



湖南网络工程职业学院

电子商务专业 技能考核标准

2021 年 9 月

目 录

一、专业名称及适用对象	1
二、考核目标	1
三、考核内容	1
四、评价标准	8
五、考核方式	13
六、附录	14

一、专业名称及适用对象

（一）专业名称

电子商务（专业代码：630801）

（二）适用对象

高职电子商务专业 2021 级学生

二、考核目标

本专业技能考核，通过设置网络客户服务与管理、网站(店)美工、电商平台运营、企业网络推广等 4 个技能模块，测试学生的网络客服、美工设计、网店运营、网络推广等方面的能力及学生从事电子商务工作的崇德向善、诚实守信、遵纪守法、质量意识、工匠精神与创新思维等职业素养。引导学校加强教学基本条件建设，促进学科体系解构和行动体系重构，深化课程教学改革，强化实践教学环节，增强学生创新创业能力，促进学生个性化发展，提高专业教学质量，培养适应信息时代发展需要的电子商务高素质技术技能人才。

三、考核内容

考核内容分为专业基本技能与专业核心技能两大部分。专业基本技能包括模块 1 网络客户服务与管理，专业核心技能包括模块 1 网站(店)美工、模块 2 电商平台运营和模块 3 企业网络推广。考试时，随机从四个模块中抽取 1 套试题进行考试。考核内容逻辑结构如下图 1 所示，具体抽考方式见后文。

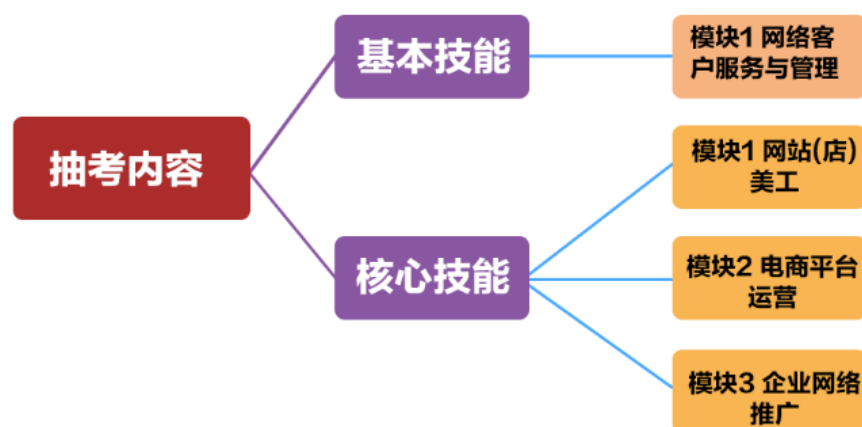


图 1 考核内容逻辑结构图

（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”是电子商务从业人员的最基本技能，本技能模块包括售前客户服务与管理、售后客户服务与管理 2 个抽考项目。本模块主要考核内

容为：分析和提炼企业产品或服务特色及优势，分析目标客户，为企业有效规划客户服务前的准备工作；通过网络沟通客户的需求，引导客户消费；对客户进行客户价值分析、客户分级管理；处理客户异议与投诉，实施客户关怀等。

1. 售前客户服务与管理

（1）技能要求

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

②能根据产品性能或服务特点，行业发展动态，有效规划客户接待前的准备工作。

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

④能正确介绍电商平台基本交易流程，平台基本交易规则。

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

⑥能对客户价值进行评估，正确测算客户价值，对客户价值进行动态分析。

⑦能掌握重点客户识别的基本方法和技术，并能对客户进行分级管理。

（2）素养要求

①有良好的协调、沟通能力和团队精神。

②有乐观向上的工作热情和良好的服务意识。

③有较强的市场分析能力和客户需求的分析引导能力。

④遵纪守法、认真负责、踏实、有耐心。

⑤有良好文字组织、语言表达、快速打字能力。

⑥立足本职岗位、明确工作目标、较强的执行能力。

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

2. 售后客户服务与管理

（1）技能要求

①能准确判断客户异议的类型。

②能分析判断异议产生的原因。

③能掌握异议处理的步骤和方法。

④能掌握异议处理的原则，灵活运用异议处理技巧。

⑤能分析客户投诉产生的原因，准确判断客户投诉的类型。

⑥能科学制定处理投诉的基本流程，掌握一般投诉处理方法。

⑦能合理利用投诉处理的基本技巧，来化解异议并维系客户。

⑧能为客户正确介绍基本的法律常识、提供维权帮助。

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

（2）素养要求

①有良好的协调、沟通能力和团队精神。

②有乐观向上工作热情和良好的服务意识；

③有较强的市场分析能力和客户关系维护能力。

④遵纪守法、认真负责、踏实、有耐心。

⑤有良好文字组织、语言表达、快速打字能力。

⑥立足本职岗位、明确工作目标、较强的执行能力。

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

（二）岗位核心技能

模块一 网站（店）美工

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

1. 网站页面的编辑美化

（1）技能要求

①能正确识别和选用网站图像的基本格式，并能进行格式转换。

②能根据网页图像大小以及图像像素要求对图像进行处理。

③能够处理修饰网站图片，包括网站图片方向调整、明暗度调整、颜色调整。

④能够在图像中设置相应的文字效果、水印处理、边框等。

⑤能够设置网页基本属性以及 Keywords 关键字、description 标签等。

- ⑥能够用表格、层、框架、表单、CSS+div 来进行网页内容布局设置。
- ⑦能够在网页中正确使用文字、表格、图像、多媒体、页面链接等元素。
- ⑧能够对页面元素进行基本的动态设计，包括页面中滚动文字设计、鼠标经过图像设计、图片放大特效制作、广告图片自动轮换制作等。
- ⑨能够利用 CSS 进行网页内容的美化。

(2) 素养要求

- ①有良好的协调、沟通能力和团队精神。
- ②在进行页面内容美化过程中能注重内容的合法性、规范性。
- ③具有细致的工作作风。
- ④具有一定的视觉审美能力、创新设计理念。
- ⑤有高度的敬业精神及工作激情，工作态度积极乐观。
- ⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

2. 网店美工设计

(1) 技能要求

- ①能进行店铺的 Logo 设计与制作。
- ②能根据店铺经营产品和经营理念、风格等进行店铺的 Banner 设计与制作。
- ③能制作店铺商品的高点击主图或直通车主图。
- ④能根据商品的促销活动以及商品的卖点制作促销海报。
- ⑤能根据不同类目商品特点制作商品详情页描述。
- ⑥能够根据店铺经营商品、目标用户、经营理念等进行店铺的整体风格设计，店铺的整体装修（功能区设计、排版布局、色彩搭配等）。

(2) 素养要求

- ①有良好的协调、沟通能力和团队精神。
- ②在进行商品主图设计、促销广告制作、商品详情页设计过程中能注重内容的合法性（不能盗图、发布违法违规信息等）、规范性。
- ③具有细致的工作作风。
- ④具有一定的视觉审美、视觉营销能力、创新设计理念。
- ⑤有高度的敬业精神及工作激情，工作态度积极乐观。
- ⑥能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，

遵守操作规程、操作纪律。

模块二 电商平台运营

本技能模块包括 B2C/C2C 平台运营、B2B 平台运营 2 个抽考项目。本模块考核内容为以企业运营项目为背景，主要运用平台工具，完成平台运营中的市场选品、商品定价、店铺引流、转化率提高、客单价提升，以达到项目盈利最大化为目的。基本涵盖了运营岗位所需求的平台操作、数据统计、分析决策等技能。

1. B2C/C2C 平台运营

（1）技能要求

- ①能利用阿里指数、生意参谋等数据平台分析市场趋势，进行市场选品。
- ②能对店铺商品进行全方位价格规划，并能对比分析平台竞争对手的价格，采用合适的定价方法。
- ③熟悉 B2C/C2C 平台运营推广常用规则，能灵活使用直通车、智钻、淘宝客、聚划算等推广运营工具。
- ④能掌握电商平台站内论坛、博客、旺旺群等的内容建设、互动和推广方法，会软文帖子的构思、编写、发布、论坛推广等。
- ⑤能够分析店铺的流量结构，统计计算 PV、点击量、点击率等标，能根据店铺的实际情况，采用合适的方法引流。
- ⑥能够对店铺宝贝成交转化率、跳失率等数据指标进行计算和分析，制定合适策略提高宝贝成交转化率。
- ⑦能够对店铺客单价进行分析，运用合适的营销策略提升客单价。
- ⑧能对店铺或店铺商品实施 SEO 优化，如：进行关键字选择，宝贝标题制作与优化，宝贝上下架时间分析与优化等。
- ⑨能够全面深入认识店铺的 DSR 动态评分，及时分析店铺 DSR 动态评分走势，并采用合适方法提升 DSR 动态评分。

（2）素养要求

- ①具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识。
- ②热爱互联网电子商务行业，有较强的团队精神和工作激情，善于沟通，踏实肯干。
- ③具备良好的策划推广能力和项目执行能力。
- ④心思细腻，能换位思考，对数字敏感，具有较强的数据分析能力。
- ⑤推广活动的实施能遵循中国互联网管理条例，注重活动合法性、规范性。

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

2. B2B 平台运营

（1）技能要求

①熟悉典型 B2B 平台运营推广规则，灵活使用诚信通等推广运营工具。

②能掌握阿里巴巴等 B2B 平台论坛推广，会软文帖子的构思、撰写、发布、论坛推广等。

③能精通平台站内关键字策略、对站内店铺及店内商品选择合适的关键词，进行搜索关键字优化，提升自然搜索流量。

④能熟练使用网店数据统计工具（阿里指数、生意参谋等），对网店店铺的 IP、PV、销量、跳出率、地域分布、转化率等做出数据分析。

⑤能实施店铺整体评分优化、产品属性优化、标题优化、价格优化。

⑥能够实施站内 SEO 排名，从产品销量、买家数、复购率、收藏、好评、浏览量、支付转化率等方面提升产品权重。

（2）素养要求

①具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识。

②热爱互联网电子商务行业，有较强的团队精神和工作激情，善于沟通，踏实肯干。

③具备良好的策划推广能力和项目执行能力。

④心思细腻，能换位思考，对数字敏感，具有较强的数据分析能力。

⑤推广活动的实施能遵循中国互联网管理条例，注重活动合法性、规范性。

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

模块三 企业网络推广

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

1. 搜索引擎推广

（1）技能要求

①能熟练地把目标推广网站提交给常见搜索引擎，并能检查搜索引擎是否将

公司网站收录成功。

②能使用站长工具等统计工具对目标网站进行搜索引擎收录基本情况的调查。

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

④能利用搜索引擎技巧（搜索指令）快速找到所要的资源，分析网站优化和推广情况。

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

⑥了解搜索引擎网站地图、外部链接和内部链接等方法，能选择、整合合适的网络媒体和形式来开展网站推广。

⑦能熟练通过百度指数来了解潜在用户的搜索习惯，能够利用百度指数、站长工具等帮助企业选择合适的关键词；

⑧了解搜索引擎相关推广项目的基本规则和基本方法，要求能够为企业搜索引擎优化制定标题、选择关键词、撰写创意等。

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

（2）素养要求

①具备良好的自学能力，及时关注互联网新知识、新技术，有一定创新意识。

②遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度。

③立足本职岗位、明确工作目标、具备良好的策划推广能力和项目执行能力。

④推广活动的实施能遵循中国互联网管理条例，注重活动合法性、规范性。

⑤心思细腻，能换位思考，对数字敏感，具有较强数据分析能力。

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

2. 移动新媒体推广

（1）技能要求

①能够熟悉微信、微博、抖音、淘宝直播等移动新媒体推广平台的基本规则和操作流程，熟悉工具的传播规律。

②能掌握企业社会化媒体官方账号运营，包括日常内容编辑、发布、维护、管理、互动，提高影响力和关注度。

③利用微信平台、抖音、淘宝直播等平台推广公司的品牌、产品和策划营销活动。

④负责微博、微信、抖音、淘宝直播等平台运营策略、活动、话题的制定及执行。

⑤开展微博、微信、抖音、淘宝直播等互动活动，带动粉丝数量增长，维护推广公司品牌。

⑥跟踪微博、微信、抖音、淘宝直播等推广效果，分析数据并及时反馈，提升公司官方公众平台的影响力与活跃度。

⑦推进微信、微博、抖音、淘宝直播等平台潜在客户的开发和维护。

(2) 素养要求

①有一定网络文案创新能力。

②有较强的洞察力和创新能力，具有一定的新闻敏感性，善于把握最佳的发博时机。

③遵纪守法、认真负责、踏实执着的工作态度。

④立足本职岗位、明确工作目标、具备良好的策划推广能力和项目执行能力。

⑤能注重工作场所的 6S（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全）管理，遵守操作规程、操作纪律。

四、评价标准

1. 评价方式：本专业技能考核采取过程考核与结果考核相结合，技能考核与职业素养考核相结合。根据考生考试过程操作的规范性、工作任务完成质量、提交文档质量等因素评价最终成绩。

2. 分值分配：本专业技能考核各模块试题均实行 100 分制，其中专业技能占 95 分，职业素养占 5 分。最终成绩 60 分以上为合格，90 分以上为优秀。

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

表 1 电子商务专业技能考核评价要点

序号	类型	模块	项目	评价要点

1	专业基本技能	网络客户服务与管理	售前客户服务与管理	①分析和提炼企业产品及服务特色正确,能根据字数要求进行很好概括和描述; ②根据企业产品性能或服务特点,有效规划客户接待前的准备工作,思路清晰,准备工作正确完整; ③在使用旺旺等工具与顾客沟通交流时,能够灵活应用售前营销过程的七步骤:招呼、询问、推荐、议价、核实、道别、跟进,能阐述明确、切中要害、语言合适; ④给客户介绍平台交易流程、交易规则时做到正确、熟练、言简意赅; ⑤在与客户交流时,做到及时准确理解客户需求和期望,针对客户的期望合理推荐产品和服务,将产品特点与客户利益相结合; ⑥客户价值计算正确,针对计算的结果的分析,观点明确、表述清楚、分析深刻; ⑦通过数据分析,按照 ABC 客户分类法对客户进行的分类正确,对客户分类管理的意义及管理措施分析正确、全面; ⑧项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程,提交的文档工整、美观,沟通模拟中的用语礼貌、注意措词,体现了售前客服人员的职业素养。
		网络客户服务与管理	售后客户服务与管理	①分析和判断客户异议的类型正确; ②分析判断客户异议产生原因思路清; ③客户异议处理的步骤详尽、话术合理,有技巧、针对性强、恰当的异议处理建议,整个过程礼节性强;晰、正确、文笔通顺、符合字数要求; ④分析客户投诉产生的原因正确,客户投诉的类型归属正确; ⑤处理客户投诉的基本流程正确,方法采用恰当; ⑥处理客户投诉过程采用的话语恰当,可以化解异议并维系了客户; ⑦为客户介绍的基本法律常识、提供的维权帮助内容正确,思路清晰; ⑧采用电子邮件等方式进行的客户回访,格式正确、内容涵盖了试题情境中要求内容、语言通顺、礼节性强,同时能结合客户的实际情况实时推介了新的产品和服务; ⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程,提交的文档工整、美观,沟通模拟中的用语礼貌、注意措词,体现了售后客服人员的职业素养。

2	岗 位 核 心 技能	网站(店) 美工	网站页面的 编辑美化	①网站页面中的图像格式转换正确,选用的格式正确; ②网站页面中图像大小设置正确,图像文件字节数达到要求; ③对网站页面中的图像按照要求进行了修饰处理,达到预期效果:图片角度调整正确、图片瑕疵修复、明暗度调整合适,颜色调整正确; ④对网站页面中的图像按照要求进行了基本的合成处理,如添加文字、水印处理、边框制作等,内容准确、设计美观; ⑤网页基本属性以及 Keywords、description 等设置正确; ⑥根据页面功能和内容要求灵活选用表格、框架、层、表单等进行了布局,布局合理、美观; ⑦网页中文字、表格、图像、多媒体、页面链接等元素添加、修饰正确、美观; ⑧页面中元素的动态设计,如滚动文字设计、鼠标经过图像设计、图片放大特效制作、广告图片轮播、浮动广告制作,设计正确、美观; ⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程,提交的网页文档命名和内容符合试题要求,文档文件夹中去除了不相关的、无用的文档,整个页面编辑美化体现了网站美工人员的细致、规范、追求美的职业素养。
2	岗 位 核 心 技能	网 站 (店) 美工	网 店 美 工 设 计	①店铺 Logo 尺寸、格式符合要求,Logo 设计有一定独特性、创新性,并且能够反映出店铺销售商品类型; ②店铺的 Banner 尺寸、格式符合要求,Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销导向; ③Banner 中添加了店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语,且设计美观; ④商品主图的尺寸、格式符合要求,对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行了调整,调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力; ⑤在商品的主图中加入了合适的促销元素,如体现产品价格,展现“新店开张优惠价”“秒杀”“限时折扣”“包邮”“满*送*”等利益点; ⑥海报的尺寸、格式符合要求,海报内容中有产品的展示、宣传文案、图标元素、引导按钮等,海报设计紧扣活动主题,设计美观,主题突出,有视觉冲击力; ⑦详情页的尺寸、格式符合要求,详情页版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全,整体设计简洁直观、美观大方、极好地方便客户了解产品的质量和功能细节; ⑧店铺的整体装修中功能区划分设计合理,排版布局美观、色彩搭配合适,突出了店铺的经营商品、目标用户、经营理念; ⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规

				程,提交的图片文档命名和格式符合试题要求,,PSD 文件中各图层有规范的命名和分组,体现了网店美工人员的细致、规范、追求美的职业素养。
2	岗位核心技能	电商平台运营	B2 B/ B2 C 平台运营	①直通车、钻石展位、淘宝客、天天特价、聚划算等推广运营工具理解正确、相关规则回答正确; ②编写的软文很好地把推广信息传递给潜在消费者,让潜在客户了解产品的特点和卖点,软文紧扣推广目标,能吸引网民,结构严谨、文笔通顺,软文发布的平台与版块,选择合适,与产品特点吻合; ③利用阿里指数、生意参谋等数据平台分析市场趋势、价格定位等操作正确,趋势分析正确,定价方法选用合适,定价计算正确; ④商品关键字的选择操作正确,选择合理,制作的宝贝标题符合商品标题一般制作要求,优化思路清晰,宝贝上下架时间分析正确,选用的上架安排时点和思路正确; ⑤PV、点击量、点击率等流量指标计算正确,流量结构、影响因素分析正确,根据店铺实际选用的引流方法合适、具备可操作性; ⑥成交转化率、跳失率等数据指标计算正确,对成交转化率影响因素分析,以及数据的分析全面、深入、正确,制定的提升成交转化率的策略正确、条理清晰、具备可操作性; ⑦店铺客单价计算正确,客单价影响因素分析全面、正确,根据店铺实际提升客单价的策略运用正确、条理清晰、具备可操作性; ⑧DSR 动态评分含义回答正确,动态评分影响因素分析正确、全面,选用的提升 DSR 动态评分方法正确、合理; ⑨根据客服 KPI 考核规则进行的数据分析正确、全面,店铺的陈本、利润计算正确,构成分析正确,影响因素分析正确,制定的应对措施正确、合理。 ⑩项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程,提交的文档工整、美观,其中的操作过程、数据分析、制定方法、优化措施,体现了电商运营人员项目策划、项目执行、数据敏感度等职业素养。

2	岗位核心技能	电商平台运营	B2B 平台运营	①诚信通、网销宝、黄金展位等推广运营工具理解正确，相关规则回答正确； ②编写的软文很好地把推广信息传递给潜在消费者，让潜在客户了解产品的特点和卖点，软文紧扣推广目标，能吸引网民，结构严谨、文笔通顺，软文发布的平台与版块，选择合适，与产品特点吻合； ③商品关键字的选择操作正确，选择合理，制作的宝贝标题符合商品标题一般制作要求，标题优化思路清晰； ④使用阿里指数、生意参谋等数据平台工具分析数据，操作和分析正确； ⑤对网店店铺的 PV、销量、点击率、转化率、跳出率、客单价等数据指标计算正确，且对数据指标的相关分析正确； ⑥根据数据指标分析后，实施的店铺整体评分优化、流量优化、转化率优化、客单价优化等措施正确、全面； ⑦从产品销量、买家数、收藏、好评、浏览量优化、产品属性优化、标题优化、价格优化等方面提升产品权重措施正确，有可执行性； ⑧针对 B2B 平台实施的代理加盟，CRM 管理等措施正确、完整； ⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，其中的操作过程、数据分析、制定方法、优化措施，体现了电商运营人员项目策划、项目执行、数据敏感度等职业素养。
	岗位核心技能	企业网络推广	搜索引擎推广	①常用的搜索引擎入口地址回答正确，将推广目标网站提交给某搜索引擎的操作正确，检查搜索引擎是否收录公司网站的操作正确； ②使用站长工具等统计工具对目标网站进行搜索引擎收录基本情况调查的操作过程正确，提交的截图和数据清晰、正确； ③对公司网站的 Title、Keywords、Description、关键词密度的查询正确，根据查询结果进行的诊断正确，优化思路清晰、正确； ④根据公司的宗旨、市场定位、产品卖点、用户搜索习惯设计的标题、关键词、描述等正确、有创意、可执行； ⑤通过百度指数等工具分析潜在用户搜索习惯，选择合适的关键词，分析选择正确； ⑥在搜索引擎使用过程中能够使用搜索指令进行检索，分析竞争对手情况，搜索技巧使用正确，搜索的结果符合要求； ⑦搜索引擎关键词竞价、关键词广告等基本规则和基本方法回答正确，创意内容设计主题鲜明、简明扼要、新颖吸引人、契合网络文化与 SEO，字数和格式都达到相关要求； ⑧针对搜索引擎的点击率、转化率等数据指标的涵义回答正确，数值计算正确，数据分析正确，改进建议和优化措施具体、正确、有可操作性；

				⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，操作过程规范、提交的文档工整、美观。
2	岗位核心技能	企业网络推广	企业新媒体推广	①微信、微博、抖音、淘宝直播等移动新媒体推广平台的特点、传播的规律，平台的基本规则、操作流程等相关问题回答正确； ②为企业在移动平台规划和设计的账号类型正确、合理，账号的名称简单、好记、与公司密切相关、有创意； ③移动平台中的栏目内容设计符合网站特点和需求，便于粉丝阅读和选择，用户体验好； ④策划和发布的活动内容、话题制定有新意，能引起粉丝兴趣，内容结构严谨、文笔通顺、图文并茂、构思新颖，能吸引网民，获得高黏度的粉丝群； ⑤规划开展的互动活动，方法可行性强，条理清晰，推送时间把握准确，且符合网站用户对象； ⑥对平台推广中产生相关的粉丝数据统计正确，对粉丝类型、粉丝群体性质以及其具体分布情况，分析正确，提出的相关优化改进建议合理正确； ⑦项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观。

五、考核方式

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

参考学生按规定比例随机抽取考试模块，其中，25%考生参考专业基本技能模块中的“网络客户服务与管理”模块，25%考生参考岗位核心技能模块中的“网站（店）美工”模块，25%考生参考岗位核心技能模块中的“电商平台运营”模块，25%考生参考岗位核心技能模块中的“企业网络推广”模块。各模块考生人数按四舍五入计算，剩余的尾数考生随机在核心技能模块中的抽取应试模块。

六、附录

1. 相关法律法规

(1) 《互联网信息服务管理办法》(国务院令 292 号)

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

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

摘录：重点任务：(一) 引导网络零售健康快速发展。

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

2. 相关规范与标准

本专业标准主要依据的电子商务行业相关规范与标准如表 2 所示。

表 2 引用技术标准和规范

序号	中文标准名称	引用标准来源或链接网址
1	国家电子商务师职业标准	国家职业资格电子商务师新版教材(2014 年版)
2	淘宝/天猫平台规则	https://rule.taobao.com/index.htm?spm=a21bo.50862.201865-nav.2.jENjB6
3	阿里巴巴平台规则	https://rule.1688.com/?spm=a260k.635.1998256244.4.nJfuRS&tracelog=aliguize_sy
4	百度推广规范标准	http://e.baidu.com/
5	微信使用规范	https://mp.weixin.qq.com/
6	微博使用规范	http://weibo.com/
7	抖音使用规范	https://www.douyin.com/



湖南网络工程职业学院

电子商务专业 技能考核题库

2021 年 9 月

目 录

一、专业基本技能	1
模块一 网络客户服务与管理.....	1
1. 试题编号: J1-1, 售前客户服务与管理.....	1
2. 试题编号: J1-2, 售前客户服务与管理.....	5
3. 试题编号: J1-3, 售前客户服务与管理.....	8
4. 试题编号: J1-4, 售前客户服务与管理.....	11
5. 试题编号: J1-5, 售前客户服务与管理.....	15
6. 试题编号: J1-6, 售前客户服务与管理.....	18
7. 试题编号: J1-7, 售前客户服务与管理.....	22
8. 试题编号: J1-8, 售前客户服务与管理.....	26
10. 试题编号: J1-10, 售前客户服务与管理.....	33
11. 试题编号: J1-11, 售前客户服务与管理.....	36
12. 试题编号: J1-12, 售前客户服务与管理.....	39
13. 试题编号: J1-13, 售后客户服务与管理.....	42
14. 试题编号: J1-14, 售后客户服务与管理.....	45
15. 试题编号: J1-15, 售后客户服务与管理.....	48
16. 试题编号: J1-16, 售后客户服务与管理	51
17. 试题编号: J1-17, 售后客户服务与管理.....	54
18. 试题编号: J1-18, 售后客户服务与管理.....	57
19. 试题编号: J1-19, 售后客户服务与管理.....	60
20. 试题编号: J1-20, 售后客户服务与管理.....	63
21. 试题编号: J1-21, 售后客户服务与管理.....	66
22. 试题编号: J1-22, 售后客户服务与管理.....	69
23. 试题编号: J1-23, 售后客户服务与管理.....	72
24. 试题编号: J1-24, 售后客户服务与管理.....	75
25. 试题编号: J1-25, 售后客户服务与管理.....	78
二、岗位核心技能	81
模块一 网站(店)美工.....	81
1. 试题编号: H1-1, 网站页面的编辑美化.....	81
2. 试题编号: H1-2, 网站页面的编辑美化.....	84
3. 试题编号: H1-3, 网站页面的编辑美化.....	87
4. 试题编号: H1-4, 网站页面的编辑美化.....	91
5. 试题编号: H1-5, 网站页面的编辑美化.....	94
6. 试题编号: H1-6, 网店美工设计.....	98
7. 试题编号: H1-7, 网店美工设计.....	101
8. 试题编号: H1-8, 网店美工设计.....	104
9. 试题编号: H1-9, 网店美工设计.....	107
10. 试题编号: H1-10, 网店美工设计.....	110
11. 试题编号: H1-11, 网店美工设计.....	113
12. 试题编号: H1-12, 网店美工设计.....	116
13. 试题编号: H1-13, 网店美工设计.....	119
14. 试题编号: H1-14, 网店美工设计.....	122
15. 试题编号: H1-15, 网店美工设计.....	125
16. 试题编号: H1-16, 网店美工设计.....	128
17. 试题编号: H1-17, 网店美工设计.....	131
18. 试题编号: H1-18, 网店美工设计.....	134

19. 试题编号: H1-19, 网店美工设计.....	136
20. 试题编号: H1-20, 网店美工设计.....	139
21. 试题编号: H1-21, 网店美工设计.....	142
22. 试题编号: H1-22, 网店美工设计.....	144
23. 试题编号: H1-23, 网店美工设计.....	146
24. 试题编号: H1-24, 网店美工设计.....	148
25. 试题编号: H1-25, 网店美工设计.....	150
模块二 电商平台运营.....	152
1. 试题编号: H2-1, B2C/C2C 平台运营	152
2. 试题编号: H2-2, B2C/C2C 平台运营	157
3. 试题编号: H2-3, B2C/C2C 平台运营	162
4. 试题编号: H2-4, B2C/C2C 平台运营	168
6. 试题编号: H2-6, B2C/C2C 平台运营	180
7. 试题编号: H2-7, B2C/C2C 平台运营	186
8. 试题编号: H2-8, B2C/C2C 平台运营	192
9. 试题编号: H2-9, B2C/C2C 平台运营	198
10. 试题编号: H2-10, B2C/C2C 平台运营	204
11. 题编号: H2-11, B2C/C2C 平台运营	210
12. 试题编号: H2-12, B2C/C2C 平台运营	215
13. 试题编号: H2-13, B2C/C2C 平台运营	220
14. 试题编号: H2-14, B2C/C2C 平台运营	227
15. 试题编号: H2-15, B2C/C2C 平台运营	234
16. 试题编号: H2-16, B2C/C2C 平台运营	242
17. 试题编号: H2-17, B2C/C2C 平台运营	251
18. 试题编号: H2-18, B2C/C2C 平台运营	255
19. 试题编号: H2-19, B2C/C2C 平台运营	260
20. 试题编号: H2-20, B2C/C2C 平台运营	265
模块三 企业网络推广.....	271
1. 试题编号: H3-1 SEO 搜索引擎优化	271
2. 试题编号: H3-2 SEO 搜索引擎优化	277
3. 试题编号: H3-3 SEO 搜索引擎优化	283
4. 试题编号: H3-4 SEO 搜索引擎优化	288
5. 试题编号: H3-5 SEO 搜索引擎优化	294
6. 试题编号: H3-6 SEO 搜索引擎优化	300
7. 试题编号: H3-7 SEO 搜索引擎优化	306
8. 试题编号: H3-8 SEO 搜索引擎优化	312
9. 试题编号: H3-9 SEO 搜索引擎优化	318
10. 试题编号: H3-10 SEO 搜索引擎优化	324
11. 试题编号: H3-11 SEO 搜索引擎优化	329
12. 试题编号: H3-12 SEO 搜索引擎优化	334
13. 试题编号: H3-13 SEO 搜索引擎优化	340
14. 试题编号: H3-14 SEO 搜索引擎优化	346
15. 试题编号: H3-15 SEO 搜索引擎优化	352
16. 试题编号: H3-16 移动新媒体推广.....	358
17. 试题编号: H3-17 移动新媒体推广.....	363
18. 试题编号: H3-18 移动新媒体推广.....	367
19. 试题编号: H3-19 移动新媒体推广.....	372
20. 试题编号: H3-20 移动新媒体推广.....	377

一、专业基本技能

模块一 网络客户服务与管理

1. 试题编号：J1-1，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

湖南省茶业集团股份有限公司是一家集茶叶种植、加工、科研、销售、茶文化传播于一体的专业制茶、全产业链经营的农业产业化国家级重点龙头企业。公司下设8个业务部门，72个初、精制加工厂，60余家控参股企业（专业合作社），主要生产经营各类红茶、绿茶、黑茶、乌龙茶、白茶、黄茶、茉莉花茶、特种茶等各种大宗茶系列及各种小包装茶、袋泡茶、茶饮料、茶叶提取物等，公司经营茶叶总量位居全国第一、经营边销茶全国第一、出口有机茶全国第一、出口欧盟茶叶全国第一，出口全国第一。

“君山”品牌是湖南省茶业集团股份有限公司的自有品牌，是由岳阳市旅游发展有限公司、湖南省茶业集团和岳阳市供销合作联社等单位共同出资组建，与集团旗下“白沙溪”、“湘益”、“臻溪”并列为湘茶四大品牌，共同成就湘茶品牌巅峰。

测试任务：

① 网站特点分析与描述

请登录君山茶业官方网站 <http://www.jstea.com.cn/>，用三句话（100 个字左右）来描述此网站的特色与优势，将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

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，分析企业目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买君山茶业的茶叶产品。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。

假定一个客户在君山茶业每月消费一次，平均每次消费 1000 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）。如果该客户对君山茶业提供的服务满意，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，或增加了君山茶业的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。请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

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用户分类管理

君山茶业有非常专业的 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。下面是一组用户到君山茶业消费的基本数据，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 成交金额表

客户姓名	年成交金额(单位：万元)	占成交总额比
客户 1	0.5	1%
客户 2	26.5	53%
客户 3	1.8	3.6%
客户 4	0.6	1.2%
客户 5	2.1	4.2%
客户 6	0.8	1.6%
客户 7	8.5	17%
客户 8	0.8	1.6%

客户 9	8	16%
客户 10	1.2	2.4%

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(试题 J1-1)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-1)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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，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_____

2. 试题编号：J1-2，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

湖南百宜云商科技有限公司成立于2014年，创新了农牧电子商务O2O的模式，首创百宜饲料农村信息服务站加盟模式，全力在淘宝和阿里巴巴平台进行线上品牌——“百宜云”系列产品的销售。湖南百宜云商科技有限公司通过减少中间销售环节，降低营销广告费用，把节省的“真金白银”与养殖户共享，以高性价比的饲料回馈养殖户。

测试任务：

① 网店特点分析与描述

请登录百宜公司淘宝网店(<https://shop109911827.taobao.com>)，用三句话(100个字左右)来描述此网店的特点与优势，将内容填入表1。

表1 客服前的准备

网店的特点与优势

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，百宜云商有哪些目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买百宜的产品。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) 客户价值分析

针对百宜云商产品特点，依据市场三要素：人、购买力和购买欲望，按照收入状况对该公司产品的市场客户群进行划分，分析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			
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(试题 J1-2)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-2)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。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一点。	0-4 分			
	客户价值分析	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。				
	客户分类管理	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					

3. 试题编号：J1-3，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

携程旅行网创立于 1999 年，总部设在中国上海，员工超过 30000 人，目前公司已在北京、广州、深圳、成都、杭州、南京、厦门、重庆、青岛、武汉、三亚、南通等 95 个境内城市，新加坡、首尔、香港等 22 个境外城市设立分支机构，在中国南通、苏格兰爱丁堡设立服务联络中心。

作为中国领先的综合性旅行服务公司，携程成功整合了高科技产业与传统旅行行业，向超过 3 亿会员提供集无线应用、酒店预订、机票预订、旅游度假、商旅管理及旅游资讯在内的全方位旅行服务，被誉为互联网和传统旅游无缝结合的典范。

今日的携程，在线旅行服务市场居领先地位，连续 4 年被评为中国第一旅游集团，目前是全球市值第二的在线旅行服务公司。

测试任务：

①客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录携程旅行网 <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和赢利模式等方面进行分析），并填入表 1。

表 1 网站特色优势分析表

网站特色及优势分析

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，并填入表 2。

表 2 目标客户分析及售前沟通模拟

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：

③根据公司的特色与优势,撰写一封营销邮件进行网站推广,写出邮件的标题及内容（要求 300 字左右），并填入表 3。

表 3 邮件营销

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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 J1-3)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-3)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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			
	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_____

4. 试题编号：J1-4，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

聚美集团成立于 2010 年，是一家集“投资+孵化”于一体的集团化企业，先后在电子商务、影视娱乐、共享经济等诸多创新赛道持续发力，孵化出聚美优品、聚美影视、街电等一系列行业领军企业。

聚美优品作为中国最大的化妆品电商平台，注册用户数超 1 亿人，是“化妆品团购”概念的首创者，致力于为每一位用户提供独一无二的购物体验，深受全球亿万用户信赖。当前，除北京总部外，聚美优品在天津、郑州、苏州、成都、广州等地设有分公司，拥有总面积超过 10 万平方米的自建仓储。

京东于 2004 年正式涉足电商领域，2019 年，京东集团市场交易额超过 2 万亿元。2020 年 8 月，京东集团第五次入榜《财富》全球 500 强，位列第 102 位，位居中国零售及互联网行业第一、全球互联网行业第三。

京东集团定位于“以供应链为基础的技术与服务企业”，目前业务已涉及零售、数字科技、物流、技术服务、健康、保险、产发、智联云和海外等领域，其中核心业务为零售、数字科技、物流、技术服务四大板块。

京东集团奉行客户为先、诚信、协作、感恩、拼搏、担当的价值观，以“技术为本，致力于更高效和可持续的世界”为使命，目标是成为全球最值得信赖的企业。

测试任务：

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）（字数为 200 字左右），填入表 1。

表 1 客服前的准备

两个企业网站特色及优势分析

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 客户沟通表

A. 打招呼	
顾客：在吗？	
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 160CM，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。填写表格 4。

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，想换个大点的。

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

该客户属于什么类型？	
针对该类客户，客服应该注意哪些问题？	

（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(试题 J1-4)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-4)

评价内容		配 分	评分标准		得分 1	得 分 2	平均 分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	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_____

5. 试题编号：J1-5，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

湖南省怡清源茶业有限公司

(<http://www.teal60.com/comnews/index.aspx?Nid=162>) 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。

测试任务：

①客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势）

通过访问公司网站以及结合茶业的相关知识，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（字数为 100 字左右）。

表 1 企业特色及优势分析

企业特色及优势分析

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？请填写表 2。

表 2 客户沟通表

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	
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	产品推荐方式
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(试题 J1-5)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-5)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。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)	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。			
		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, 合适地介绍店铺产品。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_____

6. 试题编号：J1-6，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

天猫商城九阳旗舰店 (<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。

九阳始终鼓励消费者向家人表达爱，亲手做一杯豆浆或者一顿晚餐，是对家人最好的呵护与关爱。为此，九阳一直努力为消费者提供更好更便捷的厨房生活解决方案。通过技术的升级、人性化的产品，让烹饪变得轻松，让表达爱变得简单。目前，九阳在健康饮食电器领域不断拓展，新产品层出不穷。主要产品涵盖豆浆机、面条机、原汁机、电压力煲、电磁炉、料理机、电炖锅、开水煲、电饭煲、One Cup、洗碗机、炒菜机等多个系列 300 多个型号，配套健康饮食，“阳光豆坊”子品牌专注研究豆浆原料和五谷粉等五谷健康食品。

测试任务：

①客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开九阳旗舰店站点，请描述九阳旗舰店的服务特色与优势，要求包括经营范围、产品特色、适合人群和经营思想。将内容填入表 1。（字数为 100 字左右）

表 1 客服前的准备

网店特色与优势概述

②沟通客户需求（客户沟通技巧）

请分析九阳官方旗舰店的目标客户有哪些，并分别填入到下表中。

请模拟售前客户服务人员，就九阳官方旗舰店的 5L 电热水壶对目标客户区中不同类型的客户分别进行满足其不同需求的产品介绍。将模拟情况填入下表 2。

表 2 沟通客户需求表

客户类型	产品介绍

③客户价值计算

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

表 3 客户价值计算表

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

④客户分类管理

下面是一组用户到九阳官方旗舰店消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 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 成交金额表

客户姓名	年成交金额(单位：元)	占成交总额比
客户 1	3600	18%
客户 2	2000	10%
客户 3	400	2%
客户 4	1000	5%
客户 5	600	3%
客户 6	500	2.5%
客户 7	200	1%
客户 8	300	1.5%
客户 9	200	1%
客户 10	11200	56%

分析上表数据，完成下表 4 内容填写。

表 5 客户分类管理表

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(试题 J1-6)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-6)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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。	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_____

7. 试题编号：J1-7，售前客户服务与管理

（1）任务描述

背景资料：

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

贝贝儿童护肤品始于 2014 年，以儿童皮肤科学为基础，坚持“源于植物、安全呵护”的理念，与权威儿科专家共研，采用山茶花专利配方，针对儿童敏感肌肤提供天然、安全、有效的护肤产品。

测试任务：

① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开天猫贝贝母婴旗舰店 (<http://beibei.tmall.com>)，了解贝贝天猫旗舰店的相关内容，并用 100 字左右的文字准确介绍店铺的产品与服务特色。将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

产品与服务特色优势

② 沟通客户需求（客户沟通技巧）

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

表 2 沟通客户需求表

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

环境需求		
情感需求		
便利需求		

③ 客户价值计算

假定一个客户在贝贝母婴旗舰店每星期有交易记录 1 次, 平均每次交易发生额 300 元, 以平均客户生命周期 4 年为基准来计算客户价值的大小 (以交易额来计算)。如果该客户对贝贝母婴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, 或增加了贝贝母婴旗舰店的忠实客户, 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 客户价值计算表

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

(4) 客户分类管理

下面是一组用户到贝贝母婴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 三类。

表 4 成交金额表

客户姓名	年成交金额(单位: 元)	占成交总额比
客户 1	400	2%
客户 2	2000	10%
客户 3	1000	5%
客户 4	600	3%
客户 5	500	2.5%

客户 6	200	1%
客户 7	3600	18%
客户 8	11200	56%
客户 9	300	1.5%
客户 10	200	1%

分析上表数据，完成下表 5 内容填写。

表 5 客户分类管理表

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(试题 J1-7)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-7)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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			
	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				
	客户价值分析	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_____

8. 试题编号：J1-8，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料

2009 年唯品会成立。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。

2014 年 7 月艾瑞的《中国网络显示特卖市场研究报告》指出，中国在线零售市场已经呈现 TJV 三大主流业态，分别是集市平台模式、传统 B2C 模式和唯品会特卖模式。整个中国的在线特卖市场中，唯品会以 38.1% 的市场份额成为中国特卖 No. 1。在中国领创“品牌折扣+限时抢购+正品保障”的独特商业模式。

唯品会不断升级为全球一流的电子商务平台，每天唯品会准时准点上新，涵盖服饰穿戴、美妆、母婴、居家等全品类；目前累计合作品牌超过 30000 家，以“天天有 3 折”的超低折扣限时抢购，为消费者带来“网上逛街”的愉悦购物体验 and 超高性价比的购物惊喜。

测试任务

①企业网站特点分析与描述

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

表 1 客服前的准备

网站特色与优势概述

②分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，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 分析与沟通客户表

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 客户价值计算表

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，以便更好地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 A、B、C 三类。

表 4 成交金额表

客户姓名	年成交金额(单位：万元)	占成交总额比
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 客户分类管理表

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(试题 J1-6)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-8)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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，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_____

9. 试题编号：J1-9，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

多喜爱家居用品有限公司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。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。

测试任务：

① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

请登录多喜爱天猫旗舰店，并从产品、服务等方面描述此网店的特色与优势，并填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

网店的服务与特色概述

②沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是多喜爱的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？填写表 2。

表 2 沟通客户需求表

A. 打招呼	
顾客：在吗？	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：你好，能跟我推荐一款四件套吗？	
客服回复：	
C. 价格辩论	
顾客：你们的产品怎么那么贵啊？	
客服回复：	
D. 质量质疑	
顾客：你们的产品质量怎么样？	
客服回复：	

③客户价值分析

针对多喜爱品牌的产品特点，按收入状况、年龄结构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 客户价值分析表

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？			

④如按照收入状况划分，你认为应该分别采取什么样的方式进行客户管理工作？将内容填入表 4 中。

表 4 客户管理方式表

客户类别	客户管理方式

(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(试题 J1-9)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-9)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。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 (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 10 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。			
		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, 合适地介绍店铺产品。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 (25 分)	客户群划分 5 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。			
	客户管理	30 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_____

10. 试题编号：J1-10，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

裂帛服饰旗舰店(<https://ripfs.tmall.com/>)是天猫平台上的服饰品牌店，由青年设计师大风、小风创立于2006年11月。裂帛有着有所为、有所不为的独立鲜明的立场。品牌风格即参照本心、无拘无束。

设计师们用服饰延伸着人类文化中，通过对色彩、自然、情感共通的热爱与表达，分享内心生活的感动和喜悦。“裂帛”被誉为离客户心灵最近的品牌，有着生如裂帛的激情与行走民族国际化的时尚路线。年轻人的流浪异域情节、民族神秘特征与时尚都市的个性融合，在冲撞的激情中，独奏裂帛的创造与美感。如今，裂帛已成为中国最具规模的设计师女装之一，并远销海外各个国家与城市，为世界潮流和国际时装界输出着来自东方的多元文化价值，与美好的体验。

测试任务：

① 客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势）

通过进入裂帛天猫旗舰店，对网店进行特色及优势分析（可以从价位、产品种类、服务等方面进行分析）。（字数 100 字左右）

表 1 客服前的准备

网店的特色与优势

②沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是裂帛网店的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？

表 2 沟通客户需求表

A. 促成交易	
顾客：亲，我想买真丝刺绣连衣裙，你家有么？	
注：假如你销售的产品中没有这种款式，为促成一笔订单，你将如何回答？	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：亲，真丝连衣裙和棉麻连衣裙最大的区别是什么呢？我听说现在最流行的面料是真丝，是吗？	
注：假如你家没有真丝面料的连衣裙，只有棉麻面料的，你将怎么对客户介绍你家的女装，并尽量促成交易呢？	
客服回复：	
C. 商品推荐	

顾客：亲，能给我推荐几款款式流行的、面料高档的连衣裙吗？	
注：请讲清楚推荐款式的卖点。	
客服回复：	
D. 质量质疑	
顾客：亲，你推荐的这几款裙子都没有人买过，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

针对裂帛产品特点，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(试题 J1-10)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-10)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。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 (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。			
		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, 合适地介绍店铺产品。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_____

11. 试题编号：J1-11，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

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

测试任务：

① 网店特点分析与描述

请登录梦洁天猫旗舰店，描述此网店的特色与优势（100 个字左右），并将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

网店的特色与优势

② 析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，梦洁旗舰店定位的是哪几类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来引导客户在梦洁旗舰店购买家纺产品。试着用文字表述出来，填入表 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客户价值分析

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

表 3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况划分			
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(试题 J1-9)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-11)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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一点。	0-4 分			
	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 分 类 管 理	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_____

12. 试题编号：J1-12，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

华为创立于 1987 年，是全球领先的 ICT（信息与通信）基础设施和智能终端提供商，致力于把数字世界带入每个人、每个家庭、每个组织，构建万物互联的智能世界：让无处不在的联接，成为人人平等的权利；为世界提供最强算力，让云无处不在，让智能无所不及；所有的行业和组织，因强大的数字平台而变得敏捷、高效、生机勃勃；通过 AI 重新定义体验，让消费者在家居、办公、出行等全场景获得极致的个性化体验。

目前华为约有 19.4 万员工，业务遍及 170 多个国家和地区，服务 30 多亿人口。华为官方旗舰店是华为授权在天猫商城开设的 B2C 交易平台，主营手机、笔记本、平板、穿戴设备等，力争为消费者提供更优质的产品与服务。

测试任务：

① 客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势）

通过进入华为天猫旗舰店，对华为产品进行特色及优势分析（可以从价位、产品种类、服务等方面进行分析）。（字数 100 字左右）

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）

假如你是华为天猫旗舰店的一名售前客服，对于以下情况，你将如何处理？

表 2 沟通客户需求

A. 促成交易	
顾客：亲，我想买华为 nova 10 手机，你家有么？（注：如果你家没有，如何促成交易）	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：我想买一款手机送给即将上大学的女儿，你能介绍下有哪些系列的手机比较适合吗？	
客服回复：	
C. 商品推荐	
顾客：亲，能给我推荐一款适合商务人士使用的笔记本电脑吗？	
客服回复：	

D. 质量质疑	
顾客：亲，你推荐的这一款手机都没有人买过，也没有评价，是不是不好啊？	
客服回复：	

③客户价值分析

针对华为产品特点，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(试题 J1-10)

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-12)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。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。			
		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, 合适地介绍店铺产品。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_____

13. 试题编号：J1-13，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

天猫某服装商城的客户怒气冲冲地打来电话投诉：

1) 4 月中旬在网上拍了一条特价裙子，5 月 2 号收到衣服后因为天气原因一直没穿，只是在家试了一下大小，感觉没啥大问题，就很快给卖家确认付款了；

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

3) 要求退货。

测试任务：

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），本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）请将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

查证情况：

- a. 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；
- b. 正是因为有缺陷所以才以特价的方式促销；
- c. 在销售期间没有告知消费者该种款式的衣服有缺陷。

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

表 2 客户投诉处理

步骤 1	
话术 1	

步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
步骤 4	

③ 客户回访和关怀

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题	
邮件内容	

(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(试题 J1-13)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-13)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 分			
	客户 关怀 回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：J1-14，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

湖南长沙的王先生，“五一特惠”期间在某电器商城购买了一台电视机。当时王先生和卖场约好在第二天送货上门，而且发票上也写得清清楚楚。可是，王先生第二天等了一天也没有看到送货的人。于是，他就打电话询问。厂商却说由于是降价产品，卖得太火，断货了，正在从厂家紧急调运，要他先等等，再过一天一定送到。无奈，王先生只好等着，等到了再次约定的时间，王先生又是空等一天，厂商的理由和前一天一样。王先生虽然心里头很窝火，但是想到毕竟在价格上捡了便宜，就说服自己耐心地等着，就这样一直等到第四天，服务人员才送货安装。

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

测试任务：

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？请将内容填入表 1。字数要求在 200 字左右。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- a. 卖场承诺第二天安装，结果第四天才安装电视；

- b. 安装差错导致客户无法正常观看，厂家处理拖延；
- c. 厂家服务人员称很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训；
- d. 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 客户投诉处理

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

④ 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、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(试题 J1-14)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-14)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34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	21-27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	14-20分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13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	0-6分			
	客户 关怀 回访	30分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100分					

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：J1-15，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

北京中天国韵商贸有限公司成立于 2004 年，本部位于北京朝阳，是一家专业从事办公用品、办公设备、电子产品、工艺礼品设计和销售的企业，公司现有合作企业百余家，企业发展迅猛。公司目前主营业务有：计算机、软件及辅助设备、电子产品、家用电器、日用品、工艺礼品、办公用品、展览展示用品。自成立以来，公司坚持以质量求生存、重合同守信用的发展道路，销售额得到迅速发展，并以优良的信誉和优异的服务和合理的价格赢得广大用户信赖。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。2022 年 6 月 10 日，公司的客户小王怒气冲冲地打来电话投诉：

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

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

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

测试任务：

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？请将内容填入表 1。字数要求在 200 字左右。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

查证情况：

a. 经核查：客户收到的电话机比购买的少了 2 台，是因为本单位的一个员工，书写数字 8 时写得潦草，看起来像 6，造成实际发货 6 台；

b. 编号 006 的客服人员查看快递信息显示“已签收”，所以认定买家肯定是

故意来讹钱的。

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

表 2 客户投诉处理

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

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(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(试题 J1-15)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-15)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 分			
	客户 关怀 回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

16 试题编号：J1-16，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

小王是长沙某高校的一名学生。2023 年 6 月 10 日，他在某知名招聘平台上看到一则公司的招聘启事，于是前去应聘。该企业人事部负责人接待了他，经沟通，发现应聘时给出的岗位信息、薪资待遇与招聘启事上的完全不一致，不仅工资待遇只有网上信息的一半，且每月休息只有 4 天而不是宣传的 8 天。且该人事部负责人在解释某些问题时存在前后不一致的现象。客户小王怒气冲冲地给网络招聘平台打来电话投诉：

- (1) 涉事企业涉嫌弄虚作假，发布虚假招聘信息；
- (2) 小王要求企业方必须向他道歉，并赔偿相应的精神损失费和交通费。

测试任务：

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？请将内容填入表 1。字数要求在 200 字左右。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

查证情况：

- a. 企业发布在求职网上的信息与实际需求信息有出入；
- b. 企业派出的人事部负责人在接待小王求职应聘时，存在糊弄嫌疑。

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 客户投诉处理

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

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(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(试题 J1-16)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-16)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 分			
	客户 关怀 回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：J1-17，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

项目背景

某商务信息网是一家类似于淘宝网一样的中介服务平台，其以湖南为重点服务区域；以生活、消费、娱乐为主题内容，大力发展湖南的互联网事业。2022年12月20日，一个客户在网上向公司客服人员投诉，她通过该商务信息网购买的一款品牌手机有严重质量问题，经常在通话过程中突然听不到对方声音，她认为肯定是手机有严重质量问题，要求退货。同时，客户情绪非常激动，一再强调要投诉到消协，并叫媒体进行曝光。

测试任务

①客户异议分析

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

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

通过了解，客户的手机确实是通过在该商务信息网平台上一家注册的用户店铺当中购买的，查证后，客户投诉原因在于：

- a. 客户认为手机是通过商务信息网购买的，商务信息网应该负责；
- b. 手机确实存在问题，并且给客户带来了极大的不便。

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 客户投诉处理

步骤1	
话术1	
步骤2	
话术2	
步骤3	

话术 3	
步骤 4	
话术 4	

⑤ 客户回访和关怀

通过两星期的跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、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(试题 J1-17)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-17)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 分			
	客户 关怀 回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：J1-18，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

中国移动通信集团公司（简称“中国移动”）于 2000 年 4 月 20 日成立，是一家基于 GSM 和 TD-SCDMA 制式网络的移动通信运营商。注册资本 518 亿元人民币，资产规模超过万亿元人民币，拥有全球第一的网络和客户规模，2011 年列《财富》杂志世界 500 强 87 位，品牌价值位列全球电信品牌前列，成为全球最具创新力企业 50 强。企业责任秉持做优秀企业公民的诚意，以诚信实践承诺，以永不自满、不断创新的进取心态，精益求精追求企业、社会与环境的和谐发展。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。2022 年 12 月的一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：客户来电反映本机办理 3 元彩信优惠套餐，一年内每月可得 15 元的基本通话费优惠，但是现客户 15 元的基本通话费优惠未到一年就已停止，要求核实原因和退费。

测试任务：

① 客户异议分析

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

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

查证情况：

客户是 2022 年 8 月 21 日登记 3 元彩信优惠套餐，可享受一年内每月 15 元的基本通话费优惠，11 月和 12 月客户未能享受优惠。经核查，客户未享受到优惠的原因是：客户于 11 月、12 月参加“存话费送时长”的优惠活动与其基本通话费优惠产生冲突，造成上述两月基本通话费优惠失效。

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 客户投诉处理

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

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(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(试题 J1-18)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-18)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 分			
	客户 关怀 回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：J1-19，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

多喜爱家居用品有限公司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。2022 年 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，是单位活动时用的，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，肯定是单位会议活动结束了，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。

测试任务：

① 客户异议分析

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

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

② 客户投诉处理

查证情况：

a. 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。

b. 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

此他确实是在 6 月 10 日收到货。

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 客户投诉处理

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

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(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(试题 J1-19)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-19)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 分			
	客户 关怀 回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

20. 试题编号：J1-20，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

项目背景

2022 年 9 月 15 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。

测试任务

①客户异议分析

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

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉,客服处理客户异议的思路是什么?

②客户投诉处理

通过了解,查证后,客户投诉原因在于:

- a. 客户认为旅行社单方面取消合同;
- b. 十一的假期原定计划无法实现,因此不得不重新安排,造成了极大不便。

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 客户投诉处理

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

通过几天的跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、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(试题 J1-20)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-20)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 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_____

21. 试题编号：J1-21，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

项目背景

当当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。2023 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了 50 盒费列罗金莎巧克力，一共花了 5000 多元，杨先生收到快递件打开后发现 10 多盒巧克力都有不同程度的破损。杨先生与东莞市东邮贸易有限公司多次协商无果只得投诉。

测试任务

① 客户异议分析

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

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

② 客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- 客户确实在线支付购买了 50 盒费列罗金莎巧克力，一共花了 5000 多元；
- 客户确实于当日向客服提出咨询，有 10 多盒巧克力已经不同程度损坏；
- 当当事后未进行追踪调查。

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

表 2 客户投诉处理

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通过一周的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于当当网的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题	
邮件内容	

（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(试题 J1-21)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-21)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 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_____

22. 试题编号：J1-22，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

项目背景

2022 年 11 月，李女士在某网上购物商城的一家母婴用品旗舰店为孩子买了 10 盒某知名品牌的儿童辅食米粉，收到货物后因工作很忙，就没有一一查验。一个星期后，她才发现：有 2 盒已经过期。于是，她联系店铺客服，要求将已过期的 2 盒换货，但是被客服拒绝了，理由是：已经超过了规定的“七天无理由退换货”时间，没有办法再退换货了。李女士一气之下，立马找到该网上购物商城的客服，提出：将所有包装完整的辅食退货并直接曝光该店铺出售过期辅食。

测试任务

①客户异议分析

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

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

② 客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- a. 客户确实收到了 2 盒已过期的辅食；
- b. 客户确实曾要求店铺提供售后，但是遭到了拒绝。

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

表 2 客户投诉处理

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通过一周的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于该店铺的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题	
邮件内容	

（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(试题 J1-22)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-22)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 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_____

23. 试题编号：J1-23，售后客户服务与管理

（1）任务描述

背景资料

珠海格力电器股份有限公司是一家集研发、生产、销售、服务于一体的国际化家电企业，拥有格力、TOSOT、晶弘三大品牌，主营家用空调、中央空调、空气能热水器、手机、生活电器、冰箱等产品，2015 年排名“福布斯全球 2000 强”第 385 名，秉承“百年企业”的经营目标，凭借领先的技术研发、严格的质量管理、独特的营销模式、完善的售后服务享誉海内外。

2005 年至今，格力家用空调产销量连续 10 年领跑全球 2006 年荣获“世界品牌”称号。2014 年，格力电器实现营业总收入 1400.55 亿元，净利润 141.55 亿元，纳税 148.07 亿元，连续 13 年位居中国家电行业纳税第一。

张先生 2023 年 6 月 13 日从深圳市某制冷设备有限公司购买了一台格力空调，从安装起空调就不制冷。他 6 月 15 日起开始叫修，分别致店销售公司的销售人员梁先生和格力空调官方客服。一直到 6 月 16 日为止，整整一个月的时间却一直没有维修人员上门进行维修。

张先生认为无论是格力空调的售后服务热线，还是格力空调的经销商的售后服务均形同虚设。后来实在没有办法，他在格力空调官网上投诉，申请处理该事件。

测试任务

①客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉对有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉、本案例属于哪种投诉类型？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？请将内容填入表 1。字数要求在 200 字左右。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

a. 客户通过格力空调授权的经销商渠道购买了一台空调，售后安装后制冷效果不佳；

- b. 客户多次联系经销商要求提供服务，处理未果；
- c. 客户多次致电官方网站联系方式及统一客服电话要求处理未果；
- d. 官方客服接到客户电话后，以售后服务归经销商提供为由，并未进一步处理。

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

表 2 客户投诉处理

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(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(试题 J1-23)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-23)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 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_____

24. 试题编号：J1-24，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

项目背景

贝贝儿童护肤品始于 2014 年，以儿童皮肤科学为基础，坚持“源于植物、安全呵护”的理念，与权威儿科专家共研，采用山茶花专利配方，针对儿童敏感肌肤提供天然、安全、有效的护肤产品。长沙的新手妈妈李小姐 2023 年 5 月 2 日在天猫贝贝母婴旗舰店上为出生不久的儿子购买了一瓶山茶花宝宝沐浴露（容量 350 毫升），物流公司将商品放入小区快递保管箱，短信通知李小姐凭手机验证码取货。结果李小姐在收货之后打开层层包装发现该沐浴露有漏液现象，于是李小姐赶紧联系贝贝母婴旗舰店的客服要求退货退款。

测试任务

①客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字左右。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- a. 2023 年 5 月 2 日，客户李小姐在贝贝母婴旗舰店上购买了一瓶山茶花宝宝沐浴露（350 毫升）。
- b. 物流公司将商品放入小区快递保管箱，短信通知李小姐凭借手机验证码取货，李小姐并没有当面验货。
- c. 结果李小姐在收货之后打开层层包装，发现该沐浴露有漏液现象，于是李小姐赶紧联系贝贝母婴旗舰店的客服要求退货退款。

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

表 2 客户投诉处理

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题	
邮件内容	

（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(试题 J1-24)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-24)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 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_____

25. 试题编号：J1-25，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

项目背景

云南特产网是以打造云南特产采购品种最全、价格最优、服务最好为宗旨的综合性云南特产网上超市。不仅收录了云南各地名优特产，同时也收集了特产文化、特产资讯等相关信息，是所有喜爱云南特产的朋友们购买和交流的平台。身在长沙的昆明人小杨是云南特产网的忠实客户，2023 年 7 月 20 日，她在云南特产网上的龙泽食品专营店购买了价值 148 元的云南蒙自枇杷 5 斤装礼盒，7 月 23 日顺丰到货。到 7 月 26 日，小杨发现鲜果出现黑斑腐烂情况，于是手机联系云南特产网的客服，要求将剩下的没吃完已经变质的枇杷退换货。

测试任务

①客户异议分析

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

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

②客户投诉处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

a. 2023 年 7 月 20 日她在云南特产网上的龙泽食品专营店购买了价值 148 元的云南蒙自枇杷 5 斤装礼盒，7 月 23 日顺丰到货。

b. 7 月 26 日，小杨发现鲜果出现黑斑腐烂情况，于是手机联系云南特产网的客服，要求将剩下的没吃完已经变质的食品退换货。

c. 联系商家，商家自述鲜果到货时并未出现腐坏的情况，后面出现这种情况主要原因在于买家保存不妥善。

d. 小杨承认合租住房没有冰箱，且 7 月 23-26 日湖南长沙天气炎热潮湿，单商家在购买时也没有认真提醒鲜果存放。

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

表 2 客户投诉处理

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题	
邮件内容	

（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(试题 J1-25)

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-25)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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	35-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	28-34 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	21-27 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	14-20 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	7-13 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	0-6 分			
	客户 关怀 回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

二、岗位核心技能

模块一 网站（店）美工

1. 试题编号：H1-1，网站页面的编辑美化

（1）任务描述

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

①将 images 文件夹下的 banner. bmp 图像大小调整为宽 778 像素，高 76 像素；将 Banner 图片上左边的 logo 擦除，添加由公司名称“石头记”、域名“www.istone.com”、“臻享精致悦己生活”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，修改后的图像文件格式存储为 banner. jpg 格式，保存在 images 文件夹中；

②将公司产品图片 Product_1 到 Product_2 均加上印有图片 logo1 的水印，将处理后的这些图片按原来格式和文件名存储于站点 images 文件夹下；

③打开素材文件夹下 index. html 的主页文件，在上方插入 banner.jpg，设置页面属性中网页标题为“石头记饰品网站”，链接颜色为“#FFFF00”，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 Keywords 关键字和 description 标签；

⑤在页面的中上部插入由图片 Product_1 与 product_2 组成的鼠标经过图像；

⑥在页面的中下部添加一个矩形，并在该区域内添加下面产品介绍文字“来自韩国 黄金加宝石设计，高贵而不张扬，非常适合超有气质的你哦！优质合金黄 K 金，可保长久不退色。”；

⑦设置主页面的链接：将导航条中的售后服务链接到售后服务页面 service. html，关于我们链接到 Us. html，联系我们链接到 contact. Html；将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default. html”，放在当前试题文件夹下；

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss. css，文件保存在素材文件夹下 CSS 文件夹中，要求设置主页产品介绍文字“来自韩国 黄金加宝石设计，高贵而不张扬，非常适合超有气质的你哦！优质合金黄 K 金，可保长久不退色”的样式为：字体设定为宋体，大小设定为 12，颜色代码为“#CC0033”。

(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 以上版本），Dreamweaver CS3 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-1)。

试题评分卡 (H1-1)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95 分)	Banner 图片处理	15 分	图片大小相符合 2 分、格式符合 2 分, 文字擦除效果 5 分, banner 上 logo 效果 4 分, 整体效果 2 分			
	图片水印处理	10 分	图像的水印制作, 根据制作图片个数与效果评分, 本题 2 个图片需加水印, 每个 5 分			
	主页基本属性设置	10 分	设置网页标题设置正确 3 分, 设置页面的超链接颜色正确 2 分, 设置页面的超链接属性均为不带下划线标记 2 分, banner 图片的插入位置正确 3 分			
	关键字设置	10 分	添加合适的 Keywords 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			
	页面动态元素设置	10 分	鼠标经过图像的设置要有图像显示 3 分, 有无动态效果 7 分			
	主页内容元素的添加	15 分	矩形添加位置正确 5 分, 文字内容正确 5 分, 排版美观 5 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			
	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_____

2. 试题编号：H1-2，网站页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

①将文件夹 images 下的 banner.jpg 图片上中间的文字擦除，添加由公司 logo、“设为首页”“加入收藏”合成网站 banner，文字的字体、大小、颜色、形状自定义，修改后的图像文件按原文件名称和格式保存在 images 文件夹中；

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

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

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

⑤在主页中插入相应的图片，图片从素材文件夹 images 中找，其中顶部图片插入上面已经做好的 banner.jpg；

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

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

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss.css，文件保存在站点 CSS 子文件夹下。要求设置主页文字字体的样式为：字体设定为黑体，大小设定为 14，颜色代码为“#0033FF”。并通过样式为导航条介绍文字所处单元格加上细虚线边框，边框颜色为“#CCCCCC”。

⑨滚动文字设计：在主页最下面的文字：“copy right @2023 qishang.com, All Rights Reserved 版权所有 湖南绮尚贸易有限公司”设计成滚动文字效果。

水平滚动代码：

```
<marquee direction="left" align="bottom" height="25" width="100%"  
onmouseout="this. start()" onmouseover="this. stop()" scrollamount="2"
```

scrollldelay="1">水平滚动字幕内容</marquee>。

(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 以上版本），Dreamweaver CS3 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-2)。

试题评分卡 (H1-2)

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

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：H1-3，网页页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

①将文件夹 images 下的 logo_1. gif 图像的高度调整为 60 像素，图片的模式调整为 RGB 颜色；将其背景去掉，将公司的名称“fengxingtian”加上“透明彩虹”的渐变。修改后的图像文件格式存储为 shuiyin. png 格式，保存在 images 文件夹中；

②将图片 anniu_1. JPEG 加上内阴影和斜面浮雕效果，参数设置如下图 1 和图 2 所示。再根据这种效果，制作另外两个图标（即图像背景、背景形状一致），只需要把“公司公告”这四个字改为“加入收藏夹”和“设为首页”，图像大小设置为宽度 98 像素，高度 30 像素，字体颜色自选。完成后把图像保存在 images 文件夹中，文件另存为 anniu_2. jpg 和 anniu_3. jpg；



图 1 内阴影参数



图2 斜面和浮雕参数

③将公司产品图片 Product_1 加上题①中已经做好的图片 shuiyin. png 上的水印，将处理后的图片按原来格式和文件名存储于站点 images 文件夹下；

④根据网站项目背景知识给主页文件 index. html 设置网页标题为“风行天下”；设置主页页面的超链接属性均为“始终有下划线”，链接颜色为“#0000FF”，链接字体为“黑体”；根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keywords 关键字；

⑤在“新闻导航”栏目下，添加图片素材文件夹 images 中的 Product_1(注意：是已经加上了水印的图片)，对齐方式：右对齐；

⑥在 logo 条左边加上图片 shuiyin. jpg 上的水印，右边的红色小字“加入收藏”和“设为首页”处设计表格(宽度为 100 像素)并插入上面做好的两张按钮图片 anniu_2. jpg 和 anniu_3. jpg；(效果图见下图 3)



图3 LOGO 条效果图

⑦设置主页面的链接：将导航条中的“产品介绍”链接到百度首页：
<http://www.baidu.com>；

⑧建立 CSS 外部样式文件,文件名为 mycss. css，文件保存在站点 CSS 子文件夹下。要求设置主页导航条“产品介绍”文字的样式为：字体设定为楷体，大小设定为 12，颜色代码为“#FDC0E2”。并通过样式为导航条介绍文字所处单元格加上一实线边框，边框颜色为“#CCCCCC”；

⑨广告图片放大效果的制作：在“最新产品展示”栏目，根据下面代码的提

示进行修改，把该栏目下的第一幅图片设计成图片的放大效果。(效果见下图 4: 对比图)

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



图 4 鼠标点击前后对比图

(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 以上版本），Dreamweaver CS3 版本以上。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-3)。

试题评分卡 (H1-3)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 0 分/3 分/5 分			
工作任务 (95 分)	Banner 图片处理	10 分	图片大小, 模式相符合 2 分, 去掉背景和完成渐变效果 6 分, 文件保存正确 2 分			
	按钮图片处理	20 分	图层样式内阴影设置正确 5 分, 浮雕设置正确 5 分、修改文字正确 8 分, 图片保存正确 2 分			
	图片水印处理	10 分	图像的水印制作, 根据制作图片个数与效果评分			
	主页基本属性设置	10 分	根据网站项目背景知识设置网页标题 3 分, 设置页面的超链接属性 3 分, 添加合适的 Keywords 关键字 4 分			
	添加图片	5 分	在网页中添加图形, 与要求相符, 图文排版整齐 5 分;			
	插入图片	5 分	插入图片 2 分, 边框设置正确 3 分			
	页面超链接设置	10 分	根据链接设置是否正确, 是否可以打开评分			
	CSS 样式	10 分	每个样式按 0-3 分给分, 文件保存正确 1 分			
	广告图片自动轮换	15 分	代码插入正确 5 分, 修改效果成功 5 分, 广告设计效果按 0-1 分, 1-3 分, 3-5 分给分			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：H1-4，网页页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

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

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

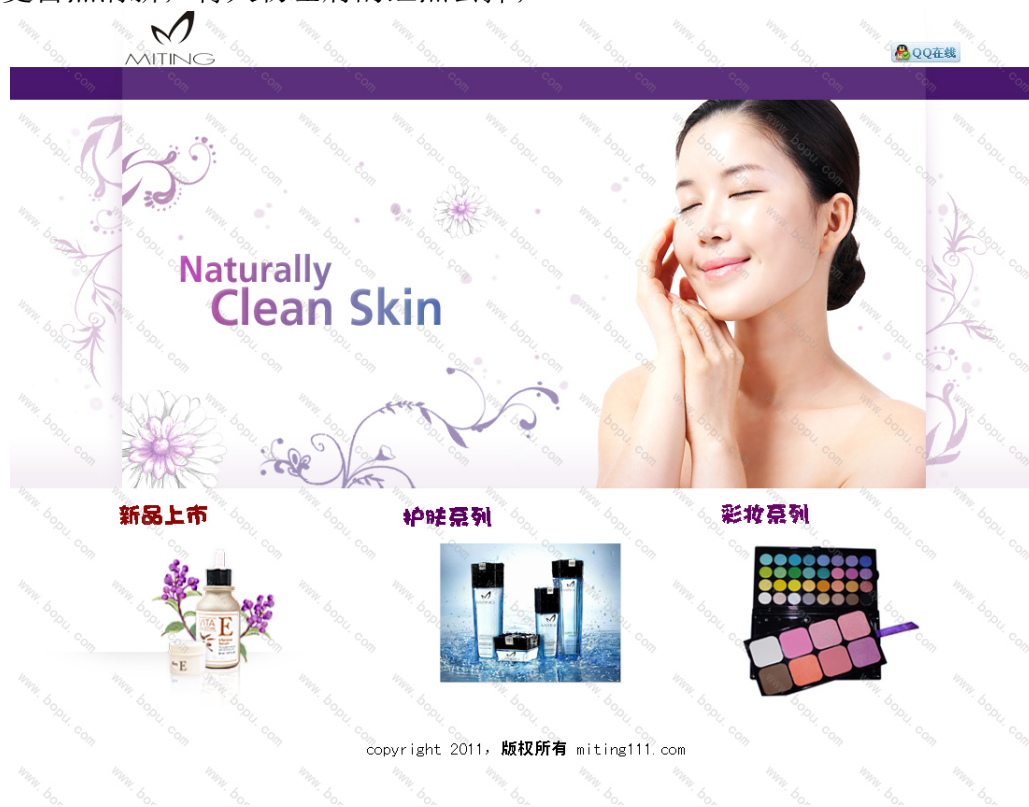


图 1 样图 index

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

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

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

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

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

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

⑨根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keywords 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 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS3 版本以上。

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-4)。

试题评分卡 (H1-4)

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

5. 试题编号：H1-5，网页页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

测试任务：

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

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

③将图片 tu-2. jpg 按大小宽 400 像素和高 360 像素裁剪下来，按原来的名称保存好；

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



图 1 样图 1（网页 product.html 效果图）

⑤将 images 文件夹下的 tu_3. Jpg 打开，添加公司的 LOGO 图片 logo. jpg

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



图 2 样图 2（主页 index.html 效果图）

⑥将 images 文件夹下的产品描述图片 pro_1. jpg 和 pro_2. jpg 打开，把两幅图的大小均修改成宽 500 像素，高 550 像素；参照图片 pro_2. jpg 给 pro_1. jpg 加上颜色为 “#e2dbd2” 的外框，边框大小为 8 像素，如图 2 所示；并将做好的图片以原名称保存好；

⑦打开主页文件 index.html，在网页最底端单元格内插入做好的图片 pro_1. jpg 和 pro_2. jpg，（参照图 2）；并要求对芦荟图片（图 3）进行链接处理，链接到内部网页：网页 product.html；并在网页 product.html 中对“首页”文字进行链接，连接到主页 index.html，完成两个网页的相互链接。



图 3 芦荟

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-5)

试题评分卡 (H1-5)

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

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：H1-6，网店美工设计

(1) 任务描述

“童乐玩具”是一家专业研发、生产及销售多种儿童玩具的厂商。为了拓展客户市场，“童乐玩具”将进驻天猫平台进行网上销售。

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

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。

2) 店铺 Banner

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

②背景要求：挑选素材“背景”文件夹中合适的图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为 Banner 的背景。

③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导；Banner 中应添加店铺 Logo、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“店铺 banner.PSD”和“店铺 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。

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“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\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-6)

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)	店铺 Logo 设计（18 分）			
	尺寸要求	2 分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	设计要求	10 分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	存储要求	6 分	文件名和格式正确（4 分），文件大小符合要求（2 分）	
	店铺 Banner 设计（31 分）			
	尺寸要求	2 分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	背景设计	8 分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分	
	内容设计	15 分	Banner 中添加店铺 Logo（按 0/2/3 评分），店铺名称（按 0/2/3 评分），宣传促销标语（按 0/2/3/4 分），Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导（按 2 分/3 分/4 分/5 分评分）	
	文件保存	6 分	文件名和格式正确（4 分），文件大小符合要求（2 分）	
	商品主图设计（46 分）			
	尺寸	4 分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分；2 张主图共 4 分	
	主图修饰	18 分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0 分/3 分/5 分/7 分/9 分评分 每张主图 9 分，2 张主图共 18 分	
	促销元素	16 分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分 每张主图 8 分，2 张主图共 16 分	
	存储要求	8 分	文件名和格式正确（2 分），文件大小符合要求（2 分）；每张主图 4 分，2 张主图共 8 分	
	合计	100 分		

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：H1-7，网店美工设计

（1）任务描述

“KOF0—世纪风鞋业”是一家以销售男款运动休闲鞋为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司决定在天猫商城开设一家店铺以扩大产品的曝光度，增加企业与用户之间的互动，以达到增加产品销售。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品 7 天无理由退换货，且提供发票。同时公司拟对新店开张采取如下促销活动：满 100 元包邮；推出两款主打促销新鞋“休闲鞋 1”，促销价为 168 元/双，“休闲鞋 2”，促销价为 128 元/双。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 100 像素、高度为 100 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo. 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 100K 以内。

2) 店铺 Banner

①尺寸要求：宽度为 950 像素，高度为 120 像素，分辨率为 72 像素/英寸；

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

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“店铺 banner. PSD”和“店铺 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。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

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

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店

开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 3M。

（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 。

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-7) 。

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)	店铺 Logo 设计 (18分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	设计要求	10分 根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	存储要求	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	店铺 Banner 设计 (31分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	背景设计	8分 根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
	内容设计	15分 Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称(按0/2/3评分), 宣传促销标语(按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导(按2分/3分/4分/5分评分)	
	文件保存	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	商品主图设计 (46分)		
	尺寸	4分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
	主图修饰	18分 调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
	促销元素	16分 主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
	存储要求	8分 文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计		100分	

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H1-8，网店美工设计

（1）任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“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。

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：使用素材中的“花瓣.jpg”、“礼盒.jpg”合成设计美观的图片，制作 Banner 的背景。

③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导；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“店铺 banner.PSD”和“店铺 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。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

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

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

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

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“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\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Photoshop CS6. 0。

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-8)。

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)	店铺 Logo 设计 (18分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	设计要求	10分 根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	存储要求	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	店铺 Banner 设计 (31分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	背景设计	8分 根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
	内容设计	15分 Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称(按0/2/3评分), 宣传促销标语(按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导(按2分/3分/4分/5分评分)	
	文件保存	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	商品主图设计 (46分)		
	尺寸	4分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
	主图修饰	18分 调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
	促销元素	16分 主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
	存储要求	8分 文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计		100分	

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：H1-9，网店美工设计

（1）任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.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。

2) 店铺 Banner

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

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

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“店铺 banner.PSD”和“店铺 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。

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\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-9)。

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

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：H1-10，网店美工设计

（1）任务描述

“伊之阁”是一家经营唐风汉服的女装销售店。为了拓展客户市场，准备在淘宝平台开设网店进行网上销售。

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

1) 店铺 Logo

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

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

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.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。

2) 店铺 Banner

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

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

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“店铺 banner.PSD”和“店铺 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。

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：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\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 H1-10)

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)	店铺 Logo 设计 (18分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	设计要求	10分 根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	存储要求	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	店铺 Banner 设计 (31分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	背景设计	8分 根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
	内容设计	15分 Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称(按0/2/3评分), 宣传促销标语(按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导(按2分/3分/4分/5分评分)	
	文件保存	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	商品主图设计 (46分)		
	尺寸	4分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
	主图修饰	18分 调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
	促销元素	16分 主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
	存储要求	8分 文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计		100分	

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：H1-11，网店美工设计

（1）任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

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

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.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。

2) 店铺 Banner

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

②背景要求：挑选素材“背景”文件夹中合适的图片进行图片的裁剪、大小、角度、透明度等调整和合成，制作 Banner 的背景。

③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导；Banner 中应添加店铺 Logo、主营产品图片以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“店铺 banner.PSD”和“店铺 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。

3) 商品主图

为素材文件夹下的“新鲜脆枣”和“冰糖橙”制作主图 1 和主图 2，主图制作可以选用一张产品图制作，也可采用两张产品图的合成；

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卖点文案：在主图中加入合适的卖点文案，如“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等促销信息，天然、无污染等卖点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1. JPG”、“主图 2. JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 3M。

（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

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

（4）评分标准：见试题评分卡(试题 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)	店铺 Logo 设计（18分）			
	尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	店铺 Banner 设计（31分）			
	尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	背景设计	8分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
	内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo（按0/2/3评分），店铺名称（按0/2/3评分），宣传促销标语（按0/2/3/4分），Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导（按2分/3分/4分/5分评分）	
	文件保存	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（46分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分，2张主图共18分	
	促销元素	16分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分，2张主图共16分	
	存储要求	8分	文件名和格式正确（2分），文件大小符合要求（2分）；每张主图4分，2张主图共8分	
	合计	100分		

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：H1-12，网店美工设计

（1）任务描述

“指尖之舞”是一家经营批发美甲系列产品的实体店。为了拓展客户市场，“指尖之舞”将进驻天猫平台进行网上销售。公司承诺：实物拍摄、用心服务、诚信店铺，新店开张满 100 元包邮，满 88 元可以使用 5 元优惠券一张，满 168 元可使用 10 元优惠券一张。

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

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 100 像素、高度为 100 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo. 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 100K 以内。

2) 店铺 Banner

①尺寸要求：宽度为 950 像素，高度为 120 像素，分辨率为 72 像素/英寸；

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

③内容要求：Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导；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“店铺 banner. PSD”和“店铺 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。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

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

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

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1. JPG”、“主图 2. JPG”，储

存到当前文件夹。每个文件大小不超过 3M。

(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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 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)	店铺 Logo 设计 (18分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	设计要求	10分 根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	存储要求	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	店铺 Banner 设计 (31分)		
	尺寸要求	2分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分	
	背景设计	8分 根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
	内容设计	15分 Banner 中添加店铺 Logo (按0/2/3评分), 店铺名称(按0/2/3评分), 宣传促销标语(按0/2/3/4分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导(按2分/3分/4分/5分评分)	
	文件保存	6分 文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	商品主图设计 (46分)		
	尺寸	4分 按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分	
	主图修饰	18分 调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图9分, 2张主图共18分	
	促销元素	16分 主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/6分/8分评分 每张主图8分, 2张主图共16分	
	存储要求	8分 文件名和格式正确(2分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图4分, 2张主图共8分	
合计		100分	

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：H1-13，网店美工设计

(1) 任务描述

“萌箱包专卖店”是一家专营女式箱包店铺，店铺的受众主要为十多岁的年轻女孩，销售的商品也较为可爱。现公司即将在登陆淘宝平台。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

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

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

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo. 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。

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：根据提供的“背景素材”文件，进行图片裁剪、拼凑、大小调整、透明度等调整，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、代表店铺销售商品类型的图标（商品图标需要根据萌系可爱特点填充各自不同颜色）以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“店铺 banner. PSD”和“店铺 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。

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\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 H1-13)

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)。	
工作任务 (95分)	店铺 Logo 设计 (18分)		
	尺寸要求	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	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	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	店铺 Banner 设计 (31分)		
	尺寸要求	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	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	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	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)	
	商品主图设计 (46分)		
	尺寸	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	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	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	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_____

14. 试题编号：H1-14，网店美工设计

（1）任务描述

背景资料：

某数码商城为回馈广大消费者，特举办一次“品牌团”。佳能、尼康、苹果、三星、联想、索尼、华为、步步高等多个知名品牌加盟本次团购活动。活动时间为2天，开团时间为上午10点。相信品牌的力量，全场正品行货、顺丰包邮，购物满588元立返现金券30元。

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

①海报尺寸：宽度为950像素，高度为350像素，分辨率72像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色。

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

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；任选加盟本次活动的5个品牌，以合适的方式展现；从背景资料中提取2个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。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、排版和文字样式设置，如投影、描边等效果。

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

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，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 版本以上，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-14)

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

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：H1-15，网店美工设计

（1）任务描述

背景资料：

“爱丽尔”美甲店是一家以销售美甲系列产品的知名网店。近期即将推出一款彩色水性指甲油，该产品纯植物配方、100%原装进口，国家质检权威认证，活动时间：今年10月15日-11月15日，活动期间买二送一。商家承诺：对商品任何不满意的地方均可7天内包退换。

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

①海报尺寸：要求为1920像素×580像素，分辨率为72像素/英寸。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，使用素材中的“背景一.jpg”和合适的颜色合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“指甲油一.jpg”抠出、将素材中的“手模一.jpg”使用蒙版合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点或者本商品的特色等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“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：请使用形状工具组至少制作2种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，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 版本以上，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

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

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：H1-16，网店美工设计

(1) 任务描述

背景资料：

今年的 520 女神节 (Chinese Valentines' Day) 快到了，某珠宝网店准备“以爱之名” 推广店铺新上架的珠宝套装，此款套装包括耳钉和项链，材质：黄 K 金 (18K 金)，宝石：红玉髓。优惠措施：原价 5800 元，活动时间：5 月 10 日—5 月 20 日。

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

①海报尺寸：要求为 1920 像素×550 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

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

③海报中的产品展示：根据素材图和背景资料，选择合适的图片融入海报恰当位置；如需抠图，处理图片时应细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。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：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，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 版本以上，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

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

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：H1-17，网店美工设计

（1）任务描述

背景资料：

臭豆腐(Stinky tofu)是中国传统特色小吃之一，具有“闻起来臭、吃起来香”的特点。其名虽俗气，却外陋内秀、平中见奇、源远流长，是一种极具特色的中华传统小吃，古老而传统，令人欲罢不能。制作材料有大豆、豆豉、碳酸钠等。在中国以及世界各地的制作方式和食用方式均存在地区上的差异，其味道也差异甚大。长沙和南京的臭豆腐相当闻名。近日，长沙黑色经典旗舰店重新装修店铺首页，想为店铺的爆款商品——长沙盒装臭豆腐制作一张促销海报，长沙臭豆腐热销 5000 件以上，一盒 280 克，价格：28 元。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

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

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

④海报中的文字信息：从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭”系列字体。

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

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，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 版本以上，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-17)

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)	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_____

18. 试题编号：H1-18，网店美工设计

（1）任务描述

背景资料：

99 划算节快到了，某女包旗舰店准备在 99 划算节进行一次促销活动，活动内容如下。优惠措施：买 200 元，送 2 张 50 元面值的优惠券，每天仅送前 5 名，送完为止。活动时间：9 月 5 日—9 月 9 日。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色。

③海报中的产品展示：将模特图、产品图以恰当的排版方式融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“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：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，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 版本以上，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-18)

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

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：H1-19，网店美工设计

（1）任务描述

背景资料：

“贝尔”儿童玩具店是一家以销售儿童玩具为主，经营 2 年多的知名网店。近日，店里马上要迎来 3 周年店庆活动。为此需要对网店装修进行更新。本次周年庆的活动内容是：一元秒杀，限时 1 小时；实付满 188 元送火火兔故事机；加购满 3 件咨询客服领取 20 元无门槛优惠券。

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

①海报尺寸：要求为 1920 像素×600 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②海报背景：挑选试题素材“背景”文件夹中合适的图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为新海报的背景，也可以自己设计周年庆氛围感更好的背景。

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

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语。请从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“卡通字体”系列字体。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 2 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，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 版本以上，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 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)	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_____

20. 试题编号：H1-20，网店美工设计

（1）任务描述

背景资料：

某家居日用品店铺近日上架一款水杯，为了增加新品流量，卖家想制作一张促销宣传海报放在店铺首页。这款水杯是 316 不锈钢双层保温杯，容量 450ml。本商品实施以下优惠促销活动：新品 85 折。

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

①海报尺寸：要求为 1920 像素×600 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②海报背景：选择 2-3 颜色组合配色或利用渐变颜色制作海报背景，要求背景能突出商品风格特点，美观大方。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的 2 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 版本以上，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-20)

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(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_____

21. 试题编号：H1-21，网店美工设计

（1）任务描述

背景资料：

临近开学，某文具用品商城准备在开学前推出一款迪士尼火车造型的文具盒，该文具盒金属材质，火车头自带削笔器。优惠价格：15.8 元。活动时间：3 月 1 日—3 月 30 日。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色。

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

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“卡通字体”，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：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，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 版本以上，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-21)

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

试题评阅人签名_____

22. 试题编号：H1-22，网店美工设计

(1) 任务描述

背景资料：

“阁莉绮专营店”是一家正品直销的天猫旗舰店。近期，该网店全力推出一套水光璀璨保湿礼盒，原价 588 元，臻享价：299 元/套。礼盒套装共有 4 款产品，分别为：“洁面乳 100g”、“水感背现润肤水 100ml”、“莹亮凝润保湿乳 100ml”、“柔嫩滋养精华霜 50g”。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为本套护肤品制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料，设计渐变色海报背景。

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

④海报中的文字信息：请从背景资料中提取新海报主题，给新海报添加主题标语；请从背景资料中提取商品卖点和活动利益点，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。

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

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，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 版本以上，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-22)

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(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	
	海报上文字设计	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	
		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	
	海报中的图标元素	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	
		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	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5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)	
100分				
合计				

试题评阅人签名_____

23. 试题编号：H1-23，网店美工设计

(1) 任务描述

“恋上衣辈子”是一家以销售时尚品牌女装的网店。近期，公司决定上架一款时尚潮流、舒适棉麻面料的女外套，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

②焦点图设计：选择合适的图片展示商品的形象，添加简练的核心文案突出商品的优点，灵活运用各种设计元素或表现形式呈现商品的整体形象。

③商品卖点的展示：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商品信息的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、型号、颜色、佩戴方式等说明信息，在详情页中进行相关内容的展示设计。

⑤商品细节的展示：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 工具软件 (CS6.0)

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H1-23)

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(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	
	焦点图设计	15分	选择合适的素材图(3分), 添加商品的核心文案(3分), 采用图文混排方式并添加设计元素能展示商品主体和突出商品优势(3分), 达到良好的呈现商品整体形象效果(0分/2分/4分/6分)。	
	卖点图设计	25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只有1张, 且图文排版简单(0-8分) (2) 详情页中卖点展示图只有2张, 且排版比较美观(9-16分) (3) 详情页中卖点展示图有3张, 且排版美观, 图文呼应, 充分展示了商品的卖点。(17-25分)	
	商品信息设计	14分	图文混排设计(3分), 表格设计(3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)	
	商品细节设计	20分	商品细节展示与图片是否有机结合(7分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(7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(6分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分/6分评分	
	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	8分	文件名和格式正确(2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_____

24. 试题编号：H1-24，网店美工设计

(1) 任务描述

“嗨耳数码”是一家网络商城的耳机销售专营店，该店近期需要上架一款紧凑型折叠设计轻便舒适的国际品牌时尚耳机。为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

②焦点图设计：选择合适的图片展示商品的形象，添加简练的核心文案突出商品的優勢，灵活运用各种设计元素或表现形式呈现商品的整体形象。

③商品卖点的展示：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商品信息的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、型号、颜色、佩戴方式等说明信息，在详情页中进行相关内容的展示设计。

⑤商品细节的展示：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，Photoshop CS6.0

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 H1-24)

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(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	
	焦点图设计	15分	选择合适的素材图(3分), 添加商品的核心文案(3分), 采用图文混排方式并添加设计元素能展示商品主体和突出商品优势(3分), 达到良好的呈现商品整体形象效果(0分/2分/4分/6分)。	
	卖点图设计	25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只有1张, 且图文排版简单(0-8分) (2) 详情页中卖点展示图只有2张, 且排版比较美观(9-16分) (3) 详情页中卖点展示图有3张, 且排版美观, 图文呼应, 充分展示了商品的卖点。(17-25分)	
	商品信息设计	14分	图文混排设计(3分), 表格设计(3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)	
	商品细节设计	20分	商品细节展示与图片是否有机结合(7分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(7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(6分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分/6分评分	
	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	8分	文件名和格式正确(2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_____

25. 试题编号：H1-25，网店美工设计

（1）任务描述

“语贝依母婴店”是一家以销售母婴服装的老牌网店。近期，公司决定上架一款 2023 夏季新款萌趣、清凉背带小哈衣，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

②焦点图设计：选择合适的图片展示商品的形象，添加简练的核心文案突出商品的优点，灵活运用各种设计元素或表现形式呈现商品的整体形象。

③卖点图设计：详情页中要求至少选择 3 张图片展示商品的 3 个卖点，排版采用图文混排方式。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商品信息图设计：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的参数、尺寸等相关信息，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。

⑤商品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的设计特点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，至少展示商品的 3 个细节，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑥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

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H1-25)

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(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	
	焦点图设计	15分	选择合适的素材图(3分), 添加商品的核心文案(3分), 采用图文混排方式并添加设计元素能展示商品主体和突出商品优势(3分), 达到良好的呈现商品整体形象效果(0分/2分/4分/6分)。	
	卖点图设计	25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只有1张, 且图文排版简单(0-8分) (2) 详情页中卖点展示图只有2张, 且排版比较美观(9-16分) (3) 详情页中卖点展示图有3张, 且排版美观, 图文呼应, 充分展示了商品的卖点。(17-25分)	
	商品信息设计	14分	图文混排设计(3分), 表格设计(3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)	
	商品细节设计	20分	商品细节展示与图片是否有机结合(7分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(7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(6分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分/6分评分	
	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	8分	文件名和格式正确(2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_____

模块二 电商平台运营

1. 试题编号：H2-1，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

- 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。请利用百度指数数据分析平台，查询“大衣”一关键词，并完成以下操作。并将查询结果填入表 1 中。

表 1 市场选品分析

最近 3 个月百度搜索指数截图：			
搜索趋势变化分析说明：			
最近 3 个月搜索指数概览截图			
搜索指数概览说明：			
最近 1 周相关搜索词热度排行截图：			
相关搜索词活跃度前 3 名：			

- 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	
中间价	
最低价	
可以制定的价格	
最终定价（考虑弧形数字定价法）	

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？

②借助软文推广提升流量

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

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

表 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	
选择此平台发布的理由	

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：淘宝官方平常最受商家欢迎的活动平台主要有哪些（填写 3 个活动名）		
问题 2：现本店铺准备申报官方其中一种活动，请分析店铺所运营的产品类型和产品定价，选择一种最合适的活动。		
答： 店铺运营的是服饰类，店铺知名度较小，属于刚起步阶段，商品价格适中，适合申报淘金币。		

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

天天特价	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特价	1724	0.17%
淘宝客	61	4.92%	淘内免费其它	507	0.99%
直接访问	38	0%	手淘其它店铺	254	0.39%
淘宝站内其它	31	0%	购物车	107	8.41%
宝贝收藏	20	0%	淘宝客	83	1.2%
购物车	17	5.88%	我的淘宝	70	2.86%
淘外流量其它	8	0%	直接访问	33	3.03%
搜狗	7	0%	手淘消息中心	24	0%
已买到商品	4	2.5%	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？

答：

③上述流量来源中哪一项是需要付费来源？

答：

④观察下单转化率较高数据的流量来源，你发现了什么？

答：

⑤针对上述流量来源情况，下一步有何改进措施？

答：

(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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-1)

电商平台运营评分卡(试题 H2-1)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。 操作过程规范、文档规范、工整。	
市 场 选 品（16）	搜索趋势截图	2 分	截图正确、清晰	
	趋势变化分析说明	4 分	趋势变化分析正确，文字简明扼要	
	搜索指数概述截图及回答	5 分	截图 2 分，回答 3 分	
	最近 90 天相关搜索词热度截图及回答	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 SEO 3 分	
	软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
		5 分	结构严谨、文笔通顺	
		5 分	构思新颖，能吸引网民	
		字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分		
	软文发布	5 分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，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。	
推广引流-活动引流		13 分	活动名，每个 2 分，共 6 分 分析店铺产品和定价 共 3 分 选定活动 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_____

2. 试题编号：H2-2，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

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。请利用百度指数数据分析平台，查询“黑茶”一关键词，并完成以下操作。并将查询结果填入表 1 中。

表 1 市场选品分析

最近 3 个月百度搜索指数截图：			
搜索趋势变化分析说明：			
最近 3 个月搜索指数概览截图			
搜索指数概览说明：			
最近 1 周的相关搜索词热度排行截图：			
相关搜索词热度 前 3 名：			

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	

选择此平台	
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：淘宝官方平常最受商家欢迎的活动主要有哪些（填写 3 个活动名）

问题 2：现本店铺准备申报官方其中一种活动，请分析店铺所运营的产品类型和产品定价，选择一种最合适的活动？

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
天天特价	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特价	1724	0.17%
淘宝客	61	4.92%	淘内免费其它	507	0.99%
直接访问	38	0%	手淘其它店铺	254	0.39%
淘宝站内其它	31	0%	购物车	107	8.41%
宝贝收藏	20	0%	淘宝客	83	1.2%
购物车	17	5.88%	我的淘宝	70	2.86%
淘外流量其它	8	0%	直接访问	33	3.03%
搜狗	7	0%	手淘消息中心	24	0%
已买到商品	4	2.5%	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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-2)

电商平台运营评分卡(试题 H2-2)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。 操作过程规范、文档规范、工整。	
市 场 选 品 (16)	搜索趋势截图	2 分	截图正确、清晰	
	趋势变化分析说明	4 分	趋势变化分析正确, 文字简明扼要	
	搜索指数概述截图及回答	5 分	截图 2 分, 回答 3 分	
	最近 90 天相关搜索词热度截图及回答	5 分	截图 2 分, 回答 3*1 分=3 分	
商品宝贝定价 (7 分)		7 分	前 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)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分, 新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分	
	软文内容	5 分	软文内容充实, 主题紧扣推广目标	
		5 分	结构严谨、文笔通顺	
		5 分	构思新颖, 能吸引网民	
			字数 300 字, 每少于 50 字扣 3 分	
	软文发布	5 分	软文发布版块选择共 3 分, 要求说出平台名称 1 分, 还要说出具体版块名称 2 分, 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。	
推广引流-活动引流		13 分	活动名, 每个 2 分, 共 6 分 分析店铺产品和定价 共 3 分 选定活动 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_____

3. 试题编号：H2-3，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“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：**
产品类型：连衣裙
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) 分析影响宝贝搜索排名的因素
- 淘宝 SEO 的关键是提高卖家宝贝的排名，让消费者一眼就能看到你的宝贝，影响宝贝排名靠前的因素有哪些，请列出 8 项填入表 1 中

表 1 影响宝贝排名的因素

- 2) 关键词选择与标题制作
- 宝贝标题相当于宝贝的“门户”，制作和优化宝贝的标题，可以采用下列方

法进行，请按照提示步骤完成相关操作。

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

表 2 关键词选择一

中心词（1 个）					
属性词（5 个）					

②通过在淘宝首页搜索框中输入“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 的筛选功能，选择包含“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？

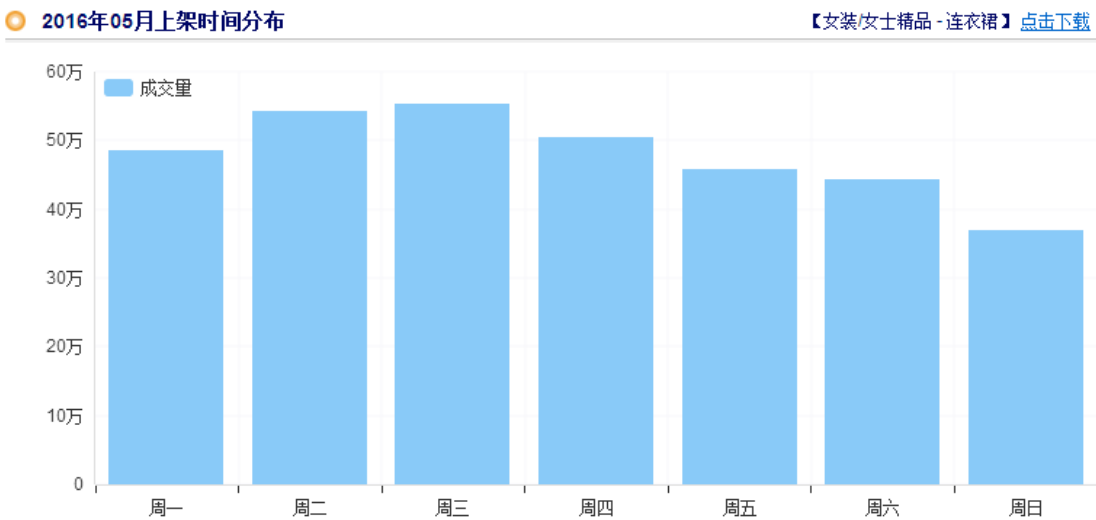


图 1 按周段的在不同时间的销量

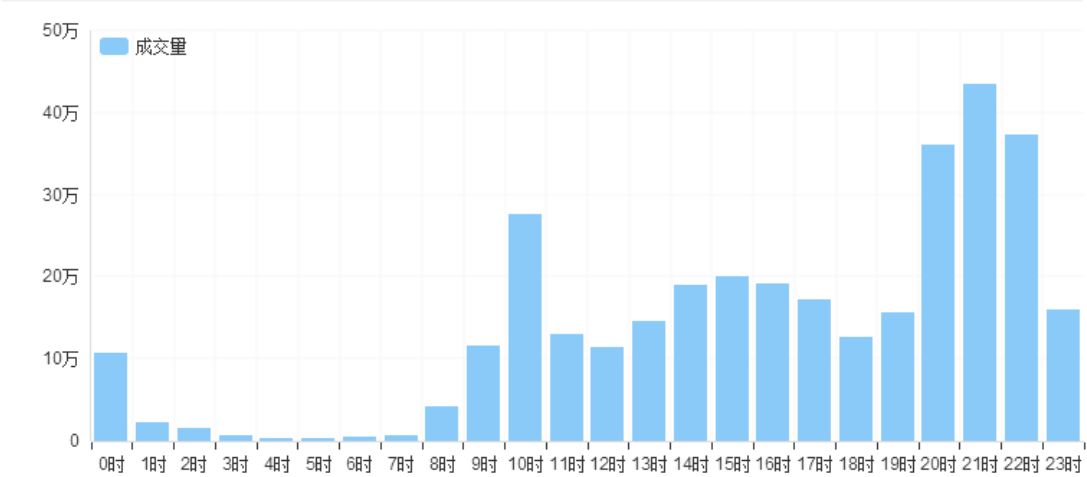


图 2 按时段的不同时间段的销量

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“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	
选择此平台的理由	

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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-3)

电商平台运营评分卡(试题 H2-3)

评价内容			配分	考核点	考核得分
职业素养(5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	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 SEO 3 分	
		软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
			5 分	结构严谨、文笔通顺	
			5 分	构思新颖，能吸引网民	
			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 （22）	数据分析 1	10 分	按关键词的选择正确性给分，5*1 分=5 分 理由说明正确充分 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_____

4. 试题编号：H2-4，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“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：**
- 产品类型：女裤
 - 女裤裤型：阔腿
 - 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) 分析影响宝贝搜索排名的因素

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

表 1 影响宝贝排名的因素

2) 关键词选择与标题制作

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

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

表 2 关键词选择一

中心词（1 个）					
属性词（5 个）					

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

表 3 关键词选择二

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

③通过“生意参谋--市场行情--行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，现通过操作已将行业热词榜下载到试题文件夹下的“女裤搜索热词.xls”文件，请对本文件中的热词利用 Excel 的筛选功能，选中包含“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？

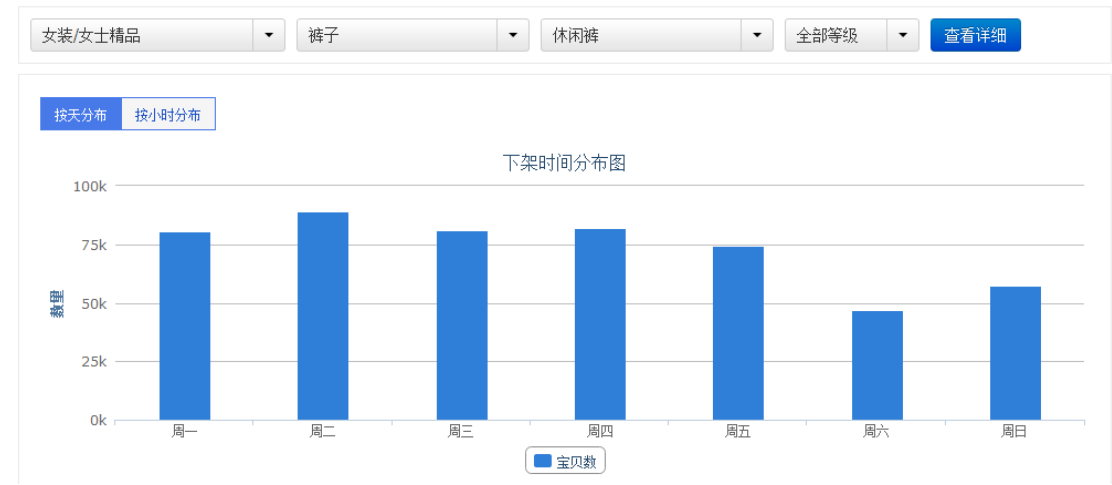


图 1 按周段的在不同时间的销量

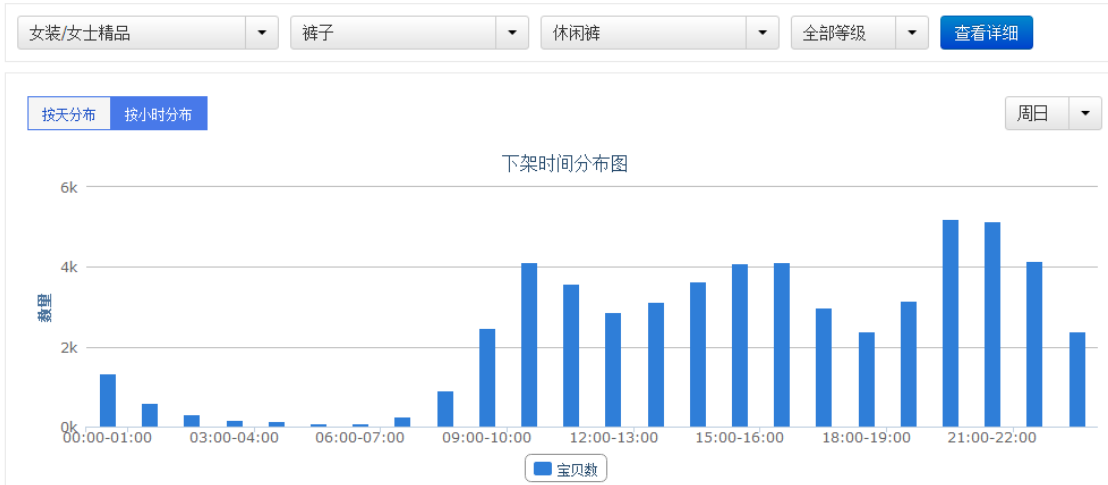


图 2 按时段的不同时间段的销量

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	
选择此平台发布的理由	

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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-4)

电商平台运营评分卡(试题 H2-4)

评价内容			配分	考核点	考核得分
职业素养(5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	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 SEO 3 分	
		软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
			5 分	结构严谨、文笔通顺	
			5 分	构思新颖，能吸引网民	
			字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分		
	软文发布	5 分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，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（22）	数据分析 1	10 分	按关键词的选择正确性给分，5*1 分=5 分 理由说明正确充分 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_____

5. 试题编号：H2-5，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

艾美家是上海槿致实业有限公司是一家提供：床品、家居服、贴身柔软织物、助眠小物等居家用品品牌。臻选亲和肌肤原料，运用前端纺织科技，采用高科技生态、物理加工工艺，提供更好的舒适感，让顾客睡得更好的产品的家访公司。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。现公司入驻淘宝天猫商城 <https://aimeijiajf.tmall.com/>。请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词或淘宝 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：艾美家棉花糖四件套
工艺：活性印花工艺：
款式：床单/床笠式
类型：四/六件套
货号：云+系列小黄花
风格：ins 风
商品规格：1.8 米床, 1.5 米床, 1.2 米床

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择三

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品类型	
	产品特点	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	材质	
	风格	
	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根据添加原则去选择和组合关键词。为直通车推广的宝贝的关键词进行组合（各设 2 个关键词，热门搜索组合含两种及以上关键词，精准属性组合含三种及以上关键词），将答案填入表 4 中。

表 4 关键词选择四

热门搜索词 组合		

精准属性组合		

⑤买家能否搜到商品，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) 站外社区软文推广

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。请为艾美家云+系列的床上用品撰写一篇推广软文。

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

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台	
选择此平台发布的理由	

3) 数据分析与推广优化

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

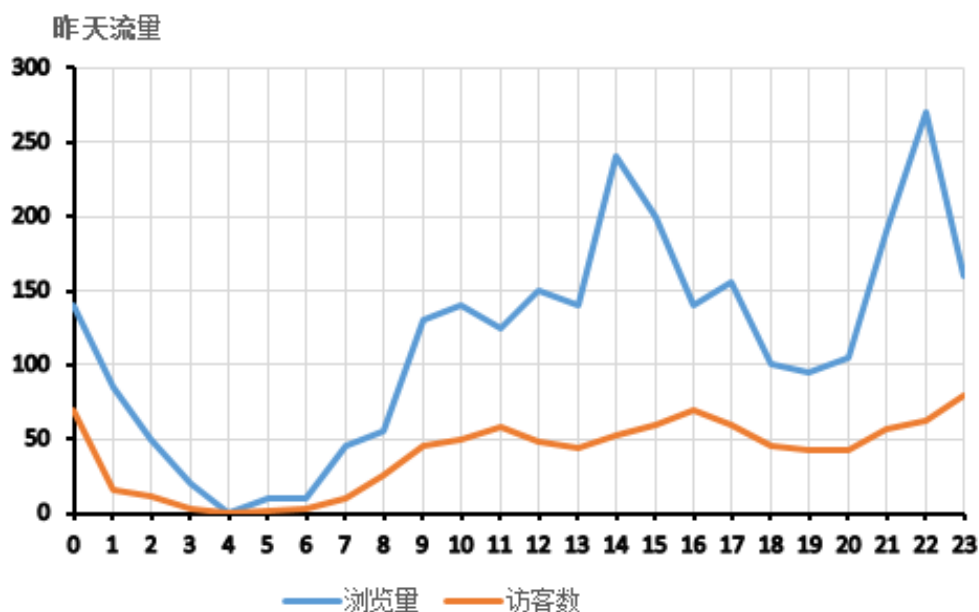


图 1 一天中按小时流量分析图。

表 7 (2020-10-12 至 2020-10-18) 关键词点击量前 5 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

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

表 8 数据分析与推广优化

问题 1：分析图 1 数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？

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

问题 3：结合表 7 中的数据，序号为 1、2、3、5 的关键词应该如何优化？

(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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-5)

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)	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	
		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	
		组合关键词	8 分	根据原则组合关键词 4 个，每个组合关键词 2 分	
		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 SEO 3 分	
		软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
			5 分	结构严谨、文笔通顺	
			5 分	构思新颖，能吸引网民	
				字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分	
	数 据 分 析 和 推 广 优 化 (30)	软文发布	5 分	软文发布平台选择共 3 分 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。	
		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_____

6. 试题编号：H2-6，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

爱他美作为欧洲知名品牌奶粉，并不仅限于德国市场，随着欧洲统一的进程，德国爱他美也走向了其它欧盟国家，所有爱他美都属于法国达能集团旗下的NUTRICIA 纽迪希亚公司。比如有德国爱他美、英国爱他美、新西兰爱他美、意大利爱他美、罗马尼亚爱他美、土耳其爱他美各版本等。其中澳洲爱他美公司旗下奶粉产品深受中国市场的热爱。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

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：澳洲 Aptamil 爱他美白金版幼儿奶粉 3 段
货号：430005020101
商品规格：900g
产品功能：促吸收、帮助宝宝眼脑发育、增强免疫力
适用年龄：1-3 周岁
源产地：新西兰

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

②从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作

并填写表 2

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品类型	
	产品特点	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	包装方式	
	产地	
	规格	
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根据添加原则去选择和组合关键词。为直通车推广的宝贝的关键词进行组合（各设 2 个关键词，热门搜索组合含两种及以上关键词，精准属性组合含三种及以上关键词），将答案填入表 4 中。

表 4 关键词选择四

热门搜索词 组合	
精准属性组 合	

⑤买家能否搜到商品，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) 站外社区软文推广

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。请为澳洲爱他美白金版婴儿奶粉撰写一篇推广软文。

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

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台	
选择此平台发布的理由	

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 7 流量来源分析表

来源	详细	到达页浏览量	百分比
淘宝站内	商城专题	137	34.16%
	淘宝站内其它	60	14.96%

	商城搜索	40	9.98%
	阿里旺旺非广告	23	5.74%
	淘宝搜索	19	4.74%
	淘宝管理后台	18	4.49%
	淘宝类目	7	1.75%
	淘宝收藏	5	1.25%
	淘宝其他店铺	5	1.25%
	合计	314	78.3%
直接访问	直接访问	59	14.71%
	合计	59	14.71%
淘宝推广	淘客	14	3.49%
	直通车	4	1.00%
	合计	18	4.49%
其他	Tiny.yaolan.com	7	1.75%
	www.kabnta.com	1	0.25%
	e.weibo.com	1	0.25%
	合计	9	2.24%



图1 访客地区比例

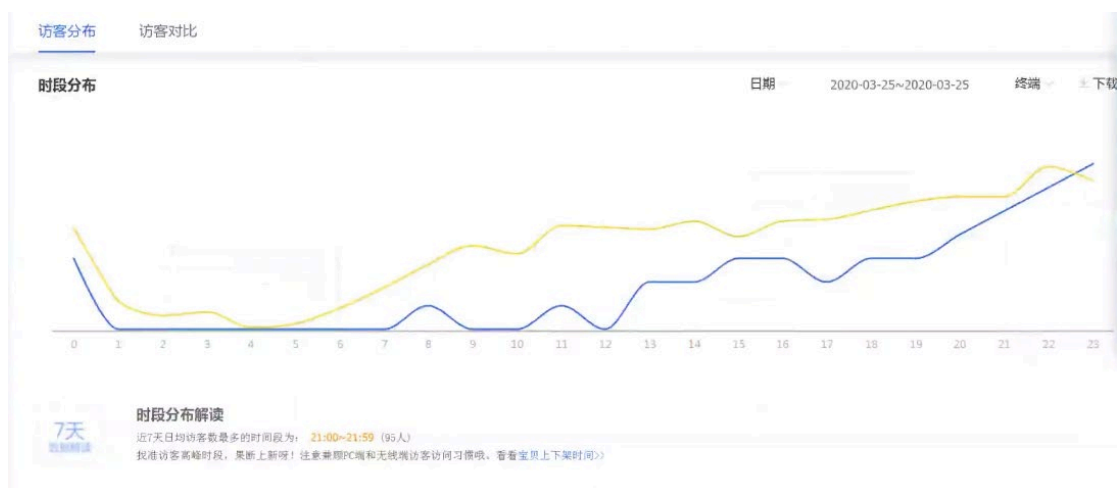


图 2 来访时间分布

根据表 7 和上图 1-2，联系表 8 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 9。

表 8 数据分析与推广优化

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

问题 2: 表 7 使用的付费推广方式有哪些？免费推广方式有哪些？

问题 3: 分析图 1、2 中数据，店铺的重点客户应该在哪里，重点推广时间是哪个时段？如何利用重点地区和时段进行推广？

(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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-6)

试题评分卡 (H2-6)

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			
		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			
		组合关键词	8 分	根据原则组合关键词 4 个, 每个组合关键词 2 分			
		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	软文发布平台选择共 3 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_____

7. 试题编号：H2-7，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

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：明园洋槐蜂蜜
规格：1kg
配料表：洋槐蜂蜜（刺槐蜜）
种类：冲饮
包装：玻璃罐装
功效：美容养颜，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从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择四

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

④根据添加原则去选择和组合关键词。为直通车推广的宝贝的关键词进行组合（各设 2 个关键词，热门搜索组合含两种及以上关键词，精准属性组合含三种及以上关键词），将答案填入表 4 中。

表 4 关键词选择四

热门搜索词 组合	
精准属性组 合	

⑤买家能否搜到商品，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) 站外社区软文推广

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。请为这款明园蜂蜜撰写一篇推广软文。

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

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台	
选择此平台的理由	

3) 数据分析与推广优化

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

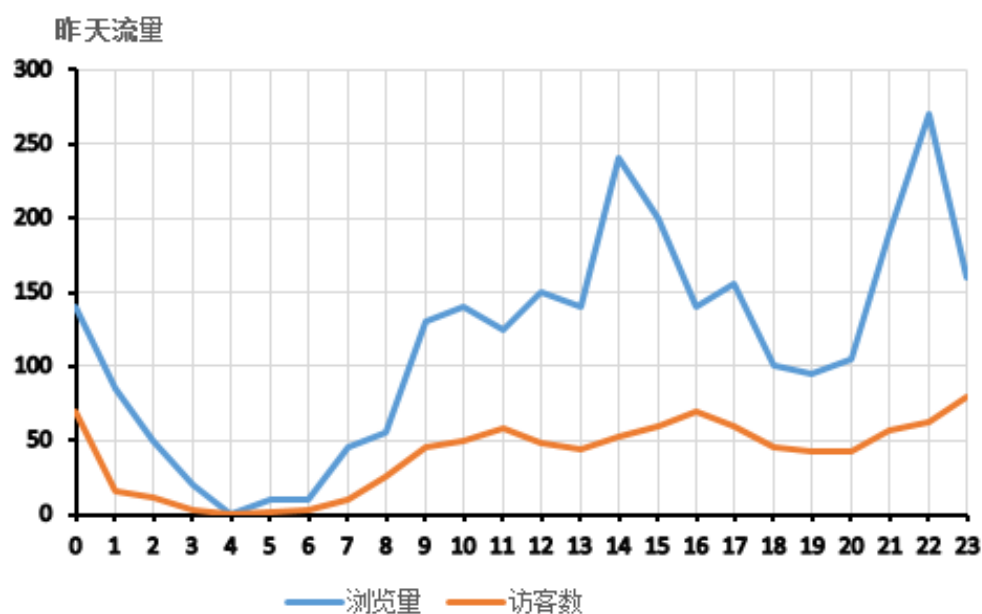


图1 一天中按小时流量分析图

表7 (2020-10-12 至 2020-10-18) 关键词点击量前5 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

根据图1和表7，联系表8中所列问题进行分析，并将分析结果填入表8。

表8 数据分析与推广优化

问题1：分析图1数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？

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

问题3：结合表7中的数据，序号为1、2、3、5的关键词应该如何优化？

(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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-7)

试题评分卡 (H2-7)

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			
		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			
		组合关键词	8 分	根据原则组合关键词 4 个，每个组合关键词 2 分			
		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	软文发布平台选择共 3 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，原因分析 5 分			
		数据分析 2	20 分	客单价解释 5 分；旺旺提高转化率的方法 3 条；要求详细具体，有可操作性或举例，每个方法 5 分，共 15 分。			
合计			100 分				

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H2-8，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

罗技公司旗下拥有罗技、罗技 G、Jaybird 及 Ultimate Ears 多个品牌，业务涉及生产力及创造力、电竞游戏、视频协作、音乐和智能家居多个领域。现在品牌要加强电子产品和小家电在电子商务领域经营，入驻各大时尚电子商务生态圈。公司已经入驻淘宝商城 <https://logitechg.tmall.com/>，并且已经加入直通车推广，为提升公司商城人气、带动店铺销量，拟完成以下任务。

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词或淘宝 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：麦包包 电脑双肩包



重点推广宝贝：
品牌名称： 罗技
产品名称： 光电无线鼠标
货号： m220
链接方式： 蓝牙
颜色： 黑色、蓝色、红色
套餐类型： 官方标配
电池型号： 一节五号电池
技术特点：静音、光学传感器
设计： 人体工学设计

①通过在淘宝首页搜索框中输入“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

选择 1 个与产品最接近的关键词

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特点	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	颜色	
	设计	
	技术	
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根据添加原则去选择和组合关键词。为直通车推广的宝贝的关键词进行组合（各设 2 个关键词，热门搜索组合含两种及以上关键词，精准属性组合含三种及以上关键词），将答案填入表 4 中。

表 4 关键词选择四

热门搜索词 组合	
精准属性组 合	

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 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。请为这款罗技鼠标撰写一篇推广软文。

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

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台	
选择此平台发布的理由	

(3) 数据分析与推广优化

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

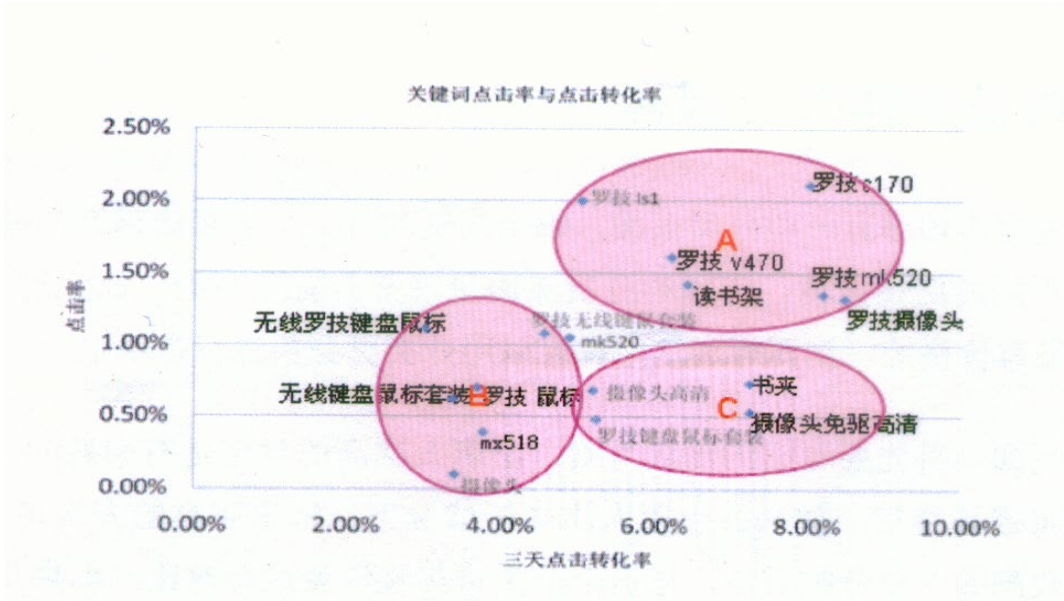


图 1 关键词点击率与点击转化率

表 7 一周访客来源数据分析表

一周访客来源数据		
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%

自定义组合人群

收起

宝贝定向人群

店铺定向人群

行业定向人群

基础属性人群

达摩盘人群 NEW

人口属性人群

身份属性人群

天气属性人群

淘宝属性人群

节日属性人群

名称: 受众20210407085853

溢价: 5 %

覆盖人群: 2,300 人

性别

☐ 女 ☐ 男

年龄

☒ 18-24岁 ☐ 25-29岁 ☐ 30-34岁 ☐ 35-39岁 ☐ 40-49岁 ☐ 50岁及以上

用户常驻城市级别

☐ 一级城市 ☒ 二级城市 ☐ 三级城市 ☐ 四级城市 ☐ 五级城市 ☐ 六级城市

职业

☐ 公务员 ☐ 医护人员 ☒ 白领 ☐ 教职工 ☐ 蓝领/服务业 ☐ 学生 ☐ 媒体从业者 ☐ 科研人员 ☐ 金融从业者

婚恋阶段

☐ 单身 ☐ 恋爱 ☐ 筹备婚礼 ☐ 已婚未育 ☐ 已婚已育

是否有房

☐ 有 ☐ 无

确认添加

系统推荐人群

展开

图 2 直通车人群定向

根据以上图 1、2 表 7 的数据，联系表 8 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 10。

表 8 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？

问题 2：分析表 7 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：图 2 为这款鼠标的直通车推广人群定向，如果商品的推广目标为下沉市场，那么图中已勾选的人群是否可行？还可以如何定向人群？

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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-8)

试题评分卡 (H2-8)

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			
		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			
		组合关键词	8 分	根据原则组合关键词 4 个, 每个组合关键词 2 分			
		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	软文发布平台选择共 3 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 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_____

9. 试题编号：H2-9，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

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	
	产品特点	
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	

④根据添加原则去选择和组合关键词。为直通车推广的宝贝的关键词进行组合（各设 2 个关键词，热门搜索组合含两种及以上关键词，精准属性组合含三种及以上关键词），将答案填入表 4 中。

表 4 关键词选择四

热门搜索词组合	
精准属性组合	

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。请为顾家家居 2+躺组合沙发撰写一篇推广软文。

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

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台	
选择此平台发布的理由	

(3) 数据分析与推广优化

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

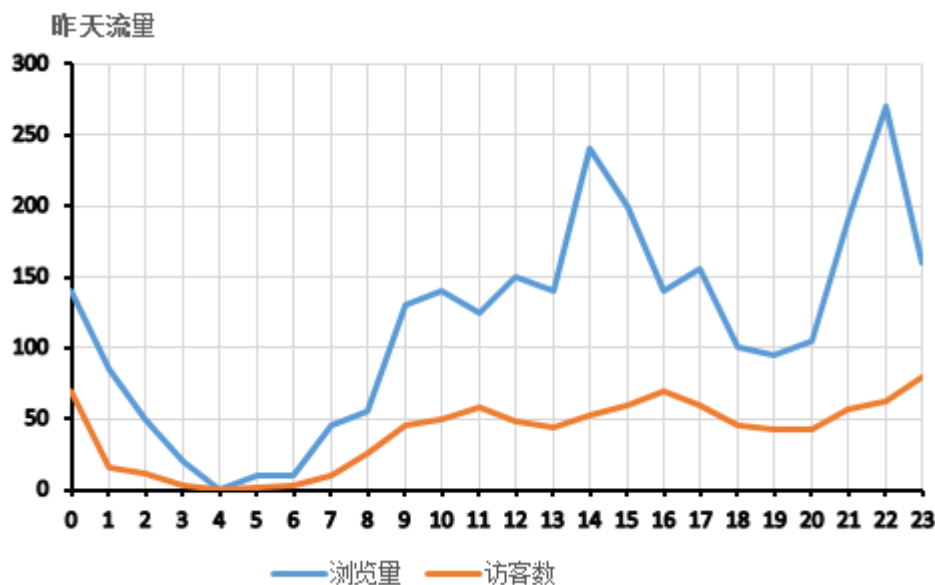


图 1 一天中按小时流量分析图

表 7 某卖家各地区成交转化率分布统计表

序号	省份	浏览量	访客数	回 访 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 8 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 8。

表 8 数据分析与推广优化

问题 1：分析图 1 数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？

答：

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

答：

(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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-9)

试题评分卡 (H2-9)

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 寻找关键词	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			
		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			
		组合关键词	8 分	根据原则组合关键词 4 个, 每个组合关键词 2 分			
		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	软文发布平台选择共 3 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_____

10. 试题编号：H2-10，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

好孩子国际控股有限公司，是全球领先的儿童用品公司及中国最大的母婴产品品牌商、分销和零售平台，于 1989 年由宋郑还在昆山创立，专业从事儿童及母婴产品的研发、制造及全渠道分销和零售。为扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，现公司已入驻淘宝商城，
https://goodbaby.tmall.com/shop/view_shop.htm。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) 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：好孩子双把手吸管学饮杯
货号：H80204
材质：PPSU、硅胶
规格：210ml、240ml、300ml.
颜色分类：牛油果绿、卡洛粉、米洛蓝、克洛黄、西亚绿
功能：学饮
设计：防胀气
产地：中国

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特点	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	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根据添加原则去选择和组合关键词。为直通车推广的宝贝的关键词进行组合（各设 2 个关键词，热门搜索组合含两种及以上关键词，精准属性组合含三种及以上关键词），将答案填入表 4 中。

表 4 关键词选择四

热门搜索词	

组合	
精准属性组合	

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。请为好孩子这款学饮杯撰写一篇推广软文。

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

表 6 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台	
选择此平台发布的理由	

3) 数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后，可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析，优化和改进推广效果。相关的数据见表 7 和表 8。

表 7 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 8 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	学饮杯	9998	4144	1705	17.05%	3532
2	奶瓶	7651	3812	1559	20.38%	2509
3	婴儿推车	4793	2618	785	16.38%	2075
4	硅胶奶嘴	4747	3682	1525	32.13%	1056
5	湿纸巾	4674	2937	930	19.9%	1838
6	辅食软勺	3646	2284	773	21.20%	1252
7	奶瓶刷	2888	2705	606	20.98%	1119

根据表 7 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 10。

表 9 数据分析与推广优化

问题 1：表 7 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 7 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 8 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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-10)

试题评分卡 (H2-10)

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 查找关键词	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			
		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			
			组合关键词	8 分	根据原则组合关键词 4 个，每个组合关键词 2 分		
		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	软文发布平台选择共 3 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_____

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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-11)

电商平台运营评分卡(试题 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, $8 \times 2 = 16$ 分, 调价思路概述 4 分	
合计		100 分		

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：H2-12，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

以安化黑茶为主营商品的“大自然特产直销店”，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

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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-12)

电商平台运营评分卡(试题 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。	
	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_____

13. 试题编号：H2-13，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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，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。

现公司准备入驻淘宝商城，为提升公司品牌影响、带动店铺销量，公司拟进行平台中的“引力魔方”推广。引力魔方为原“钻石展位”和“超级推荐”合并的推广工具。是淘宝图片、视频类广告位竞价平台。专为有更高推广需求的卖家和初期卖家定制的产品。精选了淘宝最优良的展现位置，经过竞价排序，按照展现和点击计费，请完成以下测试任务。

1) 选择广告位

表 1 选择广告位

问题 1：引力魔方的资源位置有哪些？

问题 2：请为陶润实业发展有限公司选择一个合适的淘系焦点图位置，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餐具的素材图片，焦点展示位大小 727×416px，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规则，引力魔方的焦点图创意制作要经过严格审核才可以通过。请分析表 3 中呈现的案例，并判断出审核未通过的原因。

表 3 创意审核

创意案例	审核未通过原因



3) 设置投放信息

①设置优化目标、每日预算

在这一步骤中，首选需要根据店铺、产品的实际情况来选择与每次营销目标最贴近的优化目标，每次只能选择一种优化目标。然而，引力魔方焦点图是按照每千次展现价格来计算的，可以根据 CPM 的算出每日预算。请结合下图的内容来完成任

预算与排期 设置您的广告预算及何时进行投放

优化目标

☒ 促进曝光
促进广告曝光量，手动出价，提升店铺及品牌知名度

☐ 促进点击
促进广告触达后消费者进店，手动出价

☐ 促进加购
促进广告触达后消费者进店产生加购行为，自动出价

☐ 促进成交
广告触达后消费者进店产生成交行为，自动出价

目标出价 ☒ 统一出价

元/千次展现 市场平均价 • 元/千次展现

预算设置 ☒ 每日预算

元/天 ☒ 开启自动拆分计划时，此处预算设置为拆分后每个计划的预算金额

投放日期 365天后结束

请你为上述餐具拟定一种推广目的，并说明理由。将内容填入表 4 中。

表 4 优化目标确定

优化目标	
选择理由	

请你为上述餐具的推广计算出每日广告预算，将内容填入表 5 中。

表 5 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热门人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，还可以做热门标签，可从消费者基础属性、兴趣行为属性、渠道属性进行自由圈选。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。已知这款餐具价格单价从 10 元到 40 元不等。

请你为上述餐具产品拟定 2 类目标人群，并说明理由。将内容填入表 6。

表 6 热门标签人群定向

消费能力等级		城市等级	
用户职业		用户年龄	
用户性别		人生阶段	
说明理由			

③常用人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，可以做常用人群选择，包含关键词兴趣人群、店铺相关人群、宝贝相关人群、小二

推荐人群几种选择。请根据店铺情况，从店铺相关人群中选择合适的合适人群。

常用人群

关键词

店铺相关

宝贝相关

小二推荐

☐ 相似店铺人群 圈选与本店规模、星级、主营类目、商品风格、商品单价等相似的店铺，近期及实时对其感兴趣的人群
 ☐ 喜欢我的店铺 近期及实时对本店铺有进店、搜索、收藏宝贝、订阅店铺、浏览内容、添加购物车、购买等行为的人群，或与上述人群有相似特征的人群
 ☐ 深度行为人群 近期及实时对本店铺宝贝有收藏、加购物车、购买等行为的人群
 ☐ 领券未使用人群 已领取本店优惠券（未过期）且未使用的人群（包含店铺优惠券、商品优惠券、包邮券）
 ☐ 粉丝人群 圈选您的粉丝人群（包括店铺粉丝、主播粉丝、达人粉丝）

请你为上述餐具产品拟定 2 个重点定向的人群，并说明理由。将内容填入表 7

表 7 常用人群定向

人群 1	
人群 2	
选择理由	

4) 投放数据跟踪与效果评估

在进行引力魔方的推广过程中，可以通过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 月餐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 餐具 8 月计划数据表

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）
.....						
2022-8-28	9172	26	0.28%	1.36		
2022-8-27	154435	189	0.12%	2.19	1.79	338.58
2022-8-26	160081	230	0.14%	2.29	1.6	366.94
2022-8-25	172426	262	0.15%	2.29	1.5	394.01
2022-8-24	25129	37	0.15%	0.74	0.5	18.65
2022-8-23	64449	105	0.16%	0.74	0.45	47.74
2022-8-22	59957	95	0.16%	0.75	0.48	45.14
.....						

2

1

表 9 投放数据跟踪与效果评估分析表

①请计算 2022-8-28 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 8 中标识 1 区域中的数据, 可以得出什么结论, 有何改进措施?

结论:

措施:

③分析表 8 中表示 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, 或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-13)

试题评分卡 (H2-13)

评价内容			配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 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)	资源位置说明	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)	设置优化目标及预算	14 分	目标选择正确 3 分，理由说明正确 3 分，共 6 分。出价或预算选择或计算正确 8 分。			
		设置热门人群	8 分	人群选择正确，每个 1 分，1 分*6=6 分；理由说明合理正确 2 分。			
		设置常用人群	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			
	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_____

14. 试题编号：H2-14，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

湖南省忘不了服饰有限公司成立于 1984 年，是国内最早将西裤作为规模生产的企业，也是中国纺织行业竞争力百强企业和中国服装行业百强企业，主要生产西服、西裤、茄克、衬衫、羽绒服、T 恤、风衣等系列产品。湖南省忘不了服饰有限公司经营有 WONBLY 忘不了商务男装、WONBLY LADY 忘不了时尚女装、WONBLY YOUNG 忘不了时尚休闲电子商务装、CHOCY 超世洋服高级定制、WONBLY GPC 忘不了时尚团体定制装五大品牌业务。公司实行多品牌、集团化经营战略。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。

现公司已经入驻淘宝商城，但是销量平平，为提高商城销量、公司拟选定一款男女同款冲锋衣，进行平台中的“引力魔方”推广，以带动店铺整体销量。引力魔方为原“钻石展位”和“超级推荐”合并的推广工具。是淘宝图片、视频类广告位竞价平台。专为有更高推广需求的卖家和初期卖家定制的产品。精选了淘宝最优良的展现位置，经过竞价排序，按照展现和点击计费，请完成以下测试任务。

1) 选择广告位

表 1 选择广告位

问题 1：引力魔方淘宝卖家准入条件有哪些？	
问题 2：请为忘不了服饰有限公司这款冲锋衣选择一个合适的淘系焦点图位置，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。下图是忘不了服饰有限公司冲锋衣的素材图片，焦点展示位大小 727×416px，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规则，引力魔方的焦点图创意制作要经过严格审核才可以通过。请分析表 3 中呈现的案例，并判断出审核未通过的原因。

表 3 创意审核

创意案例	审核未通过原因
	
 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	
	
	

3) 设置投放信息

①设置优化目标、每日预算

在这一步骤中，首选需要根据店铺、产品的实际情况来选择与每次营销目标最贴近的优化目标，每次只能选择一种优化目标。然而，引力魔方焦点图是按照每千次展现价格来计算的，可以根据 CPM 的算出每日预算。请结合下图的内容来完成任

预算与排期 设置您的广告预算及何时进行投放

优化目标

☒ 促进曝光
促进广告曝光量，手动出价，提升店铺及品牌知名度

☐ 促进点击
促进广告触达后消费者进店，手动出价

☐ 促进加购
促进广告触达后消费者进店产生加购行为，自动出价

☐ 促进成交
广告触达后消费者进店产生成交行为，自动出价

目标出价 ☒ 统一出价

元/千次展现 市场平均价 - 元/千次展现

预算设置 ☒ 每日预算

元/天 ☒ 开启自动拆分计划时，此处预算设置为拆分后每个计划的预算金额

投放日期

请你为上述拟定冲锋衣拟定一种推广目的，并说明理由。将内容填入表 4 中。

表 4 优化目标确定

优化目标	
选择理由	

请你为上述冲锋衣的推广计算出每日广告预算，将内容填入表 5 中。

表 5 设置出价及预算

现假设公司以每千次 7 元的价格竞得的某个展位，而查询该展位页面的平常一天的 PV 数据为 250000 个。则公司一天的预算应该设置为多少合适？列式计算

②热门人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，还可以做热门标签，可从消费者基础属性、兴趣行为属性、渠道属性进行自由圈选。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。已知这款冲锋衣价格为 369 元。

更多人群

新建人群

已保存人群

营销沉淀人群

HOT

优质标签组合推荐，助你“多快好省”创建人群！

查看全部

收起

（行业常用）

用户年龄：30-34岁用户职业...

覆盖用户数

CTR指数

平均出价

8,687,399

20

¥1.0-1.2

（行业常用）

用户年龄：18-24岁,25-29岁...

覆盖用户数

CTR指数

平均出价

51,258,167

17

¥1.0-1.2

（行业常用）

用户性别：女性用户用户年...

覆盖用户数

CTR指数

平均出价

66,969,957

18

¥1.0-1.2

消费能力等级

☒不限

☐低

☐偏低

☐中等

☐偏高

☐高

城市等级

☒不限

☐一线城市

☐二线城市

☐三线城市

☐四线城市

☐五线城市

☐六线城市

用户职业

☒不限

☐医护人员

☐白领

☐教职工

☐营销/服务业

☐学生

☐媒体从业者

☐科研人员

☐金融从业者

用户年龄

☒不限

☐18-24岁

☐25-29岁

☐30-34岁

☐35-39岁

☐40-49岁

☐50岁以上

用户性别

☒不限

☐女性用户

☐男性用户

人生阶段

☒不限

☐单身

☐恋爱

☐筹备婚礼

☐已结未婚

☐已婚已育

☐待育

人群包名称

自定义人群0512102454

☐保存人群

确定

取消

定向人群规模

语言人数

默认

智能扩展

规模调节

默认

智能扩展

渠道日触达用户数

女士内搭/男士内搭

预估日触达

请你为上述冲锋衣产品拟定2类目标人群，并说明理由。将内容填入表6。

表 6 热门标签人群定向

消费能力等级		城市等级	
用户职业		用户年龄	
用户性别		人生阶段	
说明理由			

③常用人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，可以做常用人群选择，包含关键词兴趣人群、店铺相关人群、宝贝相关人群、小二推荐人群几种选择。请根据店铺情况，从店铺相关人群中选择合适的。

关键词

店铺相关

宝贝相关

小二推荐

☐相似店铺人群

圈选与本店铺的规模、星级、主营类目、商品风格、商品单价等相似的店铺。近期及实时对其感兴趣的人群

☐喜欢我的店铺

近期及实时对本店铺有进店、搜索、收藏宝贝、订阅店铺、浏览内容、添加购物车、购买等行为的人群，或与上述人群有相似特征的人群

☐深度行为人群

近期及实时对本店铺宝贝有收藏、加购物车、购买等行为的人群

☐领券未使用人群

已领取本店铺优惠券（未过期）且未使用的人群（包含店铺优惠券、商品优惠券、包邮券）

☐粉丝人群

圈选您的粉丝人群（包括店铺粉丝、主播粉丝、达人粉丝）

请你为上述冲锋衣产品拟定 2 个重点定向的人群，并说明理由。将内容填入表 7

表 7 常用人群定向

人群 1	
人群 2	
选择理由	

选择理由：

4) 投放数据跟踪与效果评估

在进行引力魔方的推广过程中，可以通每天报表数据进行跟踪分析，及时优化和改进推广效果。若表 8 是忘不了服饰有限公司冲锋衣 5 月份进行引力魔方推广的部分数据，根据表 8 数据，完成表 9 中的相关问题。

表 8 冲锋衣 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）
.....						
2023-5-18	499270	3092	0.62%	3.74		
.....						
2023-5-3	12277	307	2.5%	9.03	0.36	110.92
2023-5-2	78672	260	0.33%	2.5	0.76	196.59
2023-5-1	57	7	12.28%	13.86	0.11	0.79

表 9 投放数据跟踪与效果评估分析表

①根据表 8 中对应数据，计算 2023 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 8 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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-14)

试题评分卡 (H2-14)

评价内容			配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 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)	准入条件	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)	设置优化目标及预算	14 分	目标选择正确 3 分，理由说明正确 3 分，共 6 分。出价或预算选择或计算正确 8 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			
	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_____

15. 试题编号：H2-15， B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

长沙金元源食品有限公司于 2018 年 05 月 11 日成立。公司经营范围包括：速冻食品、熟食品、豆制品的制造；炒货食品及坚果制品、调味品、调味汁的生产；食用植物油、肉制品及副产品、鱼糜制品及水产品干腌制、蔬菜的加工；炒货食品及坚果制品、预包装食品、散装食品、肉制品、调味品、农副产品、水产品的销售；豆制品、粮油、熟食的零售；散装食品现场制售；冷食类食品制售（含凉菜）；收购农副产品等。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。

现公司已经入驻淘宝商城，销量对比湖南其他几家本土熟食品牌销量还有差距，为提高商城销量、公司拟选定一款酱板鸭，进行平台中的“引力魔方”推广，以带动店铺整体销量。引力魔方为原“钻石展位”和“超级推荐”更新和迭代后最新的推广工具。是淘宝图片、视频类广告位竞价平台。专为有更高推广需求的卖家和初期卖家定制的产品。精选了淘宝最优良的展现位置，经过竞价排序，按照展现和点击计费，请完成以下测试任务。

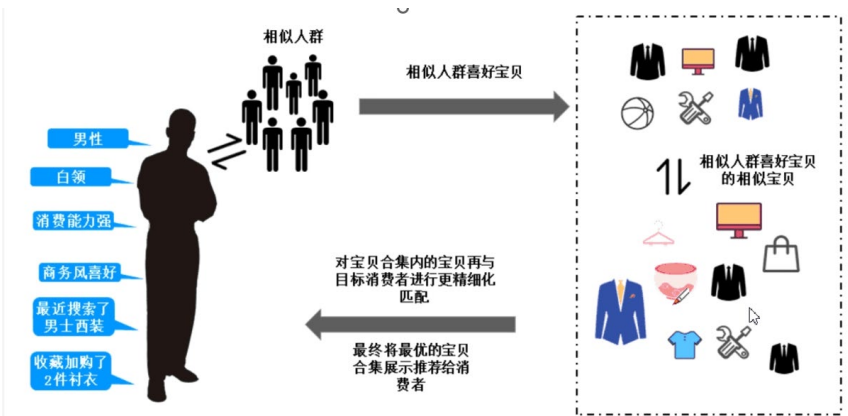
1) 初识引力魔方

表 1 选择广告位

问题 1：引力魔方的资源位有哪些？

问题 2：请根据下面的流程图，简述引力魔方的推广流程，说明引力魔方是如何为消费者推荐商品的。

引力魔方推荐流程图



引力魔方推荐流程说明	

2) 创意提炼和资源位的确定

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。下图是长沙金元源食品有限公司酱板鸭的图片素材，焦点展示位大小 727×416px，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。



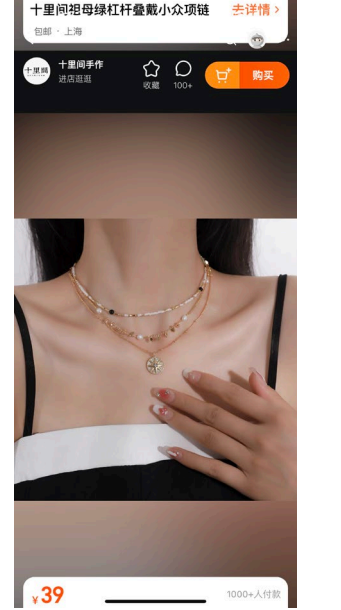
表 2 产品的卖点提炼

产品的卖点提炼

②引力魔方的资源位分为焦点图场景和信息流场景，请大家根据提供的图片，标记具体的资源位置，以及写出资源位名称。将答案写入表 3 的空格中。

表 3 确认资源位

引力魔方资源位 1	引力魔方资源位 2	引力魔方资源位 3

标记 具体 资源位置			
填写 资源位的 名称			
引力魔方资源位 4		引力魔方资源位 5	
标记 具体 资源位置			
填写 资源位的 名称			

3) 设置投放信息

①设置优化目标、每日预算

在这一步骤中，首选需要根据店铺、产品的实际情况来选择与每次营销目标最贴近的优化目标，每次只能选择一种优化目标。然而，引力魔方焦点图是按照每千次展现价格来计算的，可以根据 CPM 的算出每日预算。请结合下图的内容来完成任

预算与排期

设置您的广告预算及何时进行投放

优化目标

☒ 促进曝光

促进广告曝光量，手动出价，提升店铺及品牌知名度

☐ 促进点击

促进广告触达后消费者进店，手动出价

☐ 促进加购

促进广告触达后消费者进店产生加购行为，自动出价

☐ 促进成交

广告触达后消费者进店产生成交行为，自动出价

目标出价

☒ 统一出价

元/千次展现

市场平均价 + 元/千次展现

预算设置

☒ 每日预算

元/天

开启自动拆分计划时，此处预算设置为拆分后每个计划的预算金额

投放日期

365天后结束

请你为上述酱板鸭拟定一种推广目的，并说明理由。将内容填入表 4 中。

表 4 优化目标确定

优化目标	
选择理由	

请你为上述酱板鸭的推广计算出每日广告预算，将内容填入表 5 中。

表 5 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焦点图展位，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热门人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，还可以做热门标签，可从消费者基础属性、兴趣行为属性、渠道属性进行自由圈选。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。已知这款酱板鸭的价格为 106 元。

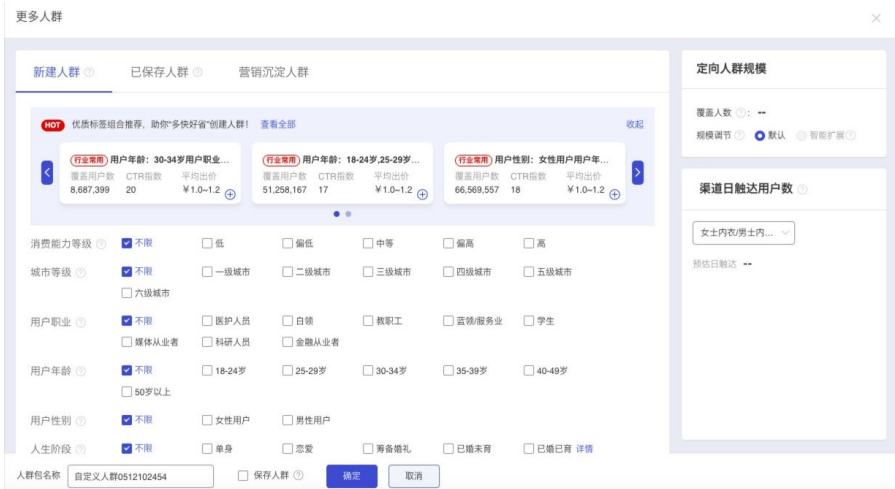


图 2 热门人群标签设置

请你为上述酱板鸭产品拟定 2 类目标人群，并说明理由。将内容填入表 6。

表 6 热门标签人群定向

消费能力等级		城市等级	
用户职业		用户年龄	
用户性别		人生阶段	
说明理由			

③常用人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，可以做常用人群选择，包含关键词兴趣人群、店铺相关人群、宝贝相关人群、小二推荐人群几种选择。请根据店铺情况，从店铺相关人群中选择合适的



图 3 常用人群设置

请你为上述酱板鸭产品拟定 2 个重点定向的人群，并说明理由。将内容填入表 7

表 7 常用人群定向

人群 1	
人群 2	
选择理由：	

4) 投放数据跟踪与效果评估

在进行引力魔方的推广过程中，可以通每天报表数据进行跟踪分析，及时优化和改进推广效果。那么引力魔方的报表包括整体报表、地域报表、同行数据对比报表、自然流量情况报表等等。若图 1 是金元源食品有限公司 11 月份的自然流量情况报表，根据图 1 数据，完成表 9 中的相关问题。



图 4 店铺自然流量/广告流量曝光图

广义效果	自然流量曝光量 ①	自然流量转化金额(元) ②	广义转化金额(元) ③	广义投入产出比 ④
	1,438,696	124,319.32	735,138.61	8.22

图 5 广义效果图

表 8 投放数据跟踪与效果评估分析表

①通过分析图 4 中对应的数据，请分析店铺加入引力魔方推广后，流量有哪些情况？

②根据图 5 中的数据，请分析什么是自然流量曝光量？本次的引力魔方投放消耗了多少广告预算？投放是否有效？请列式并计算出结果。

③根据图 4 的流量情况，引力魔方和直通车的推广目的相似，都是以付费流量带动自然流量的曝光，请说明直通车和引力魔方两种推广工具之间的区别。

(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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-15)

试题评分卡 (H2-15)

评价内容			配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 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)	初始引力魔方（13）	资源位说明	5 分	站内展位说明正确、完整			
		选择理由	8 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			
	创意提炼及资源位确认（22）	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；			
		资源位确认	12 分	审核理由正确，每个 2 分，2 分*6=12 分			
	设置投放信息（30）	设置优化目标及预算	14 分	目标选择正确 3 分，理由说明正确 3 分，共 6 分。出价或预算选择或计算正确 8 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			
	数据分析和推广优化（30）	情况说明	10 分	消耗成本（5 分），点击成本 5 分			
		计算和说明	10 分	结论 5 分，计算 5 分			
		分析区别	10 分	总分 10 分			
合计			100 分				

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：H2-16， B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

卓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。公司以高性价比著称，保质价格在业内的绝对优势的同时也能保证质量。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。

现公司已经入驻淘宝商城，销量还有很大的提升空间，所以为提高商城销量，公司拟选定一款西装外套，进行平台中的“引力魔方”推广，以带动店铺整体销量。引力魔方为原“钻石展位”和“超级推荐”更新和迭代后最新的推广工具。是淘宝图片、视频类广告位竞价平台。专为有更高推广需求的卖家和初期卖家定制的产品。精选了淘宝最优良的展现位置，经过竞价排序，按照展现和点击计费，请完成以下测试任务。

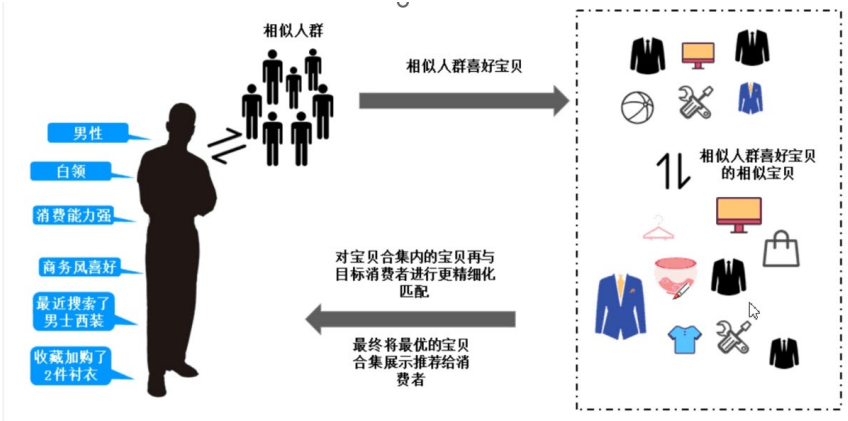
1) 初识引力魔方

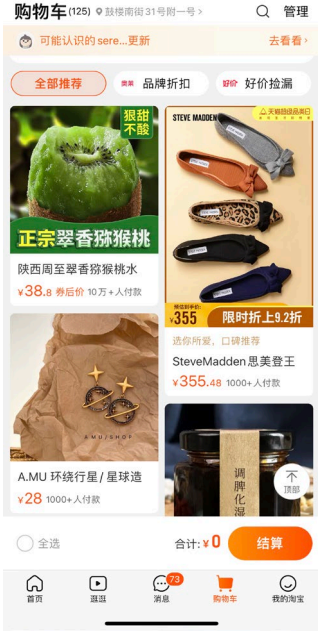
表 1 选择广告位

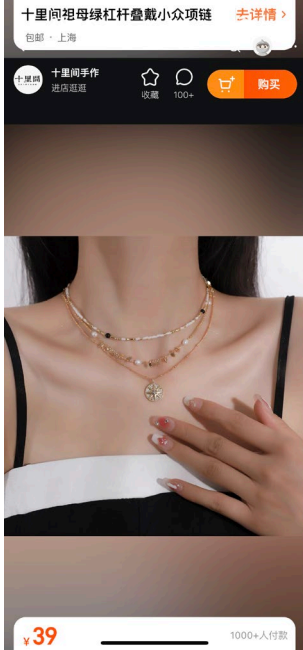
问题 1：引力魔方的准入条件有哪些？

问题 2：请根据下面的流程图，简述引力魔方的推广流程，说明引力魔方是如何为消费者推荐商品的。

引力魔方推荐流程图



标记具体资源位置			
填写资源位的名称			
	引力魔方资源位 4	引力魔方资源位 5	引力魔方资源位 6

标 记 具 体 资 源 位 置			
填 写 资 源 位 的 名 称			

3) 设置投放信息

①设置优化目标、每日预算

在这一步骤中，首选需要根据店铺、产品的实际情况来选择与每次营销目标最贴近的优化目标，每次只能选择一种优化目标。然而，引力魔方焦点图是按照每千次展现价格来计算的，可以根据 CPM 的算出每日预算。请结合下图的内容来完成任

预算与排期

设置您的广告预算及何时进行投放

优化目标

☒ 促进曝光

促进广告曝光量，手动出价，提升店铺及品牌知名度

☐ 促进点击

促进广告触达后消费者进店，手动出价

☐ 促进加购

促进广告触达后消费者进店产生加购行为，自动出价

☐ 促进成交

广告触达后消费者进店产生成交行为，自动出价

目标出价

☒ 统一出价

元/千次展现

市场平均价 - 元/千次展现

预算设置

☒ 每日预算

元/天

开启自动拆分计划时，此处预算设置为拆分后每个计划的预算金额

投放日期

365天后结束

图 1 预算设置

请你为上述西装拟定一种推广目的，并说明理由。将内容填入表 4 中。

表 4 优化目标确定

优化目标	
选择理由	

请你为上述西装的推广计算出每日广告预算，将内容填入表 5 中。

表 5 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焦点图展位，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热门人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，还可以做热门标签，可从消费者基础属性、兴趣行为属性、渠道属性进行自由圈选。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。已知这款西装衣格价格为 55 元。

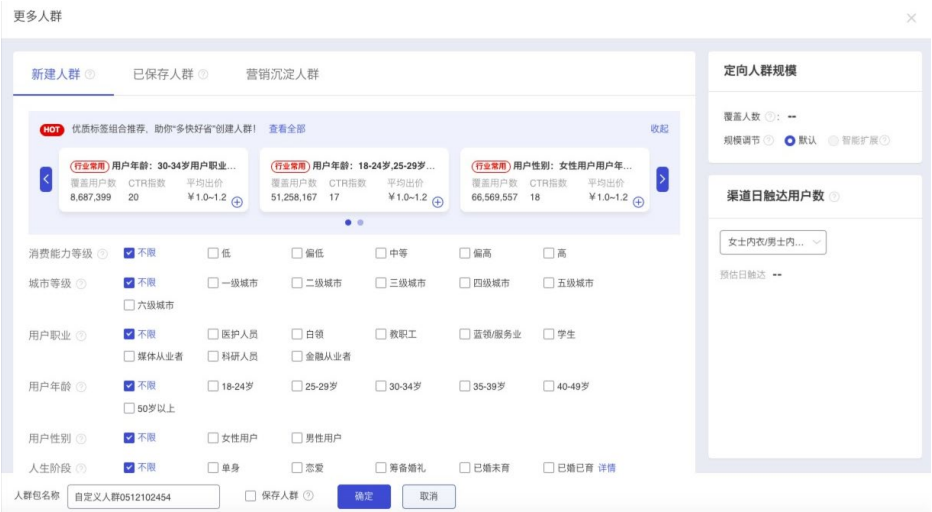


图 2 热门人群标签设置

请你为上述西装拟定 2 类目标人群，并说明理由。将内容填入表 6。

表 6 热门标签人群定向

消费能力等级		城市等级	
用户职业		用户年龄	
用户性别		人生阶段	
说明理由			

③常用人群定向设置

引力魔方的人群投放分为 AI 优选和自定义。关于自定义人群的选择，可以做常用人群选择，包含关键词兴趣人群、店铺相关人群、宝贝相关人群、小二推荐人群几种选择。请根据店铺情况，从店铺相关人群中选择合适的



图 3 常用人群设置

请你为上述西装拟定 2 个重点定向的人群，并说明理由。将内容填入表 7

表 7 常用人群定向

人群 1	
人群 2	
选择理由	

选择理由：

4) 投放数据跟踪与效果评估

在进行引力魔方的推广过程中，可以通每天报表数据进行跟踪分析，及时优化和改进推广效果。那么引力魔方的报表包括整体报表、地域报表、同行数据对比报表、自然流量情况报表等等。若图 1 是卓雅服饰有限公司自然流量情况报表、整体报表和同行数据报表。根据图 1 数据，完成表 9 中的相关问题。

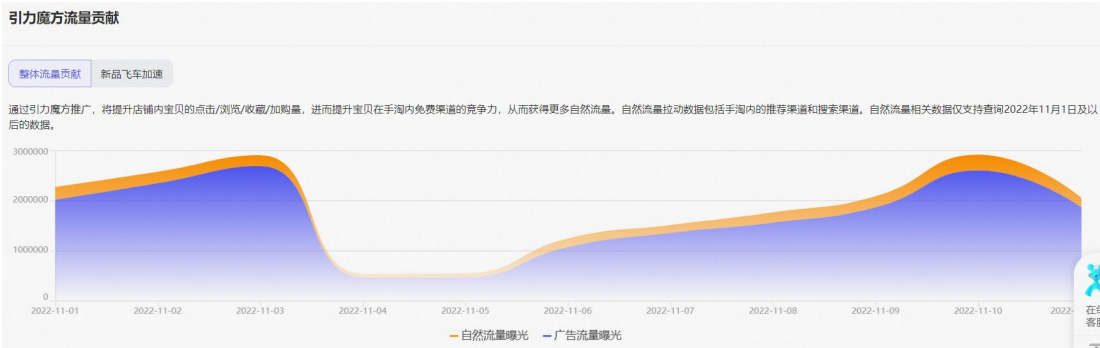


图 4 店铺自然流量/广告流量曝光图

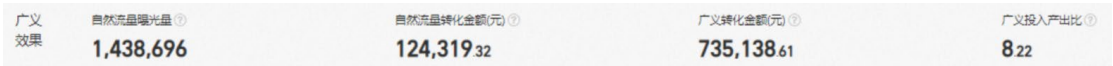


图 5 广义效果图

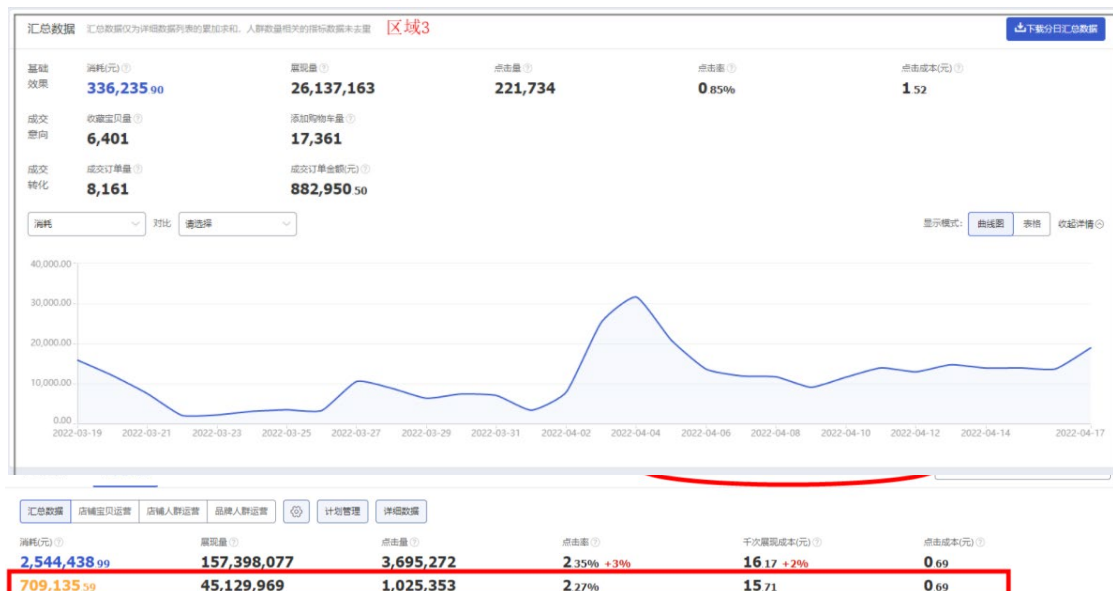


图 7 同行数据对比

表 8 投放数据跟踪与效果评估分析表

①通过分析图 4 中对应的数据，请分析店铺加入引力魔方推广后，流量有哪些情况？

②根据图 5 中的数据，请分析什么是自然流量转化金额？本次的引力魔方投放消耗了多少广告预算？投放是否有效？请列式并计算出结果。

③观察图 6、7 中的数据，此店铺的推广情况较同行怎么样？请说明情况。

(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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-16)

试题评分卡 (H2-16)

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。文档规范、工整			
工作任务 (95 分)	初始引力魔方（13）	资源位说明	5 分	站内展位说明正确、完整			
		选择理由	8 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			
	创意提炼及资源位确认（22）	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；			
		资源位确认	12 分	审核理由正确，每个 2 分，2 分*6=12 分			
	设置投放信息（30）	设置优化目标及预算	14 分	目标选择正确 3 分，理由说明正确 3 分，共 6 分。出价或预算选择或计算正确 8 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			
	数据分析和推广优化（30）	情况说明	10 分	消耗成本（5 分），点击成本 5 分			
		计算和说明	10 分	结论 5 分，计算 5 分			
		情况说明	10 分	总分 10 分			
合计			100 分				

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：H2-17，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

1) 淘宝客推广的准备

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

表 1 淘宝客推广的准备

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

2) 制定淘宝客推广计划

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

表 2 淘宝客推广计划制定

问题 1：淘宝客推广计划一般可以设置哪几种推广计划？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”网店设置通用推广计划，最少选择 5 个主推商品，并设置佣金。

主推宝贝图	推广佣金	推广理由

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许多种，请写出 5 种站内外寻找的方法。

站内外寻找：			

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“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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-17)

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	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	通用计划的主推宝贝拥挤的设置,主要考核主推宝贝选择、佣金比率和推广理由是否合理 5*3 分=15 分	
		站内外寻找	15 分	站外寻找方法描述是否准确;5*3 分=15 分	
		淘客招募贴	16 分	招募贴标题 4 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_____

18. 试题编号：H2-18，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“73hours 旗舰店”是淘宝网上的一家老牌女鞋店，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) 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 淘宝客佣金计算

问题 1、淘宝客推广订单几日内下单才有效？每月佣金提现时间是什么时候？	
问题 2、请根据下列不同情况，计算淘宝客最终可获得的佣金是多少？（要求列出式子，并计算答案）。	
情况 1:	某商品包邮价 300，支付可用店铺 5 元优惠券，还能与满 299 减 20 优惠叠加使用，淘客佣金 5%。
请结 算:	
情况 2:	某商品标价 300，店铺无优惠活动，价格为包邮价。淘客佣金 5%。
请结 算:	
情况 3:	某商品标价 300 元，店家优惠了 20 元，另外买家还需支付运费 20 元。佣金比例 5%。
请结 算:	
问题 3、请根据下列不同情况，计算淘宝客最终能获得多少佣金，已知商品 A 的单品佣金为 50%、商品 B 的单品佣金为 20% 、商品 C 走通用计划佣金为 10%、三件宝贝单价均为 100 元。	
情况 1:	买家从 A 商品的链接进入，最终购买了商品 A 和 B。

请结 算：	
情况 2：	买家从 B 商品链接进入，最终购买了商品 A 和 C。
请结 算：	

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“73hours 旗舰店”网店设置通用推广计划，最少选择 5 个主推商品，并设置佣金。

主推宝贝图	推广佣金	推广理由

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许多种，请写出 5 种站内外寻找的方法。			
站内外寻找：			
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”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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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	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)	计 算 佣 金 (13)	佣金结算时间	3 分	回答正确 3 分	
		佣金结算	6 分	每个 3 分, 要求回答清晰且正确	
		佣金结算	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	通用计划的主推宝贝拥挤的设置, 主要考核主推宝 贝选择、佣金比率和推广理由是否合理 5*3 分=15 分	
		站内外寻找	15 分	站外寻找方法描述是否准确; 5*3 分=15 分	
		淘客招募贴	16 分	招募贴标题 4 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_____

19. 试题编号：H2-19，B2C/C2C 平台运营

试题编号：H2-19，B2C/C2C 平台运营

(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×转化率×客单价。

“宾之郎湖南专卖店”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；但是转换率不是太高，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) 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 客单价和转化率计算

2016-4 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

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。“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

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
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“宾之郎湖南专卖店”，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“宾之郎湖南专卖店”，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

答：

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%

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，或 360 浏览器自带截图功能。

（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 H2-19)

电商平台运营评分卡(试题 H2-19)

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_____

20. 试题编号：H2-20，B2C/C2C 平台运营

(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×转化率×客单价。

舒比奇旗舰店 (<https://suitsky.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) 分析店铺现有的转换率和客单价

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 客单价和转换率计算

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。“舒比奇旗舰店”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“舒比奇旗舰店”，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“舒比奇旗舰店”，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

答：

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%
	8895	4753			

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，或 360 浏览器自带截图功能。

(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 H2-20)

电商平台运营评分卡(试题 H2-20)

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_____

模块三 企业网络推广

1. 试题编号：H3-1 SEO 搜索引擎优化

(1) 任务描述

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的公司, 产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、床垫类产品、床具等。公司营销中心设在湖南省长沙市, 开发中心及生产企业设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。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 Sogou 提交网站的入口地址, 并将公司地址提交到百度、搜狗中, 并将提交后的结果截图填写在下表 (注意: 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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
多喜爱家饰 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 收录情况截图	
百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如图 1 所示，请按表 8 中的要求进行回答。

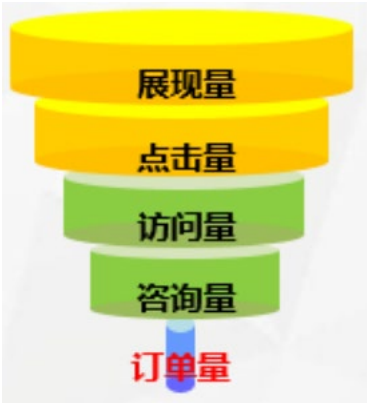


图 1 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

①分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释咨询量、订单量的含义。
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
答：
③请提出合理的改善建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-1)

试题评分卡（H3-1）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		6 分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：H3-2 SEO 搜索引擎优化

(1) 任务描述

背景资料

山西杏花村汾酒集团有限责任公司 (<http://www.fenjiu.com.cn>) 为国有独资公司，以生产经营中国名酒——汾酒、竹叶青酒为主营业务，年产名优白酒 5 万吨，是全国最大的名优白酒生产基地之一。公司拥有“杏花村”、“竹叶青”两个中国驰名商标，公司主导产品有汾酒、竹叶青酒、玫瑰汾酒、白玉汾酒、以及葡萄酒、啤酒等六大系列。汾酒文化源远流长，是晋商文化的重要一支，与黄河文化一脉相承。2007 年，汾酒继续蝉联国家名酒，竹叶青酒成为中国名牌产品。近年来，公司倾力打造名白酒基地、保健酒基地和酒文化旅游基地，为了扩大公司 and 公司网站的知名度，公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。



图 1 山西杏花村汾酒集团有限责任公司网站首页

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.fenjiu.com.cn> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
山西杏花村汾酒集团有限责任公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如图 2 所示，请按表 8 中的要求进行回答。

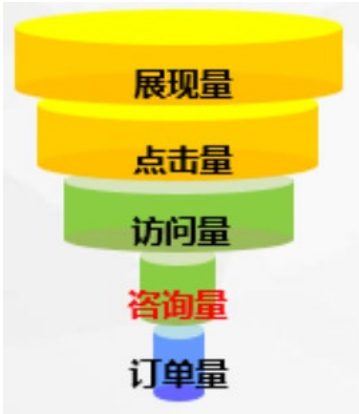


图 2 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

①分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释咨询量、访问量的含义。
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
答：
③请提出合理的改善建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-2)

试题评分卡（H3-2）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		6 分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：H3-3 SEO 搜索引擎优化

(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：化癍镇痛胶囊、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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
湖南德康制药股份有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如图 1 所示，请按表格中的要求进行回答。



图 1 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

①分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释访问量、点击量的含义。
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
答：
③请提出合理的改善建议。
答：

（2）实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H3-3)

试题评分卡（H3-3）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

4. 试题编号：H3-4 SEO 搜索引擎优化

(1) 任务描述

背景资料

湖南科力远新能源股份有限公司（<http://www.corun.com>）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 <http://www.corun.com> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
湖南科力远 新能源股份 有限公司网 站					

表 4 查询结果过程记录表

公 司 网 站 被 Google/Baidu 收录情况截图	

百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如下，请按表格中的要求进行回答。

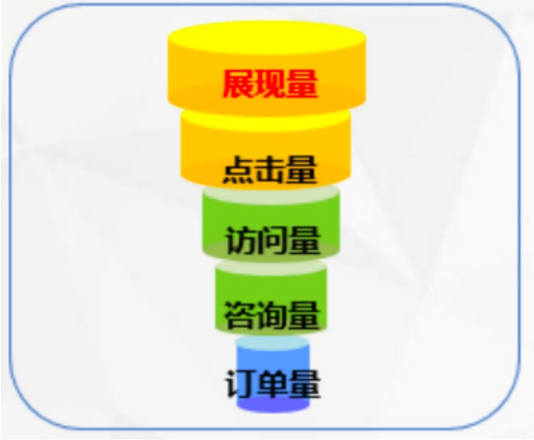


图 2 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

①分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释展现量、点击量的含义。
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
③请提出合理的改善建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-4)

试题评分卡（H3-4）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

5. 试题编号：H3-5 SEO 搜索引擎优化

(1) 任务描述

背景资料

株洲千金药业股份有限公司 <http://www.qjyy.com>（以下简称：千金药业）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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
株洲千金药业股份有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	

Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如图 2 所示，请按表 8 中的要求进行回答。

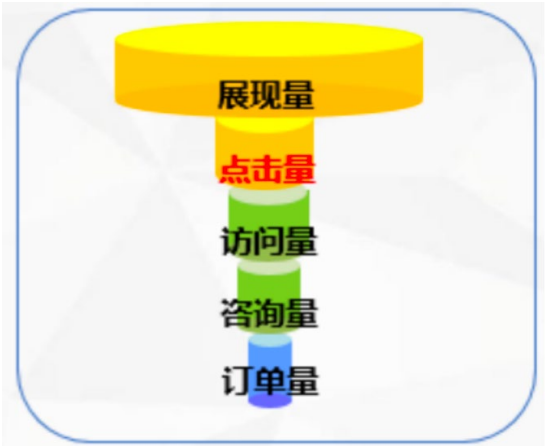


图 2 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

①分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释咨询量、订单量的含义
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
答：
③请提出合理的改善建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-5)

试题评分卡（H3-5）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

6. 试题编号：H3-6 SEO 搜索引擎优化

(1) 任务描述

背景资料

华天酒店集团股份有限公司 (<http://www.huatian-hotel.com>) 华天酒店集团股份有限公司是一家以酒店业为核心，以商业地产与旅游为两翼，誉满三湘、比肩国际的现代旅游服务企业。1988 年 5 月 8 日，公司首家高星级酒店——长沙华天大酒店开业，1995 年成立华天国际酒店管理公司，1996 年实现成功上市。目前，公司托管总资产逾 80 亿元，拥有高星级与经济型酒店 60 余家；公司连锁酒店遍布湖南 14 个市州及北京、上海、武汉、郑州、长春、南昌、西宁、呼和浩特等全国主要中心城市；作为我国酒店业的“湘军”，公司荣誉膺“中国饭店业集团 20 强”、“全球饭店集团 300 强”，成为我国中西部地区最大的民族酒店品牌。集团拥有自己独立的网站，<http://www.huatian-hotel.com>，且正打算通过搜索引擎的方式进行网络推广。

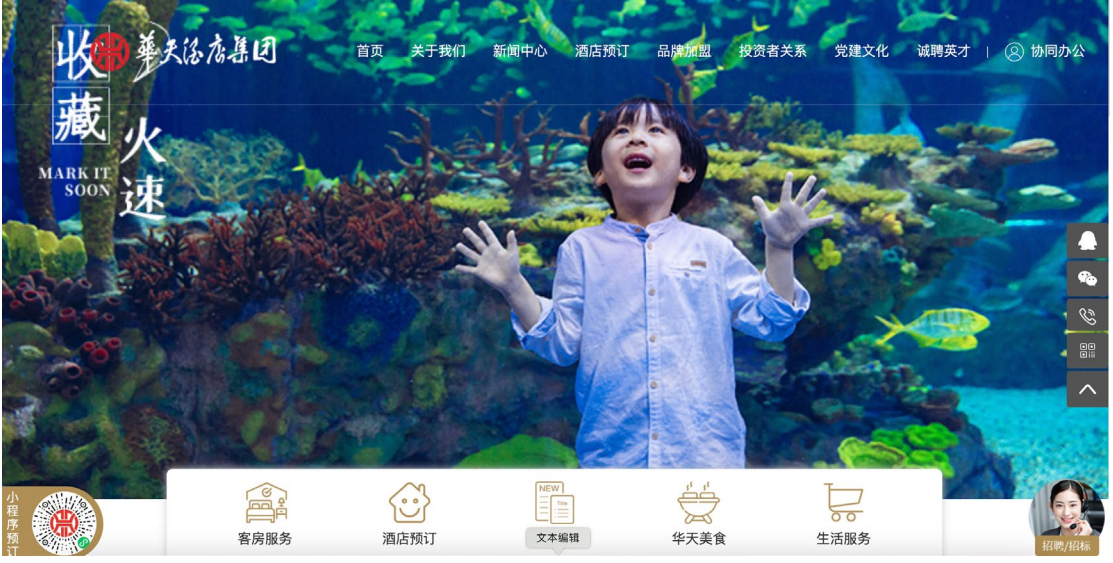


图 1 华天酒店集团网站首页

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.huatian-hotel.com> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
华天酒店集团股份有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	

Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如图 2 所示，请按表 8 中的要求进行回答。

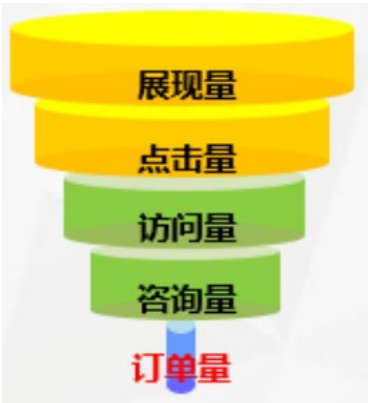


图 2 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

① 分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释咨询量、访问量的含义。
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
答：
③请提出合理的改善建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-6)

试题评分卡 (H3-6)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

7. 试题编号：H3-7 SEO 搜索引擎优化

(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。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。

公司一贯坚持“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 Sogou 提交网站的入口地址, 并将公司地址提交到百度、搜狗中, 并将提交后的结果截图填写在下表（注意：需截取输入网址后的输入框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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
中教畅享(北京)科技有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	

百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如图 2，请按表 8 中的要求进行回答。



图 2 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

①分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释访问量、点击量的含义。
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
答：
③请提出合理的改善建议。

答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-7)

试题评分卡 (H3-7)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

8. 试题编号：H3-8 SEO 搜索引擎优化

(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“老九芝堂药铺”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。



图 1 九芝堂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.hnjzt.com> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：需截取输入网址后的输入框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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
九芝堂股份有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	

Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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；搜索推广效果转化漏斗如图 2，请按表 8 中的要求进行回答。

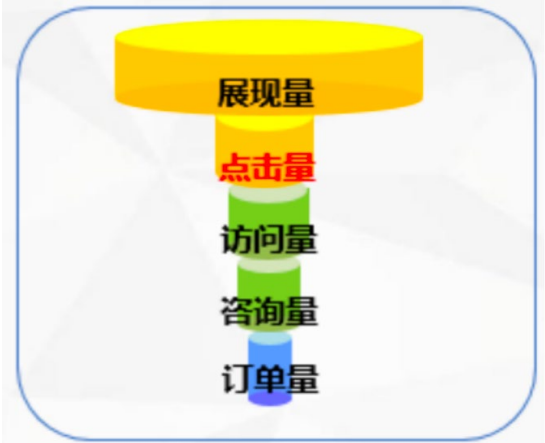


图 2 搜索推广效果转化漏斗

表 8 效果转化分析和优化改进措施表

①分析企业搜索引擎推广过程中出现的问题，并解释展现量、点击量的含义。
答：
②分析影响效果转化的因素是什么？
③请提出合理的改善建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-8)

试题评分卡（H3-8）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

9. 试题编号：H3-9 SEO 搜索引擎优化

(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。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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：需截取输入网址后的输入框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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
湖南点石装饰设计工程有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	

百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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 16,000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 800,000, 点击次数是 80,000 次，广告后转换购买次数是 1,000。

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转化率的含义。
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% 。请分析该网站是偏高或低，并提出改进建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-9)

试题评分卡（H3-9）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理			
工作任务 (95 分)	将公司网址提交到搜索引擎（10 分）	4 分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2 分/个，共 4 分			
		6 分	网站提交页面信息填写正确，1 分/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

10. 试题编号：H3-10 SEO 搜索引擎优化

(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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
火宫殿网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	
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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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 5,000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 160,000, 点击次数是 16,000 次，广告后转换购买次数是 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低，并提出改进建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-11)

试题评分卡 (H3-11)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

11. 试题编号：H3-11 SEO 搜索引擎优化

(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，企业决定用搜索引擎方式进行推广营



销。

图 1 新东方在线首页

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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
新东方在线网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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 7,000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 700,000, 点击次数是 70,000 次，广告后转换购买次数是 1400。

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低，并提出改进建议。
答：

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-11)

试题评分卡（H3-11）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

12. 试题编号：H3-12 SEO 搜索引擎优化

（1）任务描述

背景资料

湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司（<http://www.hnwdf.cn>）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 1 湖南旺德府家居建材投资首页

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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填

写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	

百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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优化后，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 转化率
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请解释转化率的含义。	
答：	
②找出上表中转化率低排名前2的时间，转化率高的排前3的时间。	
转化率低	转化率高
③分析转化率低的可能原因。	
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

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-12)

试题评分卡 (H3-12)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

13. 试题编号：H3-13 SEO 搜索引擎优化

(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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
老百姓大药房网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	
百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价 (从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词, 并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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优化后，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

序号	关键词	推广状态	浏览量（PV）	跳出率
1	某关键词	是	3045	34.54%
2	某关键词	是	2341	56.34%
3	某关键词	是	2098	23.31%
4	某关键词	是	1987	45.21%
5	某关键词	是	2021	67.21%
6	某关键词	是	1876	56.12%
7	某关键词	是	2001	21.23%
8	某关键词	是	1789	12.23%
9	某关键词	是	1987	18.12%
10	某关键词	是	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	是	2034	78.32%
14	某关键词	是	2109	78.21%
15	某关键词	是	2200	45.67%
16	某关键词	是	2100	87.12%

表 9 数据分析和优化改进措施表

①请解释跳出率的含义。	
答：	
②找出上表中跳出率低排名前 5 的搜索词项，跳出率高的排前 3 的搜索词项。	
跳出率低	跳出率高
③分析有可能造成网站跳出率高的原因？	
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

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-13)

试题评分卡（H3-13）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

14. 试题编号：H3-14 SEO 搜索引擎优化

(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>）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 Sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	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 收录情况截图	
百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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。

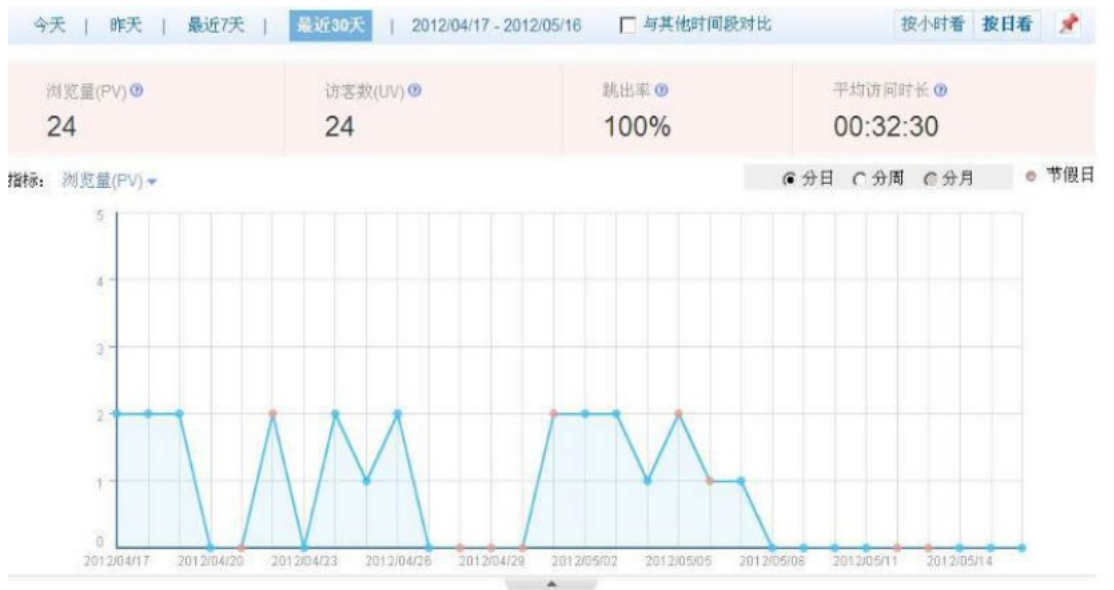


图 2 公司推广效果数据

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请解释访客数的含义。
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

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-14)

试题评分卡（H3-14）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

15. 试题编号：H3-15 SEO 搜索引擎优化

(1) 任务描述

背景资料

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，是国家商务部认定的全国百家大型农产品流通企业、国家农业部认定的全国新农村建设百强示范企业、中国茶叶流通协会认定的中国茶叶行业百强企业、湖南省人民政府认定的湖南省农业产业化龙头企业。

怡清源是湖南首家被认定的茶叶品牌，是湖南茶叶行业的第一品牌，在全国茶叶行业有着极大的影响力和号召力。怡清源拥有 12.5 万亩优质茶园，其中 3 万多亩高标准有机茶园，11 个现代化的茶叶初、精加工厂，是用科技和创新坚持走产业化道路的“中国茶叶知名品牌企业”；是集茶叶科研、茶园基地建设、茶叶生产、加工销售、茶文化传播于一体的综合性茶企；现旗下拥有三大全资子公司：安化怡清源茶业有限公司、湖南怡清源长春茶业有限公司、湖南怡清源有机茶种植有限公司。

怡清源坚持“连锁专卖、电子商务、出口贸易”的创新立体营销模式，茶叶远销欧美、东南亚、俄罗斯及中国港澳等国家和地区。



图 1 怡清源公司网站首页

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.yiqingyuan.com>提交给各大搜索引擎。请写出Baidu和Sogou

提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交后的结果截图填写在下表（注意：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 & Sogou 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	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 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、百度权重、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	百度权重	Alexa 排名
湖南省怡清源茶业有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 Google/Baidu 收录情况截图	

百度权重截图	
Alexa 排名截图	

④SEO 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	Keywords(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	网页用户体验整评价（从打开速度、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。请根据相关度、竞争度、流行度设计关键词，并截图说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	选取关键词截图并说明设计的理由
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。完成表 7。

表 7 网站 baidu 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 运营数据表

项目	数据	项目	数据
周期	1 个月	跳出率	90%
PV	50	平均访问时长	3min
UV	45		

表 9 数据分析和优化改进措施表

①请解释 PV 的含义
答：
②请解释UV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

软件：win8\win10\win11 操作系统，Office2019 版本以上，360 浏览器及其截图工具

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-15)

试题评分卡 (H3-15)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。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/个,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	收录结果正确			
		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，2 分/个，共 10 分			
		2 分	公司网站被 google、baidu、和 sogou 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	百度权重截图清晰，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	Keywords（关键词）。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（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，体现跟网站内容、行业企业、产品服务相关度高、竞争程度小、流行的关键词。			
		8 分	关键词设置截图及选择理由，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、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	问题分析正确、术语解释正确。			
		6 分	影响效果转化的因素分析正确。			
		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_____

16. 试题编号：H3-16 移动新媒体推广

(1) 任务描述

背景资料

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。

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。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号定位和所起作用也不一样。请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型，并为唐人神开展微博营销选择账号类型。

表 1 微博账号类型

微博号类型	
唐人神在线选择何种类型	
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。一个是唐人神肉类产品，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。）

表 2 微博账号设置

序号	名称	理由

1		
2		

2) 增加粉丝量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如何吸引粉丝是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法。

表 3 微博“吸粉”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时，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，请你利用微博三要素设计此次活动的微博内容，并填入下表。

表 4 微博宣传

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。

表 5 微博与粉丝互动的方法

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		

2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图回答以下问题。



图 1 微博运营数据

①运营情况分析

根据数据请判断公司微博运营情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）并分析理由。

表 6 微博运营情况

序号	内容	
1	公司微博营运情况分析	
2	处于何种阶段	
3	处于何种阶段的理由	

②推广策略

根据粉丝数量和性别数据，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	推广目标	推广策略
1		
2		
3		
4		

(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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-16)

试题评分卡 (H3-16)

评价内容			配分	评分标准	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。 试卷格式排版合理	
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，总计 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，有较强的冲击效果 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	
		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)	运营情况分析	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	
		推广策略	12 分	对企业微博营销整体推广目标正确 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_____

17. 试题编号：H3-17 移动新媒体推广

(1) 任务描述

背景资料

英氏控股集团股份有限公司（下称“英氏控股”）创立于2008年，经过十余年砥砺前行，目前已发展成为集研发、生产、线上线下销售和服务一体化的专业化母婴企业。目前，公司旗下拥有“英氏”、“舒比奇”两大品牌，“英氏”主打婴童食品，产品涵盖婴幼儿奶粉、婴幼儿米粉、婴幼儿面条、婴幼儿零食等全品类，“舒比奇”主打婴幼儿纸尿裤市场，产品涵盖纸尿裤、成长裤等品类，在全国除港澳台以外的所有省市建立了销售网络，产品多次荣获“湖南省好产品企业”、“创新产品奖”等殊荣。公司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，公司打算采用新媒体营销的方式来扩大销售面。



图1 英氏品牌

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，使用直播营销来推广公司业务，扩大公司影响力。

①直播平台的选择

现在的直播平台比较多，申请的个人和机构也较多，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，将直播平台划分成五种类型。同时为英氏控股集团“舒比奇”婴幼儿纸尿裤开展直播营销应选择的直播平台类型。

表 1 直播平台类型

直播平台类型	
“舒比奇”婴幼儿纸尿裤	

裤选择何种类型	
选择理由	

②设定直播场景

“舒比奇”婴幼儿纸尿裤在直播营销过程中，针对核心人群，设定直播场景。
请设计 3 个直播场景要素，并说明设计要求及具体的内容。

表 2 直播场景设定

序号	设定直播场景	设计要求	设计内容
1			
2			
3			

③设定直播形式

以淘宝直播为例，请说明设定直播的 2 种形式及步骤。

表 3 直播形式设定

步骤	设定直播形式 1	设定直播形式 2
步骤 1		
步骤 2		
步骤 3		
步骤 4		

④填充直播内容（权益设置）

直播正式开始。直播间中控台会有互动面板部分，请举出 5 种互动面板及部分功能或操作注意事项填入下表。

表 4 直播内容填充

序号	互动面板	功能或操作注意事项
1		
2		
3		
4		
5		

⑤ 效果跟踪

直播结束后，请根据图中显示的数据，分析直播效果，并指出公司后续直播营销的主要目标，以及相应的营销策略。

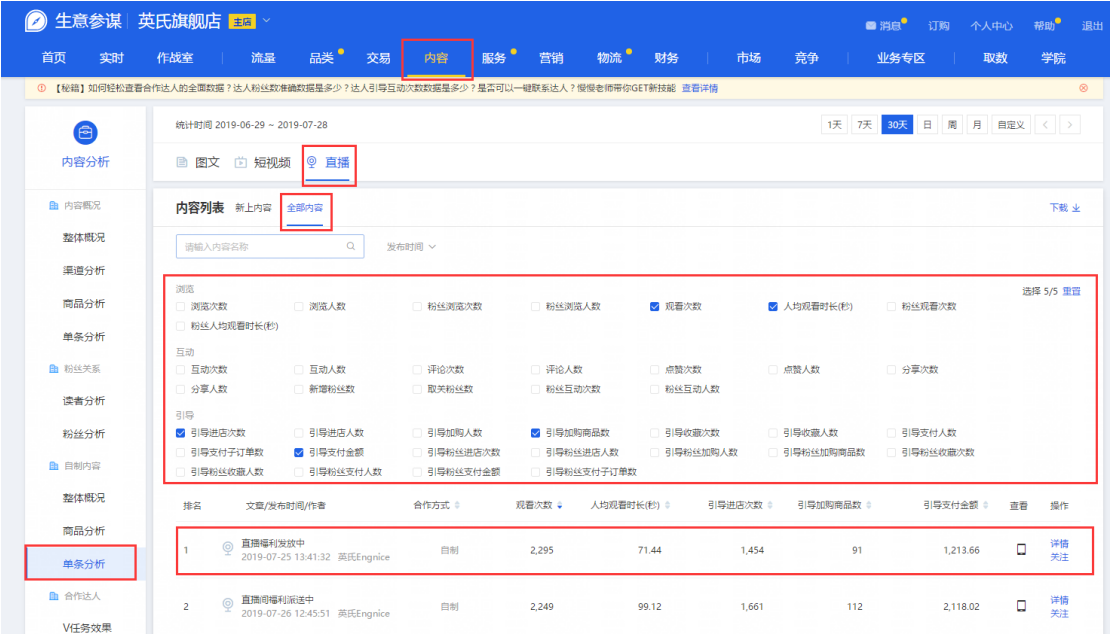


图 2 英氏旗舰店直播营销数据

表 5 直播效果跟踪

序号	营销目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-17)

试题评分卡 (H3-17)

评价内容			配分	评分标准	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。 试卷格式排版合理	
工作任务 (95 分)	直播平台的 选择 (10 分)	直播平台 类型	5 分	准确回答直播平台的类型 2 分，企业选择何种类型回 答正确 3 分	
		选择理由	5 分	准确回答选择理由	
	设定直播 场景 (24 分)	直播场景	6 分	场景设定准确，每个场景 2 分	
		设计要求	6 分	设计要求描述准确，每个 2 分	
		设计内容	6 分	能准确描述直播设计活动内容，每个 2 分	
	设定直播形式 (16 分)		16 分	8+8 形式概括恰当，思路清晰；步骤紧扣推广目标， 每个步骤 2 分	
	填充直播 内容 (25 分)	互动面板	10 分	对互动面板项目名称描述清晰，每个 2 分，5 个，共 10 分	
		功能或操 作注意事 项	15 分	功能或操作注意事项描述准确，每个 3 分，5 个，共 15 分	
	效果跟踪 (20 分)	营销目标	8 分	对营销目标分析全面，描述清晰	
		营销策略	6 分	能根据图中的数据进行分析原因并提出相应策略	
			12 分	营销策略得当，描述清晰	
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：H3-18 移动新媒体推广

(1) 任务描述

背景资料

新东方在线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。

测试任务

1) 微信公众号的规划与设计

①微信公众号分为哪两种类型？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）

表1 微信公众号类型

微信公众号类型	
新东方在线选择何种类型	
选择理由	

②现新东方在线计划实行微信多号战略，请为其设计2个微信公众号，并说明理由。（企业微信号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表2 微信公众号名称设置

名称：	理由：
名称：	理由：

2) 微信发布内容的规划与选择

①浏览新东方在线网站，请根据其网站特点进行其微信内容栏目设置。

表3 微信内容栏目设置

栏目 1	
栏目 2	
栏目 3	
栏目 4	

① 请根据新东方在线的如下产品，为该产品撰写发布信息。



图 1 新东方在线产品

表4 微信内容发布

微信发布标题	
微信发布内容	
微信推送时间及理由	

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，请为新东方在线规划推广渠道。

表5 微信推广渠道

转化渠道		原因
非微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	
	渠道 3:	
微信平台推	渠道 1:	

广渠道	渠道 2:	

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。

表6 微信增加粉丝的方法

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

经过一段时间的推广后，通过微信公众平台的数据统计功能及电脑端的网站的统计工具对数据进行了分析对比，并优化和改进推广效果。相关的数据见下表：

①以下表格是反映的是新老客户通过移动端和 PC 端购买产品的次数，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？

表7 客户购买次数

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
2023/1/5	2724	1995	5138	5004
2023/1/6	741	660	1594	1673
2023/1/7	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 8 数据分析与推广优化问题

问题 1：分析上表中数据，你从以上数据发现了什么？
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：

②微信公众号后台除了针对单篇文章进行图文分析外，也能够为全部文章做总的分析，全部图文分析有两个时间选择：日报和小时报。下图为新东方在线某篇文章的小时报趋势图：



图 2 新东方在线文章小时报趋势图

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：

(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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-18)

试题评分卡 (H3-18)

评价内容			配分	评分标准	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。 试卷格式排版合理	
工作任务 (95 分)	微信公众号的规划与设计 (12 分)	微信公众号的选择 (8 分)	2 分	准确回答微信公众号的类型	
			2 分	为企业选择适合的微信公众号类型	
			4 分	能准确回答选择微信公众号类型的理由	
		微信公众号设计(4 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	
			2 分	理由论述充分	
	微信发布内容的规划与选择 (33 分)	微信内容栏目设置	8 分	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 3 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)	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_____

19. 试题编号：H3-19 移动新媒体推广

(1) 任务描述

背景资料

湖南旺德府家居建材投资（集团）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。现在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。

测试任务

1) 微信公众号的规划与设计

①微信公众号分为哪两种类型？旺德府家居将如何选择？（公众号的选择主要依据自身和特点）

表1 微信公众号类型

微信公众号类型	
旺德府家居选择何种类型	
选择理由	

②现旺德府家居计划实行微信多号战略，请为其设计2个微信公众号，并说明理由。（企业微信号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表2 微信公众号名称设置

名称：	理由：
名称：	理由：

2) 视频号推广

①旺德府家居计划利用微信视频号导流直播电商活动,邀请明星作为品牌代言人进行线上直播云互动。请为该视频号附上相关的文案,并阐述如何对该直播活动进行推广,吸引更多的人进入直播间。

表3 视频号推广

视频号对应的文案	
推广方式 1	
推广方式 2	

②请为视频号选择最佳发送时间段以及对应时间段适合展示的内容。

表4 视频号内容发布

序号	时间段	适合发布的内容
1		
2		
3		
4		
5		

③有效粉丝是进行营销核心武器,视频号加粉的方法有平台内部引导关注、平台外部引流,请分别为这两种方式选择几种有效的加粉方法。

表5 视频号加粉方法

平台内部引导关注加粉方法	
平台外部引导关注加粉方法	

3) 小程序推广

①公司计划采取微信小程序推广,请结合不同场景进行小程序推广、并列举激发用户传播小程序的方式。

表6 小程序推广

推广场景	
激发用户传播小程序的方式	

4) 微信营销推广数据分析

湖南旺德府家居建材投资（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？

表 7 微信关注人数

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
2023/5/20	1	0	1	220
2023/5/19	0	0	0	219
2023/5/18	0	0	0	219
2023/5/17	0	0	0	219
2023/5/16	0	0	0	219
2023/5/15	1	0	1	219
2023/5/14	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 8 数据分析与推广优化问题

问题 1：分析上表中数据，你从以上数据发现了什么？
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，只有定位好了以后，才能够更好地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且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：

（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 90 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H3-19)

试题评分卡 (H3-19)

评价内容			配分	评分标准	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。 试卷格式排版合理	
工作任务 (95 分)	微信公众号、视频号 的规划 与设计 (53 分)	微信公众号 的选择 (10 分)	4 分	准确回答微信公众号的类型，每个 2 分	
			2 分	为企业选择适合的微信公众号类型	
			4 分	能准确回答选择微信公众号类型的理由	
		视频号推 广 (43 分)	8 分	视频号对应的文案符合推广要求 4 分，推广方式合理， 每项 2 分，共 4 分	
			25 分	视频号推广时间段选择合理，每项 2 分，5 项，共计 10 分；对应的合适内容每项 3 分，5 项，共计 15 分	
			10 分	两种加粉方法选择合理，每种方法 5 分，共 10 分	
	微信小程 序推广 (12 分)	小程序推 广场景 (6 分)	6 分	推广方式选择得当	
		激发用户 传播小程 序的方式 (6 分)	6 分	传播方式选择合理，描述准确	
	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 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_____

20. 试题编号：H3-20 移动新媒体推广

(1) 任务描述

背景资料

御泥坊 (UNIFON) 是一个护肤品牌，主要生产以面膜为主的护肤产品。御泥坊所属企业御家汇股份有限公司拥有多款外观专利，曾参与国家级面膜行业标准的制定、国家卸妆油行业标准制定。公司积极开展电子商务业务，除了采用官网、微博、微信、天猫旗舰店等方式进行销售，也采用短视频的方式来扩大销售面。

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，使用短视频来推广公司业务，扩大公司影响力。

①短视频渠道类型

现在短视频渠道类型较多，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，可以将短视频渠道类型划分成五种类型，请填入下表，并举例该渠道类型下的典型短视频平台。

表 1 短视频平台

序号	短视频渠道类型	对应的典型短视频平台
1		
2		
3		
4		
5		

②短视频渠道类型的选择

根据上题结果为御泥坊开展短视频营销，选择 3 种合适的渠道平台类型，并说明理由。

表 2 短视频平台选择

序号	短视频平台名称	理由
1		
2		
3		

③短视频传播

拥有一定的流量是开展短视频营销的基础。以抖音短视频为例，根据下图解释什么是流量池，并根据抖音短视频推荐机制对以下评价指标按照重要程度排序：原创、转发、评论、点赞、完播率、关注。

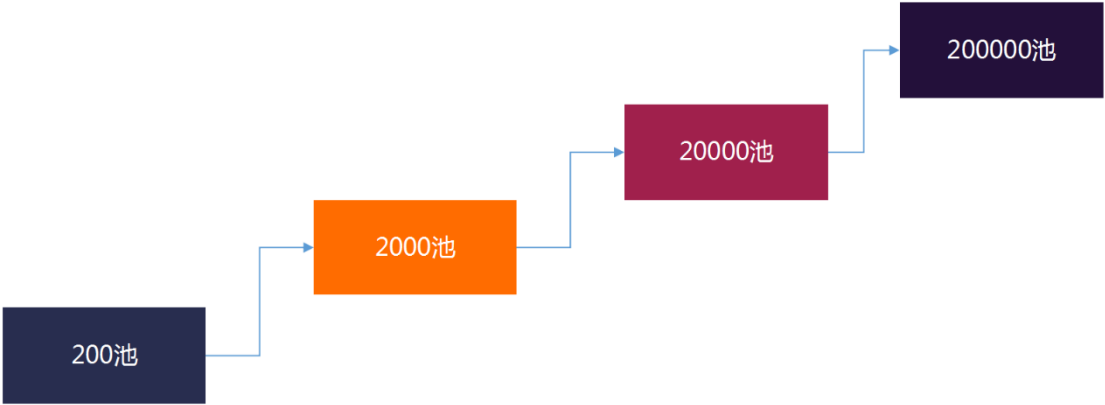


表 3 短视频传播

1	流量池的概念：
2	重要程度排序：

④粉丝的拓展与维护

公司打算通过粉丝的拓展与维护提升短视频的转化率，并希望更多的目标客户对短视频进行关注，请你设计 6 种粉丝的拓展与维护的方法并进行适当的阐述。

表 4 粉丝的拓展与维护

序号	粉丝的拓展与维护方式
1	
2	
3	
4	
5	
6	

⑤短视频数据分析

公司经过一段时间的短视频营销，相关数据如下图，具体数据如下：推荐量 5289，播放量 420，播完量 163，互动量 5，回答以下问题。

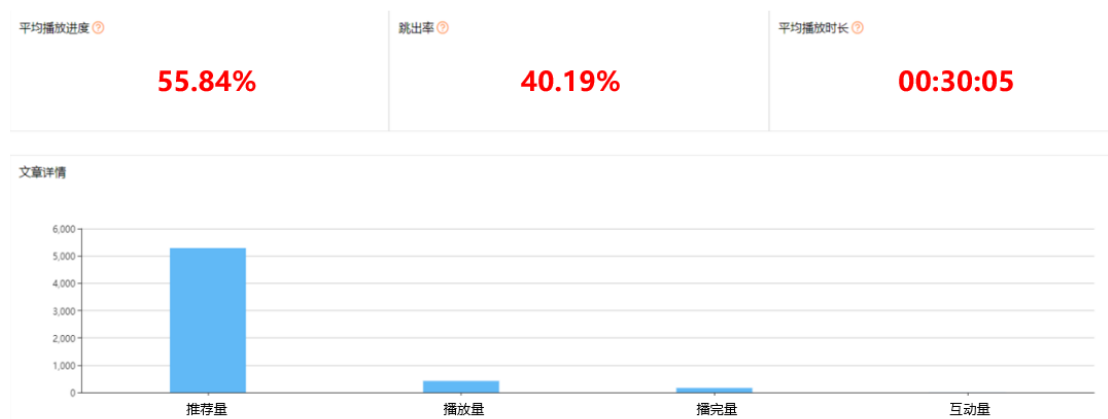


图 1 短视频播放数据图

表 5 短视频数据分析

1	什么是推荐量：
2	什么是播放量：
3	什么是播完量：
4	什么是互动量：
5	请计算点击率：
6	请计算播完率：
7	请计算互动率：
8	请根据计算结果分析短视频营销的效果并提出改进建议：
	答：

(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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-20)

试题评分卡 (H3-20)

评价内容			配分	评分标准	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。 试卷格式排版合理	
工作任务 (95 分)	短视频渠道类型与平台 (20 分)	短视频渠道类型	5 分	准确回答短视频渠道的类型，每项 1 分	
			15 分	准确回答对应的典型短视频平台，每项 3 分	
	短视频渠道类型选择 (15 分)		15 分	5+5+5 每项平台名称 2 分，理由 3 分；3 项，共 15 分	
	直播形式设定 (10 分)	流量池的概念	4 分	术语解释正确，定义关键要点解释得当	
		重要程度排序	6 分	排序正确	
	粉丝的拓展与维护（18 分）		18 分	粉丝的拓展与维护方式描述准确，每项 3 分，6 项，共 18 分	
	短视频数据分析 (32 分)	概念题	8 分	术语解释正确，定义关键要点解释得当，每项 2 分	
		计算题	12 分	数据分析正确，公式罗列正确，数据计算正确，每项 4 分	
		分析及建议	12 分	分析思路清晰 6 分，建议策略得当 6 分	
合计			100 分		

试题评阅人签名_____