小题5分,按分析计算是否正确、全面给分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-14，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 9

### 项目描述

多喜爱家纺股份有限公司 (<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。现公司入驻淘宝商城 (<https://dohia.tmall.com>)，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

#### (1) 任务描述

##### 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或淘宝 top5w 中的词，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	
	产品符号	
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 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 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	
------------	--

### 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 8。

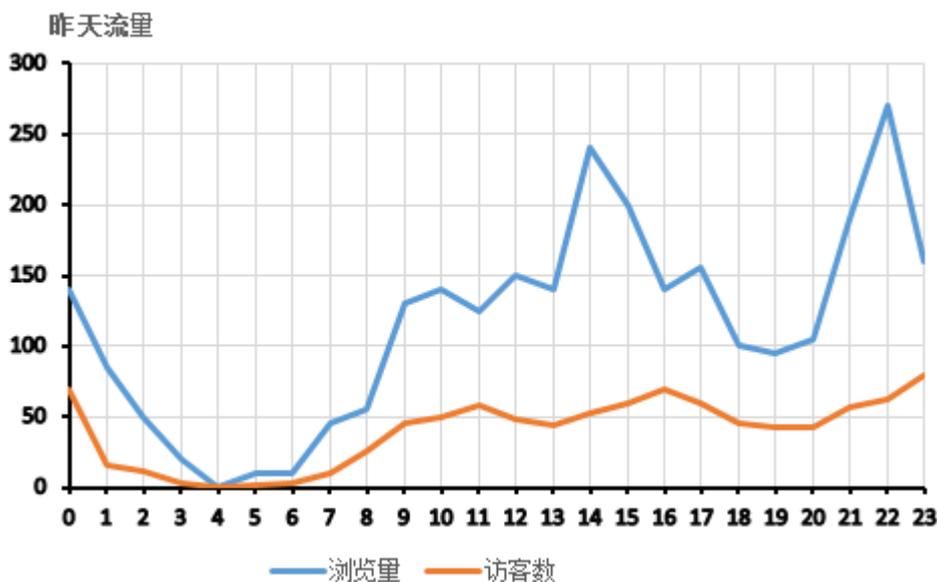


图 1 一天中按小时流量分析图

表 8 (2017-10-12 至 2017-10-18) 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	0.5	27
2	关键词 2	宝贝 2	活动产品	14	1	7.14%	0.5	0.5	26
3	关键词 3	宝贝 3	活动产品	96	2	2.08%	0.74	0.37	31
4	关键词 4	宝贝 4	活动产品	102	2	1.96%	1.37	0.69	41
5	关键词 5	宝贝 5	活动产品	63	1	1.59%	0.5	0.50	34

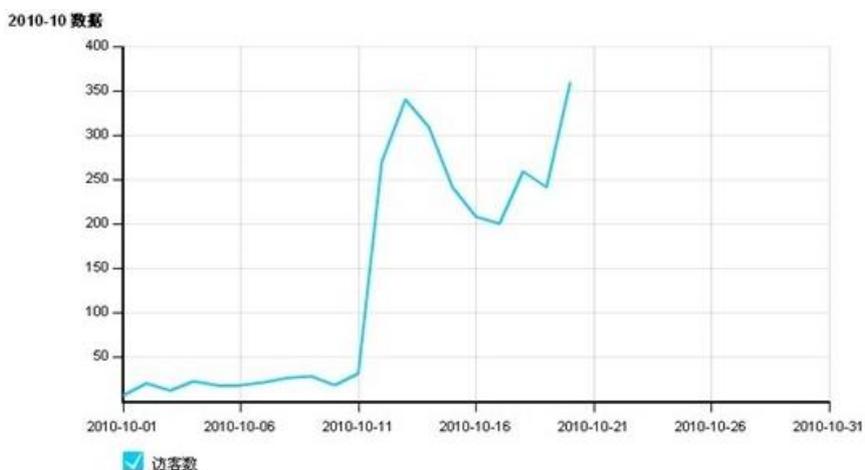


图 2 访客数趋势图

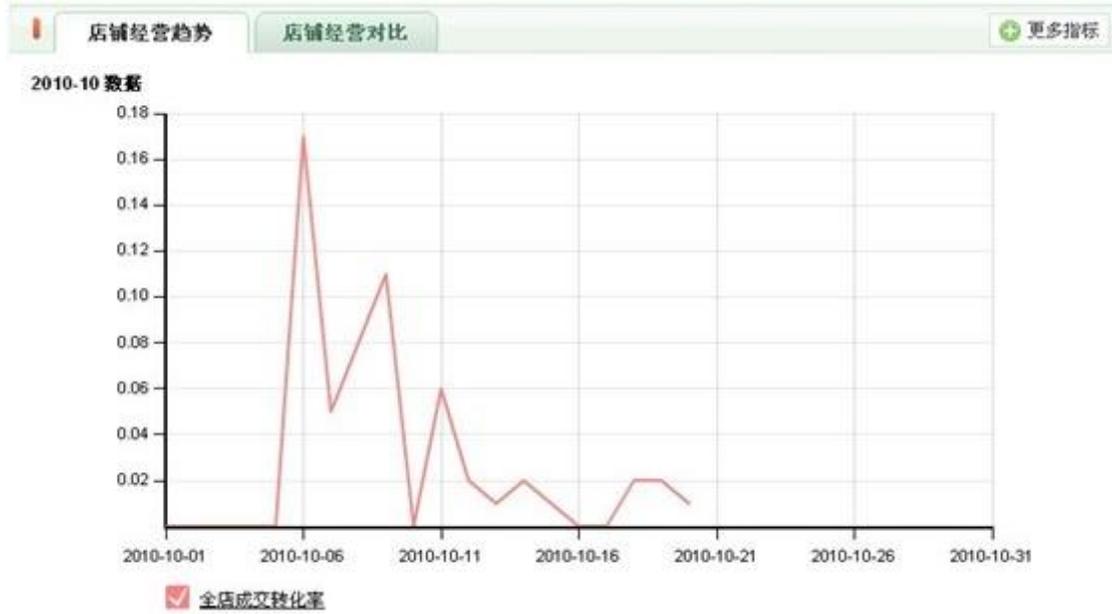


图 3 店铺经营转化率图

根据图 1-图 3 和表 8，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: 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 8 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
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:

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-14)。

试题评分卡(H2-14)

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)	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2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	
			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2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	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1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		
		推广类目选择	4分	推广类目选择,一级类目2分,二级类目2分(主要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。	
	社区软文推广(25)	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,站内站外不限。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
数据分析和推广优化(30)	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3个方面的指导,且理由充分;		
	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 问题回答4分,优化措施6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 问题回答正确且具体5分,措施5分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H2-15, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 10

### 项目描述

“『糖皮出品』模范棒棒糖 X 皮诺曹儿”女装店 (<https://mfbbt.taobao.com/>), 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) 任务描述

##### 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 1 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 2 中。

**表 2 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:

##### ③直通车推广计划制定

直通车推广计划是直通车运营的前提, 而直通车操作的重点就是对直通车推广计划进行优化, 直通车推广计划的制定主要包括哪些方面内容, 将直通车推广计划所包含内容方面填入表 3 中。

**表 3 直通车推广计划**

简述直通车推广计划制定包含内容
答:

##### ④选取匹配关键词

直通车中选取的关键词与发布宝贝的关键词一样，先要找准类目，然后在相应类目下确定关键词。关键词的选取可以根据淘宝搜索导航栏、你是不是想找等方式选词，还可以通过数据工具、直通车后台进行查找。

通过在淘宝首页搜索框中输入“女衬衫”，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 4

**表 4 平台选择关键词**

将搜索框中输入“女衬衫”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			

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，表 5 是通过生意参谋搜索“女装/女士精品/衬衫”查询到的部分关键词，根据表中数据综合考虑，选择 5 个关键词，填入表 5 对应单元格中，并说明选择理由。

**表 5 数据工具选择关键词**

排名	搜索词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	衬衫	64,322	53.69%	70.36%	39,246	4.48%
2	衬衫女	52,001	43.17%	39.52%	33,673	4.04%
3	白衬衫	31,518	52.38%	45.97%	17,247	3.94%
4	无印良品	27,613	66.08%	50.29%	18,857	0.99%
5	衬衣女	25,533	44.93%	54.59%	17,861	4.44%
6	欢乐颂刘涛同款	24,472	1.64%	55.13%	17,270	0.93%
7	安迪同款	24,372	2.16%	52.96%	17,422	0.81%
8	衬衫女 韩范	24,023	33.77%	45.29%	15,698	2.83%
9	钱夫人	24,008	0.04%	50.82%	18,895	0.75%
10	雪纺衬衫	22,251	48.62%	49.55%	15,639	3.51%
11	白衬衫女	20,684	47.60%	56.88%	14,854	6.02%
12	娃娃衫	19,470	13.30%	59.53%	14,920	2.10%
13	棉麻衬衫女	19,265	28.54%	62.01%	13,650	2.63%
14	衬衣	19,100	39.90%	52.97%	12,010	4.64%
15	格子衬衫女	17,557	28.49%	52.55%	12,322	4.51%
16	白色衬衫女	15,256	45.16%	53.19%	10,164	4.74%
17	条纹衬衫女	14,821	29.46%	56.56%	11,177	3.49%
18	女装 衬衫	14,107	58.85%	49.60%	9,368	2.94%
19	亚麻衬衫女	13,565	33.98%	56.15%	9,535	2.44%
20	衬衫女 中长款	13,405	38.19%	52.80%	8,947	2.98%
分析以上数据，选择的 5 个关键词如下						

选择理由：

### ⑤直通车标题制作

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 6 推广标题**

标题 1	
标题 2	

### ⑥直通车关键词竞价

直通车操作的精髓就是对直通车扣费方式的理解，从而合理地对关键词出价。表 7 是甲、乙、丙、丁四个卖家对同一关键词进行竞价的数据，根据表中的数据计算计算甲、乙、丙、丁的综合排名，并计算综合排名前 3 位的实际扣费，将计算结果填入表 7 对应单元格中。

**表 7 关键词竞价的排名和扣费**

淘宝卖家	出价/元	质量得分	综合排名	实际扣费/元
甲	1.58	10		
乙	2.14	6		
丙	1.88	7		
丁	1.06	10		
A、如果上述数据中的综合排名第 2 名的卖家质量得分提升到 8 分，那么他的实际扣费是多少？这说明了什么？这时候原综合排名第 1 名和综合排名第 3 名的实际扣费又是多少？（将结果填入下行中）				
B、如果上述数据中的综合排名第 2 名的卖家质量得分不变，但出价提高到 2 元，那么他的实际扣费是多少？这时候原综合排名第 1 名的实际扣费又是多少？这说明了什么？（将结果填入下行中）				

### ⑦数据分析与优化

店铺运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长、直通车报表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 8 中是通过数据分析工具获取到的店铺 7 天直通车数据，对表 8 中数据进行分析，回答表中相关优化策略。

**表 8 直通车数据分析与优化表**

序号	关键词	展现量	点击率	综合排名	质量得分	优化策略
----	-----	-----	-----	------	------	------

1	关键词 1	7026	15.68%	2	10	
2	关键词 2	5879	16.26%	1	8	
3	关键词 3	6135	12.46%	16	10	
4	关键词 4	7826	14.25%	17	6	
5	关键词 5	7633	1.2%	3	9	
6	关键词 6	6268	0.8%	2	6	
7	关键词 7	5988	1.05%	20	9	
8	关键词 8	6988	2%	18	5	
竞价调价思路 (概述)						

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(H2-15)。

试题评分卡(H2-15)

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。	
直通车加入条件		6分	回答正确,每个3分,共6分	
直通车推广位置确定		9分	回答正确、截图清晰、图片上有标注,每个3分,共9分	
直通车推广计划制定		6分	回答正确,每个要点1分,共6分	
选取匹配关键词	平台选择关键词	8分	截图1(2分)截图2(2分),关键词每个1分,共4分	
	数据工具选择关键词	8分	关键词每个1分,共5分;选择理由充分3分,	
直通车标题制作		10分	每个标题5分,共10分	
直通车关键词竞价	填空	10分	综合排名第2的实际扣费计算,3分 理由说明,3分	
	A问题回答	10分	综合排名第1和第3实际扣费计算,每个2分,共4分	
	B问题回答	8分	综合排名第2的实际扣费计算,2分 综合排名第1的实际扣费计算,3分 理由说明,3分	
数据分析与优化		20分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 优化策略每空2分,8*2=16分,调价思路概述4分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-16，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 11

### 项目描述

罗技诞生于 1981 年，是一家起源于瑞士的全球著名云周边设备供应商，现如今已在全球 140 多个国家和地区展开业务。致力于专注于设计与人们生活紧密相关的产品，为人们架起通往数字体验的桥梁。罗技通过鼠标，将计算机与人们更紧密地联系在一起。现公司入驻天猫商城 (<https://logitech.tmall.com/>)，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

#### (1) 任务描述

##### 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或淘宝 top5w 中的词，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：罗技 Pebble 无线蓝牙静音鹅卵石鼠标  
型号：Pebble  
规格：107\*59\*26.5mm  
工作方式：光电  
颜色：白色、粉色、蓝色、绿色、黑色  
内部结构：一个电池、一个接收器  
重量：80 克（含电池）  
风格：简约

①通过在淘宝首页搜索框中输入“罗技鼠标”，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

③从淘宝搜索框下相应的搜索词中选择关键词，操作并填写表 3

**表 3 关键词选择三**

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 4 提示填写

**表 4 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	
	型号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品符号	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	工作方式	
	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	

⑤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 5 类目选择**

一级类目	
二级类目	

⑥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 6 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,能很好地把握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 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	

(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 8 一周访客来源数据分析表

一周访客来源数据		
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 9 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
罗技 Pebble 无线 蓝牙静音鹅卵石 鼠标	罗技 Pebble 鹅卵石无线蓝牙静音鼠标 LINE FRIENDS 联名款女生办公轻薄款跨设备双模连接	1410	1856	2.58%
	罗技 C270 高清网络摄像头 C920 外接网课教学带麦克风台式机电脑直播主播视频会议人像采集 C922	1001	1038	1.44%
	罗技 POP KEYS 无线机械键盘蓝牙	2120	2329	3.24%
罗技 G502 SE 熊 猫款 Hero 主宰者 有线电竞鼠标	罗技 G304 无线电竞鼠标可编程宏	3721	4272	5.95%
	罗技 C930C 高清摄像头带麦克风台式机电脑外接外置淘宝抖音会议游戏直播美颜网红主播	814	828	1.15%
	罗技 G431 有线游戏耳机头戴式 7.1 环绕音立体声带麦克风绝地求生耳麦赛博朋克	1114	1602	2.23%
	罗技 MK200 有线键盘鼠标键鼠套装电脑笔记本办公游戏薄膜 USB 连接电竞	796	828	1.15%
	罗技 K845 背光有线机械键盘 cherry 樱桃轴 PBT 键帽电竞游戏打字专用	3687	4315	6.01%
	罗技 G29 电脑游戏方向盘学车驾驶模拟器体感赛车游戏手柄 PS5/PS4/PC/地平线 4 欧卡 2 尘埃 G27	2012	2517	3.5%
	罗技 M330 静音无线鼠标	658	828	1.15%
	罗技 K480 无线蓝牙键盘适用于 ipad 苹果手机平板外设薄电脑游戏办公打字女生可爱键盘	647	828	1.15%
	罗技 g733 无线电竞游戏头戴式耳机 7.1 耳麦麦克风听声辨位绝地求生	1654	1717	2.39%
	罗技 G603 无线蓝牙鼠标电竞游戏机械鼠标	2876	3286	4.57%

根据以上图 1、表 8、表 9 数据，联系表 10 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 10。

表 10 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 9 中的数据，请为其提供关键建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-16)。

试题评分卡(H2-16)

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)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词1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	
			3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1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	从搜索框下热门搜索词中选择关键词;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	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1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	
		推广类目选择	4分	推广类目选择,一级类目2分,二级类目2分(主要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。		
	社区软文推广(25)	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,站内站外不限。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。		
	数据分析和推广优化(30)	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	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 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、正确性评分 问题分析正确4分,建议6分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号：H2-17，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 12

**项目描述**

贝亲(Pigeon)是来自日本的婴儿用品品牌。贝亲公司 (<http://www.pigeon.com/>) 是生产、销售奶瓶及奶嘴以外还出售安抚奶嘴、三层奶粉器、纸尿布、儿童便器、热水袋等各种婴儿抚育用品的专业厂家。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，为提升公司商城人气、带动店铺销量，公司拟在淘宝平台实施一些运营推广措施，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

**(1) 任务描述**

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或淘宝 top5w 中的词，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：贝亲母乳实感成长哺乳 6 件套礼盒  
货号：0A04  
商品规格：  
1. 贝亲母乳实感宽口径奶瓶（160ml 和 240ml）共二个；  
2. 贝亲安抚奶嘴（第一阶段）；  
3. 贝亲奶瓶保温袋  
4. 贝亲彩色三层奶粉盒

5. 贝亲海绵奶瓶刷

①通过在淘宝首页搜索框中输入“贝亲”，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	
	产品符号	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	规格	
	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**


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 6 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。请为贝亲母乳实感成长哺乳 6 件套礼盒撰写一篇推广软文。

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 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	

### 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 8 和表 9。

表 8 流量来源分析表

来源	访客数 (UV)	新访客数	新访客占比	入店访问深度	入店跳失率
淘宝付费数量	36996	33033	89.29%	2.55	67.39%
钻石展位	24152	21597	89.24%	2.86	45.45%
淘宝客	8713	8019	92.03%	1.30	91.35%
直通车	4299	3533	82.18%	3.51	49.21%
品牌广告	2	2	100%	2.00	50.00%
自主访问	33164	22551	68%	2.20	74.73%
直接访问	17348	11160	64.33%	2.33	72.06%
我是卖家	10063	7089	70.45%	2.36	69.97%
店铺收藏	7165	5268	73.52%	1.09	97.91%
购物车	2404	1395	58.03%	2.50	72.84%
宝贝收藏	2219	1343	60.52%	2.49	69.78%
我是买家	1020	534	52.35%	1.75	83.99%
淘宝免费流量	23339	19220	82.35%	2.69	67.33%
淘宝站内其它	12236	9870	80.66%	2.87	66.00%
淘宝类目	3123	2974	95.23%	2.14	73.54%

表 9 某卖家关键词的数据报表

序号	关键词	搜索次数	访客数	出店人数	出店率	到宝贝页点击数
1	玻璃奶泡	9998	4144	1705	17.05%	3532
2	奶嘴	7651	3812	1559	20.38%	2509
3	婴儿沐浴露	4793	2618	785	16.38%	2075
4	婴儿洗发水	4747	3682	1525	32.13%	1056
5	纱布手巾	4674	2937	930	19.9%	1838
6	婴儿护臀膏	3646	2284	773	21.20%	1252
7	戏水玩具	2888	2705	606	20.98%	1119

根据表 8 和表 9，联系表 10 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 10。

表 10 数据分析与推广优化

问题 1: 表 8 中列出了店铺中客户的来源以及客户的访问深度，客户的流失情况。图中店铺的直接访问入店跳失率和店铺收藏跳失率分别为 72.6% 和 97.91%，是好还是不好？这说明什么问题？作为店家应该怎么应对？

答：
问题 2：表 8 中直通车的访问深度为 3.51，店铺收藏的访问深度是 1.09，这代表店铺推广出了什么问题，作为店家应该从哪里着手改善
答：
问题 3：分析表 9 中序号为 4 的关键词的数据，数据说明了什么问题，如何应对？
答：

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-17)。

试题评分卡(H2-17)

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)	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2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	
			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2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	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1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	
		推广类目选择	4分	推广类目选择,一级类目2分,二级类目2分(主要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。	
	社区软文推广(25)	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,且要求是淘宝网内的,不是淘宝网内的不能得分。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
数据分析和推广优化(30)	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,措施5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 问题回答2分,原因分析2分,优化措施6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 问题回答正确且具体5分,措施5分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号: H2-18, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 13

### 项目描述

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。

### (1) 任务描述

#### 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或淘宝 top5w 中的词,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

货号: 1261+2

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从淘宝搜索框下或页面中的热门搜索词中选择关键词,操作并填写表 3

表 3 关键词选择三

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 4 提示填写

表 4 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	
	产品符号	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	材质	
	颜色	
	组合形式	
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	

⑤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 5 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑥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 6 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 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	

### (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。

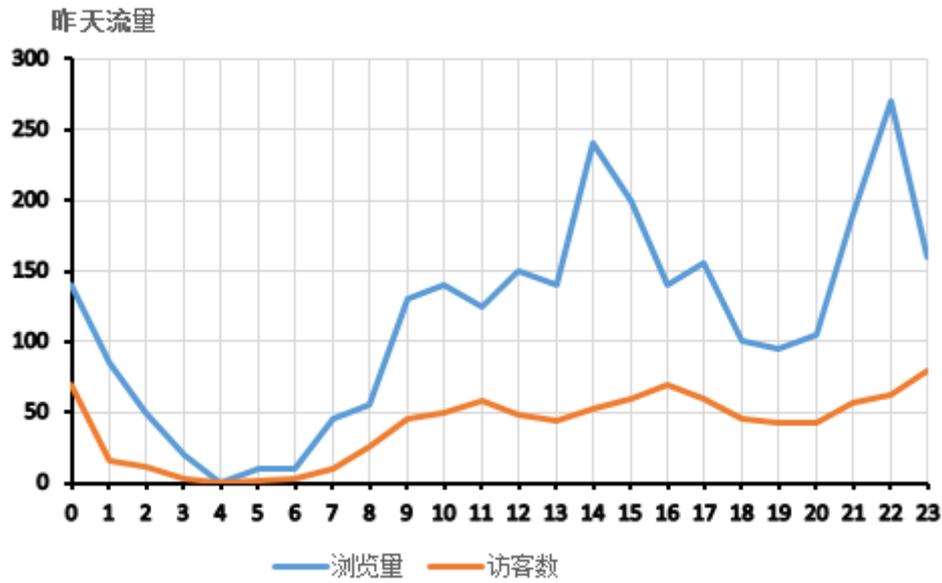


图 1 一天中按小时流量分析图

表 8 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 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	40.5%	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%	88.40%	3.50	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%	3.80	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%	3.50	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%
15	江西	220934	44295	47.44%	86.94%	4.13	27499	48.34%	1.02%

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 9 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 8 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:

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H2-18)

### 试题评分卡 (H2-18)

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)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词1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	
			3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1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	从搜索框下热门搜索词中选择关键词;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	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1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	
		推广类目选择	4分	推广类目选择,一级类目2分,二级类目2分(主要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。		
	社区软文推广(25)	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,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2分,理由描述的合理性。		
数据分析和推广优化(30)	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	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 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\_\_\_\_\_

试题编号: H2-19, 电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 14

**项目描述**

贝氏母婴旗舰店 (<https://beishimuying.tmall.com/>) 是一家以销售纸尿裤为主的天猫店铺, 由于竞争激烈, 加上母婴产品的销售口碑尤其重要, 现为拓展业务, 拟进行淘宝客推广, 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。

**(1) 任务描述**

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、某商品标价 200 元, 佣金比例 5%, 买家支付宝实际付款 180 元, 其中运费 20 元。则淘宝客可以获得的佣金是多少? (要求列出式子, 并计算答案)。

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? 每种计划各可以设置几个?		
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“贝氏母婴旗舰店”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，6种站外寻找方法			
站内寻找：			
站外寻找：			
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“贝氏母婴旗舰店”的店铺拟定一淘客招募贴（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，一方面数据分析很重要，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。另一方面淘宝客关系的维护也很重要，谈谈怎样进行淘宝客关系维护。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
产品1	¥171,324.47	¥5,932.21		2.50%	¥148.31	60	
产品2	¥36,330.25	¥2,150.75		3.00%	¥64.52	22	
产品3	¥34,622.14	¥1,073.29		1.50%	¥16.10	11	

问题1：计算上表中的3个产品的淘宝客成交占比，以及ROI的值，将计算结果填入表中。

---

问题 2: 如果想进一步提高淘宝客的成交占比, 上述 3 个产品最应该选择哪个产品? 如何进一步优化?

---

---

### **(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网;

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件。

### **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

### **(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-19)。

试题评分卡 (H2-19)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。卷面整洁、排版整齐美观。		
工作任务 (95分)	淘客推广准备 (13)	卖家店铺条件	3分	回答正确3分	
		两类人	6分	每个3分,要求回答清晰且正确	
		淘宝客计费方式	4分	计算公式2分,计算结果正确2分	
	推广计划制定 (32)	计划的类型和可设数量	9分	计划类型,每个2分,3*2分=6分 各类型可设数量是否正确,每1分,3*1分=3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	
	寻找和招募淘客 (31)	站内寻找	4分	站内寻找方法描述是否正确,2*2分=4分	
		站外寻找	12分	站外寻找方法描述是否准确;6*2分=12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	数据分析正确,		
	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			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号：H2-20，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 15

项目描述

“七十二变时尚屋雅痞街”(<https://shop247483.taobao.com/>)是淘宝网上的一家老牌女装店,现为拓展业务,拟进行淘宝客推广,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。

(1) 任务描述

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、淘宝客每月佣金结算时间是什么时候?	
问题 2、想做淘宝客推广,个人申请淘宝客账号有哪两种形式?	
第一种:	
第二种:	
问题 3、某商品标价 300 元,佣金比例 5%,买家支付宝实际付款 280 元,其中运费 20 元。则淘宝客可以获得的佣金是多少?(要求列出式子,并计算答案)。	

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? 每种计划各可以设置几个?		
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“七十二变时尚屋雅痞街”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，6种站外寻找方法			
站内寻找：			
站外寻找：			
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“七十二变时尚屋雅痞街拍”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，一方面数据分析很重要，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。另一方面淘宝客关系的维护也很重要，谈谈怎样进行淘宝客关系维护。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
产品1	¥171,324.47	¥5,932.21		2.50%	¥148.31	60	
产品2	¥36,330.25	¥2,150.75		3.00%	¥64.52	22	
产品3	¥34,622.14	¥1,073.29		1.50%	¥16.10	11	
问题1：计算上表中的3个产品的淘宝客成交占比，以及ROI的值，将计算结果填入表中。							
问题2：如果想进一步提高淘宝客的成交占比，上述3个产品最应该选择哪个产品？如何进一步优化？							

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网；

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(H2-20)。

试题评分卡 (H2-20)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。卷面整洁、排版整齐美观。		
工作任务 (95分)	淘客推广准备 (13)	佣金结算时间	3分	回答正确3分	
		申请淘宝客推广账号两种方法	6分	每个3分,要求回答清晰且正确	
		淘宝客计费方式	4分	计算公式2分,计算结果正确2分	
	推广计划制定 (32)	计划的类型和可设数量	9分	计划类型,每个2分,3*2分=6分 各类型可设数量是否正确,每1分,3*1分=3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	
	寻找和招募淘客 (31)	站内寻找	4分	站内寻找方法描述是否正确,2*2分=4分	
		站外寻找	12分	站外寻找方法描述是否准确;6*2分=12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)	数据计算	6分	数据计算正确,每空1分		
	优化措施	13分	选择产品3分,优化措施10分,描述正确、具体、有条理;		
合计		100			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号：H2-21，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 16

项目描述

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“七十二变时尚屋雅痞街”(<https://shop247483.taobao.com/>)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。

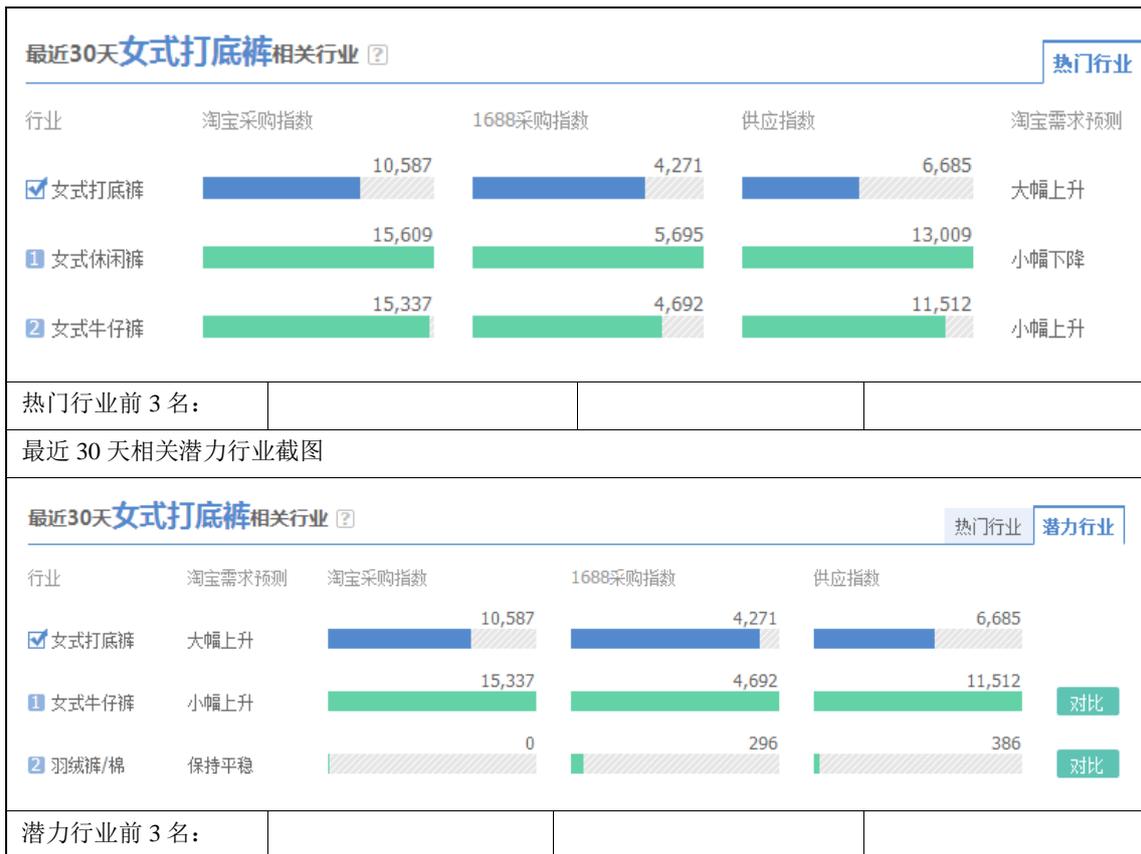
1) 市场选品

①淘宝卖家在选择店铺的主营商品之前，需要了解市场整体趋势，以及所在行业采购市场的行情和动态，熟悉消费者市场的走势和特性。现利用阿里指数数据分析平台，查询“女式打底裤”淘宝采购指数（相关截图结果附后），并分析最近 3 个月的淘宝采购变化趋势，接着查询最近 30 天与“女式打底裤”相关的热门行业、潜力行业，列出热门行业、潜力行业的前 3 名。请根据查询结果截图将分析结果填入下表 1 中。

表 1 市场选品分析

淘宝采购指数截图：

淘宝采购指数：根据在淘宝市场(淘宝集市+天猫)里所在行业的成交量计算而成的一个综合数值，指数越高表示在淘宝市场的采购量越多
采购趋势变化分析说明：
最近 30 天相关热门行业截图



## 2) 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是某款连衣裙在各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2 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	176
中间价	152
最低价	109
可以制定的价格	145
最终定价（考虑弧形数字定价法）	

## 3) 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 3 中的问题进行回答。

表 3 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?
答:

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“七十二变时尚屋雅痞街”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 4 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 5 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?

#### 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 6 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据，对表 6 中数据进行分析，回答表 7 中相关问题。

表 6 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

天天特卖	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特卖	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 7 数据分析与推广优化

①从表 6 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?
③上述流量来源中哪一项是需要付费来源?
④观察下单转化率较高数据的流量来源, 你发现了什么?
⑤针对上述流量来源情况, 下一步有何改进措施?
答:

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网,

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H2-21)

**电商平台运营评分卡(试题 H2-21)**

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。		
市场选品(16)	采购趋势变化分析说明	6分	趋势变化分析正确,文字简明扼要		
	最近30天热门行业截图回答	5分	回答5*1分=5分		
	最近30天潜力行业截图及回答	5分	回答5*1分=5分		
	最近30天潜力行业截图及回答	5分	截图2分,回答3*1分=3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(10分)		14分	问题1回答切中关键点,简明扼要7分 问题2回答切中关键点,简明扼要7分		
推广引流-软文推广(25)	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,站内站外不限。选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
推广引流-活动引流		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		
数据分析与优化		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\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

试题编号：H2-22，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 17

**项目描述**

“宾之郎湖南专卖店”（<https://binzhilanghn.tmall.com/>）是一家以销售槟榔为主的天猫店铺，店铺在采用 SEO 优化、直通车推广、淘宝客推广后，流量已经相当可观；但是转化率不是太高，加上由于槟榔价格不高，客单价较低，公司的整体销售规模上不来，请利用运营推广的相关知识，帮助其完成销售额的提升。

**(1) 任务描述**

对于 B2C/C2C 店铺来说，它们的销售业绩主要可以从流量、转化率、客单价三个要素来考量，行业中衡量 B2C/C2C 的业绩公式： $销售额 = 流量 \times 转化率 \times 客单价$ 。

1) 分析店铺现有的转换率和客单价

表 1 是店铺 4 月份的经营情况数据，请计算本月的客单价和全店转化率

表 1 客单价和转换率计算

2021-4 店铺经营情况					
访客数	1112651	成交用户数	14401	平均访问深度	4.15
支付宝成交金额 (元)	502512.73	客单价		全店转化率	

2) 分析影响店铺转化率和客单价的因素

在流量不变的情况下，店铺的转化率和客单价的高低直接决定了店铺的销售额，转化率和客单价影响因素都较多，请列出 5 项影响转化率、5 项影响客单价的因素填入表 2 中

表 2 影响店铺客单价的因素

影响转化率的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	
影响客单价的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	

3) 转化率的提升

请根据转化率的影响因素，谈谈转化率提升的基本思路，将基本思路填入表 3 中

表 3 转化率提升基本思路

--

4) 客单价的提升

①在开店之初，商家就已经决定了自己店铺的主营类目和价格定位，当随着店铺的逐步

发展，卖家应该进行更深层次的思考，应该利用宝贝类目的广度和深度来提升客单价。“宾之郎湖南专卖店”店铺以槟榔为特色，宝贝类目的广度已经受到了限制，那么如何从宝贝类目的深度来提升客单价呢？将回答填入表 4 中

表 4 利用宝贝类目深度提升客单价

--

②同类宝贝客单价的提升

对于店铺的宝贝，单价由于同行价格的比较，已经固定下来不能再提升了，那么客单价又如何提升呢，分析表 5 中数据回答相应问题

表 5 同类宝贝客单价提升

商品名称	笔单价/元	人均购买笔数	客单价/元	商品成本/元	商品利润/元
老湘潭 30g*10 袋	78	1	78	50	28
老湘潭 30g*10 袋	78	2	156	100	56
老湘潭 30g*10 袋	78	> 3	> 234	> 150	> 84

①分析表中的数据可以得出客单价跟什么因素有关系？

--

②对于这种同类宝贝客单价的提升，具体在运营中如何来实施？

--

③请访问“气味图书馆旗舰店”，找到对应使用此方法的地方，截图插入下面单元格中

--

③不同类宝贝客单价的提升

不同宝贝客单价的提升，一般采用关联营销方式进行；请查询“气味图书馆旗舰店”，分析他是如何来实施关联营销的。将店铺中体现关联营销的地方截图插入表 6 中

表 6 不同类宝贝客单价的提升

--

④挖掘客户的购买能力提升客单价

一般而言商家还需从客服角度，实施对客户进行精细化分析管理、进行客户关系维护来挖掘客户的购买能力，实现客单价的提升。请回答为了提升客单价从客服上应该怎样挖掘客户购买能力。

表 7 购买能力挖掘提升客单价

--

4) 数据分析与优化

①进行店铺流量分析

通过数据分析工具调出店铺的某个时间段的不同页面的流量分布表，数据如表 8，请对表 8 数据进行分析，回答后面问题。

表 8 店铺流量分布表

访问页面	浏览量	流量占比	访客数	页面平均停留时间/秒	出店人次	出店率
首页	5988	27.3%	1112	119	2966	49.5%
分类页	3002	13.7%	720	62	1588	52.9%
宝贝页	6566	29.9%	1656	140	2018	30.7%
自定义页	2028	9.2%	768	8	1920	94.7%
搜索页	3366	15.3%	1066	72	1218	36.2%
其他	1008	4.6%	98	28	420	41.7%
合计	22417		5433			

①从整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？

②从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？

③从店铺的出店率来分析，有何问题？应该怎么优化？

②根据访客来源对订单支付率进行分析

表 9 访客来源及订单支付率分析

访客来源	浏览量	访客数	订单金额/元	成交金额、元	订单支付率
淘宝宝贝搜索	2678	1302	6498.66	4116.24	63.33%
买家中心	819	728	3188.56	3066.15	96.16%
淘宝活动	4689	2388	7914.50	5880.63	74.30%
淘宝付费推广	3188	1048	2366.16	1458.16	61.6%
淘宝其它页面	1544	518	177.47	60.36	34.01%
站外访问	789	299	79.16	30.12	38.05%
合计	13707	6283			

①分析店铺访客来源，该店铺访客占比较高的前 4 名依次是？说说店铺流量结构如何？

②店铺订单支付率最高的访客类型分别是？（依次写出前 4 名）说说买家中心的访客主要包括哪些？为什么支付率最高？

③分析表中数据，计算淘宝宝贝搜索流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

④分析表中数据，计算淘宝的付费推广流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-22)

**电商平台运营评分卡(试题 H2-22)**

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。	
	计算客单价与转化率	6分	回答正确,每个3分,共6分	
	影响店铺转化率和客单价的因素	10分	回答正确、要求各条之间内容不重复,每个1分,共10分	
	转化率提升基本思路	10分	回答正确,每个要点2分,共10分	
客单价提升	类目深度提升客单价	5分	按回答是否正确、全面给分,共5分	
	同类宝贝客单价提升	15分	每小题5分,共15分,按回答是否正确、全面给分	
	不同类宝贝客单价提升	4分	截图正确、清晰	
	挖掘客户购买潜力	10	按回答是否正确、全面给分,共10分	
数据分析与优化	店铺流量分布表分析	15分	每小题5分,按分析是否正确、全面给分	
	访客来源于订单支付率分析	20分	每小题5分,按分析计算是否正确、全面给分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

试题编号：H2-23，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 18

**项目描述**

“气味图书馆旗舰店”(<https://scentlibrary.tmall.com/>)是一家主张个性自由的中国香氛潮牌。店铺在采用 SEO 优化、直通车推广、淘宝客推广后，流量已经相当可观；但是转化率不是太高，加上由于香氛产品种类繁多，客单价较低，公司的整体销售规模上不来，请利用运营推广的相关知识，帮助其完成销售额的提升。

**(1) 任务描述**

对于 B2C/C2C 店铺来说，它们的销售业绩主要可以从流量、转化率、客单价三个要素来考量，行业中衡量 B2C/C2C 的业绩公式： $\text{销售额} = \text{流量} \times \text{转化率} \times \text{客单价}$ 。

1) 分析店铺现有的转换率和客单价

表 1 是店铺 4 月份的经营情况数据，请计算本月的客单价和全店转化率

表 1 客单价和转换率计算

2021-4 店铺经营情况					
访客数	31212651	成交用户数	84401	平均访问深度	4.15
支付宝成交金额 (元)	2602512.73	客单价		全店转化率	

2) 分析影响店铺转化率和客单价的因素

在流量不变的情况下，店铺的转化率和客单价的高低直接决定了店铺的销售额，转化率和客单价影响因素都较多，请列出 5 项影响转化率、5 项影响客单价的因素填入表 2 中

表 2 影响店铺客单价的因素

影响转化率的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	
影响客单价的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	

3) 转化率的提升

请根据转化率的影响因素，谈谈转化率提升的基本思路，将基本思路填入表 3 中

表 3 转化率提升基本思路

--

4) 客单价的提升

①在开店之初，商家就已经决定了自己店铺的主营类目和价格定位，当随着店铺的逐步发展，卖家应该进行更深层次的思考，应该利用宝贝类目的广度和深度来提升客单价。“气

味图书馆旗舰店”店铺以香氛为特色，宝贝类目的广度已经受到了限制，那么如何从宝贝类目的深度来提升客单价呢？将回答填入表 4 中

表 4 利用宝贝类目深度提升客单价

--

②同类宝贝客单价的提升

对于店铺的宝贝，单价由于同行价格的比较，已经固定下来不能再提升了，那么客单价又如何提升呢，分析表 5 中数据回答相应问题

表 5 同类宝贝客单价提升

商品名称	笔单价/元	人均购买笔数	客单价/元	商品成本/元	商品利润/元
气味图书馆凉白开男女香氛滋润身体乳	75	1	75	50	25
气味图书馆凉白开男女香氛滋润身体乳	75	2	150	100	50
气味图书馆凉白开男女香氛滋润身体乳	75	> 3	> 225	> 150	> 75

①分析表中的数据可以得出客单价跟什么因素有关系？

--

②对于这种同类宝贝客单价的提升，具体在运营中如何来实施？

--

③请访问“气味图书馆旗舰店”，找到对应使用此方法的地方，截图插入下面单元格中

--

③不同类宝贝客单价的提升

不同类宝贝客单价的提升，一般采用关联营销方式进行；请查询“气味图书馆旗舰店”，分析他是如何来实施关联营销的。将店铺中体现关联营销的地方截图插入表 6 中

表 6 不同类宝贝客单价的提升

--

④挖掘客户的购买能力提升客单价

一般而言商家还需从客服角度，实施对客户进行精细化分析管理、进行客户关系维护来挖掘客户的购买能力，实现客单价的提升。请回答为了提升客单价从客服上应该怎样挖掘客户购买能力。

表 7 购买能力挖掘提升客单价

--

4) 数据分析与优化

①进行店铺流量分析

通过数据分析工具调出店铺的某个时间段的不同页面的流量分布表，数据如表 8，请对表 8 数据进行分析，回答后面问题。

表 8 店铺流量分布表

访问页面	浏览量	流量占比	访客数	页面平均停	出店人次	出店率

				留时间/秒		
首页	5988	27.3%	1112	119	2966	49.5%
分类页	3002	13.7%	720	62	1588	52.9%
宝贝页	6566	29.9%	1656	140	2018	30.7%
自定义页	2028	9.2%	768	8	1920	94.7%
搜索页	3366	15.3%	1066	72	1218	36.2%
其他	1008	4.6%	98	28	420	41.7%
合计	22417		5433			

①从整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？

②从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？

③从店铺的出店率来分析，有何问题？应该怎么优化？

②根据访客来源对订单支付率进行分析

表 9 访客来源及订单支付率分析

访客来源	浏览量	访客数	订单金额/元	成交金额、元	订单支付率
淘宝宝贝搜索	2678	1302	6498.66	4116.24	63.33%
买家中心	819	728	3188.56	3066.15	96.16%
淘宝活动	4689	2388	7914.50	5880.63	74.30%
淘宝付费推广	3188	1048	2366.16	1458.16	61.6%
淘宝其它页面	1544	518	177.47	60.36	34.01%
站外访问	789	299	79.16	30.12	38.05%
合计	13707	6283			

①分析店铺访客来源，该店铺访客占比较高的前 4 名依次是？说说店铺流量结构如何？

②店铺订单支付率最高的访客类型分别是？（依次写出前 4 名）说说买家中心的访客主要包括哪些？为什么支付率最高？

③分析表中数据，计算淘宝宝贝搜索流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

④分析表中数据，计算淘宝的付费推广流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-23)。

试题编号：H2-24，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 19

**项目描述**

陶润实业发展有限公司是一家具有多年实战经验的日用陶瓷国际贸易公司。公司主要产品为色釉炻瓷（包括餐具、茶具、杯、杯碟、卫浴等日用系列），同时从事花瓶、花盆工艺陶瓷和艺术陶瓷，以及高温瓷、骨瓷等产品的设计研发、生产和销售，以丰富的产品线来满足客户需求。出口产品主要销售到美国、加拿大及部分欧洲国家，以新颖的设计、优良的服务和满意的品质赢得了客户的好评，2008 年获得“湖南省出口名牌企业”称号。公司在稳健发展出口贸易的同时，正式启动国内市场，在南京成立了第一家营销分公司，同时正在积极筹建网络营销平台、产区销售平台国内重点城市形象专卖店等众多商业模式的营销渠道。2011 年获得“湖南省国际知名品牌”称号。

现公司入驻淘宝商城，为提升公司品牌影响、带动店铺销量，公司拟进行平台中的“钻石展位”推广。“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。

**(1) 任务描述**

1) 选择广告位

表 1 选择广告位

问题 1：钻石展的主要投放位置有淘宝网站内展位、淘宝联盟和 Google 联盟的网站等。位置的选择一般以淘宝网站内为主，淘宝网站内钻石广告资源位有哪些？	
问题 2：请为陶润实业发展有限公司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制作的

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。下图是陶润实业发展有限公司茶具的图片，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。



表 2 产品的卖点提炼

产品的卖点提炼（产品特点、品质、功效、信誉、出价）

②同时创意制作还要遵守淘宝钻石展位的规则约定，钻石展位创意制作要经过严格审核才可以通过。具体详细审核规则约定请参见

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 中呈现的案例说出审核未通过的原因。

规则补充：

【阿里妈妈-规则中心】钻石展位-全店推广服务功能使用：

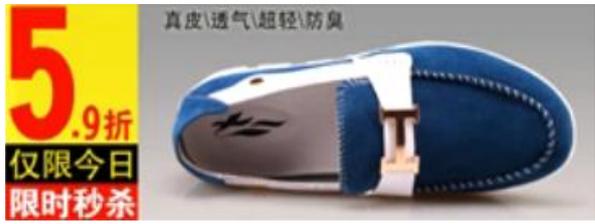
<https://rule.alimama.com/?spm=a3b01.11816869.20181016.10.7ca35ab2ydW13r#!/product/index?spm=a3b01.11816869.20181016.10.7ca35ab2ydW13r&type=detail&id=402&knowledgeId=7750>

【阿里妈妈-规则中心】【钻展用户必读】钻石展位广告服务使用规范-扩展 17：

<https://rule.alimama.com/?spm=a2e2s.11150243.c999e242e.61.77e76c8aMII2d4#!/product/index?type=detail&id=402&knowledgeId=7592>

表 3 创意审核

创意案例	审核未通过原因

 <p>换季清仓 全场 9.9 元起 一件不留 任意3件包邮</p>	
 <p>45元 包邮 送30元大礼包 全网第一人气卸妆油</p>	
 <p>5.9折 仅限今日 限时秒杀 真皮\透气\超轻\防臭</p>	
 <p>森田藥妝 SINCE 1934 台湾销量第一 医美高效 补水保湿 10分钟还原水润肌 限时 99元/10片 买3送1</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 设置出价及预算

现假设公司以每千次 5 元的价格竞得的某个钻石展位，而查询该展位页面的平常一天的 PV 数据为 200000 个。则公司一天的预算应该设置为多少合适？列式计算

--

②设置人群定向（群体定向、兴趣点定向、访客定向）

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。（注意这里的人群不是直接输入男、女，或者年龄段，而是要求选择购买这个商品的人还有可能经常光顾哪些类目的商品，实际是指的某类目产品的人群）

请你为上述茶具产品拟定 2 类目标人群，并说明理由。将内容填入表 5。

表 5 设置投放人群

<p>人群 1</p>	
-------------	--

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。

请你为上述茶具产品拟定 2 个重点定向的地域，并说明理由。将内容填入表 6。

表 6 设置地域定向

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。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 7 几个时间段中按优先级从高到低选择 3 个时间段来进行投放。

表 7 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:		

4) 投放数据跟踪与效果评估

在进行钻石展位的推广过程中，可以通过钻石展位每天报表数据进行跟踪分析，及时优化和改进推广效果。表 8 是公司 8 月茶具月度某计划的报表数据，且这个计划的每日预算是 400 元。请对表 5 中数据进行分析，然后完成表 9 中所提问题。

表 8 茶具 8 月 search8 图五计划数据表

日期	PV (展现量)	点击数	平均点击率	每千次展现出价 (元)	每次点击价格 (元)	消耗 (元)
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
2011-8-28	9172	26	0.28%	1.36	0.48 元	12.48 元
2011-8-27	154435	189	0.12%	2.19	1.79	338.58
2011-8-26	160081	230	0.14%	2.29	1.6	366.94

2

2011-8-25	172426	262	0.15%	2.29	1.5	394.01
2011-8-24	25129	37	0.15%	0.74	0.5	18.65
2011-8-23	64449	105	0.16%	0.74	0.45	47.74
2011-8-22	59957	95	0.16%	0.75	0.48	45.14
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....

1

表 9 投放数据跟踪与效果评估分析表

①请计算 2011-8-28 日该钻石展位推广消耗的成本，以及每次点击成本，列式计算出结果
②分析表 5 中标识 1 区域中的数据，可以得出什么结论，有何改进措施？
措施：
③分析表 5 中标识 2 区域中的数据，可以得出什么结论，有何改进措施？
结论：
措施：

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H2-24)

试题评分卡 (H2-24)

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, 遵守操作规程、操作纪律。文档规范、工整		
工作任务 (95分)	选择广告位 (15)	站内展位说明	5分	站内展位说明正确、完整	
		展位截图	5分	截图清晰、有标识, 能判断所指位置	
		选择理由	5分	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 3分	
	创意制作与 审核 (20)	卖点提炼	10分	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 个方面考虑 5-7 分; 2 个方面考虑 2-4 分; 1 个方面 0-1 分;	
		创意审核	10分	审核理由正确, 每个 2 分, 2 分*5=10 分	
	设置投放信 息 (30)	设置出价及预算	5分	出价或预算选择或计算正确	
		设置投放人群	8分	人群选择正确, 每个 2 分, 2 分*2=4 分; 理由说明合理正确 4 分。	
		设置投放区域	8分	区域选择正确, 每个 2 分, 2 分*2=4 分; 理由说明合理正确 4 分	
		设置投放时间段	9分	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 4 分	
	数据分析和 推广优化 (30)	数据计算	10分	消耗成本 (2 分), PV 计算 (5 分), 点击率 3 分	
		优化分析 1	10分	结论 5 分, 措施 5 分	
		优化分析 2	10分	结论 5 分, 措施 5 分	
合计		100分			

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 试题编号：H2-25，电商平台运营-B2C/C2C 平台运营 20

### 项目描述

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。

#### (1) 任务描述

##### 1) 选择广告位

表 1 选择广告位

问题 1：钻石展的主要投放位置有淘宝网站内展位、淘宝联盟和 Google 联盟的网站等。位置的选择一般以淘宝网站内为主，淘宝网站内钻石广告资源位有哪些？	
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。



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。

规则补充:

【阿里妈妈-规则中心】钻石展位-全店推广服务功能使用:

<https://rule.alimama.com/?spm=a3b01.11816869.20181016.10.7ca35ab2ydW13r#!/product/index?spm=a3b01.11816869.20181016.10.7ca35ab2ydW13r&type=detail&id=402&knowledgeId=7750>

【阿里妈妈-规则中心】【钻展用户必读】钻石展位广告服务使用规范-扩展 17:

<https://rule.alimama.com/?spm=a2e2s.11150243.c999e242e.61.77e76c8aMII2d4#!/product/index?type=detail&id=402&knowledgeId=7592>

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（群体定向、兴趣点定向、访客定向）

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（注意这里的人群不是直接输入男、女，或者年龄段，而是要求选择购买这个商品的人还有可能经常光顾哪些类目的商品，实际是指的某类目产品的人群）。

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

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

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从高到低选择 3 个时间段来进行投放。

表 8 摄制  
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:		

### 4) 投放数据跟踪与效果评估

在进行钻石展位的推广过程中，可以通过钻石展位每天报表数据进行跟踪分析，及时优化和改进推广效果。表 9 是芊雅服装贸易有限公司女裙 5 月份进行钻石展位推广的部分数据，根据表 9 数据，完成表 9 中的相关问题。

表 9 女裙钻石展位 5 月份推广数据表

日期	PV (展现量)	点击数	平均点击率	每千次展现 出价 (元)	每次点击价 格 (元)	消耗 (元)
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
2021-5-18	499270	3092	0.62%	3.74		
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
2021-5-3	12277	307	2.5%	9.03	0.36	110.92

2021-5-2	78672	260	0.33%	2.5	0.76	196.59
2021-5-1	57	7	12.28%	13.86	0.11	0.79

表 10 投放数据跟踪与效果评估分析表

①根据表 9 中对应数据，计算 2021 年 5 月 18 日该钻石展位消耗的成本，以及每次点击的成本，列式计算出结果
②观察表 9 中 5 月 1 日到 5 月 3 日数据中的平均点击率、每千次展现的出价以及每次点击价格，可以发现什么现象？根据报表中的此现象应采取什么策略？
现象：
措施：
③观察表中 5 月 2 日和 5 月 3 日数据中的展现量和和平均点击率，可以得出什么结论，有何解决措施？
结论：
措施：

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H2-25)

试题评分卡 (H2-25)

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,遵守操作规程、操作纪律。文档规范、工整		
工作任务 (95分)	选择广告位 (15)	站内展位说明	5分	站内展位说明正确、完整	
		展位截图	5分	截图清晰、有标识,能判断所指位置	
		选择理由	5分	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3分	
	创意制作与审核 (20)	卖点提炼	10分	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个方面考虑5-7分;2个方面考虑2-4分;1个方面0-1分;	
		创意审核	10分	审核理由正确,每个2分,2分*5=10分	
	设置投放信息 (30)	设置出价及预算	5分	出价或预算选择正确2分,理由3分	
		设置投放人群	8分	人群选择正确,每个2分,2分*2=4分;理由说明合理正确4分。	
		设置投放区域	8分	区域选择正确,每个2分,2分*2=4分;理由说明合理正确4分	
		设置投放时间段	9分	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4分	
	数据分析和推广优化 (30)	数据计算	10分	消耗成本(5分),点击成本5分	
		优化分析1	10分	结论5分,措施5分	
		优化分析2	10分	结论5分,措施5分	
	合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 模块四 企业网络推广

企业网络推广模块，重点要求学生掌握搜索引擎优化推广和移动新媒体推广。涉及到搜索引擎营销（SEM）、搜索引擎优化（SEO）推广、微博推广、微信推广和电子商务数据分析的内容，该模块基本涵盖了企业网络推广岗位所需求的平台操作、数据统计、分析决策等技能。

### 试题编号：H3-1，SEO 搜索引擎优化 1

#### (1)任务描述

##### 背景资料：

多喜爱家饰纺织用品有限公司（<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。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

##### 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.dohia.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 的成功结果截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 反馈页面截图	
360 提交入口网址	

提交到 360 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
多喜爱家饰纺织用品有限公司网站					

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 网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	多喜爱公司网页情况	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,请根据湖南地区方言特点、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 300 字以内

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
-----

描述:
URL:

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 <a href="#">提交关键词</a>	浏览量(PV) 381715	跳出率 81.99%
搜索词		正在推广 ②	浏览量(PV) ②↓	跳出率 ②
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:	跳出率高:
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：

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-1)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-1)**

评价内容		配分	考核点	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。			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	搜录结果结果。			
		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搜录情况的值，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，体现公司网址或者公司名称。			
	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、企业品牌和产品关键词 5-10 个。			
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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	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。				

	(16分)	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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H3-2, SEO 搜索引擎优化 2

### (1) 任务描述

#### 背景资料:

安克创新科技股份有限公司成立于 2011 年, 致力于塑造消费电子品牌, 公司以创新技术和智能硬件为核心, 通过不断的研发创新和市场开拓, 为全球消费者提供科技产品。公司旗下 Eufy、Roav、Nebula、Soundcore 等智能硬件品牌, 围绕智能充电、娱乐音影、智能家居、智能车载等领域投入产品研发和设计。

安克创新致力于在全球市场塑造中国消费电子品牌, 通过不断创新, 将富有科技魅力的产品带向全球消费者, 弘扬中国智造之美。曾成功打造智能充电品牌 Anker, 相继推出 Eufy、Roav、Soundcore、Nebula 等智能硬件品牌, 进一步拓宽业务领域, 并在智能充电、智能家居、智能安防、智能语音等领域有出色表现。

为了更好的推广品牌, 公司决定对网站 (<https://www.anker-in.com/>) 进行搜索引擎推广。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.anker-in.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 反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
------	---------------	-------------	---------------	------	----------

安克创新科技股份有限公司					
--------------	--	--	--	--	--

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 公司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，请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

### 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 公司投资推广数据分析表

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	15%
周 4	170	36	205	23	20	11%
周 5	201	28	201	21	18	9%
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针对安克创新科技股份有限公司网站和上表数据，提出改进建议意见?	
答:	

### (2)实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-2)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-2)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况 (5 分)	1 分	检查方式正确			
		1 分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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	4 分	术语解释正确，定义关键要点解释得当。				

	和推广优化(18分)	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。对转化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\_\_\_\_\_

### 试题编号：H3-3，SEO 搜索引擎优化 3

#### (1) 任务描述

##### 背景资料：

湖南德康制药股份有限公司网站(<http://www.hndk.com/>)系湖南省重点高新技术企业，位于长沙市河西观沙岭工业园，企业已获得国家食品药品监督管理局 GMP 认证。公司拥有总资产约 9 千万元，生产片剂、颗粒剂、胶囊剂、丸剂等四种剂型。主要品种有：化瘀镇痛胶囊、益脑胶囊、天麻首乌胶囊、复方石韦胶囊等四十多个品种，产品畅销国内市场。2001-2008 年连续 8 年被评为长沙高新区“技术创新先进企业”，2002 年 9 月被列为《湖南省“小巨人”计划实施方案》中的小巨人企业。2004 年被评为湖南省重点高新技术企业，2006-2008 年被评为湖南省 A 级纳税企业等多项荣誉。

近年来，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。

##### 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.hndk.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) 检查收录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
------	---------------	--------------	---------------	------	----------

湖南德康制药股份有限公司					
--------------	--	--	--	--	--

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 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，请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

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 10000 元。经过统计, 这则广告的曝光次数是 800000, 点击次数是 80000 次, 广告后转换购买次数是 1000。

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转化率的含义
答:
②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
③该行业的平均转化率大约是 2%。请分析该网站的转化率是偏高或偏低, 并提出改进建议?
答:

**(2)实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-3)

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-3)

评价内容	配分	考核点	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。			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确。			
		1分	搜录结果结果。			
		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搜录情况的值, 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	P R 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, 体现公司网址或者公司名称。			
	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	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 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”的关键词密度调整和思路理由清晰, 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\_\_\_\_\_

试题编号：H3-4，SEO 搜索引擎优化 4

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

湖南科力远新能源股份有限公司创建于 1998 年，以专利技术进入储能行业并迅速崛起，2003 年在上海证券交易所上市，股票代码 600478。公司专注混合动力 20 年，缔造了一条从先进储能材料、先进电池、汽车动力电池能量包到油电混合动力汽车总成系统、电池回收系统、混合动力汽车运营的完整产业链，服务于各大整车企业。

公司全面推行精益管理与智能化制造，融合工业 4.0，拥有强大的自主创新平台和油电混合动力汽车总成系统平台。目前已与吉利集团、长安汽车、云内动力等单位合资成立科力远混合动力技术有限公司，共同开发 CHS 深度混合动力总成项目。公司致力于混合动力汽车技术的推广和普及，开放 CHS 技术平台，与整车企业共享技术成果，共同推动中国汽车产业的发展，保卫蓝天，共筑绿色未来。

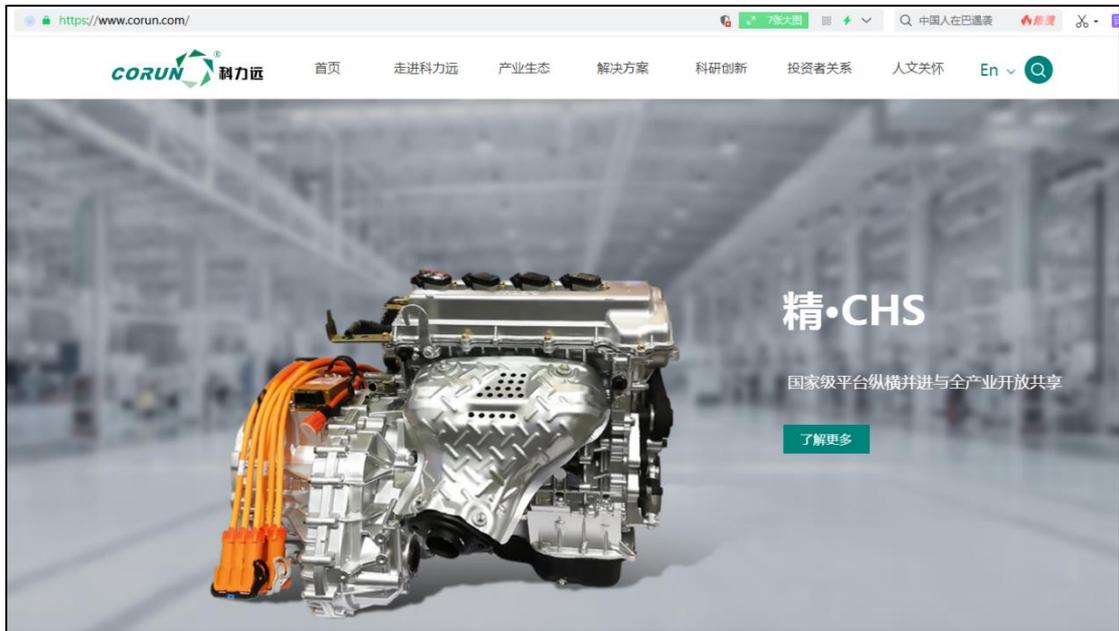


图 1 湖南科力远新能源股份有限公司首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.corun.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 反馈页面截图	
360 提交入口网址	

提交到 360 反馈页面截图	
----------------	--

2) 检查收录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
湖南科力远新能源股份有限公司首页					

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 公司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, 请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

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 20000 元。经过统计, 这则广告的曝光次数是 1500000, 点击次数是 100000 次, 广告后转换行动次数是 2000。

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转化率的含义
答:
②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
③该行业的平均转化率大约是 3%。请分析该网站的转化率是偏高或偏低, 并提出改进建议?
答:

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-4)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-4)**

评价内容		配分	考核点	得分1	得分2	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,体现公司网址或者公司名称			
	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 and 产品的关键词5-10个			
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,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”的关键词密度调整和思路理由清晰,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\_\_\_\_\_

试题编号：H3-5，SEO 搜索引擎优化 5

**(1) 任务描述**

**背景资料：**

唐人神集团股份有限公司 (<https://www.trsgroup.com.cn>) 是首批农业产业化国家重点龙头企业。集团致力生猪产业链一体化经营，经过 20 多年的创业发展，已经形成了“品种改良、安全饲料、健康养殖、肉品加工、品牌专卖”五大产业发展格局，在全国拥有 40 余家子公司。

2019 年 9 月 1 日，2019 中国制造业企业 500 强榜单发布，唐人神集团股份有限公司名列第 399 位。2020 年 1 月 7 日，入选 2019 年全国农产品加工业 100 强企业名单，综合排名第 45。近年来，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。

**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.hnpangge.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 反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 反馈页面截图	

2) 检查收录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
唐人神					

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 公司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，请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

7) 竞争对手分析。利用 baidu 检索工具，查询与唐人神业务相关的公司有哪些？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“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		

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-5)

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-5)

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

试题编号：H3-6，SEO 搜索引擎优化 6

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

株洲千金药业股份有限公司（以下简称：千金药业，网站 <http://www.qjyy.com>）创建于 1966 年，1993 年进行股份制改造，2004 年在上海证券交易所上市（股票代码 600479），2005 年“千金”商标被评为中国驰名商标。公司系湖南省制药行业的龙头企业，中国制药百强企业，中国主板上市公司价值百强企业，国家技术创新示范企业，农业产业化国家重点龙头企业。

母公司千金药业现有片剂、颗粒剂、胶囊剂等八个剂型，十三条生产线，产能达 15 亿元。主要产品有妇科千金片（胶囊）、补血益母丸（颗粒）、椿乳凝胶等 14 个独家品种，拥有 200 多项专利，50 多个生产批文。其中：妇科千金片（胶囊）是“国家秘密技术项目”、中药保护品种、《国家基本药物》、《国家医保目录甲类品种》、《中国药典》收载品种；连续十余年保持妇科口服类中成药强势品牌的地位。



图 1 株洲千金药业股份有限公司首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.qjyy.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 反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
株洲千金药业股份有限公司					

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 公司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, 请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

#### 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 6, 000 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
答:
②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
③该行业的平均转化率大约是 4%。请分析该网站的转化率是偏高或偏低, 并提出改进建议?
答:

#### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-6)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-6)**

评价内容		配分	考核点	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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description（描述）。能把相应关键串成一句通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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	6分	术语解释正确，定义关键要点解释得当。				

	和推广优化 (18分)	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\_\_\_\_\_

试题编号: H3-7, SEO 搜索引擎优化 7

### (1) 任务描述

#### 背景资料:

华润万家是华润集团旗下优秀零售连锁企业,业务覆盖中国内地及香港市场。于 1984 年在香港开设首家超市。现在全国 109 个城市经营超 3000 家门店,全国员工 95000 多名,超市业务连续多年位居中国前列。

华润万家秉承“引领消费升级、共创美好生活”使命,从消费者变化的需求出发,多业态布局,为更广泛的消费群体匹配多场景优质购物体验。

现在公司为了提高品牌知名度,对其进行搜索引擎优化和推广。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。



图 2 华润万家网站首页

#### 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.crv.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 反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 反馈页面截图	

2) 检查收录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
华润万家网站					

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 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, 请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

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	345	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	否	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	否	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	否	2034	78.32
14	某关键词	是	2109	78.21
15	某关键词	否	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：	跳出率高：
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：	

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-7)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-7)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况 (5 分)	1 分	检查方式正确			
		1 分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description（描述）。能把相应关键串成一句通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-8，SEO 搜索引擎优化 8

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

华天实业控股集团有限公司（[www.chhtg.com](http://www.chhtg.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。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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 成功界面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 成功界面截图	

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

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
华天公司					

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 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。为了更好的推广华天酒店电子商务平台, 扩大华天酒店的影响力, 请根据华天酒店电子商务平台的定位、网上功能、用户使用特点、华天酒店在湖南省的地位等方面设计 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

标题:
描述:
URL:

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:

**(2)实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp/win7/win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-8)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-8)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值, 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	P R 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, 体现公司网址或者公司名称			
	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		Description (描述)。能把相应关键串成一句通顺的话, 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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

## 试题编号: H3-9, SEO 搜索引擎优化 9

### (1) 任务描述

#### 背景资料:

中教畅享(北京)科技有限公司 <http://www.itmc.cn/> 位于北京中关村高新科技园区,是国家认定的高新科技企业、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。

#### 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 成功界面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 成功界面截图	

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

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 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

标题:
描述:
URL:

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 8 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：

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-9)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-9)**

评价内容		配 分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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	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。				

	(16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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-10，SEO 搜索引擎优化 10

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

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。

#### 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 成功 界面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 成功界 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

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
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 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,请根据湖南地区方言特点、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 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

标题:
描述:
URL:

7) 竞争对手分析。利用 baidu 检索工具，查询湖南省内做“茶叶”产品的知名企业有哪些？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		
---	--	--

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-10)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-10)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-11，SEO 搜索引擎优化 11

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

得益于永州得天独厚的自然条件，湖南时代阳光药业股份有限公司(简称时代阳光药业, <http://www.timesun.com.cn/>)的前身——永州零陵制药厂诞生于 1969 年。经 2002 年改制后，现已发展成为一家以中药生产为主的现代制药企业。时代阳光人充分发掘永州的丰富药材资源，培育了 3 个全国独家品种，25 个国家基本药物与医保目录品种，拥有 55 个国家药品生产批文，形成了清热解毒、解表化湿、补血调经、疏肝解郁等几大特色系列产品，拥有口服液剂、片剂、酞剂、颗粒剂等 8 条通过了国家新版 GMP 认证的自动化中成药生产线。

时代阳光药业从采购环节开始，严格甄选供应商，遵循“从药材主产区、在最佳采收时节采收”的标准。严格按照法定生产工艺，执行高于国家法定标准的内控质量标准生产产品。持续的品质保证，公司培育了喉咽清口服液（颗粒）、小儿扶脾颗粒、藿香正气水、驴胶补血颗粒、复方丹参片等一批知名产品。喉咽清口服液是国家医保品种，也是全国独家品种，小儿扶脾颗粒是全国独家品种，藿香正气水曾获得全国同产品质量评比第一名。



图 3 湖南时代阳光药业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。

#### 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.timesun.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 的成功结果截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 反馈页面截图	

360 提交入口网址	
提交到 360 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
时代阳光网站					

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 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,请根据湖南地区方言特点、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 300 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	否	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	18.12%
10	某关键词	是	1733	34.21%
11	某关键词	否	1799	56.34%
12	某关键词	否	1900	67.56%
13	某关键词	否	2034	78.32%
14	某关键词	否	2109	78.21%
15	某关键词	否	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：	跳出率高：
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:

**(2)实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-11)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-11)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值,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,体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,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”的关键词密度调整和思路理由清晰,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\_\_\_\_\_

试题编号: H3-12, SEO 搜索引擎优化 12

### (1) 任务描述

#### 背景资料:

九芝堂股份有限公司 (<http://www.hnjzt.com/>) 是国家重点中药企业、国家重点高新技术企业、国内 A 股上市公司、湖南省质量管理奖企业、国家博士后科研工作站。公司前身“劳九芝堂药铺”创建于 1650 年。

2004 年 2 月,“九芝堂”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标;2006 年 9 月,“九芝堂”被国家商务部认定为“中华老字号”;2008 年 6 月,九芝堂传统中药文化被列入国家级非物质文化遗产保护目录。公司主要从事中成药、生物药品的研制、生产、销售及药品的批发、零售业务,综合经济实力在湖南省医药行业中名列前茅,并连续获评纳税信用 A 级单位。



请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.hnjzt.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 反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
九芝堂股份有限公司					

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 九芝堂股份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,请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

7) 竞争对手分析。利用 baidu 检索工具，查询九芝堂企业竞争对手有哪些？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“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		

(2)实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-12)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-12)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况 (5 分)	1 分	检查方式正确			
		1 分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-13，SEO 搜索引擎优化 13

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

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 点石家装公司网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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 是否成功收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
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	
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 公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	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，请根据湖南地区方言特点、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 公司关键词的设计

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:
URL:

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 运营数据表

项目	数据	项目	数据
周期	2 个月	跳出率	90%
PV	70	平均访问时长	2 分钟
UV	80		

表 9 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, 请评价本公司网站两个月的运行情况?
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:

**(2)实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp/win7/win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-13)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-13)**

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 1	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(9.5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	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				

(16分)	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, 体现公司网址或者公司名称			
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	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话, 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”的关键词密度调整和思路理由清晰, 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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-14，SEO 搜索引擎优化 14

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

湖南兴盛优选电子商务有限公司（简称兴盛优选，<https://www.xsyxsc.com/>），为湖南著名连锁便利店品牌“芙蓉兴盛”孵化的互联网零售企业，公司注册地为长沙市高新开发区麓谷大道 658 号麓谷信息港，曾荣获“2018 中国商业年度创新奖”。

兴盛优选是一家有温度的社区电商，平台主要定位解决家庭消费者的日常需求，包括蔬菜水果，肉禽水产，日用百货等全品类精选商品，依托社区实体便利店，通过“线上预订+门店自提”的方式，所有商品今日下单，次日到店，消费者享受 100%售后。

兴盛优选目前业务已辐射湖南、湖北、广东、江西、四川、重庆、陕西、贵州、河南、广西、福建、河北 12 大省份/直辖市，及 300 余地级市、县城、乡镇，预计 2019 年交易额突破 100 亿，成为中国社区电商的领跑者！



图 1 兴盛优选网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.xsyxsc.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 是否成功收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
兴盛优选					

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 公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	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,请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

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 20, 000 元。经过统计, 这则广告的曝光次数是 1, 500, 000, 点击次数是 100, 000 次, 广告后转换行动次数是 2, 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
答:
②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
③该行业的平均转化率大约是 3%。请分析该网站是偏高或偏低, 并提出改进建议?
答:

**(2)实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp/win7/win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-14)



搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-14)

评价内容		配分	考核点	得分1	得分1	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搜录情况的值, 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, 体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 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”的关键词密度调整和思路理由清晰, 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\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-15，SEO 搜索引擎优化 15

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

火宫殿 (<http://www.huogongdian.com/>) 是湖南省长沙市的著名特色景点，本身主体是一个火神庙，此地因聚集了最多的、最正宗的潇湘美食小吃而著称，来此的多是为了品尝湖南美食小吃。2013 年经过改建的火宫殿美食文化城比较卫生正规，在这里可以吃到各种长沙和湖南小吃，比如长沙臭豆腐、正宗红烧肉、糍粑等等，种类繁多，色香味俱全。火宫殿作为美食城 2014 年在长沙有 5 处，1 家总店，4 家分店，但原本的最著名还是坡子路上的火宫殿原址。这里是最早的火神庙所在地，周围因为历史上一直有小吃摊和庙会，所以小吃文化盛行。



图 1 火宫殿网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.huogongdian.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) 检查收录情况。检查 Baidu 是否成功收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 收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
火宫殿有限责任公司					

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 公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	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，请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

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	否	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	否	1987	18.12%
10	某关键词	否	1733	34.21%
11	某关键词	是	1799	56.34%
12	某关键词	是	1900	67.56%
13	某关键词	否	2034	78.32%
14	某关键词	否	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:	跳出率高:
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:	

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-15)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-15)**

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 1	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			
	检查搜索结果情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-16，SEO 搜索引擎优化 16

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

新东方在线（<http://www.koolearn.com/>）是新东方教育科技集团(NYSE:EDU)旗下专业的在线教育网站，是国内首批专业在线教育网站之一，依托新东方强大师资力量与教学资源，拥有中国先进的教学内容开发与制作团队，致力于为广大用户提供个性化、互动化、智能化的卓越在线学习体验。课程涵盖出国考试、国内考试、职业教育、英语学习、多种语言、K12 教育等 6 大类，共计近 3000 门课程。目前，新东方在线网站个人注册用户已逾 1200 万。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，使课程无论是在浏览器还是移动设备都能同步，实现跨平台无缝衔接，企业决定用微信方式进行推广营销。



图 1 新东方在线网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.koolearn.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 是否成功收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
新东方在线					

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 公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	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, 请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

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 7000 元。经过统计, 这则广告的曝光次数是 700,000 次, 点击次数是 70,000 次, 广告后转换购买次数是 1,400。

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转化率的含义
答:
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?
答:

**(2)实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp/win7/win8 操作系统, Office2007 版本以上, HyperSnap 截图工具软件

### (3)考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

### (4)评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H3-16)

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-16)

评价内容	配分	考核点	得分1	得分1	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, 体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话, 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”的关键词密度调整和思路理由清晰, 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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-17，SEO 搜索引擎优化 17

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

湖南旺德府家居建材投资(集团)(<http://www.hnwdf.cn/>)有限公司成立于 2010 年，负责集团建材流通主业的运营，集团下辖三家控股子公司和两个机构，分别为：湖南旺德府装饰建材名品有限公司、湖南旺德府木业有限公司(主营板材省内市场)、湖南万象装饰建材有限公司(主营板材省外；地板、木门、衣柜全国市场)以及旺德府学院、旺德府同爱基金二个机构，作为省内家居建材流通知名领先企业，旺德府集团家居建材线下门店已基本覆盖省内县级以上城市，并开始布局全国市场，渠道网络较健全。面对电子商务发展的新形势和发展机遇，集团顺应“互联网+”的行业发展趋势，网络营销和电子商务已逐步发力，2014 年 3 月万象地板旗舰店入驻天猫。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，根据集团电商发展战略规划，使其产品和服务无论是在浏览器还是移动设备都能同步，实现跨平台无缝衔接，企业决定用搜索引擎方式进行推广营销。



图 4 湖南旺德府投资控股集团有限公司首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.hnwdf.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 的成功结果截图

Baidu 提交入口网址	
--------------	--

提交到 Baidu 反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 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
湖南旺德府投资控股集团有限公司					

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 网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	多喜爱公司网页情况	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，请根据湖南地区方言特点、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 300 字以内

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:
URL:

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 湖南旺德府家居建材投资推广数据分析表

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针对湖南旺德府投资控股集团有限公司网站和上表数据，提出改进建议意见？	
答：	

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-17)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-17)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 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”的关键词密度调整和思路理由清晰, 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。对转化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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-18，SEO 搜索引擎优化 18

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

绝味鸭脖是绝味食品股份有限公司 (<https://www.juewei.cn/>) 的核心品牌，绝味鸭脖采用秘制香料精心烹制而成，融入楚湘传统美食烹饪技法，结合祖国传统药膳食谱，博采众长，积数年心血研制。绝味全国有千家门店，20 家子公司。截至 2022 年末，绝味食品中国大陆地区门店总数达 15076 家。

公司为了扩大知名度，决定对网站进行搜索引擎推广。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。



图 1 绝味食品网站首页

#### 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.juewei.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 是否成功收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
绝味食品					

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 公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	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, 请根据湖南地区方言特点、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:
URL:

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 运营数据表

项目	数据	项目	数据
周期	1 个月	跳出率	80%
PV	55	平均访问时长	5 分钟
UV	60		

表 9 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:

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-18)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-18)**

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 1	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(9.5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	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				

	(16分)	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,体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,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”的关键词密度调整和思路理由清晰,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\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-19，SEO 搜索引擎优化 19

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

水羊集团股份有限公司 (<https://www.syounggroup.com/>) 成立于 2012 年 11 月，是一家以研发赋能产品，数字赋能组织的科技型企业，是以自主品牌为核心，自主品牌与代理品牌双业务驱动的新消费品美妆品牌企业。

水羊股份现有员工 2000 余名，旗下拥有御泥坊、小迷糊、大水滴、花瑶花、御 MEN、HPH 等多个自主品牌。同时，与强生集团达成深度战略合作，全面承接强生中国的电商业务，并设有独立开放平台“水羊国际”，代理了城野医生、EviDens、KIKO、Lumene 等国际知名品牌。除了品牌数量的增长，水羊股份已形成丰富的产品矩阵，包括水乳膏霜、彩妆、婴儿洗护、香水、抗菌洗手液、生发药剂等，线上、线下销售渠道布局完善，多品牌、多品类、多业务、全渠道的战略蓝图已经形成。



图 5 水羊集团股份有限公司首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

#### 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.syounggroup.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 的成功结果截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 反馈页面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 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
水羊集团股份有限公司					

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 网站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，请根据湖南地区方言特点、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 300 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:
URL:

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 运营数据表

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	3 分钟
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
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：

**(2)实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-19)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-19)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

试题编号：H3-20，SEO 搜索引擎优化 20

### (1) 任务描述

#### 背景资料：

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。

#### 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 成功界面截图	
360 提交入口网址	
提交到 360 成功界面截图	

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

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
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 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，请根据湖南地区方言特点、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

标题:
-----

描述:
URL:

### 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 8 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针对老百姓大药房网和上表数据,提出改进建议意见?	
答:	

### (2)实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2007 版本以上，HyperSnap 截图工具软件

**(3)考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4)评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H3-20)

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-20)**

评价内容		配分	考核点	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			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		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搜录情况的值，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	P R 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，体现公司网址或者公司名称			
	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	Description(描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话，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”的关键词密度调整和思路理由清晰，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\_\_\_\_\_

试题编号：H3-21 移动新媒体推广-微博推广 1

一、任务描述

多喜爱家饰织用品有限公司（<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，公司打算采用微博营销的方式来扩大销售面。

二、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，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

1. 微博的规划和设计

(1) 微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成哪些类型？多喜爱家饰织用品有限公司开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型	
多喜爱家饰织用品有限公司在线选择何种类型	
选择理由：	

(2) 微博名称选取

多喜爱家饰织用品有限公司在微博营销过程中，针对不同的核心人群，实行

微信多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一类是针对婚庆类用户，一类是针对学生群体用户。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。）

序号	名称	理由
1		
2		

## 2. 增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是企业非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

## 3. 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 5 月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行全场 9 折优惠活动，如果 5.1 好当天进店下单的客户，还有好礼赠送。现打算通过微博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博内容，并填入下表。

微博标题	微博内容

## 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 5 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的办法	理由
1		
2		
3		
4		

### 5. 数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下表，根据下表，回答以下问题。

指标	数据	指标	数据	指标	数据
微博关注总人数	7301	独立访客数	7643	微博转总发数量	56345
微博粉丝数量	21902	微博浏览量	34562	日评论数量	546
粉丝互动数量	6754	平均访问时间	5 秒		
关注人增长	4				

#### (1) 营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，出于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内容	
1	公司微博营运情况分析	
2	出于何总阶段	
3	出于何总阶段的理由	

#### (2) 营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		

2		
3		
4		

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H3-21)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H3-21)

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,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)	微博规划和设计(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)。2个名称,总计10分	
	增加粉丝数量(20分)		20分	每条方法(2分),理由(2分);5条,共20分	
	微博宣传推广(20分)		5分	微博宣传标题(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。	
			15分	内容:流畅,丰富,能准确描述活动内容(7分)。图文并茂,有较强视觉冲击效果(8分)。	
	粉丝交流(20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当,主题紧扣推广目标,能吸引网民(8分)。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整(3分);思路清晰(3分);可行性较强(3分);对企业沟通成本控制合理(3分)。	
	数据优化分析(20分)	营运情况分析	8分	对数据分析全面;对公司微博运营情况描述清晰(3分)。	
				正确判断公司微博营运阶段(2分)。	
				理由充分,数据分析正确(3分)。	
营运策略		12分	对企业微博营销整体营运目标正确(4分) 思路清晰,策略得当(4分) 有较强的可操作性(4分)。		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-22 移动新媒体推广-微博推广 2

### 一、任务描述

唐人神集团是首批农业产业化国家重点龙头企业。集团致力生猪产业链一体化经营，经过 20 多年的创业发展，已经形成了“品种改良、安全饲料、健康养殖、肉品加工、品牌专卖”五大产业发展格局，在全国拥有 40 余家子公司。集团旗下的“唐人神”、“骆驼”牌都是中国驰名商标，“唐人神”肉品和“骆驼”牌饲料都是中国名牌产品。“美神”种苗通过美国 NSR 认证，达到美国同步育种水平。集团位列饲料、肉类行业十强，跨入中国制造业 500 强。

### 二、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，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

#### 1. 微博的规划和设计

##### ① 微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成哪些类型？唐人神开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型	
唐人神集团在线选择何种类型	
选择理由：	

##### ② 微博名称选取

唐人神集团在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微博多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一个是唐神人肉类产品，一个是生猪饲料产品。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。)

序号	名称	理由
1		
2		

## 2. 增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，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：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

## 3. 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在5月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上(淘宝店、天猫店、1号店等)销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博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博内容，并填入下表。

微博标题	微博内容

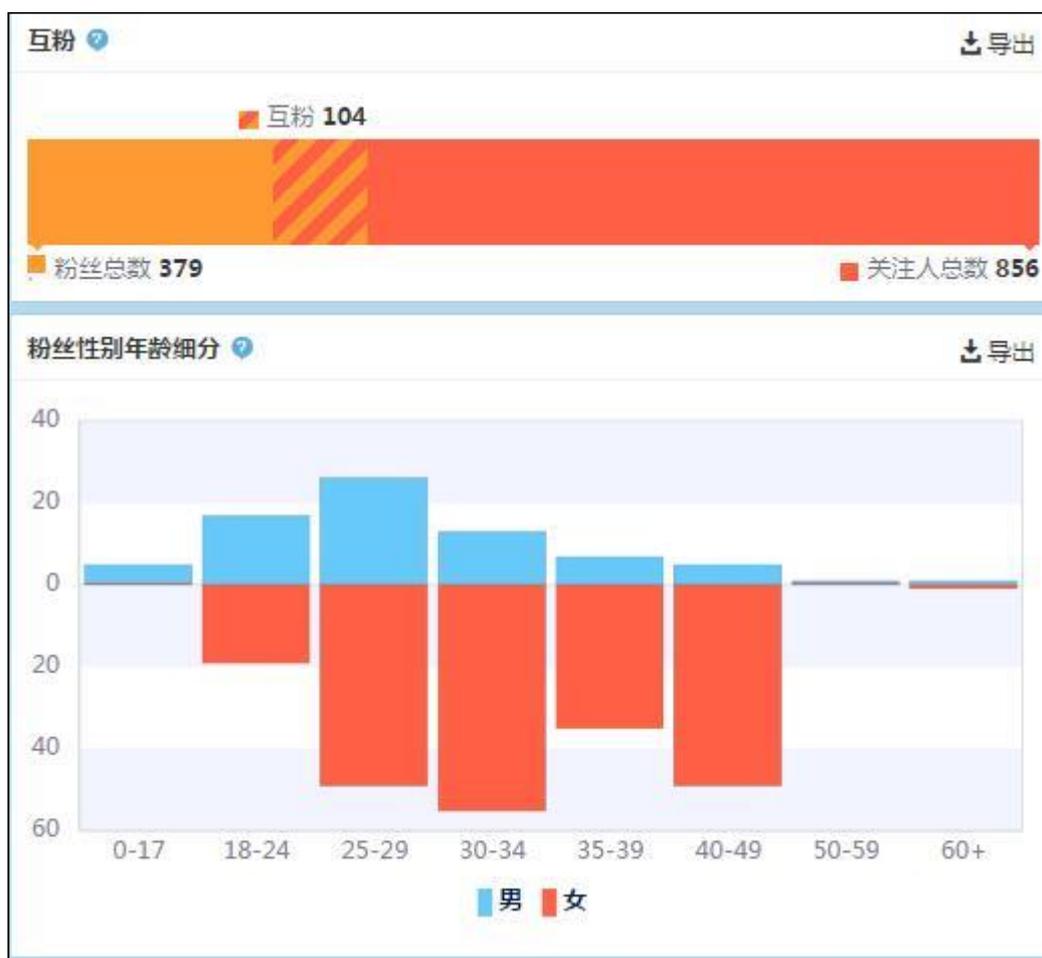
## 4. 粉丝交流

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5月的活动，请将与粉丝公司互动的方和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

### 5. 数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。



#### ① 营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容	
1	公司微博营运情况分析	

2	处于何种阶段	
3	处于何种阶段的分析理由	

### ② 营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H3-22)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H3-22)

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,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)	微博规划和设计(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)。2个名称,总计10分	
	增加粉丝数量(20分)		20分	每条方法(2分),理由(3分);4条,共20分	
	微博宣传推广(20分)		5分	微博宣传标题(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。	
			15分	内容:流畅,丰富,能准确描述活动内容(7分)。图文并茂,有较强视觉冲击效果(8分)。	
	粉丝交流(20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当,主题紧扣推广目标,能吸引网民(8分)。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整(3分);思路清晰(3分);可行性较强(3分);对企业沟通成本控制合理(3分)。	
	数据优化分析(20分)	营运情况分析	8分	对数据分析全面;对公司微博运营情况描述清晰(3分)。	
				正确判断公司微博运营阶段(2分)。	
				理由充分,数据分析正确(3分)。	
	营运策略	12分	对企业微博营销整体营运目标正确(4分) 思路清晰,策略得当(4分) 有较强的可操作性(4分)。		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 一、任务描述

湖南华天大酒店股份有限公司 (<http://www.ehuatian.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,公司打算采用微营销的方式来扩大销售面。

### 二、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,计划开发移动营销业务,使用微博来推广公司业务,扩大公司影响力。

微博,即微博客(MicroBlog)的简称,是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台,用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区,以 140 字左右的文字更新信息,并实现即时分享。

#### 1. 微博的规划和设计

##### ① 微博账号类型

现在的微博平台比较多,申请的个人和机构也比较多,不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样,请根据不同的角色,将微博的账号划分成哪些类型?湖南华天大酒店股份有限公司开展微博营销应选择哪一种账号?

微博号类型	
湖南华天大酒店股份有限公司在线选择何种类型	
选择理由:	

## ②微博名称选取

湖南华天大酒店股份有限公司在微博营销过程中，针对不同的核心人群，实行微信多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一类是针对婚庆类用户，一类是针对商务群体用户。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。）

序号	名称	理由
1		
2		

## ②增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，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：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

## 3. 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 7 月份组织一次专门针对商务人士的促销活动，在本年度 7 月份之前到通过公司网络办理 VIP 的用户，全年可以享受公司所有店铺活动 9 折优惠。现打算通过微博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博内容，并填入下表。

微博标题	微博内容

#### 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服务等的态度和意见。针对公司本次7月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

#### 5)。数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下表，根据下表，回答以下问题。

指标	数据	指标	数据	指标	数据
微博关注总人数	4301	独立访客数	2643	微博转总发数量	5634
微博粉丝数量	2190	微博浏览量	3456	日评论数量	46
粉丝互动数量	1754	平均访问时间	2秒		
关注人增长	2				

#### ①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，出于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内容	
1	公司微博营运情况分析	
2	出于何总阶段	
3	出于何总阶段的理由	

#### ②营运策略

根据粉丝数量和其他数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
----	------	------

1		
2		
3		
4		

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H3-23)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H3-23)

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,遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
微博的规划和设计(15)	微博账号类型	7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4分。	
	微博名称选取	8分	确定企业名称恰当合理。2分,理由充分2分。共2个名称,总计8分。	
增加粉丝数量(20分)		20分	每条方法2分,理由3分;共20分	
微博宣传推广(14分)		4分	微博宣传标题4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。	
粉丝交流(20)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当,主题紧扣推广目标,能吸引网民;共8分;	
	理由	12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12分;	
数据优化分析(26)	营运情况分析	6分	对数据分析全面;	
			对公司微博运营情况描述清晰;0-2分	
			正确判断公司微博营运阶段;0-1分	
营运策略	20分		理由充分,数据分析正确;0-3分	
			对企业微博营销整体营运目标正确;0-2分 理由思路清晰,策略得当; 有较强的可操作性。0-3分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H3-24 移动新媒体推广-微信推广 1

### 一、任务描述

新东方在线 (<https://www.koolearn.com/>) 是新东方教育科技集团 (NYSE:EDU) 旗下专业的在线教育网站，是国内首批专业在线教育网站之一，依托新东方强大师资力量与教学资源，拥有中国先进的教学内容开发与制作团队，致力于为广大用户提供个性化、互动化、智能化的卓越在线学习体验。课程涵盖出国考试、国内考试、职业教育、英语学习、多种语言、K12 教育等 6 大类，共计近 3000 门课程。目前，新东方在线网站个人注册用户已逾 1200 万。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，使课程无论是在浏览器还是移动设备都能同步，实现跨平台无缝衔接，企业决定用微信方式进行推广营销。

### 二、测试任务

#### 1. 微信公众号的规划与设计

微信公众号分为哪两种类型？新东方在线将如何选择？（公众号的选择主要依据自身和特点）

微信公众号类型	
新东方在线选择何种类型	
选择理由：	

现新东方在线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。

名称 1:	理由:
名称 2:	理由:
名称 3:	理由:

--	--

## 2. 微信发布内容的规划与选择

请根据新东方在线网站特点进行其微信内容栏目设置。

栏目名称	选择栏目的理由

请根据新东方在线的如下产品，为该产品撰写发布信息。

**初一全学年【数学】同步精讲班【人教版】(李娜)**  
知心姐姐李娜带你进入初中数学的世界！！



**¥780** 立即购买

在线咨询: 在线咨询

课时: 102

有效期: 365天

满意度: (5161人觉得赞)

特色服务:

主讲老师



李娜

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

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，那么微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道，请为新东方在线规划推广渠道。

	转化渠道	原因
非微信平台	渠道 1:	

推广渠道	渠道 2:	
	渠道 3:	
微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	

有效粉丝是进行微信营销核心武器，新东方在线如何才能有效拉粉，快速增加粉丝？请为其选择最有效 5 种方法。

方法 1:	理由:
方法 2:	理由:
方法 3::	理由:
方法 4:	理由:
方法 5:	理由:

#### 4. 微信营销推广数据分析

新东方在线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：

以下表格是反映的是新老客户通过移动端和 PC 端购买产品的次数，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？

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
2015/1/5	2724	1995	5138	5004
2015/1/6	741	660	1594	1673
2015/1/7	291	225	664	634
均值	1252	960	2465.33	2437
总计	3756	2880	7396	7311

根据上表中的数据进行分析，并将分析结果填入下表。

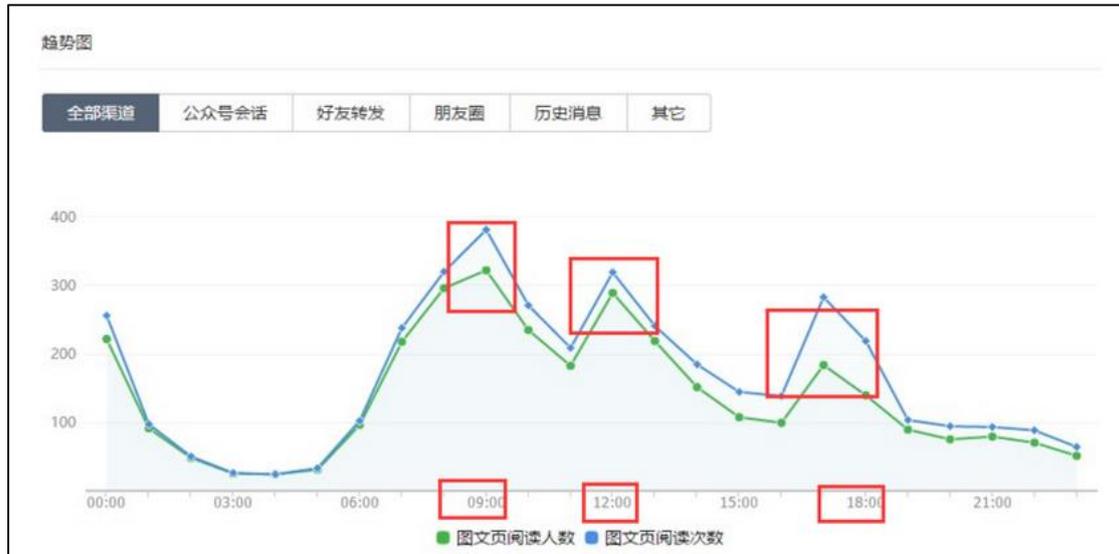
表 9 数据分析与推广优化问题

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：以上数据对新东方在线的运营推广能提供哪些指导？

答：

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。下图为新东方在线某篇文章的小时报趋势图。



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：根据以上信息对新东方在线的微信推送有什么借鉴意义？

答：

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H3-24)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H3-24)

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,遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (95分)	微信公众号的 微信公众号 规划与设计 (12分)	微信公众号 的选择 (4分)	1分	两种微信公众号的区别	
		1分	为企业选择适合的微信公众号类型		
			2分	能准确回答选择微信公众号类型的理由	
	2分	微信公众号 设计(8分)	2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)	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 微信栏目设计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 (25分)	5分
		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 (10分)	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(10分)	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 (30)	新老客户 购买途径 数据分析	6分	能够准确分析新、老客户通过手机端和PC端购买产品的数据及数据产生变化差异的原因		
		9分	通过分析原因能提出对网站的在线运营3点以上建议。		
	文章的小 时报趋势 图的分析	6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。		
		9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\_\_\_\_\_

试题编号：H3-25 移动新媒体推广-微信推广2

一、任务描述

湖南旺德府投资控股集团有限公司是一家以建材流通、商业地产、金融服务、能源环保、仓储物流、电子商务、创业投资、培训咨询等为业务领域，并进行针对性项目投资的多元化大型综合企业集团。集团现发展成为：十七个子公司、二个机构、一个二级子集团。公司紧跟发展战略，开拓创新，产业升级，不断寻求新的利润增长点！拥有“旺德府”、“万象”两个品牌。通过“旺德府木制品材料研究所”的研发平台，自主开发了“万象天冠”、“万象”、“万象银天”三大木制品系列！湖南旺德府投资控股集团有限公司将继续弘扬以“明德、博厚、中和、至善”为核心价值观的企业文化，以“为客户创造价值倍增的合作平台，为员工创造梦想成真的事业机会，为社会创造健康美好的居办环境”为企业使命，秉承“诚信和谐、稳健创新、自强敬业、守法循章”的企业精神，不断提高旺德府人社会责任感，将旺德府品牌做专、做精、做强、做长、做得更有价值，发展成为国内知名的大型综合性企业集团。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，根据集团电商发展战略规划，使其产品和服务无论是在浏览器还是移动设备都能同步，实现跨平台无缝衔接，企业决定用微信方式进行推广营销。

二、测试任务

1. 微信公众号的规划与设计

①微信服务号和微信订阅号有什么区别？湖南旺德府投资控股集团有限公司将选择何种公众号？（公众号的选择主要依据自身和特点）

微信服务号和订阅号的区别	
湖南旺德府投资控股集团有限公司选择何种类型	
选择理由：	

②现湖南旺德府投资控股集团有限公司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。)

名称 1:	理由:
名称 2:	理由:
名称 3:	理由:

## 2. 微信发布内容的规划与选择

①请根据湖南旺德府投资控股集团有限公司网站特点进行其微信内容栏目设置。

栏目名称	选择栏目的理由

②请根据湖南旺德府投资控股集团有限公司的如下产品，为该产品撰写发布信息。



**产品名称:** 万象地板 强化复合地板家用 I 级无甲醛封蜡防水环保  
**产品参数:**  
**品牌:** 万象 **型号:** QK002  
**计价单位:** 1 m<sup>2</sup> **颜色分类:** 阳春三月  
**耐磨转数:** 6000 转(含)-9000 转(不含)  
**基材:** 高密度纤维板  
**企口类型:** V 型槽  
**厚度:** 12mm  
**是否包同色踢脚线:** 不包  
**尺寸:** 其它 **甲醛释放含量:** E0  
**同城服务:** 同城卖家送货上门

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，那么微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道，请为南湖南旺德府投资控股集团有限公司在线规划推广渠道。

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，湖南旺德府投资控股集团有限公司在线如何才能有效拉粉，快速增加粉丝？请为其选择最有效 5 种方法。

方法 1:	理由:
方法 2:	理由:
方法 3::	理由:
方法 4:	理由:
方法 5:	理由:

### 4. 微信营销推广数据分析

湖南旺德府投资控股集团有限公司在线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对数据进行了分析对比。相关的数据见下表：

①粉丝的增长量主要是能够说明我们的内容以及昨天的推广做的怎么样，以及我们的推广是否精准。，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？

日期	新关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数
2016/20/5	1	0	1	220
2016/19/5	0	0	0	219
2016/18/5	0	0	0	219
2016/17/5	0	0	0	219

2016/16/5				219
2016/15/5	1	0	1	219
2016/14/5	0	0	0	218

根据上表中的数据进行分析，并将分析结果填入下表。

表 9 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：以上数据对湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司在线的运营推广能提供哪些指导？
答：

②粉丝的类型就是微信公众号的定位，只有把自己的定位定好了以后才能够更好地根据这个去推送相关的内容和推广粉丝。



问题 1：根据上图分析该企业的粉丝都是属于什么群体？具体分布在哪些城市？
--------------------------------------

答：

问题 2：根据以上信息对湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司在线的微信推送有什么借鉴意义？

答：

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H3-25)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H3-25)

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,遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (95分)	微信公众号的 微信公众号 规划与设计 (12分)	微信公众号 的选择 (4分)	1分	两种微信公众号的区别	
			1分	为企业选择适合的微信公众号类型	
			2分	能准确回答选择微信公众号类型的理由	
		微信公众号 设计(8分)	2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)	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 微信栏目设计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 (25分)	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 (10分)	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(10分)	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 (30分)	粉丝增长 量数据分 析	6分	能够分析目前的粉丝增长量情况		
		9分	通过粉丝增长量的分析能提出对网站的在线运营提出3点以上建议。		
	粉丝类型 的分析	6分	能够分析粉丝群体性质以及其具体分布情况		
		9分	通过能粉丝的分析能提出对网站的微信推送提出3点以上建议。		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 模块五 电商物流管理

### 试题编号: H4-1, 电商物流管理-采购管理 1

#### 一、任务背景

需求计划是否有效? 供应商是否稳定可靠? 采购价格是否合理? 这是每一个采购人员都应考虑的问题。通过对采购数据的分析, 可以及时调整采购策略, 优化网店的客户服务满意度、增加网店利润空间、降低运营成本及供货风险。

张三是某销售时尚休闲装网店的采购专员, 近期公司调整运营策略, 对上一年度采购计划和采购成本进行分析, 现要求小刚针对采购数据做一次详细分析, 为下一年度的采购计划做准备。

#### 二、任务分析

采购需求计划分析是基于实际销售的数据, 对未来的销售预测进行评估, 通常分为如下步骤:

- (1) 对过去的销量进行数据统计, 得出以 SKU 为颗粒度的销量统计表;
- (2) 分别对日常销量和活动销量进行预判, 得出需求预测;
- (3) 基于时间维度进行需求预测汇总;
- (4) 采购成本进行分析;
- (5) 结合市场和销售策略, 定期对所有需求进行符合事实的更新。

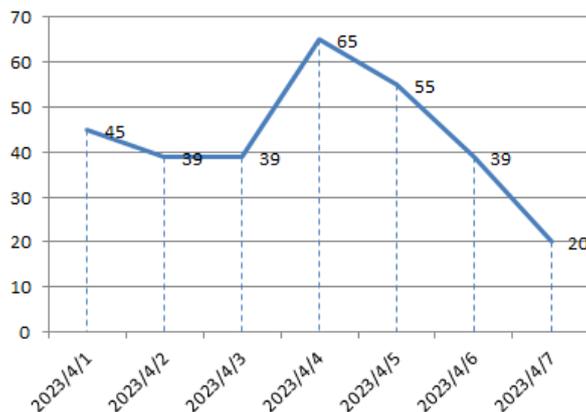
#### 三、任务操作

步骤 1: 销量数据统计预测。获取 4-1-1 源数据, 可知网店 2023 年上半年短袖的日常需求预测和活动需求预测。根据计算公式: 需求总预测=日常需求预测+活动需求预测对数据进行汇总, 制作表 1 短袖需求预测汇总。

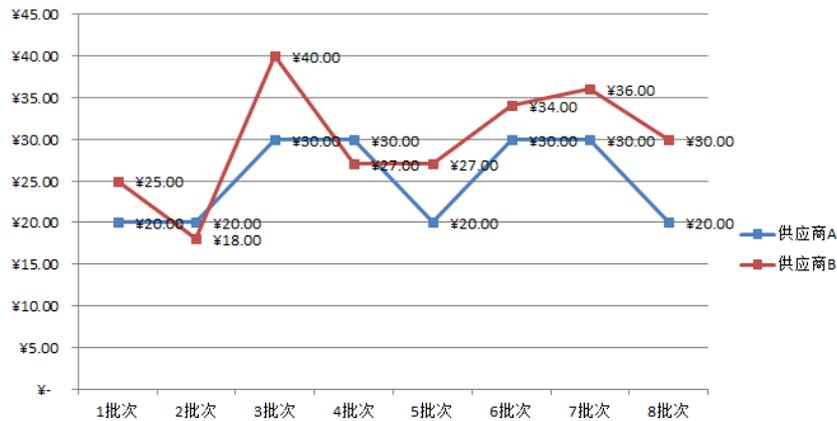
步骤 2: 图表可视化操作。在此基础之上, 为了显示出需求变化规律以规划其他运营资源, 可以将表 1 中的数据结果转化为图 1 短袖需求汇总 (折线图) 和图 2 短袖 SKU 需求分析 (柱状图)。

步骤 3: 图表可视化分析。根据任务背景小刚针对采购数据做一次详细分析, 为下一年度的采购计划做准备的要求, 进行汇总分析。

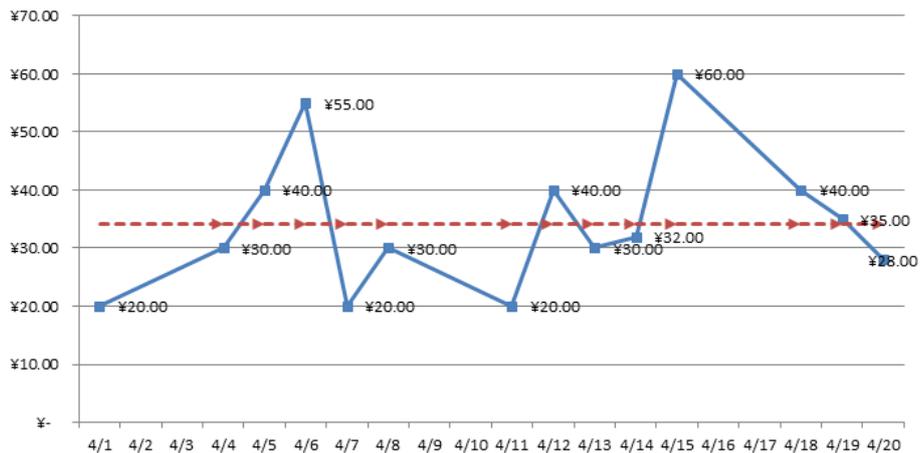
步骤 4: 采购成本走势分析。查看下图公司最近一周产品价格走势源数据 4-1-2, 制作图 3 最近一周产品价格走势 (如下图所示), 添加标题、数据标签和垂直线, 分析产品的价格会受到哪些因素的影响?



步骤 5: 不同渠道采购成本分析。店铺商品的供货商, 不一定完全来自同一家, 有时候来自很多家。通过 4-1-3 的源数据, 制作图 4 不同商家采购价格对比的折线图 (如图), 通过对比判断哪家供应商的进货成本更低, 并进行供应商的选择。



步骤 6: 产品采购价格分析。产品采购价格变动是常有的事情, 怎么在变动的采购单价中获取最佳采购时机, 通过 4-1-4 的数据源, 制作图 5 商品采购价格分析 (如图), 添加标题、数据标签, 然后分析产品采购价格的变化。



步骤 7: 采购策略分析。最后针对前面做的图进行采购策略分析。

**注意:** 所有题目的答案标明步骤提交在数据源的文件中。

### 三、实施条件

硬件: 计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡 (试题 H4-1)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H4-1)

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,遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (95分)	采购需求分析 (30分)	总需求预测(10分)	5分	总需求的合并计算,并制作表格	
			5分	总需求的可视化,添加标题和数据标签	
		SKU需求分析(20分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			15分	理由论述充分,共15分	
	采购成本分析 (65分)	采购成本走势分析 (15分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			10分	理由论述充分,理由每项5分,共10分	
		不同渠道采购成本分析 (15分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			10分	理由论述充分,理由每项5分,共10分	
		采购价格分析 (15分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			10分	理由论述充分,理由每项5分,共10分	
	采购策略分析(20分)	20分	理由论述充分,理由每项5分,共20分		
	合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H4-2，电商物流管理-采购管理 2

### 一、任务背景

需求计划是否有效？供应商是否稳定可靠？采购价格是否合理？这是每一个采购人员都应考虑的问题。通过对采购数据的分析，可以及时调整采购策略，优化网店的客户服务满意度、增加网店利润空间、降低运营成本及供货风险。原牧纯品旗舰店是一家经营冷冻鸡肉食品，如鸡翅中、鸡腿等的淘宝店铺，小苏是店铺的采购专员，近期公司调整运营策略，要对上一年度采购计划和成本进行分析，现要求小苏针对采购数据做一次详细分析，为下一年度的采购计划制定做准备。

### 二、任务分析

采购需求计划分析是基于实际销售的数据，对未来的销售预测进行评估，通常分为如下步骤：

- (1) 对过去的销量进行数据统计，得出以 SKU 为颗粒度的销量统计表；
- (2) 分别对日常销量和活动销量进行预判，得出需求预测；
- (3) 基于时间维度进行需求预测汇总；
- (4) 采购成本进行分析；
- (5) 结合市场和销售策略，定期对所有需求进行符合事实的更新。

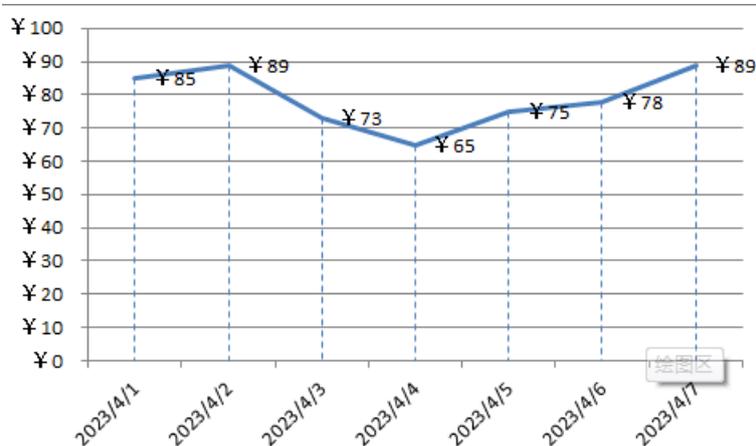
### 三、任务操作

步骤 1：销量数据统计预测。获取 H4-2-1 源数据，可知网店 2023 年下半年牛肉卷的日常需求预测和活动需求预测。根据计算公式：需求总预测=日常需求预测+活动需求预测对数据进行汇总，制作表 1 牛肉卷需求预测汇总。

步骤 2：图表可视化操作。在此基础之上，为了显示出需求变化规律以规划其他运营资源，可以将表 1 中的数据结果转化为图 1 短袖需求汇总（折线图）和图 2 牛肉卷 SKU 需求分析（柱状图）。

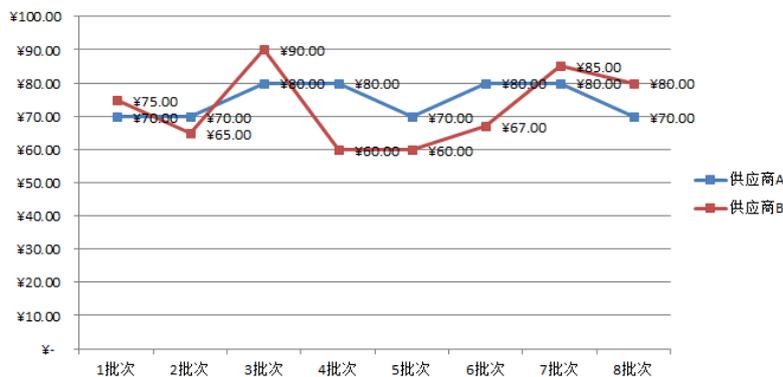
步骤 3：图表可视化分析。根据牛肉卷需求预测汇总数据，你觉得牛肉卷在下半年应该如何采购备货，需要注意些什么？

步骤 4：采购成本走势分析。查看下图公司最近一周产品价格走势 H4-2-2 源数据，制作图 3 采购成本走势图(如下图)，添加标题、数据标签和垂直线，分析产品的价格会受到哪些因素的影响？

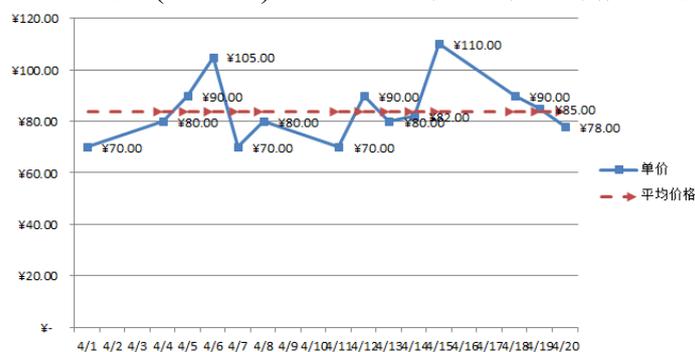


步骤 5：不同渠道采购成本分析。店铺商品的供货商，不一定完全来自同一

家，有时候来自很多家。通过 4-2-3 的源数据，制作图 4 不同商家采购价格对比的折线图(如下图)，通过对比判断哪家供应商的进货成本更低，并进行供应商的选择。



步骤 6：产品采购价格分析。产品采购价格变动是常有的事情，怎么在变动的采购单价中获取最佳采购时机，通过 4-2-4 的数据源，对比平均价格制作图 5 产品采购价格分析折线图(如下图)，然后分析产品采购价格的变化。



步骤 7:采购策略分析。最后针对前面做的图进行采购策略分析。

**注意：所有题目的答案标明步骤提交在数据源的文件中。**

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H4-2)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H4-2)

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,遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (95分)	采购需求分析 (30分)	总需求预测(10分)	5分	总需求的合并计算,并制作表格	
			5分	总需求的可视化,添加标题和数据标签	
		SKU需求分析(20分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			15分	理由论述充分,共15分	
	采购成本分析 (65分)	采购成本走势分析 (15分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			10分	理由论述充分,理由每项5分,共10分	
		不同渠道采购成本分析 (15分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			10分	理由论述充分,理由每项5分,共10分	
		采购价格分析 (15分)	5分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
			10分	理由论述充分,理由每项5分,共10分	
	采购策略分析(20分)	20分	理由论述充分,理由每项5分,共20分		
	合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H4-3，电商物流管理-物流时效管理

### 一、任务背景

随着电商的发展，用户对于物流时效的感知和要求越来越高。企业通过订单时效的分析，可以向消费者表达并提供具有确定性时效的物流服务，有效缓解消费者等待的焦虑感，以此来提升消费者的物流体验，实现商家、消费者、平台和快递公司的共赢。某手机品牌天猫专卖店运营经理近日发现，关于物流时效的投诉及负面评论增多，同时物流咨询量飙升，于是安排小周对店铺近 30 天的物流数据进行分析，着重表达订单时效，为接下来的快递选择、跟进及物流咨询回复提供客观参考，以拉升用户物流服务体验。

### 二、任务分析

确定性的订单时效可以降低用户的心理期许，减少物流差评率，能有效助理商家提升订单转化，目前已有多个电商平台及商家进行了时效承诺。为了能准确表达本店铺的订单时效，小周从生意参谋中摘录了店铺近 30 天的物流数据，包括不同快递公司不同地区的相关指标。然后利用 Excel 工具，一方面通过数据计算对物流时效进行均值计算，另一方面通过数据可视化处理，对比分析不同快递公司在不同地区的时效。

### 三、任务操作

#### 步骤 1：数据获取

学员根据路径“生意参谋”——“物流”——“物流分布”进入如下图 1 所示页面，修改统计时间，以 30 天为时间维度，选定“揽收包裹数”、“平均支付-签收时长（小时）”、“物流差评率”以及“签收成功率”四个指标，然后点击不同物流公司进行切换查看，并将数据摘录出来，在 Excel 中整理成 4-3 源数据。

地区	揽收包裹数 (占比)	平均支付-签收时长 (小时)	物流差评率	签收成功率
中国全部	415 (100.00%)	71.68小时	0.00%	100.00%
广东	76 (18.40%)	45.92小时	0.00%	100.00%
福建	36 (8.72%)	68.83小时	5.56%	100.00%
河南	25 (6.09%)	60.99小时	0.00%	100.00%
山东	25 (6.09%)	75.01小时	8.00%	100.00%
浙江	24 (5.81%)	64.75小时	0.00%	100.00%

#### 步骤 2：数据处理

工作表中的数据不利用数据计算与分析，因此需要进行数据处理。使用 LEFT 函数清除“揽收包裹数（占比）”列中的占比数据，只留包裹数，修改字段名为“揽收包裹数”。同理，清除 D 列数据中的“小时”字符。

### 步骤 3: 数据清洗

“揽收包裹数”指标过小,数据分析则没有意义,因此这里需要将“揽收包裹数”值小于 5 的字段删掉。学员可利用排序或筛选工具完成此项操作,清洗后余 31 条记录。

### 步骤 4: 创建数据透视图和数据透视表。

插入数据透视图和数据透视表,选择要分析的数据及放置数据透视表的位置,在右侧【数据透视图字段】编辑区添加字段,物流公司行字段,收货地位列字段,“平均支付-签收时长”为值,修改值汇总依据为求平均值。

### 步骤 5: 数据计算

将所示的数据透视表中内容复制出来,利用公式进行“小时→天数”的数据计算(空值单元格计算结果为 0,可以使用 if 函数对数据计算结果进行处理),计算值以 1 位小数点展示。该结果可以作为真实的物流时效参考,提供给询问客户。

### 步骤 6: 订单时效分析

通过数据透视图和数据透视表的分析,可以得出哪些结论?又有哪些建议?(分析角度提示:该店铺合作的物流公司有哪些?哪些合作较多?整体而言,哪个物流公司效率更高?具体到某一地区,如湖南省,物流选择有何建议?)

**注意:** 所有题目的答案标明步骤提交在数据源的文件中。

## 三、实施条件

硬件: 计算机、互联网。

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

## 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

## 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H4-3)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H4-3)

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,遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (95分)	物流时效分析 (95分)	数据处理 (20分)	20分	清除“揽收包裹数(占比)”列中的占比数据,10分,清除D列数据中的“小时”字符,10分	
		数据清洗 (10分)	10分	SKU的可视化,添加标题和数据标签	
		创建数据透视图和数据透视表 (15分)	15分	创建图表5分,设置行列5分,修改值为平均值5分	
		数据计算 (20分)	20分	小时换算成天数,并使用if函数进行填充	
		订单时效分析 (20分)	20分	理由论述充分,每个提问每项5分,共20分	
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H4-4，电商物流管理—仓储管理 1

### 一、任务背景

仓储是供应链管理中非常关键的一个环节，电子商务环境下，仓储一般指的是库存。企业定期对库存数据进行分析，可以及时调整库存管理策略，保证商品供应的平衡，控制商品破损比，加快资金周转等。小周是某电子商务企业仓库管理人员，按照公司要求，小周本周需要对上半年的库存数据进行整理分析，并将结果上报给部门领导。

### 二、任务分析

库存数据分析的意义不仅仅在于核对产品数量的对错，还在于通过数据分析了解产品库存的情况，从而判断库存产品结构是否完整、产品数量是否适中，以及库存破损比例是否在可控范围内。

### 三、任务操作

#### 步骤 1：数据获取

源数据 4-4 可以获取小周统计整理的办公用品库存数据。

#### 步骤 2：结存数量计算

在 F 列后新增一列，输入字段名“结存数量”，通过公式：结存数量=期初数量+入库数量-出库数量，计算得出各商品的结存数量。

#### 步骤 3：库存数量分析

在店铺运营中，商品库存数量应保持适度，既要保证商品供应充足，又不能有太多积压。选择 A 列、G 列和 H 列数据，选择“插入”选项卡，在“图表”组中单击“柱形图”下拉按钮，选择“簇状柱形图”选项，插入图表，然后调整图表大小，删除网格线，添加图表标题（图 1 “库存数量分析”图表）。学员观察图 1 库存结存数量与库存标准量，对比分析各商品的库存数量是否适度，哪些商品供销平衡？哪些商品急需补货？哪些商品积压严重？针对积压严重的商品有什么建议等？

#### 步骤 4：库存商品破损统计

库存商品出现破损是无可避免的，但必须要控制在正常范围之内，如果破损率过高，就需要找出原因，采取相应措施。本实训中，根据产品性质，企业规定库存破损率小于 1%即为正常破损范围，大于等于 1%即认定为破损率较高，须引起重视。在工作表中绘制表格 1，输入字段名“总库存数量”、“破损数量”、“破损率”和“结论”。利用自动求和计算得出总库存数量和破损数量，再根据破损率=破损数量/总库存数量，计算得出破损率，设置其格式为百分比、2 位小数显示，

最后根据破损率结果，判断其是否在正常破损范围内。

#### 步骤 5：库存商品破损原因分析

在工作表中绘制表格 2，输入字段名“破损原因”、“数量”，进行库存商品破损原因统计。

选中相应数据，插入二维饼图，然后调整图表大小，添加图表标题（图 2 库存商品破损原因分析），设置数据标签格式，完成图表制作。学员根据该图表对库存商品的破损比例和原因进行分析，并给出优化建议。

**注意：所有题目的答案标明步骤提交在数据源的文件中。**

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H4-4)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H4-4)

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,遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (95分)	物流时效分析 (95分)	结存数量计算 (10分)	10分	公式正确5分,计算正确5分	
		库存数量分析(30分)	30分	制作图1,添加标题和数据标签10分,分析20分	
		库存商品破损统计 (20分)	20分	计算破损率并设置好格式10分,判断其是否在正常破损范围内10分	
		库存商品破损原因分析(30分)	30分	制作图2,添加标题和数据标签10分,分析20分	
		汇总分析	5分	结合库存数量和破损原因进行分析	
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 试题编号：H4-5，电商物流管理—仓储管理 2

### 一、任务背景

仓储是供应链管理中非常关键的一个环节，电子商务环境下，仓储一般指的是库存。企业定期对库存数据进行分析，可以及时调整库存管理策略，保证商品供应的平衡，控制商品破损比，加快资金周转等。原牧纯品旗舰店在淘宝平台主要经营以肉鸡、肉羊为主导的生鲜类产品。与普通商品不同，生鲜产品在仓储环节对冷藏温度要求极高，保鲜时效又短，成本也随之剧增。为了控制成本，公司规定，小周需要每周进行一次库存盘点及数据分析，现已知商品的破损原因主要分类为包装破损、临期过期、变质、其他破损四种。请结合相关数据完成以下题目。

### 二、任务分析

先通过公式： $\text{结存数量} = \text{期初数量} + \text{入库数量} - \text{出库数量}$ ，计算得出各商品的结存数量，再根据公式： $\text{破损率} = \text{破损数量} / \text{总库存数量}$ ，计算得出所有商品的总破损率。然后对库存商品破损原因进行数量统计，并完成占比计算。最后对比现有库存和库存标准量，完成分析。

### 三、任务操作

#### 步骤 1：数据获取

源数据 4-5 可以获取小周统计整理的生鲜类库存数据。

#### 步骤 2：结存数量计算

在 F 列后新增一列，输入字段名“结存数量”，通过公式： $\text{结存数量} = \text{期初数量} + \text{入库数量} - \text{出库数量}$ ，计算得出各商品的结存数量。

#### 步骤 3：库存数量分析

在店铺运营中，商品库存数量应保持适度，既要保证商品供应充足，又不能有太多积压。选择 A 列、G 列和 H 列数据，选择“插入”选项卡，在“图表”组中单击“柱形图”下拉按钮，选择“簇状柱形图”选项，插入图表，然后调整图表大小，删除网格线，添加图表标题（图 1 “库存数量分析”图表）。学员观察图 1 库存结存数量与库存标准量，对比分析各商品的库存数量是否适度，哪些商品供销平衡？哪些商品急需补货？哪些商品积压严重？针对积压严重的商品有什么建议等？

#### 步骤 4：库存商品破损统计

库存商品出现破损是无可避免的，但必须要控制在正常范围之内，如果破损率过高，就需要找出原因，采取相应措施。本实训中，根据产品性质，企业规定库存破损率小于 1%即为正常破损范围，大于等于 1%即认定为破损率较高，须引起

重视。在工作表中绘制表格 1，输入字段名“总库存数量”、“破损数量”、“破损率”和“结论”。利用自动求和计算得出总库存数量和破损数量，再根据破损率=破损数量/总库存数量，计算得出破损率，设置其格式为百分比、2 位小数显示，最后根据破损率结果，判断其是否在正常破损范围内。

#### 步骤 5：库存商品破损原因分析

在工作表中绘制表格 2，输入字段名“破损原因”、“数量”，进行库存商品破损原因统计。

选中相应数据，插入二维饼图，然后调整图表大小，添加图表标题（图 2 库存商品破损原因分析），设置数据标签格式，完成图表制作。学员根据该图表对库存商品的破损比例和原因进行分析，并给出优化建议。

**注意：**所有题目的答案标明步骤提交在数据源的文件中。

### 三、实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

### 四、考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### 五、评分标准

见试题评分卡(试题 H4-5)。

移动新媒体推广评分卡(试题 H4-5)

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,遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (95分)	物流时效分析 (95分)	结存数量计算 (10分)	10分	公式正确5分,计算正确5分	
		库存数量分析(30分)	30分	制作图1,添加标题和数据标签10分,分析20分	
		库存商品破损统计 (20分)	20分	计算破损率并设置好格式10分,判断其是否在正常破损范围内10分	
		库存商品破损原因分析(30分)	30分	制作图2,添加标题和数据标签10分,分析20分	
		汇总分析	5分	结合库存数量和破损原因进行分析	
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_