



保险职业学院  
INSURANCE PROFESSIONAL COLLEGE

# 保险职业学院 学生技能考核题库

## 电子商务专业

2023年8月

# 电子商务专业技能考核题库

## 试题库说明

依据电子商务技能考试标准制定，电子商务技能考核分专业基本技能、岗位核心技能两个部分。其中专业基本技能设置：网络客户服务与管理1个模块；岗位核心技能设置：网站（店）美工、电商平台运营、企业网络推广3个模块。现试题库编写有：网络客户服务与管理试题 20套，网站（店）美工试题 20套，电商平台运营试题 20套，企业网络推广试题 20套，试题总量为 80套。后续将根据电商的发展变化和技能抽考要求不断修订试题内容。

# 目 录

## 一、专业基本技能 ..... 5

### 模块一 网络客户服务与管理 ..... 5

1. 试题编号: J1-1, 售前客户服务与管理.....	5
2. 试题编号: J1-2, 售前客户服务与管理.....	8
3. 试题编号: J1-3, 售前客户服务与管理.....	11
4. 试题编号: J1-4, 售前客户服务与管理.....	14
5. 试题编号: J1-5, 售前客户服务与管理.....	18
6. 试题编号: J1-6, 售前客户服务与管理.....	21
7. 试题编号: J1-7, 售前客户服务与管理.....	25
8. 试题编号: J1-8, 售前客户服务与管理.....	28
9. 试题编号: J1-9, 售前客户服务与管理.....	31
10. 试题编号: J1-10, 售前客户服务与管理.....	34
11. 试题编号: J1-11, 售后客户服务与管理.....	37
12. 试题编号: J1-12, 售后客户服务与管理.....	40
13. 试题编号: J1-13, 售后客户服务与管理.....	44
14. 试题编号: J1-14, 售后客户服务与管理.....	48
15. 试题编号: J1-15, 售后客户服务与管理.....	50
16. 试题编号: J1-16, 售后客户服务与管理.....	53
17. 试题编号: J1-17, 售后客户服务与管理.....	56
18. 试题编号: J1-18, 售后客户服务与管理.....	60
19. 试题编号: J1-19, 售后客户服务与管理.....	63
20. 试题编号: J1-20, 售后客户服务与管理.....	65

## 二、岗位核心技能 ..... 68

### 模块二 网站(店)美工 ..... 68

1. 试题编号: H1-1, 网店美工设计(宣传海报).....	68
2. 试题编号: H1-2, 网店美工设计(宣传海报).....	70
3. 试题编号: H1-3, 网店美工设计(宣传海报).....	72
4. 试题编号: H1-4, 网店美工设计(宣传海报).....	74
5. 试题编号: H1-5, 网店美工设计(宣传海报).....	76
6. 试题编号: H1-6, 网店美工设计(宣传海报).....	78
7. 试题编号: H1-7, 网店美工设计(详情页).....	80
8. 试题编号: H1-8, 网店美工设计(详情页).....	82
9. 试题编号: H1-9, 网店美工设计(详情页).....	84
10. 试题编号: H1-10, 网店美工设计(详情页).....	86
11. 试题编号: H1-11, 网店美工设计(详情页).....	88
12. 试题编号: H1-12, 网店美工设计(Logo、Banner及主图设计).....	91
13. 试题编号: H1-13, 网店美工设计(Logo、Banner及主图设计).....	93
14. 试题编号: H1-14, 网店美工设计(Logo、Banner及主图设计).....	95
15. 试题编号: H1-15, 网店美工设计(Logo、Banner及主图设计).....	97
16. 试题编号: H1-16, 网店美工设计(Logo、Banner及主图设计).....	99
17. 试题编号: H1-17, 网站页面的编辑美化.....	101
18. 试题编号: H1-18, 网站页面的编辑美化.....	103
19. 试题编号: H1-19, 网站页面的编辑美化.....	106
20. 试题编号: H1-20, 网站页面的编辑美化.....	110

<b>模块三 电商平台运营</b> .....	<b>113</b>
1. 试题编号: H2-1, 电子商务数据分析.....	113
2. 试题编号: H2-2, 电子商务数据分析.....	116
3. 试题编号: H2-3, 电子商务数据分析.....	120
4. 试题编号: H2-4, 电子商务数据分析.....	124
5. 试题编号: H2-5, 电子商务数据分析.....	128
6. 试题编号: H2-6, 电子商务数据分析.....	133
7. 试题编号: H2-7, 电子商务数据分析.....	136
8. 试题编号: H2-8, 电子商务数据分析.....	139
9. 试题编号: H2-9, 电子商务数据分析.....	143
10. 试题编号: H2-10, 电子商务数据分析.....	146
11. 试题编号: H2-11, B2C/C2C 平台运营.....	150
12. 试题编号: H2-12, B2C/C2C 平台运营.....	155
13. 试题编号: H2-13, B2C/C2C 平台运营.....	160
14. 试题编号: H2-14, B2C/C2C 平台运营.....	164
15. 试题编号: H2-15, B2C/C2C 平台运营.....	168
16. 试题编号: H2-16, B2C/C2C 平台运营.....	173
17. 试题编号: H2-17, B2C/C2C 平台运营.....	179
18. 试题编号: H2-18, B2C/C2C 平台运营.....	184
19. 试题编号: H2-19, B2C/C2C 平台运营.....	189
20. 试题编号: H2-20, B2C/C2C 平台运营.....	194
<b>模块四 企业网络推广</b> .....	<b>200</b>
1. 试题编号: H3-1, SEO 搜索引擎优化.....	200
2. 试题编号: H3-2, SEO 搜索引擎优化.....	206
3. 试题编号: H3-3, SEO 搜索引擎优化.....	210
4. 试题编号: H3-4, SEO 搜索引擎优化.....	215
5. 试题编号: H3-5, SEO 搜索引擎优化.....	220
6. 试题编号: H3-6, SEO 搜索引擎优化.....	226
7. 试题编号: H3-7, SEO 搜索引擎优化.....	232
8. 试题编号: H3-8, SEO 搜索引擎优化.....	238
9. 试题编号: H3-9, SEO 搜索引擎优化.....	243
10. 试题编号: H3-10, SEO 搜索引擎优化.....	247
11. 试题编号: H3-11, SEO 搜索引擎优化.....	251
12. 试题编号: H3-12, SEO 搜索引擎优化.....	255
13. 试题编号: H3-13, SEO 搜索引擎优化.....	259
14. 试题编号: H3-14, SEO 搜索引擎优化.....	263
15. 试题编号: H3-15, SEO 搜索引擎优化.....	268
16. 试题编号: H3-16, SEO 搜索引擎优化.....	273
17. 试题编号: H3-17, SEO 搜索引擎优化.....	278
18. 试题编号: H3-18, SEO 搜索引擎优化.....	283
19. 试题编号: H3-19, SEO 搜索引擎优化.....	289
20. 试题编号: H3-20, SEO 搜索引擎优化.....	293

# 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：

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

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

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

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

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

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

表1 服务特色概述

服务特色概述

#### 2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

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

表2目标客户及售前模拟沟通

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

#### 3) 客户价值计算

假定一个客户在马蜂窝每个季度有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 2000 元，以平均客户生命周期 10 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对马蜂窝提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外15人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外20 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为70%，抱怨的人的转换率为80%转化率，或增加了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3 客户价值计算

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

## (2) 实施条件

硬件： 计算机软件： winxp\win7\win10 操作系统， Office2010 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

**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; 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	25 分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把服务特色与优势概括出来。	20-25 分		
			结构严谨、文笔通顺, 符合字数要求, 内容基本上能反映出服务的特色。	15-20 分		
			文构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出服务的特色。	10-15 分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出服务的特色。	5-10 分		
			文不对题。	0-5 分		
客户沟通技巧	40 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。	32-40 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。	25-32 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。	17-25 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。	12-17 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。	8-12 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。	4-8 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	35 分	计算公式, 价值大小计算正确, 共 25 分。				
		作用: 是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性, 是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。 按 0/3/5/7/10 分评分。				
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：

拼多多是国内移动互联网的主流电子商务应用产品。2020年1月9日，胡润研究院发布《2019胡润中国500强民营企业》，拼多多以市值2930亿元位列第14位。拼多多认购2亿美元国美可转债。2020年5月13日，拼多多名列2020福布斯全球企业2000强榜第1649位。2020年7月10日，拼多多位列《2020胡润中国10强电商》第4位。

拼多多专注于C2M拼团购物的第三方社交电商平台，成立于2015年9月，用户通过发起和朋友、家人、邻居等的拼团，可以以更低的价格，拼团购买优质商品。旨在凝聚更多人的力量，用更低的价格买到更好的东西，体会更多的实惠和乐趣。通过沟通分享形成的社交理念，形成了拼多多独特的新社交电商思维。拼多多凝聚更多人的力量，用更低的价格买到更好的东西。

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

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

表1 服务特色概述

服务特色概述

#### 2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

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

表2目标客户及售前模拟沟通

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

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

邮件标题	
邮件内容	

#### 4) 客户价值计算

假定一个客户在拼多多每个星期有交易记录2次，平均每次交易发生额50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）。如果该客户对拼多多提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外10人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外20个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为60%，抱怨的人的转换率为70%转化率，或增加了拼

多多的忠实客户，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	满意客户端新增价值 /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\win10 操作系统，Office2010 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

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; 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	计算公式及价值大小	计算公式, 价值大小计算正确, 每空 3 分, 共 18 分				
		分析结论	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 \_\_\_\_\_

### 3. 试题编号：J1-3，售前客户服务与管理

#### (1) 任务描述

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

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

表1 客服前的准备

特色及优势分析

##### 2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是怡清源的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？

表 2 沟通客户需求

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

##### 3) 客户价值分析

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

表3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况划分			

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

## (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

## (4) 评分标准

### 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; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 (95 分)	客服准备 (26 分)	公司产品定位 10 分	公司产品定位结合产品的特性进行分析, 定位准确, 文笔通顺。			
		目标客户群体 10 分	目标客户群体至少三类以上, 且描述准确。			
		营销模式 6 分	营销模式准确, 进行适当说明。			
	客户沟通技巧 (24 分)	促成交易 6 分	能给出合适满意的客服口语答案, 并促成交易, 语言简洁准确。			
		介绍商品 6 分	能给出较为合适的客服口语答案, 能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。			
		商品推荐 6 分	能给出较为合适的客服口语答案, 能针对不同情况能做出较为准确的分析, 且在此基础上用较为准确的语言, 且语句流畅、通顺。			
		质量质疑 6 分	能给出较为合适的客服口语答案, 针对客户的质疑, 能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。			
	客户价值分析 30 分	客户群划分 10 分	能针对本公司产品准确划分各类客户群, 语句表达流畅通顺。			
		客户群分析 10 分	针对不同客户群给予合适的分析, 分析准确、客观, 表述清楚。			
		产品推介方式 10 分	产品推介方式针对客户群体的划分, 结合客户群体的特点, 表述清楚, 具有很强的可行性。			
客户拓展 15 分	15 分	针对潜在客户群, 策划客户拓展方案, 要求文笔通顺、方案具体、切实可行。				
合计	100 分					

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

#### 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：全药通平台是由子雯科技集团有限公司的全资子公司厦门子雯科技有限公司自主研发并运营的第三方医药采销及增值服务平台。全药通平台(www. quanyaotong. com)于2016年获得国家食药监总局颁发的《互联网药品交易服务资格证书》A证(证书编号：国A20160009)。

全药通平台为中药材、医药工业、商业、终端(药店、诊所等医疗机构)提供一站式采销服务，打通订单流、资金流、物流、票据流、物权流，提高产业链效率，服务企业，最终惠及民众。基于现有1/3行业客户和10万名医药专业服务人员的独特强大资源，平台将逐步构建成集“交易+物流云仓+数据+金融”为一体、中国最有价值的第三方B2B大健康平台。公司也自主研发并运营国内第一个医药电子首营云平台。基于国家法律、法规要求，采用数据电文和电子印章，将传统医药企业之间多次、重复复印传递的纸质首营资料电子化，实现一处上传、全网共享、相互校验，并与全药通平台无缝链接，大幅度提高企业间的交易效率、降低交易成本。

测试任务：

1) 客服前的准备(提炼企业产品服务特色及优势)

登录全药通网站：<https://www. quanyaotong. com/>，请用三句话(100 个字左右)来描述此网站的特色与优势(建议从平台的模式分析、平台所能提供的服务，还有赢利模式进行分析)，填入表1。

表 1 客服前的准备

特色及优势分析

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

表2 目标客户及售前模拟沟通

目标客户有哪些？(至少5个)
售前沟通模拟测试:(参照淘宝网店等售前客服沟通7步法)
A: B: A: B: A: B: A: B: A: B: A: B:

A:
B:

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

表3邮件推广

邮件标题	
邮件内容	

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机 软件: winxp\win7\win10 操作系统, Office2010 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**

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	考核得分
	职业素养 (10分)	10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/6/10分标准评分	
工作任务 (90分)	客服前的准备	18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。	16-18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	27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	25-27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。	22-24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。	18-21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。	14-17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。	8-13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。	4-7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。	0-3分	
邮件营销	25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	

	客户拓展	20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	20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：25年来，苏泊尔始终坚持初心，用“品质”赢得信赖，用“创新”满足期待，通过源源不断的智巧产品，成为老百姓最为信赖的伙伴。今天的苏泊尔，已走出厨房，成为涵盖明火炊具、厨房小家电、环境家居电器、厨卫大家电、厨房工具、水杯等领域的综合性家居品牌。同时，苏泊尔在中国市场通过运营WMF、拉歌蒂尼、KRUPS等品牌，涉足高端市场。2018年，启用张钧甯作为全新品牌代言人。苏泊尔在成为最受欢迎的大众家居用品品牌的道路上，不断前行。

测试任务：

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

产品服务特色及优势

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析苏泊尔官方旗舰店的目标客户有哪些？

--

请模拟售前客户服务人员，就苏泊尔旗舰店的苏泊尔的电热水壶（<https://detail.tmall.com/item.htm?id=668970874415>），对目标客户区中不同类型的客户分别进行具有各自特点，满足不同需求的产品介绍。（自行在单元格中添加横线，以便区分）。将模拟情况填入下表 2。

表 2 沟通客户需求

客户类型	产品介绍

### 3) 客户价值计算

假定一个客户在苏泊尔官方旗舰店每星期有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 300 元，以平均客户生命周期 6 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对苏泊尔官方旗舰店提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 70%，抱怨的人的转换率为 80% 转化率，或增加了苏泊尔官方旗舰店的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。

表3客户价值计算

价值类型	客户基本价值/元	满意客户端新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
价值大小			

计算公式			
价值大小（销售额）			
分析结论			

#### 4) 客户分类管理

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

客户姓名	年成交金额(单位：元)	占成交总额比
客户1	1000	11.43%
客户2	3000	34.29%
客户3	2700	30.86%
客户4	250	2.86%
客户5	100	1.14%
客户6	60	0.69%
客户7	250	2.86%
客户8	300	3.43%
客户9	200	2.29%
客户10	540	6.17%
客户11	100	1.14%
客户12	200	2.29%
客户13	50	0.57%

分析上表数据，完成下表 4 内容填写

表 4 客户分类管理

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

#### (2) 实施条件

硬件：计算机 软件：winxp\win7\win10 操作系统，Office2010 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

**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		考核得分
	职业素养 (10分)	10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/6/10分标准评分		
工作任务 (90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		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。	20-25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。	15-19分	
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；对产品内容和特色介绍准确，不能很好的区别每一类客户群。	12-14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。	9-11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。	0-8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	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	7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。	10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	10分	
合计	100分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 6. 试题编号：J1-6，售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

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

#### 企业网站特点分析与描述

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

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

#### 2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

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

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

#### 3) 目标客户价值分析

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

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

表 3 “唯品会”客户价值计算与动态分析

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

#### 4) 客户分类管理

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

致20%、C类客户大致70%) 将客户分成ABC类。

表 4 用户到唯品会消费的基本数据表

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

分析上表 4 数据, 完成下表 5 内容填写。

表 5 客户分类管理

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

## (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win10 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

## (4) 评分标准

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

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：J1-7，售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

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

#### 1) 企业网站特点分析与描述

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

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

#### 2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

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

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

#### 3) 客户价值计算

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

假定一个客户在“多喜爱”每个季度消费一次，平均每次消费600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（以销售额来计算）。如果该客户对“多喜爱”提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外20人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外20个人。假定所听到其赞美的客户有20%转化率，听到其抱怨的有60%转化率，或增加了“多喜爱”的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入表3，并进行必要的分析。

表 3 “多喜爱”客户价值动态分析

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

#### 4) 客户分类管理

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

表 4 用户到多喜爱消费的基本数据

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	106000	53%
客户 2	5000	2.5%
客户 3	12000	6%
客户 4	1000	0.5%
客户 5	34000	17%
客户 6	1400	0.7%
客户 7	4000	2%
客户 8	2600	1.3%
客户 9	32000	16%
客户 10	2000	1%

分析上表 4 数据, 完成下表 5 内容填写。

表 5 客户分类管理

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

## (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win10 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

## (4) 评分标准

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

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 8. 试题编号：J1-8，售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

格力电器股份有限公司 (<http://www.gree.com.cn/>) 是目前中国乃至全球最大的集研发、生产、销售、服务于一体的专业化空调企业。公司自1991年成立以来，格力空调奠定了国内空调市场的领跑者地位，格力品牌深入人心，目前主导产品包括家用空调、家庭中央空调、商用中央空调和小家电，其中家用空调年产规模达1500万台（套），中央空调年产值达50亿元。近几年来，随着电子商务的飞速发展，公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。公司通过多年的经营，深刻体会到客户服务对公司发展的重要性。

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开格力网站，了解格力网站的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请用300字以内的文字简明扼要并准确的介绍格力品牌的经营范围、适合人群、产品与服务特色。

表1 客服前的准备

服务特色概述

#### 2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是格力的一名售前客服，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，我想买格力的 KFR-50LW/(50551)FNAb-A3 冷暖型立式变频空调，你家有么？ 注：假如你销售的产品中没有这种空调，为促成一笔订单，你将如何回答？	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：变频空调和非变频空调有什么区别呢？我听说变频空调能节能，是么？ 注：假如你家没有变频空调，只有非变频空调，你将怎么对客户介绍你家的非变频空调，并尽量促成交易呢？	
客服回复：	
C. 商品推荐	
顾客：能给我推荐几款性价比高、制冷效果好的挂式空调吗？	
客服回复：	
D. 质量质疑	
顾客：亲，你推荐的这几款空调都没有人买过，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) 根据格力电器股份有限公司的特色与优势，假如你是格力的售前客服，为了提高你的销量，请你通过各种营销方式来进行推广，写出你的推广方式与内容。（选择两种主打产品进行推广）

表 2 产品推广

产品名称	推广方式	推广内容

#### 4) 客户管理

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，第三类是犹豫客户群，请分析客户群的特点。（从客户的需求特点、客户价值）针对以上三类客户群，你认为应分别采用什么样的方式来进行客户管理工作？

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进行管理？填写表 3。

表 3 客户价值分析

客户类别	客户群特点	客户管理工作
品牌客户群		
低价客户群		
犹豫型客户群		

## (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求60 分钟完成

## (4) 评分标准

### 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; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分			
工作任务 (95 分)	客服准备 (16 分)	公司产品定位 5 分	公司产品定位结合产品的特性进行分析, 定位准确。文笔通顺。			
		目标客户群体 5 分	目标客户群体至少三类以上, 且描述准确			
		营销模式 6 分	营销模式准确, 进行适当说明			
	客户沟通技巧 (24 分)	促成交易 6 分	能给出合适满意的客服口语答案, 并促成交易, 语言简洁准确。			
		介绍商品 6 分	能给出较为合适的客服口语答案, 能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。			
		商品推荐 6 分	能给出较为合适的客服口语答案, 能针对不同情况能做出较为准确的分析, 且在此基础上用较为准确的语言, 且语句流畅、通顺。			
		质量质疑 6 分	能给出较为合适的客服口语答案, 针对客户的质疑, 能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。			
	产品推广 25 分	推广方式 10 分	能针对产品的特点, 选择合理的推广方式。			
		推广内容 15 分	推广内容的设计符合产品特色, 语言通顺, 结构合理, 有一定的创意			
	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						
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

花笙记旗舰店（[错误!超链接引用无效。https://huashengji.tmall.com/](https://huashengji.tmall.com/)）是上海花笙活文化传播有限公司在淘宝网开设的修身唐装的 B2C 交易平台。

#### 1) 客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势）

通过进入该公司网站以及结合搜索引擎掌握唐装的相关知识，包括：唐装的发展历史、工艺面料、款式种类等知识。对该公司的唐装产品进行特色及优势分析（可以从价位、产品种类等方面进行分析）。（字数不超过 100 字）

表1 客服前的准备

服务特色概述

#### 2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是花笙记的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？

表 2 沟通客户需求

A. 促成交易	
顾客：亲，我想买印花单褶九分裤，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，飞龙印花夹克和狮子印花夹克有什么区别呢？我听说现在最流行的是飞龙印花，是么？	
注：假如你家没有飞龙印花夹克，只有狮子印花夹克，你将怎么对客户介绍你家的唐装，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、面料高档的女装么？	
客服回复：	
D. 质量质疑	
顾客：亲，你推荐的这几款服装都没有人买过，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

针对花笙记产品特点，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\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求60 分钟完成

## (4) 评分标准

**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；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95分)	客服准备 (26分)	公司产品定位 10分	公司产品定位结合产品的特性进行分析，定位准确。文笔通顺。			
		目标客户群体 10分	目标客户群体至少三类以上，且描述准确			
		营销模式 6分	营销模式准确，进行适当说明			
	客户沟通技巧 (24分)	促成交易 6分	能给出合适满意的客服口语答案，并促成交易，语言简洁准确。			
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。			
		商品推荐 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对不同情况能做出较为准确的分析，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。			
		质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。			
	客户价值分析 30分	客户群划分 10分	能针对本公司产品准确划分各类客户群，语句表达流畅通顺。			
		客户群分析 10分	针对不同客户群给予合适的分析，分析准确、客观。表述清楚			
		产品推介方式 10分	产品推介方式针对客户群体的划分，结合客户群体的特点，表述清楚，具有很强的可行性			
客户拓展 15分	15分	针对潜在客户群，策划客户拓展方案，要求文笔通顺、方案具体、切实可行				
合计	100分					

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 10. 试题编号：J1-10，售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

聚美优品 (<http://gz.jumei.com/>) 是国内知名正品女性团购网站,也是领先的品牌化妆品团购和护肤品团购网,由陈欧、戴雨森等创立于2010年3月。聚美优品首创“化妆品团购”模式:每天在网站推荐十几款热门化妆品。2014年6月,聚美优品低调上线海淘网站海外购,9月,聚美全面发力海外购,并在首页开通独立频道。2015年4月15日,聚美优品宣布开通独立

母婴频道,正式进军跨境母婴。从2010年3月成立至今,凭借口碑传播,聚美优品拥有5000万注册用户,占女性化妆品团购市场份额的80%以上。

1) 客服前的准备(提炼企业产品服务特色及优势)

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

表1 客服前的准备

特色与优势分析

2) 沟通客户需求(客户沟通技巧)

假如你是聚美优品的一名客服,对于如下情况,你将如何处理?填写表2。

表2 沟通客户需求

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

3) 客户价值分析

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

表3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式

按收入状况划分			

4) 客户管理

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

表4 客户管理

客户类别	客户管理方式

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：wixp\win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60 分钟完成

**(4) 评分标准**

### 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;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分				
工作任务 (95分)	客服准备 (16分)	公司产品定位 5分	公司产品定位结合产品的特性进行分析,定位准确。文笔通顺。			
		目标客户群体 5分	目标客户群体至少三类以上,且描述准确			
		营销模式 6分	营销模式准确,进行适当说明			
	客户沟通技巧 (24分)	打招呼 6分	热情有礼貌,语言简洁准确,符合客服打招呼中基本要求。			
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案,能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。			
		价格辩论 6分	能根据客户的要求在合理范围内进行价格辩论,且在此基础上用较为准确的语言,且语句流畅、通顺。			
		质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案,针对客户的质疑,能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。			
	客户价值分析 25分	客户群 5分	客户群划分正确。			
		特点描述 10分	描述正确			
		推广方式 10分	推广方式选择恰当,描述合理,有一定的创意			
	客户管理	30分	客户类别填写正确 3*3分=9分; 针对客户类别的管理方式合理恰当,描述详尽,体现了客服分级管理的特点;按回答合理性、准确性、具体等分级评分,3*7分=21分。			
	合计	100分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 11. 试题编号：J1-11，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

背景资料：罗莱生活科技股份有限公司（简称罗莱生活）成立于1992年6月，是国内较早涉足家用纺织品行业，集研发、设计、生产、销售于一体的企业。2009年9月公司登陆A股市场，股票代码002293。先后被授予“国家级高新技术企业”、“江苏省睡眠产品新型材料工程技术研究中心”称誉。目前，公司拥有罗莱家纺、LOVO等自有品牌及收购、代理品牌共约20个，终端销售网络近3000家，销售网络遍及全国近32个省市。面对互联网的迅猛发展，罗莱生活与时俱进大力发展电子商务，与各大主流电商平台开展紧密合作，线上业务快速迅猛增长。陈女士在2020年6月18日在罗莱生活官网下单购买了30套床上用品，6月21日收到货物。6月24日，公司的客户陈女士打来电话投诉：

A、陈女士6月18日从公司网站上买了30套床上用品，是单位年会用的，6月21日收到货，但是收货后发现花色图片与实物不一致，于是打电话给客服要求退货；

B、编号为876的客服人员回复：快递信息显示6月19日“已签收”，认为小张6月20日那天没说，到现在才来说，肯定是年会结束了，不想要了来退货的，于是拒绝退货。

C、陈女士非常生气，自己明明6月20日才收到货，为何会显示6月19日“已签收”，要求解释原因，编号876的客服人员要向自己道歉，并坚持要求退货。

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？

#### 1) 客户异议处理

查证情况：

A、罗莱公司相关人员对仓库清查，查明原因是，因618期间活动优惠巨大，改型号花色的床品已经断货，是新进的货品。仓库管理人员又临时聘用新人，工作交接出现了问题，花案确实是不一样的。

B、因为6月20日货是送到门卫那里，恰逢周末，陈女士不在单位不知道，因此货物确实是6月20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 客户异议处理

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

#### 2) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，陈女士的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该陈女士编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助，推新工作等，字数要求300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\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求60 分钟完成

## (4) 评分标准

售后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; 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	36-40 分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分		
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分		
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分, 按 0/3/5 分评分			
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分						
语言通顺、礼节性强 5 分, 按 0/3/5 分评分						
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分						
合计		100 分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 12. 试题编号：J1-12，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

2019年某月，顾客在国储电脑城购买了一台价值五千多元的电脑。详细描述如下：

当日，顾客走进电脑区时，营业员都忙着，有的在接待顾客，有的在理货，当时营业员A接待了顾客，并为顾客介绍产品，但由于顾客穿着很不得体，还问些不着边际的问题，总看些贵重的机器，而且时间已是晚上将近8点钟了，因此营业员也有些不耐烦，觉得肯定不能买，就爱答不理的。顾客说：“能不能帮我介绍一下这款，我想给我儿子买台电脑，要好点的，上大学用！”营业员这会儿觉得，可能会买，这才细心的为顾客介绍。过程中，顾客问回去有问题怎么办。营业员说：“没关系，有什么问题尽管找我。”最终达成了销售。

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

#### 1) 客户异议分析

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

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①电脑开机只有桌面，其它什么也没有；
- ②电脑电池电量损耗太快；
- ③认为售中客服要求其进行产品检测是忽悠他；
- ④要求退货。

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

表2 客户异议处理

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

#### 3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求300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\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

### **(3) 考核时量**

本试题测试要求60 分钟完成

### **(4) 评分标准**

### 售后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; 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	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分, 按 0/3/5 分评分				
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
语言通顺、礼节性强 5 分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计		100 分					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 13. 试题编号：J1-13，售后客户服务与管理

#### (1) 任务描述

湖南长沙的李先生，前不久在一家电卖场举办“618年中大促”上发现，他中意的一款电视产品的优惠幅度达到1200元，于是就购买了一台。可是当他交完钱回家等厂商送货安装时，烦心事就接踵而来了。当时王先生和卖场约好的是在第二天送货上门，而且发票上也写得清清楚楚，可是到了第二天等了一天也没有看到送货的人，于是他就打电话询问，厂商却说由于是降价产品，卖得太火，断货了，正在从厂家紧急调运，要他先等等，再过一天一定送到。无奈，王先生只好等着，等到了再次约定的时间，王先生又是空等一天，厂商的理由和前一天一样。王先生虽然心里头很窝火，但是想到毕竟在价格上捡了便宜，就说服自己耐心地等着，就这样一直等到第四天，服务人员才送货安装。

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

##### 1) 客户异议分析

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

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

##### 2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①卖场承诺第二天安装，结果第四天才安装电视；
- ②安装差错导致客户无法正常观看，厂家处理拖延；

③厂家服务人员称很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训；

- ④要求退货。

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

表2 客户异议处理

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

##### 3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写

一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求300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：winqp\win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成

## (4) 评分标准

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; 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	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分, 按 0/3/5 分评分				
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
语言通顺、礼节性强 5 分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计		100 分					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 14. 试题编号：J1-14，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

去年4月,游客俞某参加了湖南某旅行社组织的新马泰旅游,旅游团一行由泰国导游带领来到曼谷一家颇有名气的国家级大珠宝店,购买了价格1100美元的项链。当时是听一店员介绍的,回国后经权威部门鉴定,所购项链上的“钻石”系假,发现上当,在国内1000多元就能买到。游客认为质保单上的标识对于不是专业人员来说,一时搞不清哪个是宝石的质量、还是钻石的质量、还是整个项链的质量,而这位店员则利用了游客对珠宝知识的缺乏,以欺骗的手法,误导了这次消费,感到非常气愤,侵害了消费者的正当权利,造成了经济上与精神上极大的损失与伤害。游客向旅行社投诉,要求赔偿其经济损失1100美元。

#### 1) 客户异议分析

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

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉,客服处理客户异议的思路是什么?

#### 2) 客户异议处理

通过了解,查证后客户投诉原因在于:

- ①购项链上的“钻石”系假;
- ②要求赔钱。

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

表2 客户异议处理

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

#### 3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理,该客户的异议已得到解决,请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等,字数要求300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\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成

### (4) 评分标准

#### 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;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		36-40分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强		30-35分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性		24-29分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性		16-23分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性		9-15分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节		0-8分			
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分					
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分								
语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分								
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分								
合计		100分						

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 15. 试题编号：J1-15，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

项目背景：大众点评网于2003年4月成立于上海。大众点评是中国领先的本地生活信息及交易平台，也是全球最早建立的独立第三方消费点评网站。大众点评不仅为用户提供商户信息、消费点评及消费优惠等信息服务，同时亦提供团购、餐厅预订、外卖及电子会员卡等O2O（Online To Offline）交易服务。

衡阳市市民李先生一行四人相约到衡阳珠晖区大学城的“炭先生烤肉店”，“炭先生烤肉店”正常价格是245元，在大众点评团购网上的价格是176元，四人一块儿就餐可优惠69元。于是李先生在大众点评网定了优惠套餐，餐后向店员索要发票时，遭到拒绝，商家提出顾客消费用餐的钱款并没有直接付给店里，而是直接付到网上的。要求李先生向大众点评网索要发票。李先生向大众点评网客服咨询时，大众点评网客服008号提出大众点评网与商家签署合同时，已明确表示发票是由商家开据。要求李先生找“炭先生烤肉店”。几次三番推委，李先生多次索要不得发票，李先生愤而向大众点评网投诉。

#### 1) 客户异议分析（30分）

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？（字数要求在200字）将内容填入表1。

表1客户异议分析

属于什么投诉类型？
客户异议思路是什么？

#### 2) 客户异议处理（30分）

客户投诉的原因在于：(1)李先生当日确实进行了购买了优惠券，并进行了消费，(2)李先生确实于当日向客服008号提出咨询，客服人员确实表明可向大众点评网确实可开具发票，但要求李先生自行与商家协商。(3)大众点评网事后并未进行追踪调查。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 客户异议处理

步骤一：	
话术一：	
步骤二：	
话术二：	
步骤三：	
话术三：	
步骤四：	
话术四：	
步骤五：	
话术五：	
步骤六：	
话术六：	

### 3) 客户回访和关怀

通过一周的协商处理，李享受的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助，推新工作等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。（40分）

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\win10 操作系统，Office2010 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

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		考核得分
	职业素养 (10分)	10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律 ; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/6/10分标准评分		
工作任务 (90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	35分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	26-35 分	
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	20-25 分	
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	15-19 分	
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	10-14 分	
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	5-9 分	
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-4 分	
	客户回访关怀	30分	客户回访电子邮件格式 5 分, 按 0/3/5 分评分	5 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	10分	
			语言通顺、礼节性强 5 分, 按 0/3/5 分评分	5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			10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

多喜爱家饰织用品有限公司 (<http://www.dohia.com/>) 是一家以专业设计生产和销售床上用品为主，产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、垫类产品、床具等。公司营销中心设在中国湖南长沙市，开发中心及生产企业等在广东省深圳市东莞市。目前，多喜爱公司拥有自营店近200家，加盟店800余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。6月11日，公司的客户小张打来电话投诉：

①小张6月6日从公司网站上买了20套床上用品，是单位年会用的，6月10日收到货，但是收货后发现实物和图片不一样，于是打电话给客服要求退货；

②编号为1145的客服人员说快递信息显示6月8日“已签收”，认为小张6月8日那天没说，到现在才来说，肯定是年会结束了，不想要了来退货的，于是拒绝退货。

③小张非常生气，自己明明6月10日才收到货，为何会显示6月8日“已签收”，要求解释原因，编号为1145的客服人员要向自己道歉，并坚持要求退货。

#### 1) 客户投诉分析

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

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：

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

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

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

表2 客户异议处理

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

#### 3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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300 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\win10 操作系统， Office2010 版本以上， Acdsee 图片浏览器， HyperSnap6.0 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求60 分钟完成

## (4) 评分标准

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; 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	36-40 分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分		
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分		
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分, 按 0/3/5 分评分			
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分						
语言通顺、礼节性强 5 分, 按 0/3/5 分评分						
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分						
合计		100 分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 17. 试题编号：J1-17，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

天猫某服装商城的客户怒气冲冲地打来电话投诉：

①4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。

#### 1) 客户投诉分析

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

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：

①该种款式的衣服材质有缺陷，洗过之后白色部分确实会变色；

②正是因为有缺陷所以才以特价的方式促销；

③在销售期间没有告知消费者该种款式的衣服有缺陷。

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

表2 客户异议处理

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

#### 3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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300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:	

### (1) 实施条件

硬件：计算机

软件：winqp\win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0

截图工具软件

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成

**(4) 评分标准**

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; 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	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分, 按 0/3/5 分评分				
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
语言通顺、礼节性强 5 分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计		100 分					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 18. 试题编号：J1-18，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

背景资料：“花西子”品牌于2017年诞生于中国杭州，是一个以“东方彩妆，以花养妆”为理念的彩妆品牌。“花西子”品牌探索中国千年古方养颜智慧，针对东方女性的肤质特点与妆容需求，以花卉精华与中草药提取物为核心成分，运用现代彩妆研发制造工艺，打造健康、养肤、适合东方女性使用的彩妆产品。通过线上和线下相结合的销售模式，为用户提供底妆系列、唇妆系列和面妆系列等产品。

李小姐是美妆的忠实拥护者，有一天她在微信朋友圈看到一位微友转发的一条花西子商品推荐信息，受到吸引的李小姐打开链接，进入这位她的微店，购买了一瓶 150 毫升的洗面奶。结果回家用了两天，发现出现脸部过敏反应，于是李小姐联系这位微商，要求退货并退款。结果这位微商以商品已经用过为由拒绝了李小姐的要求。于是李小姐愤而投诉到花西子彩妆微商城的客服那里，要求退货退款并赔偿损失 1000 元。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？

#### 1) 客户异议处理

通过了解查证后，客投诉原因为：

(1) 李小姐确实在某某微商那里购买了某某品牌 150 毫升的洗面奶 1 瓶，并在使用过程中出现了脸部过敏反应。

(2) 李小姐联系微商，要求退货并全额退款，该微商以商品已经启动使用为由，不退不换，拒绝了李小姐的退换货要求。

(3) 李小姐投诉到花西子彩妆，要求退货并全额退款，且赔偿损失 1000 元。

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

表2 客户异议处理

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

#### 2) 客户回访和关怀

通过两个月的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求300 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\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

### **(3) 考核时量**

本试题测试要求60 分钟完成

### **(4) 评分标准**

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; 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	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分, 按 0/3/5 分评分				
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
语言通顺、礼节性强 5 分, 按 0/3/5 分评分							
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分, 按 0/4/6/8/10 分评分							
合计		100 分					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 19. 试题编号：J1-19，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

2021年9月19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4180元，共计8360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。

#### 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？（字数要求在200字）

将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①客户认为旅行社单方面取消合同；

②十一的假期原定计划无法实现，因此不得不重新安排，造成了极大的不便；

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

表2 客户异议处理

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

#### 3) 客户回访和关怀

通过几天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求300字以上。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\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成

### (4) 评分标准

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;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	36-40分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分		
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分		
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分			
客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分						
语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分						
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分						
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 20. 试题编号：J1-20，售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

背景资料：美的集团是一家集消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链（物流）的科技集团。美的集团提供多元化的产品和服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机及各类小家电为主的消费电器业务；以家用空调、中央空调等供暖及通风系统为主的暖通空调业务；以德国库卡集团、美的机器人公司等为核心的机器人及工业自动化系统业务；以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。

美的集团以“科技尽善，生活尽美”为企业愿景，将“联动人与万物，启迪美的世界”作为使命，致力创造美好生活。

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

王先生2019年6月8日从购买了一台美的空调，从安装起空调就不制冷。他从6月20日起开始叫修，分别致电销售人员赵先生和美的空调官方客服。一直到7月25日每天都打一个电话，对方均表示明天将派人上门维修，打了几十个电话但是一直没有维修人员上门维修。

王先生认为无论是美的空调的售后服务热线，还是美的空调的经销商的售后服务均形同虚设。后实在没有办法，他在美的空调官网上投诉，申请处理该事件。

测试任务：

#### 1) 客户投诉分析

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

表1客户异议分析

本案例属于哪种类型投诉？
客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解查证后，客投诉原因为：

(1) 客户通过美的空调授权的经销商渠道购买了空调一台，售后安装后制冷效果不佳；

(2) 客户多次联系经销商要求提供服务，处理未果。

(3) 客户多次致电官方网站联系方式及统一客服电话要求处理未果。

(4) 官方客服接到客户电话后以售后服务归经销商提供为由，并未进行进一步处理。如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表2。

表2 客户异议处理

步骤一：	
话术一：	
步骤二：	
话术二：	
步骤三：	
话术三：	
步骤四：	
话术四：	
步骤五：	
话术五：	

步骤六:	
话术六:	

3) 客户回访和关怀。

通过跟踪处理，陈女士的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该王先生编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助，推新工作等，字数要求500字左右。将邮件内容填入表3。（40分）

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/win10 操作系统，Office2010 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**

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		考核得分	
	职业素养 (10分)	10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/6/10分标准评分			
工作任务 (90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	35分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	26-35分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	20-25分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	15-19分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	10-14分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	5-9分		
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-4分		
	客户回访关怀	30分	客户回访电子邮件格式	5分，按 0/3/5分评分	5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	10分	
			语言通顺、礼节性强	5分，按 0/3/5分评分	5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	10分		
合计	100分					

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 二、岗位核心技能

### 模块二 网站（店）美工

#### 1. 试题编号：H1-1，网店美工设计(宣传海报)

##### (1) 任务描述

【背景资料】某女式箱包店铺准备为双 12 制作一张店铺的海报，要求制作的海报一方面**要突出店铺所销售的箱包风格**，另一方面要营造双 12 节日气氛，色彩喜庆。店铺实施以下优惠促销活动：迎双 12 收藏加购物车送优惠券；双 12 日 1 元秒杀，限时抢购；红包送不停，玩转双 12，活动时间为 12 月 1 日—12 月 12 日。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×400 像素。

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

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的1、2、6三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 60 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	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 \_\_\_\_\_

## 2. 试题编号：H1-2，网店美工设计(宣传海报)

### (1) 任务描述

【背景素材】某男式休闲板鞋，该产品的设计以休闲概念为主题，畅享舒适、物超所值的休闲感受。公司将于春季最新推出新款男士运动休闲耐磨跑步鞋，该鞋尝鲜价为：168 元/双。

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

①海报尺寸：请参照“尺寸样图.jpg”大小新建一个尺寸大小一致的文件。

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

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中1至7中任选3种宝贝图片抠出合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点或者本商品的特色等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“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，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 60 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	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	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
	文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)
合计	100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

### 3. 试题编号：H1-3，网店美工设计(宣传海报)

#### (1) 任务描述

【背景素材】美宝莲巨遮瑕BB霜蕴含的玉米仁精粹，帮助肌肤表面形成防护层，抵御城市污染、粉尘等细颗粒物在肌肤上的附着。另外富含高遮瑕矿物精粹成分，卓效遮盖细纹痘印等瑕疵，打造如陶瓷般无瑕、匀净裸肌。近期，某美宝莲网店全力推出一套巨遮瑕BB霜，臻享价：118 元/套。礼盒套装共有 3 款产品，分别为：“臻白祛斑精粹水 150ml”、“集光祛斑精华液 30ml”、“夜间祛斑修护凝霜 50ml”，并赠送包括精粹水、柔护乳、精华液等 6 件小样及银白夹扣包 1 个的超值大礼包。。

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。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，使用素材中的“花朵.jpg”、“绸缎.jpg”、“礼盒.jpg”合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中任意三张宝贝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 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 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 60 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	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\_\_\_\_\_

#### 4. 试题编号：H1-4，网店美工设计(宣传海报)

##### (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：2022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：请将“店铺设计.jpg”图片上方的主题海报位置尺寸测量后，新建一个尺寸大小与之一致的文件。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，“店铺设计.jpg”的配色效果，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60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	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 \_\_\_\_\_

## 5. 试题编号：H1-5，网店美工设计(宣传海报)

### (1) 任务描述

【背景资料】“宝宝好”品牌是中国最著名的儿童用品品牌，品牌认知度超过95%，遥遥领先于竞争对手，并在中国，北美和欧洲拥有业界领先的市场份额。某“宝宝好”网店拟在双十一推出优惠购物活动：以先领券再购物的活动形式，还将设置数量有限、先到先得的秒杀、半价、免单等环节回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

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

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

④海报中的文字信息：从背景资料中提取 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 60 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	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 \_\_\_\_\_

## 6. 试题编号：H1-6，网店美工设计(宣传海报)

### (1) 任务描述

【背景资料】黄花菜又名金针菜，学名萱草，世人称之为“忘忧草”，是中国的母亲之花，祁东黄花菜种植已有 500 多年，清初已成皇室贡品，以肉质厚实、味道香甜、营养丰富、保健功能突出享誉国内外。祁东黄花菜占全国产量 70%以上，现为全国最大的黄花菜种植基地县，2002 年被评为国家“黄花菜原产地”，2015 年“祁东黄花菜”通过国家地标产品认证。每年 5 月到 7 月是祁东黄花菜的花期，盛开期长达 50 多天，祁东县西区乡镇黄花菜种植连片，绵延百里，适宜观光旅游。同时为响应李总理“大众创业、万众创新”的号召，紧抓“互联网+农村”的机遇，祁东黄花菜已进军互联网创业领域。为此需要对网店进行装修更新。现定本次活动的主题为喜迎丰收聚优惠。届时将以先领券再购物、买多少送多少等活动形式，还将设置数量有限、先到先得的秒杀、半价、买单等环节回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

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

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

④海报中的文字信息：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“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 60 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)	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 \_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：H1-7，网店美工设计（详情页）

### （1）任务描述

“韩迈”是一家以销售时尚背带裤的老牌网店。近期，公司决定上架一款 2022 秋季新款时尚潮流的背带阔腿裤，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

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

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

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

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少 3 种排列方式，模特展示图不少于 5 张。

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

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### （2）实施条件

硬件：计算机。

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

### （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 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)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: ① 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) ② 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种(6-8分) ③ 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上(9-13分) ④ 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计(14-16分)	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计	100分			

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 8. 试题编号：H1-8，网店美工设计（详情页）

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

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

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

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理、排版美观，排版设计中至少用到 3 种排列方式，模特展示图不少于 5 张。

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

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式存储到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### （2）实施条件

硬件：计算机。

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

### （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### （4）评分标准

见试题评分卡(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)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按 0分/3分评分
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排 (3分), 展示图中有无促销宣传用语 (3分) 有无典型特点风格描述 (3分), 整体设计的美观大气效果给分 (按 0分/3分/5分/7分评分)
	产品说明设计	16分	产品说明设计 (4分), 尺码规格设计 (4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度 (按 0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合 (5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方 (5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现 (5分), 每一环节均按 0分/2分/3分/4分/5分评分
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: ① 详情页中模特展示图设计少于 3张, 且排版单一 (0-5分) ② 详情页中模特展示图多于 3张少于 5张, 且排版样式达到 2种, (6-8分) ③ 详情页中模特展示图多于 5张, 且且排版样式达到 3种以上, (9-12分) ④ 详情页中模特展示图多于 5张, 且且排版样式达到 3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计 (5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性 (按 0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局和美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确 (3分)、切片规范合理性 (4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下 (2分)
合计	100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 9. 试题编号：H1-9，网店美工设计（详情页）

### （1）任务描述

“妩魅彩妆”是一家专业销售时尚品牌美妆的网店。近期，该店决定上架一款色泽浓郁、持久滋润的丝缎美容唇膏，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详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

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

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

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### （2）实施条件

硬件：计算机。

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

### （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### （4）评分标准

见试题评分卡(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)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按 0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: ① 详情页模块标识图标少于 2个, 且设置呆板生硬 (0-5分) ② 详情页模块标识图标 3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) ③ 详情页模块标识图标 4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) ④ 详情页模块标识图标达到 5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于 3张, 且排版单一 (0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于 3张少于 5张, 且排版样式达到 2种 (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于 5张, 且排版样式达到 3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于 5张, 且排版样式达到 3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计 (4分), 表格设计 (4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度 (按 0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合 (5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方 (5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现 (5分), 每一环节均按 0分/2分/3分/4分/5分评分
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计 (5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性 (按 0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确 (3分)、切片规范合理性 (4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下 (2分)
合计	100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 10. 试题编号：H1-10，网店美工设计（详情页）

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

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

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

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，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 60 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)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按 0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: ① 详情页模块标识图标少于 2个, 且设置呆板生硬 (0-5分) ② 详情页模块标识图标 3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) ③ 详情页模块标识图标 4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) ④ 详情页模块标识图标达到 5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于 3张, 且排版单一 (0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于 3张少于 5张, 且排版样式达到 2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于 5张, 且排版样式达到 3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于 5张, 且排版样式达到 3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计 (4分), 表格设计 (4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度 (按 0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合 (5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方 (5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现 (5分), 每一环节均按 0分/2分/3分/4分/5分评分
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计 (5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性 (按 0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确 (3分)、切片规范合理性 (4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下 (2分)
合计	100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 11. 试题编号：H1-11，网店美工设计（详情页）

### （1）任务描述

“优贝之家”是一家以销售优彼系列儿童早教产品为主的网店。近期，优彼玩具生产厂商发布一款新型儿童早教产品—情境学习魔法箱。“优贝之家”也拿到了销售代理权。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详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

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

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

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### （2）实施条件

硬件：计算机。

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

### （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### **(4) 评分标准**

见试题评分卡(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)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求,按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作,设置的合理,引导性的明确,分段计分,详细计分规则如下: ① 详情页模块标识图标少于2个,且设置呆板生硬(0-5分) ② 详情页模块标识图标3个,且设置合理具有一定的引导促销效果,(6-8分) ③ 详情页模块标识图标4个,且设置合理具有一定的引导促销效果,(9-12分) ④ 详情页模块标识图标达到5个及以上,且设置合理、引导性较强,有较好的引导促销效果,(13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度,分段计分,详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张,且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张,且排版样式达到2种(6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,(9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,且在展示中有相关文字或标注的衬托设计,(13-16分)	
	产品说明展示	16分	产品说明设计(4分),产品附件设计(4分);文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分),设计中是否图文混排,简洁直观、美观大方(5分),以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分),每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分)相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分,按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
	合计	100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 12. 试题编号：H1-12，网店美工设计（Logo、Banner及主图设计）

### （1）任务描述

“桐桐”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，“桐桐玩具”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 1920 像素，高度为 500 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“首页 banner.PSD”和“首页 banner.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

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

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 13. 试题编号：H1-13，网店美工设计（Logo、Banner及主图设计）

#### （1）任务描述

“馨美思”是一家以销售女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 68 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向导；Banner 中应添加店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“首页 banner.PSD”和“首页 banner.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，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 60 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)	<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>		
	尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0分/2分评分
	设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0分/4分/6分/8分/10分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确 (4分), 文件大小符合要求 (2分)
	<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>		
	尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0分/2分评分
	背景设计	8分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按 0分/4分/6分/8分评分
	内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo (按 0/2/3 评分), 店铺名称 (按 0/2/3 评分), 宣传促销标语 (按 0/2/3/4 分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按 2分/3分/4分/5分评分)
	文件保存	6分	文件名和格式正确 (4分), 文件大小符合要求 (2分)
	<b>商品主图设计 (46分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0分/2分评分; 2张主图共 4分
	主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图 9分, 2张主图共 18分
	促销元素	16分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0分/4分/6分/8分评分 每张主图 8分, 2张主图共 16分
	存储要求	8分	文件名和格式正确 (2分), 文件大小符合要求 (2分); 每张主图 4分, 2张主图共 8分
	合计	100分	

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 14. 试题编号：H1-14，网店美工设计（Logo、Banner及主图设计）

### （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 1920 像素，高度为 500 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②背景要求：使用素材中的“花瓣.jpg”、“礼盒.jpg”合成设计美观的图片，制作 Banner 的背景。

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“首页 banner.PSD”和“首页 banner.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，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 60 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)	<b>店铺 Logo 设计 (18分)</b>		
	尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0分/2分评分
	设计要求	10分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0分/4分/6分/8分/10分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确 (4分), 文件大小符合要求 (2分)
	<b>店铺 Banner 设计 (31分)</b>		
	尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0分/2分评分
	背景设计	8分	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按 0分/4分/6分/8分评分
	内容设计	15分	Banner 中添加店铺 Logo (按 0/2/3 评分), 店铺名称 (按 0/2/3 评分), 宣传促销标语 (按 0/2/3/4 分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按 2分/3分/4分/5分评分)
	文件保存	6分	文件名和格式正确 (4分), 文件大小符合要求 (2分)
	<b>商品主图设计 (46分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0分/2分评分; 2张主图共 4分
	主图修饰	18分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0分/3分/5分/7分/9分评分 每张主图 9分, 2张主图共 18分
	促销元素	16分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0分/4分/6分/8分评分 每张主图 8分, 2张主图共 16分
	存储要求	8分	文件名和格式正确 (2分), 文件大小符合要求 (2分); 每张主图 4分, 2张主图共 8分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 15. 试题编号：H1-15，网店美工设计（Logo、Banner及主图设计）

### （1）任务描述

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

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

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 16. 试题编号：H1-16，网店美工设计（Logo、Banner及主图设计）

### （1）任务描述

“葆顺堂”致力于挖掘、发扬传统汉方，运用科技技术，提取天然植物中草药活性成分，提供完美肌肤内在动力并致力于中药草本护肤研发。为了拓展客户市场，“葆顺堂”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“首页 banner.PSD”和“首页 banner.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

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

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 17. 试题编号：H1-17，网站页面的编辑美化

### (1) 任务描述

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

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



图 1：样图 index

②打开图片 tu-1.jpg, a\_14.jpg, 将 tu-1.jpg 中的西式蛋糕扣下来，复制到 a\_14.jpg 中的文字“西式蛋糕”左边，即把 a\_14.jpg 中的白色盘子图片换成 tu-1.jpg 中的西式蛋糕图片，效果如上图样图 1(左下角图片)；

③打开 tu-2.jpg、tu-3.jpg、tu-4.jpg，选取图片中的主要食物素材，并调整三个图的大小和背景与图 a\_07.jpg 一致；并把修改好以后的三个图片放进 a\_13.jpg 中；

④打开 tu-5.jpg、tu-6.jpg，调整大小与 a\_04.jpg 一致，并将这三幅图片（tu-5.jpg、tu-6.jpg 与 a\_04.jpg）制作成轮播形式，将做好的动画图片保存为 a\_04.gif；

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

⑥在左边栏即文字“美味西点”下方单元格中输入以下文字和字母：  
“LVSESHPIN

绿色食品

XISHIGAODIAN

西式糕点

BINFENSHIJIE

缤纷世界”

⑦对左下方的红色文字“进入”进行热点链接，链接到网页“http://www.xinshipu.com”，更新图片 a\_04.jpg 为 a\_04.gif。

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

### (2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop

CS6.0 , Dreamweaver CS3

### (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 H1-17)

试题评分卡 (H1-17)

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

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 18. 试题编号：H1-18， 网站页面的编辑美化

### (1) 任务描述

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

①将 images 文件夹下的 img\_01. Jpg 打开，添加公司名称“农夫绿色水果店”，放在英文字母的下面，字体为楷体或者华文行楷，字体大小 18 点，并将文字加上投影，内发光和斜面浮雕，其中斜面和浮雕的样式选择“外斜面”，其他默认。将做好的图片按名字 img\_01 副本. Jpg 保存（参见下图 5）；

②打开图片 tu-1.jpg，将水果抠出来，必须将图片 tu-1.jpg 中左下方的“昵图网：nipic.com/...”等白色文字去除，书写水印文字“农夫绿色水果”，并将它作为自定义的画笔，命名为“水印”，写到水果上面，将做好的图片复制到 img\_01 副本. Jpg 图片的右边空白处并调整大小，做好以后还是按名字 banner. Jpg 保存好；具体效果见下图样图 5（主页参考图）；

③给 images 文件夹下已有的图形 img\_24.jpg、img\_27.jpg、img\_29.jpg、img\_31.jpg，添加上题中已经做好的画笔样式“水印”，将图片 img\_24.jpg 调整色彩平衡，其色阶调整见下图 1；



图 1：色彩平衡调整参数

调整图片 img\_27.jpg 的亮度对比度，参数见下图 2：



图 2：亮度对比度调整参数

调整图片 img\_29.jpg 的色阶，参数如下图 3：

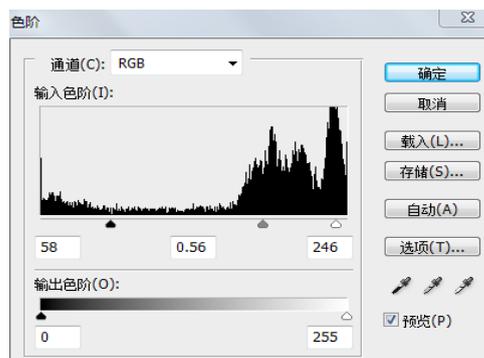


图 3：色阶调整参数

将所有做好的图片按原图片名称保存好;

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



图 4：动画过渡参数设置

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

⑥在“什么是绿色食品”栏目下的空白处添加以下文字段落：

“如今“绿色食品”倍受消费者青睐，但许多人对它的内涵并不十分清楚，从而出现种种误解：一曰“绿色食品”就是含叶绿素的绿颜色食品；二曰“绿色食品”就是走上餐桌的野菜；三曰市场上销售的绿颜色食品就是“绿色食品”...””

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

```
<marquee scrollAmount=2 width=300 height=160 dir="right">
    早晨好啊! <br>
    气好清新啊 <br>
    今朝食 也好呢?
    http://www.cctv.com> 中央电视台
</marquee>
```

具体效果见下面的样图 5:



图5 主页样式图

## (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，Dreamweaver CS3

## (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 H1-18)。

试题评分卡 (H1-18)

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

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 19. 试题编号：H1-19，网站页面的编辑美化

### (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 550 像素裁剪下来，按原来的名称保存好；

④打开网页 product.html,将做好的图片 img\_01 副本. Jpg, img\_04 副本. Jpg 更新，即图片 img\_01. Jpg 和img\_04. Jpg 原本所放的位置，将裁剪后的图片 tu-2.jpg 放在网页左边的空白处（见下图样图 1）；



图 1：样图 1（网页 product.html 效果图）

⑤将 images 文件夹下的 tu\_3. Jpg 打开，添加公司的 LOGO 图片 logo.jpg（要求白色背景一定要删除），将图片 tu\_3. Jpg 大小调整为宽 1000 像素，高 300 像素，打开主页文件 index.html，把做好的图片插入到主页最顶端，作为主页的 LOGO 图片（见下图样图 2）；

⑥将 images 文件夹下的产品描述图片 pro\_1.jpg 和 pro\_2.jpg 打开，把两幅图的大小均修改成宽 500 像素，高 550 像素；参照图片 pro\_2.jpg 给 pro\_1.jpg 加上颜色为“#e2dbd2”的外框，边框大小为 8 像素，如下图所示；并将做好的图片以原名称保存好；

⑦打开主页文件 index.html，在网页最低端单元格内插入做好的图片 pro\_1.jpg 和



pro\_2.jpg，（参照下图 2）；并要求对有芦荟的图片进行链接处理，链接到

内部网页：网页 product.html；并在网页 product.html 中对“首页”文字 进行链接，连接到主

页 index.html，完成两个网页的相互链接。



图 2: 样图 2 (主页 index.html 效果图)

## (2) 实施条件

硬件: 计算机; 软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本, Photoshop CS6.0 , Dreamweaver CS3

## (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 H1-19)

试题评分卡 (H1-19)

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。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 \_\_\_\_\_

## 20. 试题编号：H1-20，网站页面的编辑美化

### (1) 任务描述

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

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

①将 images 文件夹下的图片 bg\_1. Jpg 和图片 logo.jpg 打开，新建一个大小为宽 800 像素，高 200 像素的文件，命名为 banner.jpg，将图片 bg\_1. Jpg 里面的中间的背景红花背景图片复制到新建文件 banner.jpg 中，作为 banner.jpg 图片的背景，再将 LOGO 图片 logo.jpg 中的图片（只移图片，文字不动）移到 banner.jpg 图片的左边，并调整到合适大小，在中间位置写上文字和英文网址：“环球旅游资讯网，www. Global-TI.com”文字大小和颜色等自定义，但要求加上投影和外放光，投影参数见下图 1 和下面的样图 2：



图 1：投影参数图

②将 images 文件夹下的图片 tu\_1. Jpg 中的两个人删除掉，打开 tu\_2. Jpg，大小调整成和图片 tu\_1. Jpg 大小一致，并将 tu\_2. Jpg 复制到图片 tu\_1. Jpg 中，作为新的图层 1 保存，图层 1 的模式为“正片叠底”；将图片 tu\_1. Jpg 按原文件名保存；

③打开主页文件 index.html,将光标放到左侧的单元格中，插入 images 文件夹下的两张图片 tu\_3. Jpg 和 tu\_4. Jpg 做出鼠标经过图像效果（注意两者图片的大小调整）；

④将图片 li\_1.jpg, li\_2.jpg, li\_3.jpg, li\_4.jpg 几张图片的大小均调整成宽 198 像素，高 70 像素；

再进行滚动图片设计：在主页最下面“友情链接”的单位格里面创建滚动的图片（见下样图 2）利用下面的代码设计成滚动图片效果。

从右到左水平滚动图片代码：

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

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



图 2：样图 2（主页效果图）

⑤新建网页文件“fengguang.html”,插入居中对齐的三行三列的表格，将第一行单元格合并，插入主页中做好的导航条，在整个表格中插入背景图片“bg\_2.jpg”;

⑥将 images 文件夹下的图片 pic\_1. Jpg, pic\_2. Jpg, pic\_3. Jpg, pic\_4. Jpg,调整大小为: 宽370 像素×高 200 像素，再把每幅图上的文字水印删除; 最后加上相框图片“xiangk.jpg”中的金属相框，要求相框图片中的白色部分和其他文字都必须删除;（参见下图样图 3）命名为 图片的副本，即命名为 pic\_1 副本. Jpg,pic\_2 副本. Jpg,pic\_3 副本. Jpg,pic\_4 副本. Jpg;



图 3：样图 3（网页“fengguang.html”效果图）

⑦将做好的 pic\_1 副本. Jpg, pic\_2 副本. Jpg, pic\_3 副本. Jpg, pic\_4 副本. Jpg 四幅图分别插入到网页文件“fengguang.html”中（如上图 3 所示）,导航条中文字“网页首页”链接到网页文件 default. Html, 再打开网页 default. Html, 将导航条中的文字“各地风光”链接到网页文件 fengguang.html, 实现两个网站的相互链接。

## （2）实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS6.0，Dreamweaver CS3

## （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 H1-20)。

试题评分卡 (H1-20)

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

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 模块三 电商平台运营

### 1. 试题编号：H2-1，电子商务数据分析

#### (1) 任务描述

小张准备在淘宝网经营一家女装店铺，但因不了解女装行业的发展状况，为了避免进入高度饱和的行业，影响店铺后期的发展，小张计划进行淘宝平台的女装行业发展分析，从中选择市场容量大、销售前景好的子行业进入，并进一步分析子行业的集中度，明确是否还有进驻该行业的机会。

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

##### 1) 明确分析目标

通过对任务描述的分析 and 理解，根据数据化运营知识，为小张确定此次数据分析的目标，填入表 1 中。

表 1 任务分析目标

分析目标

##### 2) 女装子行业市场容量分析

小张已经确定进入女装行业，但对目标行业下各个子行业的发展状况不是非常了解，为了明确计划切入的品类，并为后期的品类上新计划提供决策依据，小张决定进行女装子行业市场容量分析，请按照提示步骤完成相关操作分析：

①创建数据透视表：请根据试题文件夹中提供的“源数据 2-1 女装子行业原始数据.xlsx”创建数据透视表，要求行标签为“类目名”，求和项为“支付金额较父行业占比”。

②插入数据透视图：根据数据透视图插入数据透视图，要求能够选用合适的的数据图类型并进行美化，使数据展示更直观。

③插入切片器：女装具有一定的季节性，为了准确判断，需要查看一整个自然年的数据，为了便于查看并分析全年数据，请在数据透视图插入切片器工具。

④分析女装子行业市场容量：通过对处理后的数据进行分析，选出其中市场容量大的子行业，并将分析结果填写在处理后的 excel 表格中，保存文件为“市场容量分析.xlsx”。

##### 3) 女装子行业集中度分析

一般通过赫芬达尔指数（HHI）来反映行业集中度，该指数计算方法为将竞争对手的市场份额平方值相加。因小张初步选定的电商平台为淘宝网，他通过生意参谋采集到女装行业排名前 50 位品牌的交易指数的原始数据（见试题文件夹中提供的源数据 2-1 行业集中度原始数据.xlsx），请根据数据按照该指数的计算步骤完成计算并进行分析。

①计算品牌市场份额时为了防止复制公式到其他单元格后，单元格地址自动变化，需要如何设置公式？请将设置方式填入表 2 中。

表 2 设置方式

设置方式

②计算市场份额：分别计算各个品牌的市场份额，品牌的市场份额为该品牌的交易指数除以 50 个品牌的交易指数之和。

③计算市场份额平方值：一次计算各个品牌的市场份额平方值。

④计算行业集中度：上述两项数值计算完成后，计算赫芬达尔指数，即行业集中度。

⑤分析女装子行业集中度：依据行业集中度的计算数据，分析女装子行业集中度，并将分析结果填写在处理后的 excel 表格中，保存文件为“集中度分析.xlsx”。

4) 分析结论：

根据以上数据处理与分析，请为小张做出决策，应该选择目标行业的哪一子行业，该子行业是否有进入的机会，将分析结论填入表 3。

表 3 数据分析结论

分析结论

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见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 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	明确分析目标 (10分)	4分	目标分析思路清晰，文笔通顺	
		6分	目标分析准确，符合任务要求	
	女装子行业市场容量分析 (35分)	8分	数据透视表正确，符合要求	
		9分	数据透视图美观，能直观展示数据	
		8分	插入的切片器准确，便于查看数据	
		10分	女装市场容量大的子行业选择正确，文件名正确	
	女装子行业集中度分析 (35分)	8分	市场份额计算设置方式准确	
		10分	各个品牌的市场份额计算准确	
		8分	赫芬达尔指数计算准确	
		9分	女装子行业集中度分析准确	
	分析结论 (10分)	4分	结论分析思路清晰，文笔通顺	
		6分	结论分析准确，能据此作出正确决策	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 2. 试题编号：H2-2，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

洞察企业客户群画像，能够帮助企业实现“千人千面”，使企业可以针对不同人群制定差异化的运营策略。时尚潮流是一家经营女装产品的淘宝店铺，打算在近期举办一场营销活动，以推广其上架的新产品，为了顺利推出新产品并取得优质的营销效果，旗舰店需要了解其店铺客户的群体特征，为此采集了网店近期的客户相关数据（性别、年龄、地域等），对店铺客户特征进行整体分析并绘制客户画像，为企业精准营销提供基础。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的“源数据 2-4 客户特征分析.xlsx”数据，帮助其完成客户画像数据分析相关任务的实施，为店铺运营决策提供数据支持。

#### 1) 客户来源地域分析

制作客户地域分布透视图表（分别将“来源地域”设置为“轴”和“值”），得到客户来源地域分析柱形图表，保存文件为“客户来源地域分析.xlsx”，并回答表 1 问题。

表 1 客户来源地域分析

该网店客户来源最多的地域是：

#### 2) 客户性别分析

制作客户性别分析透视图表（分别将“客户性别”设置为“轴”和“值”），然后更改图表类型为“饼状图”且数据标签显示方式为“百分比”，保存文件为“客户性别分析.Excel”，并回答表 2 问题。

表 2 客户性别分析

该网店男性客户占比是：
女性客户占比是：

#### 3) 客户年龄分组分析

使用分组分析方法（VLOOKUP 函数）和数据透视图表对客户年龄数据进行分析，得到客户年龄分组分析透视柱形图表。要求：设置年龄分组及分组下限，其中将年龄依次分组为：1-18 岁、18-25 岁、25-30 岁、30-35 岁、35-40 岁、40-45 岁、45-50 岁、50-岁。保存文件为“客户年龄分组分析.xlsx”

#### 4) 客户端来源分析

制作客户来源端分析透视图表（分别将“客户来源端”设置为“轴”和“值”），然后更改图表类型为“饼状图”且数据标签显示方式为“百分比”。保存文件为“客户端来源分析.xlsx”，并回答表 3 问题。

表 3 客户端来源分析

该网店移动端客户占比是：
PC 端客户占比是：

5) 客户产品偏好、价格偏好分析

制作客户产品偏好、价格偏好透视图表，（分别将“产品价格”“产品名称”在“轴”与“值”中各设置一次），并将“产品价格”的值显示方式设置为“平均值”，得到数据透视表，选中数据透视表，插入组合图形，将“产品价格”设置为折线图，“产品名称”设置为柱形图，得到分析图形。保存文件为“客户产品偏好与价格偏好分析.xlsx”，并回答表 4 问题。

表 4 客户产品偏好、价格偏好分析

该网店客户偏好购买的产品，排名第一的是：
该网店客户偏好的购买价格是：

6) 客户职业分析

制作客户职业分析分析透视图表（“行”与“值”均设置为“客户职业”），得到客户职业数据透视图表，保存文件为“客户职业分析.xlsx”

7) 绘制客户画像

结合以上分析结果完成下列表 5 的填写，包括：客户画像、标签类型（动态属性标签、静态属性标签），方便网店日后管理客户数据。

表 5 绘制客户画像

标签	客户画像	标签类型
地域		
性别		
年龄		
价格偏好		
产品偏好		
客户端		
职业		

8) 归纳分析结论

结合以上分析过程和客户画像，总结该网店整体客户特征并分析该网店客户购买趋势和需求趋势，同时提出合理的店铺后续客户营销策略。

表 6 分析结论

分析结论:

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见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 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守 操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	客户来源地域分析 (10分)	6分	客户地域分布透视图表美观正确	
		4分	客户来源地域分析准确	
	客户性别分析(10分)	6分	客户性别分析透视图表美观正确	
		4分	客户性别分析准确	
	客户年龄分组分析 (12分)	6分	分组分析方法(VLOOKUP 函 数)使用正确	
		6分	年龄分组设置正确	
	客户产品偏好、价 格偏好分析(14分)	6分	透视图表美观正确	
		4分	产品偏好、价格偏好分析图形表 美观正确	
		4分	产品偏好、价格偏好分析准确	
	客户职业分析(6分)	6分	客户职业分析透视图表美观正确	
	绘制客户画像(28分)	14分	客户画像准确	
		14分	标签类型准确	
	归纳分析结论(10分)	5分	准确总结该网店整体客户特征	
		5分	提出合理的客户营销策略	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 3. 试题编号：H2-3，电子商务数据分析

#### (1) 任务描述

客户忠诚度是客户在企业长期重复购买的程度，客户忠诚度分析的目的是检验企业客户忠诚度管理的成果，并及时优化客户忠诚度管理办法。电子商务企业通过提高客户忠诚度，能够在一定程度上减少客户流失，取得更高的销量和利润。同时，流量是电子商务企业的命脉，流量的多少，直接影响企业的营收，对流量结构进行分析，能够帮助企业了解单位时间内哪种渠道为企业带来的流量更多，哪种渠道的投入产出比最大，企业可以根据分析结果优化引流方式。

时尚潮流是一家经营女装产品的淘宝店铺，发现近三个月的客户忠诚度有所下降，首要表现是客户的重复购买率呈下降趋势，为了核实客户忠诚度下降的程度并及时优化客户忠诚度管理办法，为此采集了网店近期的客户购买频次与复购数据，了解目前企业的客户忠诚度情况并进行优化。并对免费流量结构和付费流量结构两个维度展开分析，以此明确每种流量类型引流较多的渠道，指导企业后续推广渠道的优化。

1) 请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的“源数据 2-5 客户忠诚度分析.xlsx”数据，帮助其完成客户忠诚度数据分析相关任务的实施，为店铺忠诚度管理优化提供数据支持。

##### ① 客户购买频次分析

选中所有数据区域，插入数据透视表，将“行”与“值”均设置为“用户名”，保存文件为“客户购买频次分析.xlsx”，并回答表 1 问题。

表 1 客户购买频次分析

客户总数量	
客户购买频次排名第一的客户及频次	
客户购买频次排名第二的客户及频次	
客户购买频次排名第三的客户及频次	
客户购买频次排名第四的客户及频次	

##### ② 客户重复购买率分析

将客户购买频数透视表中的“行标签”进行“值筛选”，并设置为“大于等于 2”，得到筛选后的数据透视表，保存文件为“客户重复购买率分析.xlsx”，并回答表 2 问题。

表 2 客户重复购买率分析表

客户总数量	
重复购买客户数	
客户重复购买率	

##### ③ 归纳分析结论

结合以上分析过程和客户画像，总结该网店整体客户特征并分析该网店客户购买趋势和需求趋势，同时提出合理的店铺后续客户营销策略。

表 3 分析结论

分析结论：

2) 请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的“源数据 2-5 流量结构分析.xlsx”数据，对免费流量结构与付费流量展开分析，并运用组合图形实现流量结构可视化。

采用排序的方式对付费流量、免费流量进行归类

①付费流量结构分析

A、计算付费流量投入产出比：复制统计日期、流量来源、来源明细、成交转化率、成交额、投入成本对应的区域到新的Excel表中，完成付费流量投入产出比的计算，并填写在表4中。

表 4 计算付费流量投入产出表

统计日期	流量来源	来源明细	成交转化率	成交额/元	投入成本/元	投入产出比

B、选择来源明细、成交转化率、投入产出比对应的数值区域，插入组合图形，将成交占比设置为簇状柱形图，将投入产出比设置为折线图，最后，将成交占比设置为次坐标轴，得到付费流量结构分析图，将分析图复制到表5中。

表 5 付费流量结构分析

付费流量结构分析图：
付费流量结构分析

②免费流量结构分析

复制统计日期、流量来源、来源明细、访客数、点击量和成交订单数对应的区域到新的Excel表中。选择来源明细、访客数、点击量、成交订单数对应的数值区域，插入组合图形，将访客数设置为簇状柱形图、点击量和成交订单数设置为折线图，并将访客数设置为次坐标轴，将折线图复制到表6中，并对免费流量结构进行分析。

表 6 免费流量结构分析

免费流量结构分析图：
免费流量结构分析

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见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 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (90分)	客户忠诚度 分析 ( 50分)	客户购买频次分析 ( 20)	12分	客户购买频次透视图表美观正确	
			8分	客户购买频次分析准确	
		客户重复购买率分析 ( 20分)	12分	客户重复购买分析透视图表美观正确	
			8分	客户重复购买率分析准确	
		归纳分析结论 ( 10分)	5分	准确总结该网店整体客户忠诚度情况	
			5分	提出合理的客户忠诚度管理策略	
	流量结构分析 ( 40分)	付费流量结构分析 ( 20分)	12分	付费流量结构分析图表美观正确	
			8分	付费流量结构分析准确	
		免费流量结构分析 ( 20分)	12分	免费流量结构分析图表美观正确	
			8分	免费流量结构分析准确	
	合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 4. 试题编号：H2-4，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

客户行为分析是对客户选择、购买、使用、评价、处理产品或服务过程中产生的数据进行分析。企业可以根据客户行为分析的结果预测客户需求、监测客户流向等，进而有针对性的提供满足客户需求的产品或服务，有针对性的引领客户转化到最优环节或企业期望客户抵达的环节，最终达到提升企业营收的目的。某数码店铺是一家主营U盘、移动硬盘等数字存储设备的淘宝店铺，该店铺为了优化企业运营策略并提升营收，决定对客户行为进行分析，为此，该店铺决定对客户行为轨迹、浏览与收藏行为展开分析。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的源数据 2-6 客户行为数据，帮助其完成客户行为数据分析相关任务的实施，为店铺运营决策提供数据支持。

#### 1) 客户浏览与收藏行为分析

客户浏览与收藏行为分析，是分析单位时间内客户在企业网店的浏览量与收藏量变化趋势。源数据 2-6 客户行为数据.xlsx 是店铺最近一个月的客户浏览量与收藏量数据，请按照以下相关操作要求，分析客户浏览与收藏行为是否存在异常，并找出数据量偏高的（低）的时间段。

①选择并设置组合图形：选中数据表中的数值区域，插入组合图形，将浏览量设置为簇状柱形图，将访问量设置为折线图和次坐标轴，得到浏览量、收藏量组合图形。

②组合图形处理：得到初步制作好的浏览量、收藏量组合图形，对组合图形进行处理，添加标题、数据等并进行美化，使数据展示更直观。

③组合图形分析：根据处理后的浏览量、收藏量组合图形，进行客户浏览量与收藏量分析并将结果填入表 1。

表 1 客户浏览与收藏行为分析

客户浏览与收藏行为分析：

#### 2) 客户行为轨迹分析

分析客户行为轨迹，了解客户在网店页面的跳转情况，以此预测客户需求、监测客户流向，帮助店铺优化运营策略。请按照提示步骤完成相关操作分析：

①客户入口页面分析：流量入口页面即客户通过哪些页面进入店铺，常见的流量入口页面有：导购页面、内容页面、首页、产品详情页、搜索结果页、其他页面。如图 1 所示是该店铺客户入口页面数据汇总表，请将该组数据导入 Excel 中。

	A	B	C
1	客户入口页面	访客数/人	下单买家数/人
2	导购页面	2634	1002
3	内容页面	1380	436
4	首页	1590	365
5	商品详情页	6325	2316
6	其他页面	3205	1032

②将数据导入 Excel 中后，选中所有数据区域并插入数据透视表，制作客户入口页面数据透视图表 4。选中数据透视图，将其图表类型重新设置为：堆积条形图，得到美化后的客户入口页面数据透视图。

③根据数据透视图分析客户入口页面，将分析结果填入表 2。

表 2 客户入口页面分析

客户入口页面分析：

④详情页客户来源路径分析：如下图所示，是店铺详情页的客户来源路径表，请根据该表内容，分析详情页客户来源路径，将分析结果填入表 3。

店内路径					
店铺导购页面	店铺内容页面	首页	商品详情页	店铺详情页	店铺其他页
访客数1804	访客数232	访客数1523	访客数6352	访客数365	访客数63
占比17.45%	占比2.24%	占比14.73%	占比61.44%	占比3.53%	占比0.61%
来源	访客数/人	访客数占比			
店铺导购页面	1727	19.66%			
店铺内容页面	211	2.40%			
首页	932	10.61%			
商品详情页	3021	34.40%			
店铺详情页	261	2.97%			
店外其他来源	2631	29.96%			

表 3 详情页客户来源路径分析

详情页客户来源路径分析：

⑤详情页客户去向分析：如下图所示，是该店铺详情页的客户去向路径表，请根据该表内容，分析详情页客户去向路径，将分析结果填入表 4。

去向	访客数 /人	访客数 占比	支付金额 /元	支付金额 占比
店铺导购页面	1321	15.04%	21023	26.45%
店铺内容页面	100	1.14%	1103	1.39%
首页	831	9.46%	9512	11.97%
商品详情页	3315	37.74%	43654	54.92%
店铺详情页	227	2.58%	4201	5.28%
离开店铺	2989	34.03%	0	0%

表 4 详情页客户去向分析

详情页客户去向分析：

### 3) 归纳分析结论

结合以上分析过程，总结该网店整体客户购物行为，同时提出合理的店铺后续客户营销策略，保存文件为“客户行为分析.xlsx”，并将分析结论填入表 6。

表 6 分析结论

分析结论：

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2010 版本。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

#### (4) 评分标准

见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 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	客户浏览与收藏行为分析(30分)	10分	插入组合图形设置准确	
		10分	浏览量、收藏量组合图形美观，能直观反映数据	
		10分	客户浏览与收藏行为分析准确	
	客户行为轨迹分析 (50分)	10分	正确导入客户入口页面数据	
		10分	客户入口页面数据透视图正确且美观	
		10分	客户入口页面分析准确	
		10分	详情页客户来源路径分析准确	
		10分	准确详情页客户去向分析	
	归纳分析结论(10分)	5分	准确总结该网店整体客户购物行为	
5分		提出合理的客户营销策略		
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 5. 试题编号：H2-5，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

在淘宝网经营活动中，企业往往都会通过站内付费推广工具如直通车、钻展、淘宝客，免费推广工具微淘、网店活动等渠道进行营销，如何更好地使用这些工具、渠道提升网店流量和人气，为网店带动更多的成交，便要从推广数据分析开始。某电商企业主营零食夹心面包为主，目前已知店铺 2019 年各 9 月份的直通车推广数据，部门经理安排小王对本月直通车推广情况进行分析，支撑销售策略的优化。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，帮助其完成关键词推广效果分析相关任务的实施，为店铺销售策略的优化提供数据支持。

#### 1) 通过免费途径获取关键词

卖家在撰写商品标题之前，需要了解商品标题是如何构成的，标题是关键词的组合，而每一个关键词都是流量入口，做一个好标题可以提高产品的流量，做标题的前提是找到关键词，否则若连关键词都不知道标题是无从下手的。在平台搜索不同类目的商品关键词，可以发现商品标题均是由核心词、属性词、长尾词和促销词构成的。



图 1 夹心面包商品

结合给定的企业背景，通过系统推荐、搜索下拉框、TOP20 万词库等渠道，搜索商品关键词，完成以下表格填写。

①核心词确认：卖家要选一个好的核心词，这样才能将商品的流量集中。核心词一般包含产品词、类目词、品牌词和二级词。卖家在撰写标题时，应该从买家的角度考虑，比如选择类目词时，卖家可以参考各电商平台首页的类目划分。

表 1 核心词表

核心词	
类目词	
产品词	

②属性词是与商品属性相对的词语，能够说明商品的尺寸、色彩、质地等相关的商品信息，让用户在搜索商品时，尽可能准确定位到商品的关键词。卖家在确定属性词时，一方面可以参考商品本身的信息，另一方面可以参考发布商品时官方需要填写的宝贝属性信息。

表 2 属性词表

属性词

③长尾词确认。长尾关键词指非目标关键词但也可以带来用户搜索流量的关键词，这类词精准度比较高。长尾关键词需要根据竞争对手和客户群体分析，分析这个产品的用户群搜索习惯、会搜什么样的词、会怎么搜等。长尾关键词一般可以通过搜索下拉框、相关搜索、关键词推荐、参考同行 Top 商品、直通车系统推荐词、生意参谋、直通车词表等。

表 3 长尾词表

长尾词

#### ④促销词确认

促销词是指与网店活动相关，能够吸引刺激用户产生购买的词，如包邮、特价、火爆热卖、限时打折等。

表 4 促销词表

促销词

#### 2) 付费途径获取关键词

试题文件夹中提供的“源数据 2-7 关键词竞争度.xlsx”，是通过生意参谋-市场-搜索分析获取的，首先对数据筛选，清洗直通车参考价为零、支付转化率为零的关键词；接着对数

据排序，分别针对转化率进行降序排序、针对直通车出价进行升序排序、针对搜索人数进行降序排序；最后，结合商品图片、商品属性，选定关键词，将最终结果填入表 5。

表 5 付费关键词表

--

### 3) 关键词推广效果分析

关键词选择是否合适直接影响直通车推广的效果，优化主要依据关键词的点击率、转化率、ROI 指标进行调整。通过优化关键词的点击率、转化率等指标，可以提高质量得分，进而优化直通车推广效果。

“源数据 2-7 关键词推广效果分析.xlsx”是店铺 2019 年 9 月直通车推广数据，最近一个月的客户浏览量与收藏量数据，请按照以下相关操作要求，进行直通车关键词推广效果分析。

展现量（曝光量）分析：对展现量降序排列，制作关键词展现量占比图，明确各关键词展现量，将分析结果填入表 5。

表 5 展现量分析

展现量分析：

点击量（率）分析：展现量降序排列，制作关键词点击率柱状图，观察点击率（点击率=点击量/展现量），将分析结果填入表 6。

表 6 点击率分析

点击率分析：

转化率分析：制作关键词收藏转化率、加购转化率、支付转化率分析折线图，观察变化趋势，将分析结果填入表 7。

表 7 转化率分析

收藏转化最高的关键词是：
加购转化最高的关键词是：
支付转化率最高的关键词是：

关键词花费与投入产出比分析：制作花费、投入产出比组合图（花费设置柱形图、投入产出比设置折线图，选择次坐标轴），观察组合图变化趋势，将分析结果填入表 8。

表 8 关键词推广分析

对于展现量小且无点击的词该如何处理：
对于展现量大，点击率高，花费高，同时有加购，加入收藏，但无转化或转化过低的关键词该如何处理：
对于高展现，高花费，低点击，无加购，无收藏的关键词，需对创意计划如何处理：
对于高展现，高收藏，高点击，但无转化的关键词，需要对店铺如何优化：

## （2）实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

## （3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## （4）评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-5)

电商平台运营评分卡(试题 H2-5)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	通过免费途径获取 关键词(32分)	8分	核心词准确，符合买家习惯，属于产品词、类目词、品牌词和二级词。	
		10分	属性词准确，与商品信息相关	
		8分	长尾词精准，符合用户搜索习惯	
		6分	促销词符合促销活动	
	通过付费途径获取 关键词(18分)	6分	关键词竞争度数据的筛选、清洗、排序、准确	
		12分	付费关键词的选定准确	
	关键词推广效果分 析(40分)	4分	展现量占比图正确、直观	
		4分	展现量分析准确	
		4分	关键词点击率柱状图正确、直观	
		4分	关键词点击率分析准确	
		6分	关键词转化率折线图正确、直观	
		6分	关键词转化率分析准确	
4分		花费、投入产出比组合图正确、直观		
8分		关键词推广分析准确		
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 6. 试题编号：H2-6，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

在网店经营销售过程中会产生大量的销售数据，这些销售数据对网店的经营策略会有很大影响。通常网店的销售策略是需要根据前期的销售数据和市场变化情况及时调整的，以帮助销售部门实现销售目标。原牧纯品旗舰店在淘宝平台主要经营以肉鸡、肉羊为主导的生鲜类产品。经过一段时间的运营，店铺积累了大量忠实的客户。但从4月份开始到7月初店铺的整体销售额有了一定的下降，需要及时找到销售额下降的原因。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的“源数据 2-8 交易数据.xlsx”，帮助该店铺找到销售额变化的具体原因，得出结论，并做出相应的调整。

- 1) 请制作销售额整体走势的折线图表，保存文件为“销售额折线图.xlsx”。
- 2) 请根据销售额整体走势图表，分析销售额的变化情况，并将分析结果填入表 1。

表 1 销售额的变化情况

销售额变化情况分析：

- 3) 请制作客单价走势的折线图表，保存文件为“客单价折线图.xlsx”。
- 4) 请根据客单价走势图表，分析客单价的变化情况，并给出客单价对销售额影响的分析结果填入表 2。

表 2 客单价的变化情况

客单价变化情况分析：

- 5) 请制作订单量走势的折线图表，保存文件为“订单量折线图.xlsx”。
- 6) 请根据订单量走势图表，分析订单量的变化情况，并给出订单量对销售额影响的分析结果填入表 3。

表 3 订单量的变化情况

订单量变化情况分析：

- 7) 请制作转化率走势的折线图表，保存文件为“转化率折线图.xlsx”。
- 8) 请根据转化率走势图表，分析转化率的变化情况，并给出转化率对销售额影响的分析结果填入表 4。

表 4 转换率的变化情况

转换率变化情况分析:

9) 请制作访客量走势的折线图表, 保存文件为“访客量折线图.xlsx”。

10) 请根据访客量走势图表, 分析访客量的变化情况, 并给出访客量对销售额影响的分析结果填入表 5。

表 5 访客量的变化情况

访客量变化情况分析:

11) 结合以上分析过程, 请分析销售额数据变动的主要原因, 将结果填入表 6。

表 6 分析结论

销售额数据变动的原因:

## (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网,

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-6)

电商平台运营评分卡(试题 H2-6)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。		
工作任务 (90分)	销售额整体分析 (16分)	8分	销售额整体走势的折线图正确，能直观反映数据		
		8分	销售额变化情况分析准确，文笔通顺		
	客单价数据分析 (16分)	8分	客单价走势折线图正确，能直观反映数据		
		8分	客单价变化情况分析准确，文笔通顺		
	订单量数据分析 (16分)	8分	订单量走势折线图正确，能直观反映数据		
		8分	订单量变化情况分析准确，文笔通顺		
	转化率数据分析 (16分)	8分	转化率走势折线图正确，能直观反映数据		
		8分	转化率变化情况分析准确，文笔通顺		
	访问量数据分析 (16分)	8分	访问量走势折线图正确，能直观反映数据		
		8分	访问量变化情况分析准确，文笔通顺		
	销售额数据变动原因分析(10分)	5分	变动原因分析准确，文笔通顺		
		5分	提出合理的调整建议		
	合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：H2-7，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

通过产品 SKU 分析，可以判断消费者更倾向于哪个颜色、款式、价格等，以帮助企业快速定位产品、了解目标消费人群，有利于挖掘产品的潜力爆款，提升整个店铺的单品转化率。某天猫箱包品牌专卖店上新一款铝制旅行箱，并针对黑色 18 寸旅行箱推出了返现活动。一段时间运营后，部门经理安排小周以近 30 天的销售数据为准，对该产品进行 SKU 分析，以进行进一步的运营计划调整。

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

明确分析目标

通过对任务描述的分析理解，根据数据化运营知识，为小李确定此次数据分析的目标，填入表 1 中。

表 1 任务分析目标

分析目标

### 2) 产品 SKU 分析

SKU 分析是基于单品进行的，小周通过生意参谋的商品 360 模块查看该铝制旅行箱的 SKU 销售详情，获取到“源数据 2-9 店铺 SKU 销售详情表.xlsx”，请利用 Excel 进行数据可视化处理，分析出爆款 SKU，具体如下任务操作如下：

数据转换：获取到的源数据 2-9 工作表中的数据格式不利与数据处理与分析，因此需要进行数据转化。首先，将“加购件数”、“支付金额”、“支付件数”及“支付买家数”列的数据由文本格式转化为数字格式，保存转换后的文件并将转换结果截图填入表 1。

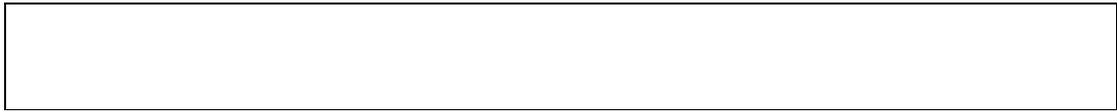
表 2 转化为数字

以文本形式存储的数字转化为数字格式截图：

分列操作：打开①保存的数据表，在“支付金额”列前插入一列，选择“SKU 名称”列，点击“数据”选项卡中的“分列”工具，根据向导完成操作，其中第 1、3 步默认选项，第 2 步分隔符号选择“分号”，修改 B、C 列的字段名分别为“颜色分类、尺寸”，保存文件并将分列操作结果填入表 3。

表 3 分列操作

分列操作截图：



创建数据透视图和数据透视表：选择要分析的数据及放置数据透视表的位置，在右侧【数据透视图字段】编辑区添加字段。然后针对数据透视图，点击“设计”选项卡下的“更改图表类型”工具，更改“求和项：支付金额”系列的图表类型为“折线图”，并使用次坐标轴。

插入切片器：点击“分析”选项卡下的“插入切片器”工具，在打开的对话框中勾选“颜色分类”和“尺寸”选项，创建两个切片器。

产品 SKU 分析：单击切片器按钮将自动将该筛选器应用到数据透视表及数据透视图，仔细观察，回复表 4 问题：

表 4 SKU 分析

以支付件数为主，支付金额为辅，该产品排行前三的爆款 SKU 名称依次是：
从加购件数来看，用户偏爱的颜色是：
从支付件数来看，用户选择最多的尺寸是：

### 3) 归纳分析结论

结合以上分析过程，请学员依次观察其他 SKU 的相关指标，从客户对产品的颜色偏好、尺寸需求、爆款 SKU、营销效果、访客行为、销售趋势及优化建议等方面，作对比分析，保存文件为“产品 SKU 分析.xlsx”，并将分析结论填入表 6。

表 6 分析结论

分析结论：

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-7)

电商平台运营评分卡(试题 H2-7)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	明确分析目标(10分)	4分	目标分析思路清晰，文笔通顺	
		6分	目标分析准确，符合任务要求	
	产品 SKU 分析(54分)	8分	数据转换正确，截图清晰	
		8分	分列操作正确，截图清晰	
		8分	数据透视表创建正确	
		8分	数据透视图创建正确	
		6分	正确插入切片器	
		8分	SKU 分析准确，能找出爆款 SKU	
	归纳分析结论 (16)	8分	问题回答准确	
		8分	分析结论合理，文笔通顺	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 8. 试题编号：H2-8，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

市场交易额（量）的变化反映了一定时期内某产品的市场销售趋势，但该数据属于企业核心数据，通常难以采集，因此引入产品交易指数。产品交易指数是商品的总体支付金额进行指数化后的指数类指标，是产品在平台交易热度的体现，交易指数越高，代表支付金额越高。某电商企业在天猫商城开设太阳镜旗舰店，近期部门经理安排小周对类目行业的交易变化趋势进行分析，找到该类目产品的淡旺季变化规律，同时根据市场节奏预估自己类目在下一年的交易指数范围，为合理制作出自身本年度的运营规划提供指导。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，帮助其完成年度交易指数分析相关任务的实施，预测出下一年的行业交易指数范围。

#### 1) 分析目标

通过对任务描述的分析 and 理解，根据数据化运营知识，为小李确定此次数据分析的目标，填入表 1 中。

表 1 任务分析目标

分析目标

2) 小周通过生意参谋的市场大盘抓取了“太阳镜”子类目最近 3 个自然年的月度交易指数（源数据 2-10 太阳镜交易指数.xlsx），请利用 excel 进行数据可视化处理，完成年度交易指数分析，具操作任务如下：

①制作折线图：选择数据区域，插入折线图，并完成对图表的基本设置，如修改图表标题、设置坐标轴格式等操作，最终完成折线图，将折线图截图插入表 1 中。

表 1 2016~2018 年月度交易指数折线图

2016~2018 年月度交易指数折线图截图：

②通过表 1 中的折线图，发现太阳镜行业交易数据的规律变化？分析这些趋势变化的内在原因，以及对自己店铺的运营有什么指导建议？填入表 2 中。

表 2 规律变化与原因分析

太阳镜行业交易数据的规律变化：

趋势变化的内在原因，以及对自己店铺的经营有什么指导建议？

③年度交易数据计算：利用数据透视表，对2016年、2017年、2018年的月度交易指数分别进行求和计算，得出这三个自然年的年度交易指数。保存文件并将年度交易指数截图填入表3。

表3 年度交易指数

年度交易指数截图：

④在右侧【数据透视图字段】编辑区中再次将“交易指数”字段添加到“值”区域中。在数据透视表中选中新添加的“交易指数2”单元格并点击鼠标右键，选择“值显示方式”-“百分比”命令，在弹出的【值显示方式】编辑框中“基本字段”选择“年”，“基本项”选择“2016”，即可得出以2016年的交易指数为基数的比率。用2016~2018年的平均比例乘以基数，得到2019年的第一个交易指数预测。保存文件并将2016年交易指数为基数的比率和2019年第一个交易指数预测截图填入表4。

表4 基数比率和指数预测

2016年交易指数为基数的比率和2019年第一个交易指数预测截图：

⑤同上方法，继续为数据透视表添加新的字段“交易指数3”，“值显示方式”为“百分比”命令，在弹出的【值显示方式】编辑框中“基本字段”选择“年”，“基本项”选择“上一个”，即可得出每年的交易指数同上一年的交易指数的比率。用2016~2018年的平均比例乘以2018年的交易指数，得到2019年的第二个交易指数预测。保存文件并将每年的交易指数同上一年的交易指数的比率和2019年第二个交易指数预测截图填入表5。

表5 交易指数比率和指数预测

每年的交易指数同上一年的交易指数的比率和 2019 年第二个交易指数预测截图：

⑥如此，可以得到 2019 年“太阳眼镜”子类目交易指数的预测范围，保存文件并将预测范围填入下表：

表 6 2019 年交易指数的预测

2019 年“太阳眼镜”子类目交易指数的预测范围：

### 3) 归纳分析结论

根据以上预测，分析太阳眼镜类目的发展前景，并分析其影响因素都有哪些？保存文件为“产品交易指数分析.xlsx”，并将分析结论填入表 7。

表 7 分析结论

分析结论：

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

### (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-8)

电商平台运营评分卡(试题 H2-8)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	明确分析目标 (10分)	4分	目标分析思路清晰，文笔通顺	
		6分	目标分析准确，符合任务要求	
	趋势分析(20分)	8分	月度交易指数折线图创建正确，截图清晰	
		8分	交易指数趋势情况分析准确，文笔通顺	
		8分	趋势变化内在原因分析准确，提出的指导建议合理	
	交易指数预测 (44分)	10分	2016 年交易指数为基数的比率计算正确	
		10分	2019 年第一个交易指数预测正确	
		10分	每年的交易指数同上一年的交易指数的比率计算正确	
		10分	2019 年第二个交易指数预测正确	
		4分	交易指数的预测范围正确	
	归纳分析结论 (16分)	8分	分析太阳镜类目发展前景准确，文笔通顺	
8分		影响因素分析合理，文笔通顺		
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 9. 试题编号：H2-9，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

如何以最少的成本获取最多的新客户，是每个企业在运营的各个阶段都应思考的问题。产品获客能力作为电子商务经营活动的关键能力之一，能够帮助企业衡量产品为店铺或平台获取客户的能力。双十一即将到来，某女装品牌线上店铺决定从店铺的卫衣类目中挑选一款打造爆款，作引流之用。为此，部门经理安排小周以最近一个月的运营数据为准，分析卫衣产品的获客能力，作为引流产品选择的一个重要指标。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，帮助其完成品获客能力分析相关任务的实施，为店铺运营决策提供数据支持。

#### 1) 分析目标

通过对任务描述的分析理解，根据数据化运营知识，为小李确定此次数据分析的目标，填入表1中。

表1 任务分析目标

分析目标

#### 2) 产品获客能力分析

产品获客能力是用来衡量产品为店铺或平台获取客户的能力，客户包括新客户与老客户，具体分析时不能简单地以占比高低来评判，小周获取了企业进一个月关于卫衣类产品的运营数据（源数据 2-11 某企业卫衣类产品运营数据表.xlsx），具体操作如下：

①新客点击量占比计算：添加“新客点击量占比”字段，利用公式“新客点击量占比=新客点击量/点击量”计算出各产品的新客点击量占比。保存文件并将计算结果截图填入表2。

表2 新客点击量占比计算

新客点击量占比计算结果截图：

②复购率计算：添加“复购率”字段，按客户数量计算，利用公式“复购率=重复购买客户数量/客户总数量×100%”计算出各产品的复购率。保存文件并将计算结果截图填入表3。

表3 复购率计算

复购率计算结果截图：

③加权计算：点击该工作簿中的“权重”工作表，查看小周企业给出的各指标权重。返回“运营数据表”工作表中，添加“综合得分”字段，利用加权计算得出各产品的综合得分。保存文件并将计算结果截图填入表 4。

表 4 各产品的综合得分

各产品的综合得分截图：

④柱形图制作：插入二维簇状柱形图，完成行列数据互换、图表标题修改、坐标轴格式设置等操作。保存文件并将图表截图填入表 5。

表 5 柱形图制作

产品获客能力分析柱形图截图：

### 3) 归纳分析结论

结合制作完成的柱形图，对比分析各卫衣产品，从新客点击量、复购率及其综合得分方面完成产品获客能力的分析，并对引流产品的选择给出建议，保存文件为“获客能力分析.xlsx”，并将分析与建议结论填入表 6。

表 6 分析结论

分析结论：

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-9)

电商平台运营评分卡(试题 H2-9)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	明确分析目标 (10分)	4分	目标分析思路清晰，文笔通顺	
		6分	目标分析准确，符合任务要求	
	产品获客能力分析 (60分)	15分	新客点击量占比计算正确，截图清晰	
		15分	复购率计算正确，截图清晰	
		15分	综合得分计算正确，截图清晰	
		15分	柱形图制作正确且美观，截图清晰	
	归纳分析结论 (20分)	10分	分析结论合理，文笔通顺	
		10分	能根据分析，提出合理的优化建议	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 10. 试题编号：H2-10，电子商务数据分析

### (1) 任务描述

某网店发现全店成交转化率出现异常波动的主要原因是当天询单转化率太低造成的，为了进一步分析引起询单转化率偏低的原因，部门经理安排小王继续对客服转化数据进行分析，找出异常数据，分析客服数据哪些是需要提升的，并找到可以提升的客服人员制定对应的优化策略。

请运用电商平台运营与数据分析相关知识，利用 excel 工具，根据试题文件夹中提供的“源数据 2-12 影响客服转化的核心数据.xlsx”，帮助其完成客服异常数据的分析相关任务的实施，为店铺运营决策提供数据支持。

#### 1) 分析影响客服转化的相关数据

在已知店铺对以上三个核心数据的合理范围设置如表 1 所示。利用条件格式对异常数据进行突出显示。

表 1 指标正常波动范围

数据类型	正常波动范围
客服首次响应时长（秒）	$\leq 90$ 秒，为正常数据范围 $> 90$ 秒，为异常数据范围
客服 10 分钟未响应次数	$\leq 5$ 次，为正常数据范围 $> 5$ 次，为异常数据范围
客服未回复人次	$> 0$ 次，为异常数据范围

对照表 1 中的指标正常波动范围，分别对客服首次响应时长、客服 10 分钟未响应次数、客服未回复次数的异常数据突出显示。保存为“影响客服转化的核心数据分析表.xlsx”。

#### 2) 分析客服个体服务数据

分析了影响客服转化的整体数据之后，要看具体是哪个客服的数据异常，有待提升，就需要去采集客服个体的数据，找到待提升服务的薄弱环节。小王对客服个体服务的核心数据进行汇总整理，如表 2。

表 2 客服个体服务数据

客服名称	客服未回复人次	客服答问比	客服回复率%	平均响应时长/秒
叶子	2	1.01	99.80	51.20
小雪	0	1.20	100.00	45.00
璇儿	1	0.90	99.00	56.90
舟舟	1	0.98	95.00	60.00
琪琪	0	1.05	100.00	61.00
团团	1	1.18	99.50	62.00
可儿	10	0.35	50.00	49.70

分别按照客服问答比、客服回复率及平均响应时长对客服进行排序，并将排序结果名次填入表 3 中。

表 3 客服个体服务数据排序

客服名称	是否出现客服未回复	客服问答比排序名次	客服回复率排序名次	平均响应时长排序名次
小雪				
团团				
琪琪				
叶子				
舟舟				
璇儿				
可儿				

表 3 中的数据结果，分析每个客服的服务能力，并提出每人需要提升的薄弱环节，填入表 4。

表 4 客服个人服务能力分析

客服名称	客服个人服务能力分析
小雪	
团团	
琪琪	
叶子	
舟舟	
璇儿	
可儿	

### 3) 指定优化对策

结合影响客服转化的核心数据分析结果，请为店铺整体的客服转化数据提升制定策略，并结合客服个人服务能力分析结果对服务能力较弱的人员提出优化对策，填入表 5。

表 5 优化对策

店铺整体的客服转化数据提升策略：
服务能力较弱的人员优化对策：

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本。

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

## **(4) 评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 H2-10)

电商平台运营评分卡(试题 H2-10)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	影响客服转化的相关数据分析(16分)	16分	根据指标正常波动范围，对各指标数据进行异常突出显示正确	
	客服个体服务数据分析(50分)	20分	客服个体服务数据排序正确	
		30分	客服个人服务能力分析准确，文笔通顺	
	指定优化对策(24)	12分	店铺整体的客服转化数据提升策略制定合理，文笔通顺	
		12分	对服务能力较弱的人员提出的优化对策合理，文笔通顺	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 11. 试题编号：H2-11，B2C/C2C 平台运营

### (1) 任务描述

“佐默高端定制女装”是淘宝平台上的一家专营女装的皇冠店铺，现公司决定新上一款连衣裙，连衣裙相关参数如下：



#### 产品参数：

材质成分：聚酯纤维 100%  
面料：雪纺  
货号：00032  
风格：通勤  
通勤：韩版  
裙长：中长裙  
组合形式：单件  
袖长：短袖  
领型：V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：蝴蝶结 荷叶边 绑带 印花 抽褶  
品牌：XEV  
适用年龄：25-29 周岁  
年份季节：2021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的分列（根据空格分列）、去重，以及筛选词中包含“夏”字的热词，将操作结果的前 6 个词填入表 4。

表 4 关键词选择三


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

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

### 3) 确定合适宝贝上下架时间

宝贝上下架时间是影响淘宝搜索排名的重要因素。淘宝卖家都知道，宝贝离下架时间越近，排名会越靠前。如图 1 和图 2 是根据“生 e 经”等数据分析软件查询到的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: 如果店铺有多款宝贝需要上架，应该怎么操作？

---

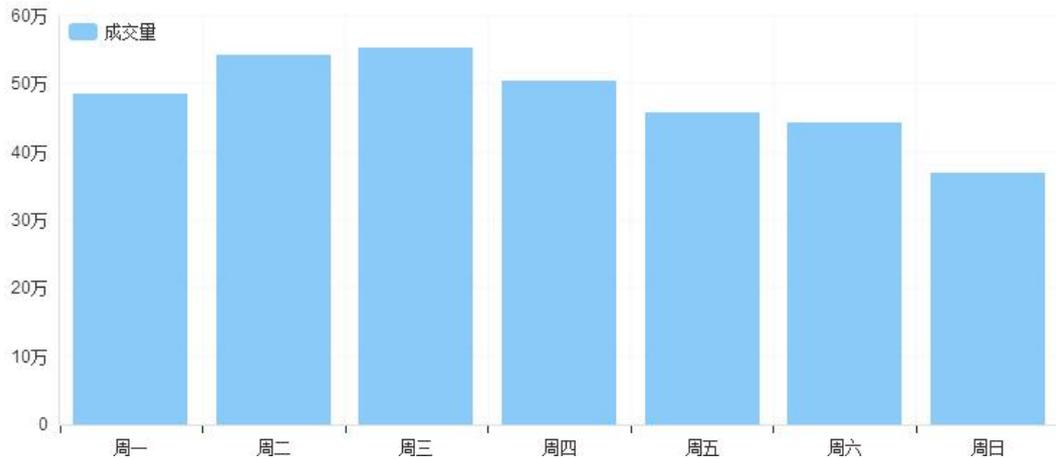


图1 按周段的在不同时间的销量

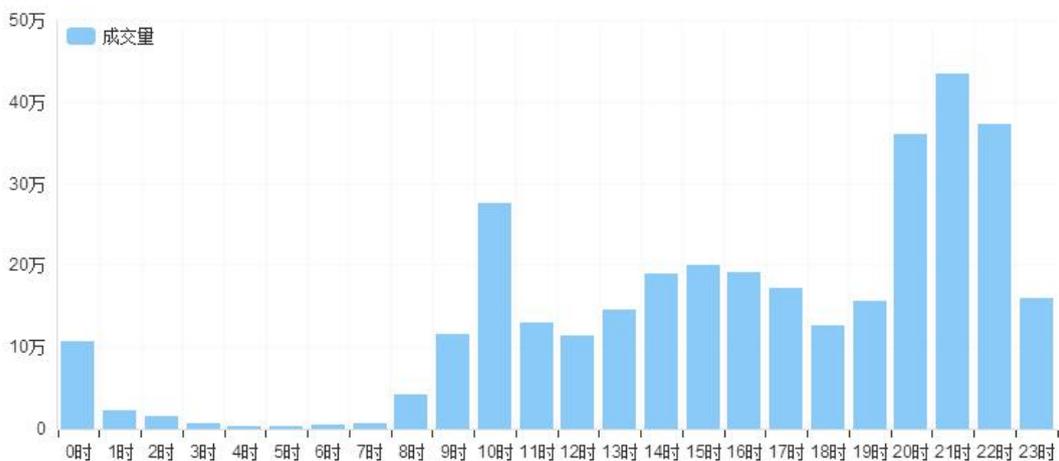


图2 按时段的不同时间段的销量

#### 4) 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 7 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 8 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 8 中。

表 7 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 8 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，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见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(10分)		10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 (90分)	分析影响宝贝搜索排名的因素(16分)	16分	每列出1个影响排名的因素计2分,排名影响因素属重复或包含关系的不计分。8*2分=16分		
	关键词选择与标题制作(32)	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	6分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图3分,关键词3分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
			4分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图2分,关键词2分 关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
		通过搜索热词榜筛选关键词	6分	要求与验证结果相符且排列顺序一致,每个1分	
		宝贝标题设计	10分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词,词语重复度,是否契合卖点等按0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。	
	确定合适宝贝上下架时间(20分)	20分	时间选择正确5分,选择理由说明正确7分 多款宝贝上架问题的回答8分		
	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 理由说明正确充分性,按0/2/3/4/5计分;	
数据分析2		12分	按优化分析的全面性、正确性评分 问题回答4分,按0/2/4计分,优化措施6分,按0/2/4/6计分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 12. 试题编号：H2-12，B2C/C2C 平台运营

### (1) 任务描述

“依思雅优先女装”是淘宝平台上的一家专营女装的店铺，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

淘宝卖家加入直通车的必要条件
答：

#### ②直通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上找到 3 种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表 2 中

表 2 直通车推广位置

直通车位置 1 截图：
直通车位置 2 截图：
直通车位置 3 截图：

#### ③直通车推广计划制定

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

表 3 直通车推广计划

简述直通车推广计划制定包含内容
答：

#### ④选取匹配关键词

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

通过在淘宝首页搜索框中输入“女衬衫”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 4

表 4 平台选择关键词

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

通过“生意参谋--市场行情--行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，表 5 是通过生意参谋搜索“女装/女士精品/衬衫”查询到的部分关键词，根据表中数据综合考虑，选择 5 个关键词，填入表 5 对应单元格中，并说明选择理由。

表 5 数据工具选择关键词

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

分析以上数据，选择的 5 个关键词

--	--	--	--	--

如下选择理由：

### ⑤直通车标题制作

买家能否看到商品，标题尤为重要。标题要简洁明了（不超过 20 字），突出宝贝的最大卖点（功效、品质、信誉、出价优势等），好的标题需要包含很多热搜关键词，而且商品标题匹配

程度也要高。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题

表 6 宝贝标题

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	

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见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。		
工作任务 (95分)	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，按照标题制作的字数是否符合要求、标题是否符合搜索习惯、包含的属性维度等按 0/2/4/5 给分，共 10 分	
	直通车关键词竞价	填空	10分	填写正确；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

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。

舒比奇小兵蚁专卖店是一家以销售舒比奇牌纸尿裤为主的淘宝店铺，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。“舒比奇小兵蚁专卖店”店铺刚开始以“纸尿裤”为特色，宝贝比较单一，应该从宝贝类目的深度来增加商品，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
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“舒比奇小兵蚁专卖店”，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“舒比奇小兵蚁专卖店”，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	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			

A、从整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？

B、从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？

C、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	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	3188	420	2366.16	1458.16	61.6%
淘宝其它页面	1544	118	177.47	60.36	34.01%
站外访问	789	299	79.16	30.12	38.05%

A、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？

B、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？

C、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？

D、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，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-13)。

**电商平台运营评分卡(试题 H2-13)**

评价内容		配分	考核点	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	①、②、③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	客户服务角度分析（3 分），实施对客户进行精细化分析管理（3 分）、进行客户关系维护（4 分） 按回答是否正确、全面给分	
数据分析与优化	店铺流量分布表分析	15分	①、②、③每小题 5 分，共 15 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	①、②、③、④每小题 5 分，共 20 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\_\_\_\_\_

## 14. 试题编号：H2-14，B2C/C2C 平台运营

### (1) 任务描述

飞鹤始建于1962年，从丹顶鹤故乡黑龙江齐齐哈尔起步，是中国最早的奶粉企业之一。60年来，飞鹤一直专注于针对中国人体质研制奶粉，对中国宝宝体质特点及需求展开大量研究，引领行业开创多种提升奶粉对中国宝宝体质适应性的技术、配方与工艺。2009年，飞鹤乳业又成功转战纽交所主板，再次成为第一家且唯一一家在纽交所主板上市的中国乳企。旗下拥有星飞帆、臻爱倍护、飞帆等系列产品，飞鹤——专注做更适合中国宝宝体质的奶粉。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：飞鹤 臻稚 3段

货号：430005020101

商品规格：700g

产品功能：有机系列

适用年龄：12~36 个月

源产地：中国大陆

①通过在淘宝首页搜索框中输入“飞鹤”，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从热搜词排行榜页面中相应的热门搜索词中选择关键词，操作并填写表 3。

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写

表 4 关键词选择四

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

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

表 5 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑥买家能否看到商品，标题尤为重要。标题要简洁明了（不超过 20 字），突出宝贝的最大卖点（功效、品质、信誉、出价优势等），好的标题需要包含很多热搜关键词，而且商品标题匹配程度也要高。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题

表 6 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

## 2) 借助直播推广提升流量

2019年双十一期间，直播带货火爆。天猫数据显示，淘宝直播的爆发，让超过50%的商家都通过直播获得新增长。现在店铺周年庆，店主张华打算进行一场直播，于是精心挑选了一款福利商品（描述中的产品），回馈店铺的新老粉丝。请你以张华的身份，根据背景介绍以及商品资料，为店铺撰写直播推广开场、产品介绍和直播收尾的脚本，见表7。

要求：字数不少于300，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。直播主题紧扣推广目标；直播内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺。

表 7 直播推广脚本

直播开场	
商品介绍	

直播收尾	
------	--

### 3) 数据分析与推广优化

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

表 8 流量来源分析表

来源	详细	到达页浏览量	百分比
淘宝站内	商城专题	137	34.16%
淘宝站内	淘宝站内其它	60	14.96%
	商城搜索	40	9.98%
	阿里旺旺非广告	23	5.74%
	淘宝搜索	19	4.74%
	淘宝管理后台	18	4.49%
	淘宝类目	7	1.75%
	淘宝收藏	5	1.25%
	淘宝其他店铺	5	1.25%
	淘宝帮派	1	0.25%
	合计		315
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%

根据表 8，联系表 9 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 9。

表 9 数据分析与推广优化

问题 1：表 8 中列出了一天中店铺中客户的来源。图中店铺的直接访问为 14.71%，一般直接访问量是怎么产生的。

答：

问题 2：表 8 使用的付费推广方式有哪些？免费推广方式有哪些？

答：

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

答：

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-14)。

**电商平台运营评分卡(试题 H2-14)**

评价内容		配分	考核点	得分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 2分，关键词 1分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			3分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2分，关键词 1分 关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			4分	从热门搜索词中选择关键词；操作截图 2分，关键词 2分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
		通过产品维度分析选择关键词（每个关键词 1分，考核关键词合理性）	2分	按品牌维度选择的关键词 2个	
			2分	按产品名称选择的关键词 2个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词 3个	
			4分	按目标人群选择的关键词 4个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词 4个	
		5分	按市场活动选择的关键词 5个		
		推广类目选择	4分	推广类目选择，一级类目 2分，二级类目 2分（主要考核商品与类目的相符合度）	
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点，推广标题中包含 4个以上特点，且标题字数不超过 20字，则记 3分；每减少 1个特点减 1分，直至 0分。标题一 3分，标题二 3分。		
	直播推广 (25)	直播开场介绍	8分	直播开场时要包含问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动等信息，回答正确，每个要点 2分，共 8分	
		产品介绍	10分	正确介绍商品基本属性、特色、卖点、价格、促销活动等信息，回答正确，每个要点 2分，共 10分	
		直播收尾	6分	结尾收场时要说明发货时间、引导大家关注、包含感谢语，回答正确，每个要点 2分，共 6分	
整体评价		1分	结构严谨、文笔通顺， 1分		
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\_\_\_\_\_

## 15. 试题编号：H2-15，B2C/C2C 平台运营

### (1) 任务描述

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

#### 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

货号：10902301

规格：10-15 寸

材料：牛津布

颜色：深蓝

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

重量：0.58KG

箱包风格：时尚运动

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

③从热搜词排行榜页面中相应的热门搜索词中选择关键词，操作并填写表3中。

表3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表4提示填写

表4 关键词选择四

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

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

表5 类目选择

一级类目	
二级类目	

⑥买家能否看到商品，标题尤为重要。标题要简洁明了（不超过 20 字），突出宝贝的最大卖点（功效、品质、信誉、出价优势等），好的标题需要包含很多热搜关键词，而且商品标题匹配程度也要高。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题

表6 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

## 2) 借助直播推广提升流量

2019年双十一期间，直播带货火爆。天猫数据显示，淘宝直播的爆发，让超过50%的商家都通过直播获得新增长。现在店铺周年庆，店主张华打算进行一场直播，于是精心挑选了一款福利商品（描述中的产品），回馈店铺的新老粉丝。请你以张华的身份，根据背景介绍以及商品资料，为店铺撰写直播推广开场、产品介绍和直播收尾的脚本，见表7。

要求：字数不少于300，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。直播主题紧扣推广目标；直播内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺。

表7 直播推广脚本

直播开场	
商品介绍	

直播收尾	
------	--

### 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，一天中按小时流量分析图见图1如下。

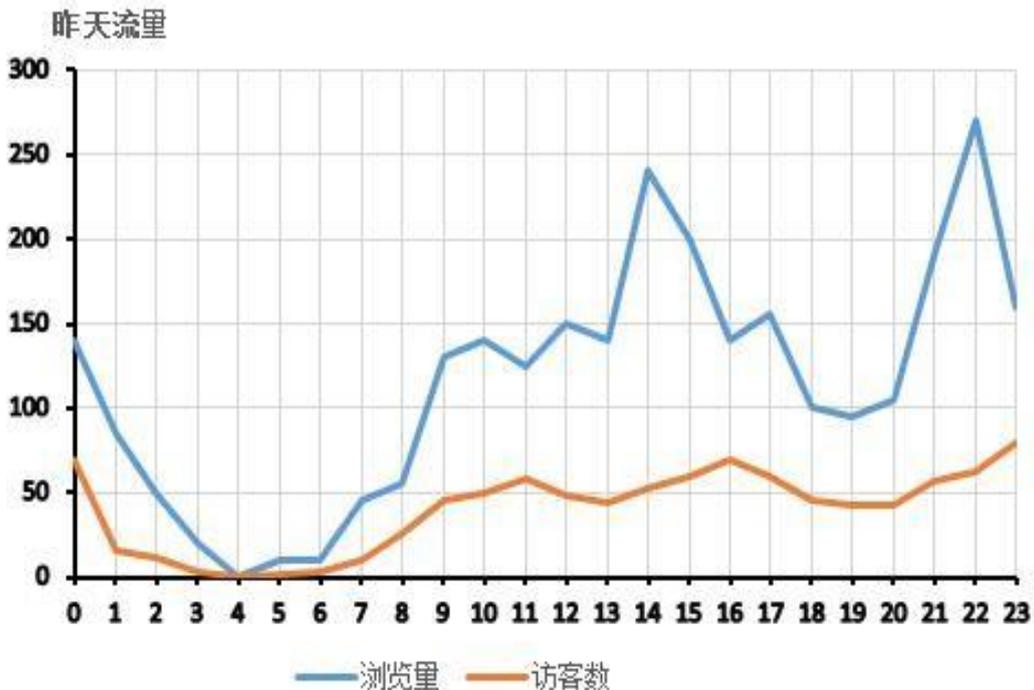


图1一天中按小时流量分析图

表7 (2021-10-12 至2021-10-18) 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%	0.37	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	0.5	34

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中。

表8数据分析与推广优化

问题1: 分析图1数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？
答:

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

答:

## (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

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

## (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)。

电商平台运营评分卡(试题 H2-15)

评价内容		配分	考核点	得分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40)	通过站内搜索找关键词	5分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词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	
			5分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图2分,关键词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	
		推广类目选择	4分	推广类目选择,一级类目2分,二级类目2分(主要考核商品与类目的相符合度)	
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点,推广标题中包含4个以上特点,且标题字数不超过20字,则记3分;每减少1个特点减1分,直至0分。 标题一3分,标题二3分。		
	直播推广 (25)	直播开场介绍	8分	直播开场时要包含问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动等信息,回答正确,每个要点2分,共8分	
		产品介绍	10分	正确介绍商品基本属性、特色、卖点、价格、促销活动等信息,回答正确,每个要点2分,共10分	
		直播收尾	6分	结尾收场时要说明发货时间、引导大家关注、包含感谢语,回答正确,每个要点2分,共6分	
		整体评价	1分	结构严谨、文笔通顺,1分	
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;		
	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,数据反映问题7分,优化策略8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

柳州市城中区谨诚预包装食品销售中心是螺蛳粉、螺蛳粉等产品专业生产加工的公司，拥有完整、科学的质量管理体系。柳州市城中区谨诚预包装食品销售中心的诚信、实力和产品质量获得业界的认可。通过店铺初期的SEO优化、直播引流和活动引流后，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和直播推广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) 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，请将直通车加入条件写在表1中。

表1直通车加入条件

淘宝卖家加入直通车的必要条件？
答：

#### 2) 通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上找到3种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表2中。

表2直通车推广位置

直通车位置1：
截图：
直通车位置2：
截图：
直通车位置3：
截图：

#### 3) 直通车推广计划制定

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

表3直通车推广计划

简述直通车推广计划制定包含内容：
答：

#### 4) 选取匹配关键词

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

台进行查找。

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

通过“生意参谋--市场行情--行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，表5是通过生意参谋搜索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

序号	搜索词	展现指数	竞争指数	市场平均出价	点击率	点击转化率
1	螺蛳粉	523,575	845	1.66元	6.93%	10.93%
2	螺蛳粉柳州螺蛳粉正宗	122,889	681	1.35元	8.46%	9.66%
3	螺蛳粉专用锅	115	20	0.42元	0.87%	0%
4	好欢螺蛳粉	59,201	317	0.92元	9.18%	9.14%
5	柳州螺蛳粉	31,798	426	1.33元	4.37%	9.42%
6	李子柒螺蛳粉	37,001	85	1.19元	10.96%	7.08%
7	臭宝螺蛳粉	14,129	95	1.29元	10.84%	5.16%
8	螺霸王螺蛳粉	16,932	74	1.64元	9.96%	7.94%
9	螺蛳粉碗	4,108	112	1.55元	5.28%	6.91%
10	好欢螺蛳粉旗舰店官方旗舰店	10,424	118	0.94元	7.96%	9.28%

分析以上数据，选择的5个关键词如下：			
选择理由：			

### 5) 借助直播推广提升流量

2019年双十一期间，直播带货火爆。天猫数据显示，淘宝直播的爆发，让超过50%的商家都通过直播获得新增长。现在店铺周年庆，店主打算进行一场直播，于是精心挑选了一款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。请你以厂长的身份，根据背景介绍以及商品资料，为柳州市城中区谨诚预包装食品销售中心撰写直播推广开场、产品介绍和直播收尾的脚本，见表6。

商品资料：

品牌：螺味无穷

原产地：广西柳州市

货号:蓝色螺味无穷

保质期: 180天

生产日期: 2022.6.22

生产厂家: 柳州亚安食品有限公司

生产许可证编号: SC13145020400960

储藏方法: 常温

净重(规格): 330

包装方式: 包装

包装规格:高品质纯熬制蓝版螺味无穷3袋,高品质纯熬制蓝版螺味无穷5袋,高品质纯熬制蓝版螺味无穷8袋,高品质纯熬制蓝版螺味无穷10袋

原料与配料:干米粉包, 螺丝肉汤料包, 花生配料包, 酸笋配料包, 酸豆角萝卜干包, 辣椒油包, 醋包

口味: 重辣

商品条形码: 6971632079457

是否进口: 否

储存条件: 常温

制作工艺: 传统

产品认证: 否

**要求:** 字数不少于300, 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。直播主题紧扣推广目标; 直播内容很能吸引网民, 结构严谨、文笔通顺。

表6直播推广脚本

直播开场	
商品介绍	
直播收尾	

#### 6) 数据分析与优化

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, 一天中按小时流量分析图见图1如下。

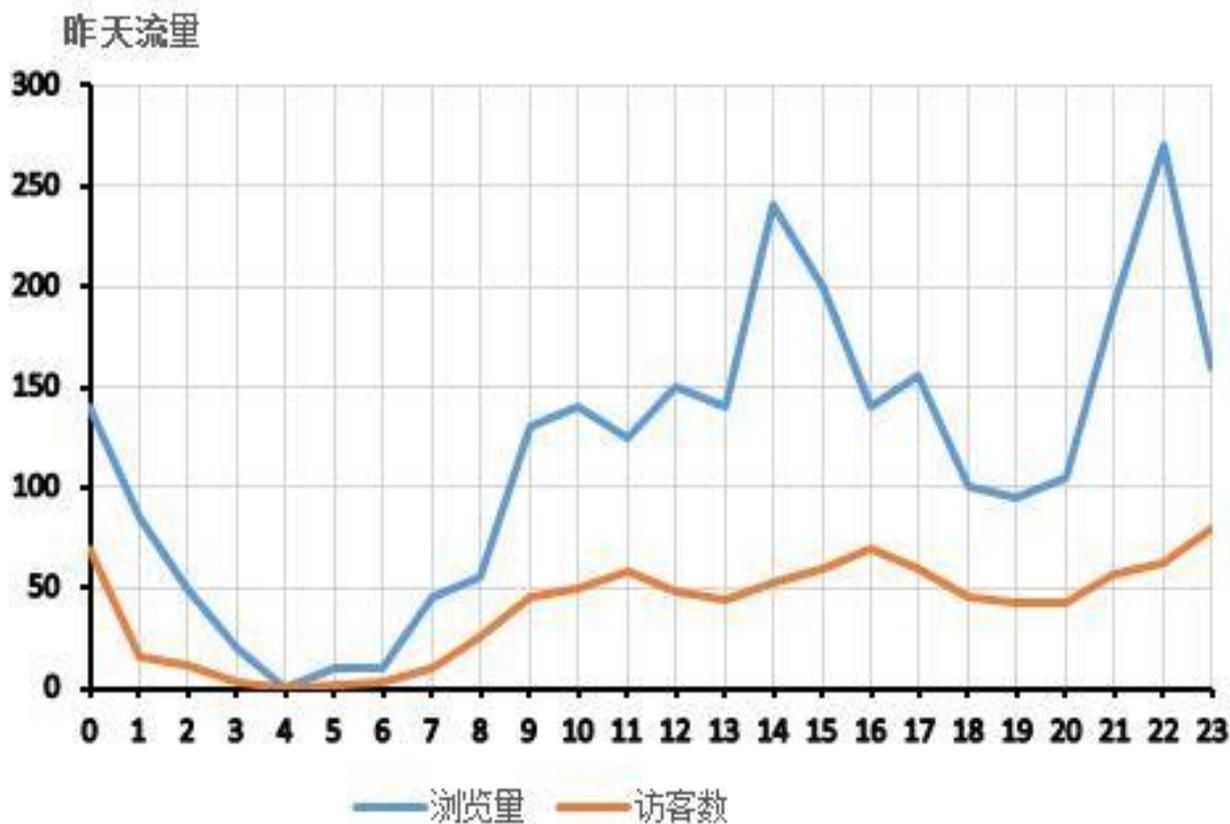


图1一天中按小时流量分析图

表7 (2021-10-12 至2021-10-18) 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%	0.37	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	0.5	34

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中。

表8数据分析与推广优化

问题1: 分析图1数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？
答:
问题2: 比较分析表7数据中展现量和点击率，你发现序号4的数据有什么问题，需要如何来进行推广优化？
答:

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网。

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

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成。

## **(4) 评分标准**

见网店运营评分卡（试题H2-16）。

网店运营评分卡（试题H2-16）

评价内容		配分	考核点	得分	
职业素养		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1分，共6分		
	选取匹配关键词	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	11分	关键词每个1分，共5分；选择理由充分6分	
	直播推广 (25分)	直播开场介绍	8分	直播开场时要包含问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动等信息，回答正确，每个要点2分，共8分	
		产品介绍	10分	正确介绍商品基本属性、特色、卖点、价格、促销活动等信息，回答正确，每个要点2分，共10分	
		直播收尾	6分	结尾收场时要说明发货时间、引导大家关注、包含感谢语，回答正确，每个要点2分，共6分	
		整体评价	1分	结构严谨、文笔通顺，1分	
	数据分析与优化 (30分)	数据分析1	15分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分说出至少3个方面的指导，且理由充分；	
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，数据反映问题7分，优化策略8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

“意斐娜旗舰店”是淘宝平台上的一家专营女装的皇冠店铺，现公司决定新上一款连衣裙，连衣裙相关参数如下：



#### 产品参数：

材质成分：聚酯纤维 100%

面料：雪纺

货号：YF968

风格：通勤

通勤：韩版

裙长：中长裙

组合形式：单件

袖长：长袖

领型：V领

袖型：常规

腰型：高腰

衣门襟：单排扣

裙型：A字裙

图案：条纹

流行元素/工艺：拼接, 螺纹, 纽扣

品牌：意斐娜

适用年龄：25-29 周岁

年份季节：2023年春季

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筛选词中包含“夏”字的热词，将操作结果的前 6 个词填入表 4。

表 4 关键词选择三


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

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

### 3) 确定合适宝贝上下架时间

宝贝上下架时间是影响淘宝搜索排名的重要因素。淘宝卖家都知道，宝贝离下架时间越近，排名会越靠前。如图 1 和图 2 是根据“生 e 经”等数据分析软件查询到的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：如果店铺有多款宝贝需要上架，应该怎么操作？

---

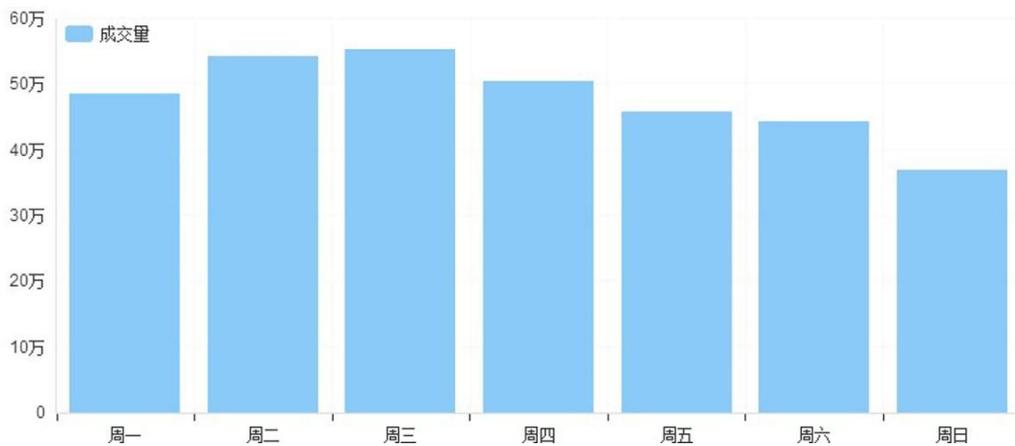


图1 按周段的在不同时间的销量

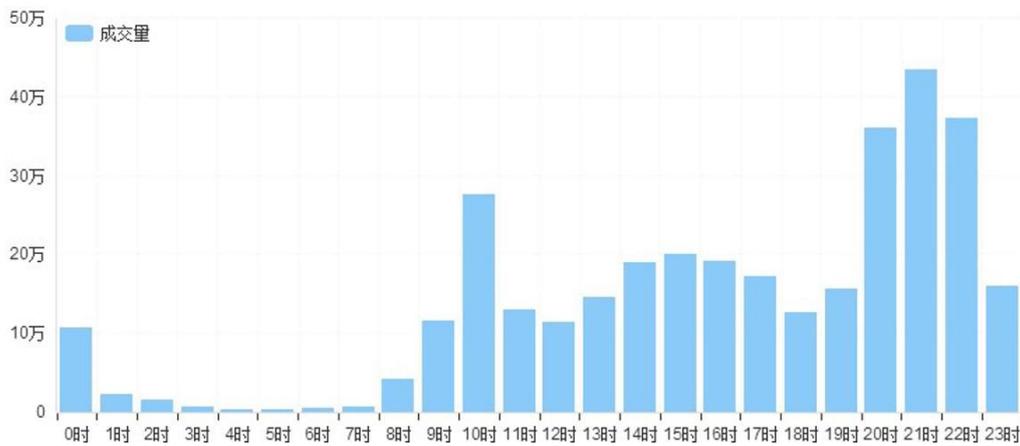


图2 按时段的不同时间段的销量

#### 4) 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 7 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 8 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 8 中。

表 7 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 8 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，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-17)

### 电商平台运营评分卡(试题 H2-17)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(10分)		10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(90分)	分析影响宝贝搜索排名的因素 (16分)	16分	每列出 1 个影响排名的因素计 2 分，排名影响因素属重复或包含关系的不计分。8*2 分=16 分		
	关键词选择与标题制作 (32)	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	6分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 3 分，关键词 3 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			4分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2 分，关键词 2 分 关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
		通过搜索热词榜筛选关键词	6分	要求与验证结果相符且排列顺序一致，每个 1 分	
		宝贝标题设计	10分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词，词语重复度，是否契合卖点等按 0/2/3/4/5 计分 标题一 5 分，标题二 5 分。	
	确定合适宝贝上下架时间 (20分)	20分	时间选择正确 5 分，选择理由说明正确 7 分 多款宝贝上架问题的回答 8 分		
	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 理由说明正确充分性，按 0/2/3/4/5 计分；	
数据分析 2		12分	按优化分析的全面性、正确性评分 问题回答 4 分，按 0/2/4 计分，优化措施 6 分，按 0/2/4/6 计分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 18. 试题编号：H2-18，B2C/C2C 平台运营

### (1) 任务描述

“意斐娜旗舰店”是淘宝平台上的一家专营女装的店铺，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

淘宝卖家加入直通车的必要条件
答：

#### ②直通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上找到 3 种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表 2 中

表 2 直通车推广位置

直通车位置 1 截图：
直通车位置 2 截图：
直通车位置 3 截图：

#### ③直通车推广计划制定

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

表 3 直通车推广计划

简述直通车推广计划制定包含内容
答：

#### ④选取匹配关键词

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

通过在淘宝首页搜索框中输入“女衬衫”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 4

表 4 平台选择关键词

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

通过“生意参谋--市场行情--行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，表 5 是通过生意参谋搜索“女装/女士精品/衬衫”查询到的部分关键词，根据表中数据综合考虑，选择 5 个关键词，填入表 5 对应单元格中，并说明选择理由。

表 5 数据工具选择关键词

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

分析以上数据，选择的 5 个关键词

--	--	--	--	--

如下选择理由：

### ⑤直通车标题制作

买家能否看到商品，标题尤为重要。标题要简洁明了（不超过 20 字），突出宝贝的最大卖点（功效、品质、信誉、出价优势等），好的标题需要包含很多热搜关键词，而且商品标题匹配

程度也要高。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题

表 6 宝贝标题

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	

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-18)

电商平台运营评分卡(试题 H2-18)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (95分)	直通车加入条件	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，按照标题制作的字数是否符合要求、标题是否符合搜索习惯、包含的属性维度等按 0/2/4/5 给分，共 10 分	
	直通车关键词竞价	填空	10分	填写正确；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\_\_\_\_\_

## 19. 试题编号：H2-19，B2C/C2C平台运营

### (1) 任务描述

“螺霸王”是淘宝平台上的一家螺狮粉的天猫店铺，现公司决定新上一款螺狮粉，螺狮粉的相关参数如下：



#### 产品参数：

生产许可证编号：SC10445020400052

产品标准号：DBS45/034

厂名：广西螺霸王食品有限公司

厂址：柳州市福馨路12号六号楼三层302室、四层

厂家联系方式：4008922568

储藏方法：置于清凉、阴凉、干燥、无异味处

保质期：180天

品牌：螺霸王

城市：柳州市

产地：中国大陆省份：广西壮族自治区

口味：【爆款！经典组合】原味330g\*3袋

【爆卖7年】原味330g\*5袋

【尝鲜装】3袋装：原味+番茄+麻辣

【爆款礼盒】原味10袋礼盒装

【嗜辣推荐】麻辣315g\*3袋

【免辣推荐】番茄306g\*3袋

包装种类：袋装

是否为有机食品：否

商品条形码：

组合方便面包装：袋装

包装方式：包装

是否进口：否

特产品类：螺狮粉

米面制品种类：其他/other

净含量：990g

储存条件：常温

食用方式：煮食

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。

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“螺狮粉”，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“螺狮粉”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4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5中所提问题。

表5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？

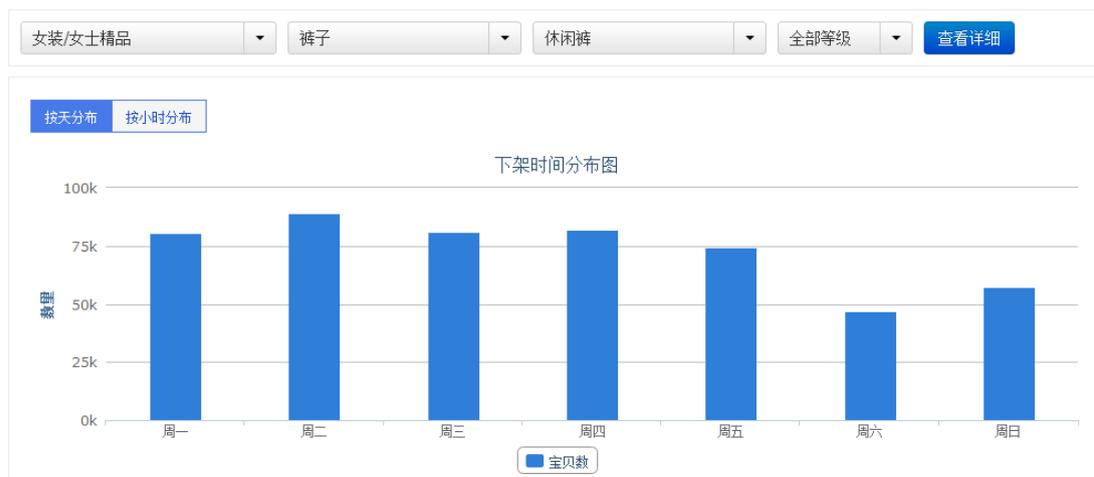


图1按周段的在不同时间的销量

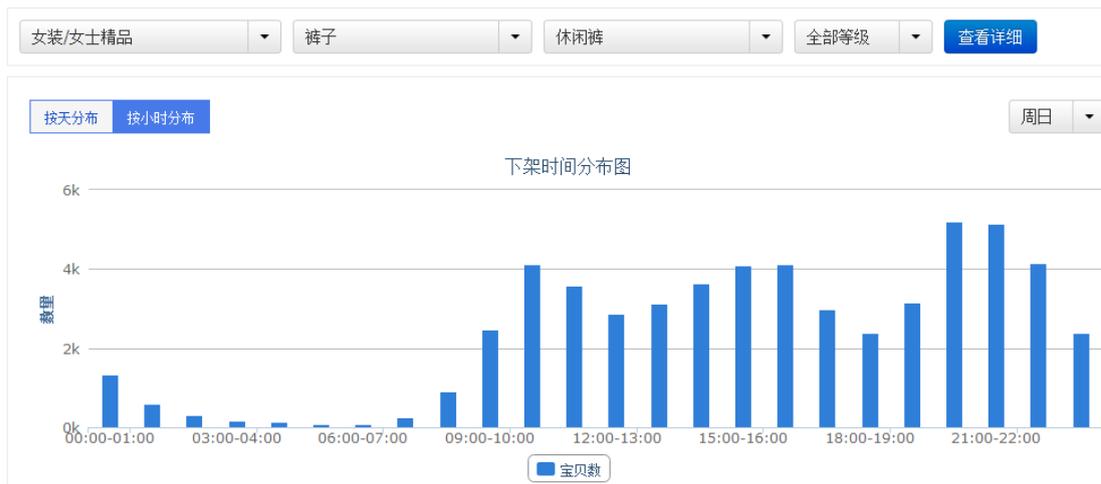


图2按时段的不同时间段的销量

#### 4) 借助直播推广提升流量

2021年双十一期间，直播带货火爆。天猫数据显示，淘宝直播的爆发，让超过50%的商家都通过直播获得新增长。现在店铺周年庆，店主张华打算进行一场直播，于是精心挑选了一款福利商品（描述中的产品），回馈店铺的新老粉丝。请你以张华的身份，根据背景介绍以及商品资料，为“螺霸王”店铺撰写直播推广开场、产品介绍和直播收尾的脚本，见表6。要求：字数不少于300，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。直播主题紧扣推广目标；直播内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺。

表6直播推广脚本

直播开场	
商品介绍	
直播收尾	

#### 5) 数据分析与优化

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7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%
---	------	--------	-------	-------	------	-------

①表7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7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8中。

表8数据分析与推广优化

答：

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9数据分析与推广优化

答：

③分析影响店铺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项影响客单价的因素。影响客单价的因素有哪些？

表10数据分析与推广优化

答：

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成

## (4) 评分标准

见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	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。		
文化精神		5分	答题过程中, 秉承诚实守信的文化精神, 不抄袭、不舞弊。 答题过程, 礼貌对待考生、考官, 谦虚待人。		
职业技能 (90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(25分)	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, 切尽量不重复, 每个1分, 6*1分=6分	
		通过站内搜索找关键词	2分	搜索下拉框的衍生关键词的选择操作截图1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	
			2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1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	
		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0/2/3/4/5计分 标题一5分, 标题二5分	
	确定适合宝贝上下架时间(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		
	直播推广(25分)	直播开场介绍	8分	直播开场时要包含问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动等信息, 回答正确, 每个要点2分, 共8分	
		产品介绍	10分	正确介绍商品基本属性、特色、卖点、价格、促销活动等信息, 回答正确, 每个要点2分, 共10分	
		直播收尾	6分	结尾收场时要说明发货时间、引导大家关注、包含感谢语, 回答正确, 每个要点2分, 共6分	
		整体评价	1分	结构严谨、文笔通顺, 1分	
	数据分析和推广优化(27分)	数据分析1	10分	按关键词的选择正确性给分, 5*1分=5分 理由说明正确充分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6分, 优化措施6分	
影响店铺客单价的因素		5分	回答正确, 每个要点1分, 共5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

柳州市城中区谨诚预包装食品销售中心是螺蛳粉、螺蛳粉等产品专业生产加工的公司，拥有完整、科学的质量管理体系。柳州市城中区谨诚预包装食品销售中心的诚信、实力和产品质量获得业界的认可。通过店铺初期的SEO优化、直播引流和活动引流后，店铺流量仍然受到一定局限，后公司通过调查分析，淘宝直通车推广带去的流量是非常大的，其成交量也是比较可观的。现公司决定采用直通车和直播推广来帮助进行运营推广，请利用网店直通车运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

### (1) 任务描述

#### 1) 入直通车的条件

直通车的推广效果自不必说，但是开通直通车是有条件限制的，想利用直通车来引入精准流量，首先要明确店铺利用直通车推广的条件，请将直通车加入条件写在表1中。

表1直通车加入条件

淘宝卖家加入直通车的必要条件？
答：

#### 2) 直通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上找到3种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表2中。

表2直通车推广位置

直通车位置1：
截图：
直通车位置2：
截图：
直通车位置3：
截图：

#### 3) 直通车推广计划制定

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

表3直通车推广计划

简述直通车推广计划制定包含内容：
答：

#### 4) 选取匹配关键词

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

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

通过“生意参谋--市场行情--行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，表5是通过生意参谋搜索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

序号	搜索词	展现指数	竞争指数	市场平均出价	点击率	点击转化率
1	螺蛳粉	523,575	845	1.66元	6.93%	10.93%
2	螺蛳粉柳州螺蛳粉正宗	122,889	681	1.35元	8.46%	9.66%
3	螺蛳粉专用锅	115	20	0.42元	0.87%	0%
4	好欢螺螺蛳粉	59,201	317	0.92元	9.18%	9.14%
5	柳州螺蛳粉	31,798	426	1.33元	4.37%	9.42%
6	李子柒螺蛳粉	37,001	85	1.19元	10.96%	7.08%
7	臭宝螺蛳粉	14,129	95	1.29元	10.84%	5.16%
8	螺霸王螺蛳粉	16,932	74	1.64元	9.96%	7.94%
9	螺蛳粉碗	4,108	112	1.55元	5.28%	6.91%
10	好欢螺螺蛳粉旗舰店官方旗舰店	10,424	118	0.94元	7.96%	9.28%

分析以上数据，选择的5个关键词如下：			
选择理由：			

### 5) 借助直播推广提升流量

2019年双十一期间，直播带货火爆。天猫数据显示，淘宝直播的爆发，让超过50%的商家都通过直播获得新增长。现在店铺周年庆，店主打算进行一场直播，于是精心挑选了一款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。请你以厂长的身份，根据背景介绍以及商品资料，为柳州市城中区谨诚预包装食品销售中心撰写直播推广开场、产品介绍和直播收尾的脚本，见表6。

商品资料：

品牌：螺味无穷

原产地:广西柳州市

货号:蓝色螺味无穷

保质期：180天

生产日期：2022.6.22

生产厂家：柳州亚安食品有限公司

生产许可证编号：SC13145020400960

储藏方法：常温

净重（规格）：330

包装方式：包装

包装规格:高品质纯熬制蓝版螺味无穷3袋,高品质纯熬制蓝版螺味无穷5袋,高品质纯熬制蓝版螺味无穷8袋,高品质纯熬制蓝版螺味无穷10袋

原料与配料:干米粉包，螺丝肉汤料包，花生配料包，酸笋配料包，酸豆角萝卜干包，辣椒油包，醋包

口味：重辣

商品条形码：6971632079457

是否进口：否

储存条件：常温

制作工艺：传统

产品认证：否

要求：字数不少于300，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。直播主题紧扣推广目标；直播内容很能吸引网民，结构严

谨、文笔通顺。

表6直播推广脚本

直播开场	
商品介绍	

直播收尾
------

6) 数据分析与优化

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，一天中按小时流量分析图见图1如下。

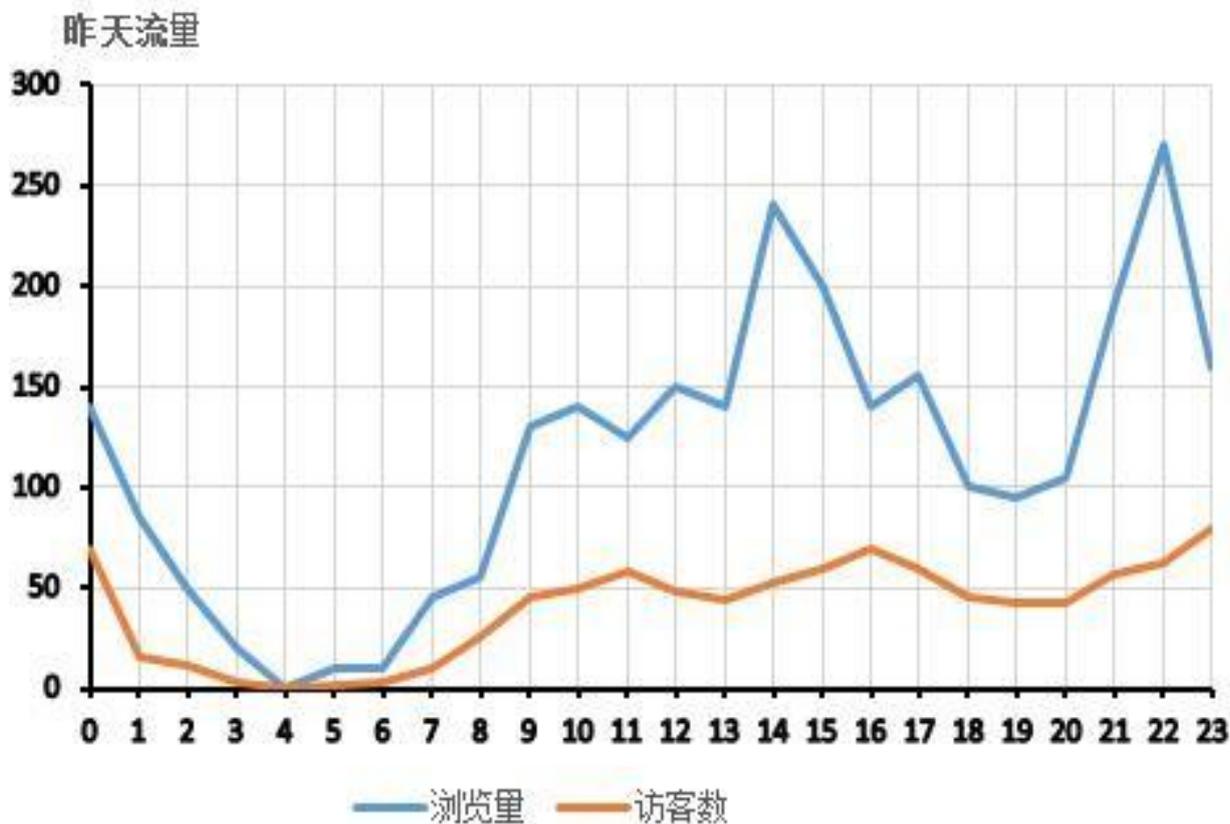


图1一天中按小时流量分析图

表7某卖家各地区成交转化率分布统计表

序号	省份	浏览量	访客数	回访客比率	人均店内停留时间(秒)	用户平均访问深度	入店次数	跳失率	成交转化率
总计		9738360	2426783						
1	上海	427622	83654	43.45%	93.63	4.27	50933	49.12%	1.18%
2	北京	368864	73001	40.95%	97.78	4.12	45057	49.49%	0.97%
3	天津	155506	31684	40.5%	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中。

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8的数据，识别有效入店人次超过10万次且成交转化率排名也靠前的地区。对这些地区，卖家在策略上应该怎么做？
答：

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

## (4) 评分标准

见网店运营评分卡（试题H2-20）。

网店运营评分卡（试题H2-20）

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养		5分	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。		
文化精神		5分	答题过程中，秉承诚实守信的文化精神，不抄袭、不舞弊。答题过程，礼貌对待考生、考官，谦虚待人。		
工作任务 (95分)	直通车加入条件	4分	回答正确，每个2分，共4分		
	直通车推广位置确定	6分	回答正确，截图清晰、图片上有标注，每个2分，共6分		
	直通车推广计划制定	6分	回答正确，每个1分，共6分		
	选取匹配关键词	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	11分	关键词每个1分，共5分；选择理由充分6分	
	直播推广 (25分)	直播开场介绍	8分	直播开场时要包含问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动等信息，回答正确，每个要点2分，共8分	
		产品介绍	10分	正确介绍商品基本属性、特色、卖点、价格、促销活动等信息，回答正确，每个要点2分，共10分	
		直播收尾	6分	结尾收场时要说明发货时间、引导大家关注、包含感谢语，回答正确，每个要点2分，共6分	
		整体评价	1分	结构严谨、文笔通顺，1分	
	数据分析与优化 (30分)	数据分析1	15分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分说出至少3个方面的指导，且理由充分；	
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，回答问题4分，策略11分，3点以上且具体详细9-11分，2点且具体详细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\_\_\_\_\_

## 模块四 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

多喜爱成立于1999年（<http://www.dohia.com/>）是一家集研发、设计、生产、营销于一体的综合型家纺公司。公司实行多品牌多渠道发展策略，旗下有“多喜爱”、“美眠康”、“喜玫瑰”、“乐倍康”“HB”等五大主打品牌。作为国内家纺领先企业，多喜爱已在全国开设多家连锁旗舰店，成为轻奢家纺的代表。2017多喜爱品牌全面升级，致力成为大众床品消费的时尚标杆，锁定现代都市女性市场，满足其追求轻奢精致生活，全面提升产品品质、提出“轻奢时尚 Slightly lux Life”品牌主张。目前，多喜爱公司公司拥有自营店近 200 家，加盟店 800 余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。同时公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。



图1 多喜爱网站首页

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.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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交。）

表 1 目标地址提交到 Baidu & 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) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的

方式填写到表 2。

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

**表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表**

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公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况，便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图，填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	P R 值	Alexa 排名
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 的收录情况截图	
P R 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前，公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况，并对不妥的地方加以改进，请填写表 5。

**表 5 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	多喜爱公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名，或者公司主营产品作为关键词，在“公司网页情况”中描述关键词密度情况，评价是否需要改进，给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价（从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等）			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场，请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词，并说明理由，请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:

描述:

#### 7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的搜索引擎推广后，进行了推广效果的分析；数据统计报表如下，请根据报表统计的数据，按表格中的要求进行回答。

总计		正在推广 提交关键词	浏览量(PV) 381715	跳出率 81.99%
搜索词		正在推广	浏览量(PV)	跳出率
1	其它	--	211,563	89.82%
2	...	是	30,545	25.38%
3	...	是	11,828	30.11%
4	...	否	5,339	36.23%
5	...	是	3,568	27.15%
6	...	否	3,011	26.58%
7	...	是	2,931	23.58%
8	...	是	2,553	32.55%
9	...	是	2,359	26.19%
10	...	否	2,134	19.51%
11	...	是	1,998	78.63%
12	...	是	1,982	40.36%
13	...	是	1,903	57.90%
14	...	否	1,903	31.88%

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释跳出率的含义

答:

②找出上表中跳出率低排名前 5 的搜索词项，跳出率高的排前 3 的搜索词项

跳出率低:

跳出率高:

③分析跳出率低的搜索词项，有何改进建议?

答:

④分析跳出率高的搜索词项，有何改进建议?

答:

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

## (4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-1)

### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-1)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理.			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎 (10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共 4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分,提交截图正确。2分/个, 共 6分			
	检查收录情况 (5分)	1分	检查方式正确			
		1分	收录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查 (16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空 2分, 共 10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO 搜索引擎优化 (14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 1分; 将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 2分			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分			
	关键词的设计 (16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设计理由充分, 合理。			
	创意设计 (16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1分;			
数据分析和推广优化 (18分)	4分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	4分	数据分析正确, 能按照要求找出相应的关键词代号。				
	10分	5+5分。对跳出率高和低原因分析清晰, 改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 2. 试题编号：H3-2，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

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。2012年11月，汾酒集团销售收入已经突破百亿元，达到100.18亿元，提前三年实现了“十二五”确定的百亿目标。2019年10月25日，山西杏花村汾酒集团入选新华社民族品牌工程 中华老字号振兴行动签约仪式在北京举行。2020年11月，山西杏花村汾酒集团有限责任公司列入山西省省管重要骨干企业。近年来，公司倾力打造名白酒基地、保健酒基地和酒文化旅游基地，为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。



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 sougou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 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 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	P R 值	Alexa 排名
山西杏花村汾酒集团有限责任公司					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
P R 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表 5 山西杏花村汾酒集团有限责任公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	山西杏花村汾酒集团有限责任公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			

5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			
---	---	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

**表 6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内

**表 7 公司百度推广的创意设计**

标题:
描述:

**7) 数据分析与推广优化**

公司经过一段时间的网络广告推广后, 进行了推广效果的分析; 数据统计报表如下, 请根据报表统计的数据, 按表格中的要求进行回答。一个月内该企业在某网站上投入广告, 总费用是 6000 元。经过统计, 这则广告的曝光次数是 600,000, 点击次数是 60,000 次, 广告后转换购买次数是 1,200。

**表 8 数据分析和优化改进措施表**

①请解释转化率的含义
答
②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
③该行业的平均转化率大约是 4%。请分析该网站是偏高或偏低, 并提出改进建议?
答:

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-2)。

#### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-2)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 1	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共 4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分,提交截图正确。2分/个, 共 6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空 2分, 共 10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌 和产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 1分; 将 企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整 后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 2分			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现 湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设 计理由充分, 合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低 于 100 字扣 1分;			
数据分析和推广优化(18分)	6分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	6分	数据分析正确, 公式罗列正确, 数据计算正确。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

### 3. 试题编号：H3-3，SEO搜索引擎优化

#### (1) 任务描述

“千寻饰品”是广州千寻品牌管理有限公司的品牌（www.qianxun.com.cn），该公司广州菩提商贸有限公司在2014年11月25日正式成立，其创新的营销模式和卓越的经营管理能力，发展壮大为研发、销售、服务为一体的规模化的贸易企业。公司主要经营工艺品批发；化妆品及卫生用品批发；其他人造首饰、饰品批发；商贸批发贸易；等等商品。菩提旗下研发其自主品牌“千寻”饰品，千寻的总部在中国南方最大、历史最悠久的历史名城广州。千寻，是一家形象设计、饰品生产、饰品销妆的顶尖品牌。通过“产品+服务”的经营管理方集于一体的女性发饰专卖连锁机构。公司一直致力于成为中国女性美饰美式，在全国销售终端为购买了千寻饰品和化妆品产品的年轻女性，可以免费为消费者提供发型设计、盘发、化妆等服务，这样的经营模式逐渐获得市场的认同，还拥有了很多忠实的终端客户，销售领域已经覆盖全国30多个省、市以及自治区。



首页 千寻产品 千寻培训 千寻资讯 门店展示



图1 千寻饰品官网图

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提交给各大搜索引擎。请写出Badu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，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。

表1 目标地址提交到Baidu & sogou的成功结果截图

Badu提交入口网址	
提交到Baidu成功界面截图	
sogou提交入口网址	
提交到sogou成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查baidu是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填

写到表2。

表2 baidu搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3将操作的步骤进行截图, 填写到表4中。

表3 网站的收录情况、反向链接、PR值、Alexa排名结果表

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“千寻”公司网站					

表4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表5。

表5 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	项目名称	公司网页情况	是否需 改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词, 并说明理由。完成表6。

表6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 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7 推广数据分析报告

序号	关键词	推广状态	浏览量	跳出率 (%)
1	某关键词	是	256	45.78
2	某关键词	是	2356	45.67
3	某关键词	是	209	23.31
4	某关键词	是	1987	45.21
5	某关键词	是	2021	67.21
6	某关键词	是	1876	56.12
7	某关键词	是	2001	21.23
8	某关键词	是	1789	12.23
9	某关键词	是	1987	18.21
10	某关键词	是	133	34.21
11	某关键词	是	1766	56.34
12	某关键词	是	1900	67.56
13	某关键词	是	2034	78.32
14	某关键词	是	2109	78.21
15	某关键词	是	2000	45.67
16	某关键词	是	2100	87.22

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释跳出率的含义	
答:	
2. 找出上表中跳出率低排名前5的搜索词项, 跳出率高的排前3的搜索词项	
跳出率低:	跳出率高:
3. 分析跳出率低的搜索词项, 有何改进建议?	
答:	
4. 分析跳出率高的搜索词项, 有何改进建议?	
答:	

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-3)。

**搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-3)**

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 1分; 将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 2分			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设计理由充分, 合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1分;			
数据分析和推广优化(18分)	6分	术语解释正确, 定义关键点解释得当。				
	6分	数据分析正确, 公式罗列正确, 数据计算正确。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

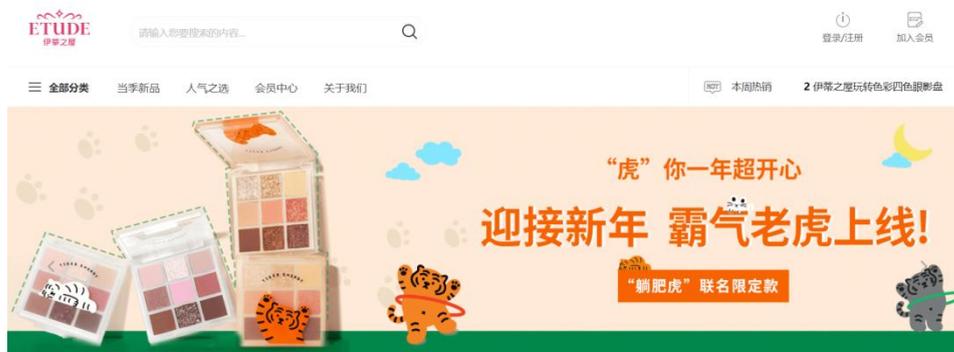
#### 4. 试题编号：H3-4，SEO搜索引擎优化

##### (1) 任务描述

ETUDE HOUSE伊蒂之屋 (<http://www.etude.cn/>) 是韩国第一化妆品集团爱茉莉太平洋集团旗下直营的甜美彩妆品牌，也是集团在中国大陆五大品牌中唯一的彩妆品牌，以其粉红、梦幻的公主风格和潮流创意的化妆品深受世界各地女性的喜爱。

ETUDE HOUSE创立于1995年，ETUDE HOUSE伊蒂之屋logo，作为韩国首个彩妆品牌，ETUDE HOUSE旨在通过甜美浪漫的少女情怀和闺蜜般的亲切真挚，让每位女性玩美魔法般的公主梦幻(Princess Fantasy)。心怀让世上所有少女变身动人自信的公主，实现心中对所有美好事物的幻想，玩美空间--ETUDE HOUSE甜蜜诞生。在韩国获得成功后，ETUDE HOUSE的粉红色浪漫空间陆续进驻世界各地。

为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。



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.etude.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、雅虎中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。

表1 目标地址提交到Baidu & sogou的成功结果截图

Badu提交入口网址	
提交到Baidu成功界面截图	
sogou提交入口网址	
提交到sogou成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查baidu是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表2。

表2 baidu搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	

检查结果截图	
--------	--

(3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况，便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3将操作的步骤进行截图，填写到表4中。

**表3 网站的收录情况、反向链接数、PR值、Alexa排名结果**

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“伊蒂之屋”公司网站					

**表4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前，公司打算进行SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况，并对不妥的地方加以改进，请填写表5。

**表5 网站首页搜索引擎优化情况评价**

序号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场，请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词，并说明理由。完成表6。

表6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 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7  
优化改进

数据分析和  
措施表

序号	关键词	推广状态	浏览量	跳出率 (%)
1. 请解释跳出率的概念	某关键词	是	30545	25.38
2. 答:	某关键词	是	11828	34.56
3. 找出上表中跳出率低排名前5的搜索词项，跳出率高的排名前3的搜索词项	某关键词	否	5339	56.41
4. 跳出率低:	某关键词	是	3568	34.67
5. 跳出率高:	某关键词	否	3011	21.62
6. 分析跳出率低的搜索词项，有何改进建议?	某关键词	是	2931	56.12
7. 答:	某关键词	是	2553	21.23
8. 分析跳出率高的搜索词项，有何改进建议?	某关键词	是	2359	12.23
9. 答:	某关键词	是	2134	18.21
10	某关键词	否	1993	34.21
11	某关键词	是	1982	56.34
12	某关键词	是	1784	67.56
13	某关键词	是	1865	78.32
14	某关键词	否	1867	45.23

答：

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

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

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

## **(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-4)

**搜索引擎推广试题评分卡（试题H3-4）**

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	将公司网址提交到搜索引擎（10分）	4分	入口地址正确2分/个，共4分	
		6分	提交截图正确。3分/个，共6分	
	检查搜录情况（7分）	2分	检查方式正确	
		2分	搜录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查（19分）	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分	
		3分	公司网站被google、baidu、和sogou的收录情况截图正确、清晰	
		3分	P R值截图清晰，正确	
		3分	Alexa排名截图清晰，正确	
	SEO搜索引擎优化（18分）	3分	Title(标题)	
		3分	Keyword（关键词）	
		3分	Description（描述）	
		3分	关键词密度基本情况	
		6分	网页用户体验整体评价，每空2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	
		8分	关键词设置理由，按0/1/2标准评分，每个最多2分，共8分	
数据分析和推广优化（20分）	4分	数据指标解释		
	4分	数据分析正确，与图标相符合		
	12分	改进建议和优化措施，每个6分，共10分		
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

完达山奶粉（www.wondersun.com.cn）是黑龙江省完达山乳业股份有限公司旗下的一家乳制品公司。完达山奶粉在源头上保证了原料的质量；在设备上实现了自动化加工生产；在加工环节上，采用“原辅料——半成品——成品”的检验制度；在产品研发上，完达山乳业拥有高水平的国际化研发团队，引进国际上先进的管理方法，实现质量、环境、危害分析与关键控制点、职业健康安全等五大管理体系的整合统一。并且，完达山奶粉以“绿色、新鲜、营养、健康、安全”为经营理念，以保证国家乳品安全为己任，主要生产奶粉、液态奶、饮料、豆制品、米麦制品以及保健食品等，销售网络遍及全国，适合婴幼儿及成人使用。



图 1 完达山首页

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

(www.wondersun.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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 成功界面截图	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址? 并将检查结果通过截图的方式填写到表

**表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
“完达山”公司网站					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 公司首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			

4	关键词密度基本情况。请选择公司名，或者公司主营产品作为关键词，在“公司网页情况”中描述关键词密度情况，评价是否需要改进，给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价（从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等）			

5) 关键词的设计。为了打开市场，请根据网站特点、网站的产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词，并说明理由，请将结果填入下表6中。

**表 6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu创意。Baidu创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL和显示 URL等。请为公司撰写一则 baidu创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内。

**表 7 公司百度推广的创意**

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化公司经过一段时间的搜索引擎推广后，进行了推广效果的分析；数据统计报表如下，请根据报表统计的数据，按表格中的要求进行回答。

**表 8 推广数据分析报告**

序号	关键词	推广状态	浏览量 (PV)	跳出率(%)
1	某关键词	是	345	34.54
2	某关键词	是	2341	56.34
3	某关键词	是	2098	23.31

4	某关键词	是	1987	45.21
5	某关键词	是	2021	67.21
6	某关键词	是	1876	56.12
7	某关键词	是	2001	21.23
8	某关键词	是	1789	12.23
9	某关键词	是	1987	18.21
10	某关键词	是	1733	34.21
11	某关键词	是	1766	56.34
12	某关键词	是	1900	67.56
13	某关键词	是	2034	78.32
14	某关键词	是	2109	78.21
15	某关键词	是	2200	45.67
16	某关键词	是	2100	87.12

表9 数据分析和优化改进措施表

①请解释跳出率的含义	
答:	
②找出上表中跳出率低排名前 5 的搜索词项, 跳出率高的排前 3 的搜索词项	
跳出率低:	跳出率高:
③分析跳出率低的搜索词项, 有何改进建议?	
答:	
④分析跳出率高的搜索词项, 有何改进建议?	
答	

## (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网,

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

### **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

### **(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-5)

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-5)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。			
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, 能通过连接达到所指定的网页提交页面, 2分/个, 共 4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分,提交截图正确。2分/个, 共 6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果正确			
		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搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空 2分, 共 10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO 搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品关键词 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, 体现地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设计理由充分, 合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11标准评分。字数超过 200字, 或者低于 100 字扣 1分;			
数据分析和推广优化(18分)	4分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	4分	数据分析正确, 能按照要求找出相应的关键词代号。				
	10分	5+5 分。对跳出率高和低原因分析清晰, 改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 6. 试题编号：H3-6，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

湖南华天大酒店股份有限公司（<http://www.huatian-hotel.com/>）是湖南省第一家旅游业上市公司。作为华天旗舰店，华天大酒店目前拥有客房 700 多间，餐位 1200 多个，娱乐、洗衣、豪华车队等设施一应俱全。开业以来酒店成功接待了坦桑尼亚总统、赞比亚总统、白俄罗斯总理、亲民党主席宋楚瑜先生等所有来长沙的国家元首和政府首脑。曾多次荣获“全国最佳星级饭店”等荣誉称号，是湖南省唯一一家同时加盟“国际金钥匙组织”和“中国名酒店组织”的酒店，是全国酒店业唯一一家荣膺“全国企业文化优秀奖”和被授予“全国企业文化示范基地”称号的酒店，并荣获国际服务领域最高荣誉“五星钻石奖”，被批准加入“世界一流酒店组织”，其通过湖南华天国际酒店管理有限公司管理的连锁酒店已有 30 多家。公司旗下酒店品牌涵盖华天大酒店、华天假日、华天精选，截至2020年底公司自营、租赁及托管酒店达 40 余家。同时，公司也积极开展电子商务业务，且公司正打算通过搜索引擎方式进行网络推广。



图 1 华天酒店网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 成功界面截图	
Sogou 提交入口网址	

提交到 Sogou 成功界面截图	
------------------	--

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址? 并将检查结果通过截图的方式填写到表

**表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南华天大酒店股份有限公司					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

表 5 湖南华天大酒店股份有限公司首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword(关键词)			
3	Description(描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表6中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL和显示 URL等。请为公司撰写一则 baidu创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内。

表 7 公司百度推广的创意

标题:
描述:

8) 数据分析与推广优化公司经过一段时间的搜索引擎推广后,进行了推广效果的分析;数据统计报表如下,请根据报表统计的数据,按表格中的要求进行回答。



表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释浏览量的含义
答:
②请解释访问数的含义
③结合跳出率和平均访问时长,请评价本公司网站一个月的运行情况?
答:
④根据上图和对公司网站运行情况的基本判断,提出改进建议?

答：

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

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

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

## **(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-6)

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-6)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句通顺的话, 1分; 将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 2分			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设计理由充分, 合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1分;			
数据分析和推广优化(18分)	6分	浏览量和访问数, 术语解释正确, 定义关键要点解释得当。3+3				
	6分	评价公司网站运行情况思路清晰, 有理有据				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：H3-7，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

中教畅享（北京）科技有限公司（<http://www.itmc.cn/>）位于北京中关村高新科技园区,是国家认定的高新科技企业、双软（软件产品、软件企业）认证企业，全国职业院校技能大赛合作企业，专注于以就业为导向的教学资源和教学软件开发。公司以“从企业实践中来,到教育实践中去”为经营理念,以“明道·优术”为己任,以信息技术提高教与学的效率和效果。

本公司是高等院校经济管理类专业实验、实训、实习软件平台系统的提供商和服务商。我们一贯坚持“从企业实践中来，到教育实践中去”理念，用信息技术弥合理论与实践鸿沟，以“提升就业能力、推动实践教学改革”为己任，专注于高等院校经济管理类专业实践教学产品研发，提供实验（训）室咨询、规划与建设整体解决方案。公司拥有企业管理咨询顾问、教育专家、软件开发团队。我们的优势：对企业管理实践的广泛认知、对实践教学的深刻理解、对软件技术的深厚积累、对互联网未来趋势的精确把握。



图 1 中教畅享（北京）科技有限公司首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 [www.itmc.cn/](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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

**表 1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图**

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 成功界面截图	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表

**表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况，便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图，填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
ITMC					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	

Alexa 排名截图	
------------	--

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前，公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况，并对不妥的地方加以改进，请填写表 5。

**表 5ITMC 首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword(关键词)			
3	Description(描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名，或者公司主营产品作为关键词，在“公司网页情况”中描述关键词密度情况，评价是否需要改进，给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开市场，请根据公司品牌、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词，并说明理由，请将结果填入下表 6 中。

**表 6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内。

**表 7 公司百度推广的创意**

标题:
描述:

7) 数据分析与推广优化公司经过一段时间的搜索引擎推广后,进行了推广效果的分析;数据统计报表如下,请根据报表统计的数据,按表格中的要求进行回答。

**表 8 网站推广数据分析表**

统计时间	浏览量 (pv)	独立访客 (uv)	人均停留 时间	注册用户 数量	网站收藏 人数	用户注册 转换率
周 1	230	41	330	37	32	16%
周 2	220	40	300	32	30	14%
周 3	204	38	208	29	37	14%
周 4	198	30	210	23	20	11%
周 5	201	28	201	21	18	10%
周 6	331	50	330	40	37	12%
周 7	342	56	335	42	39	12%

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转换率的含义	
答:	
②找出上表中转换率低排名前 2 的时间,转换率高的排前 3 的时间	
转换率低:	转换率高:
③分析转换率低的可能原因?	
答:	
④针对公司网站情况和上表数据,提出改进建议意见?	
答	

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

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

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

## **(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-7)

### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-7)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2分/个，共4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确，1分,提交截图正确。2分/个，共6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou的收录情况截图正确、清晰；截图时，体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰，正确；截图时，体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰，正确；截图时，体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果，要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌 and 产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句通顺的话，1分；将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况，所有关键词基本情况概述正确，1分；“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰，正确；2分			
		2分	网页用户体验整体评价，1-2分；如需更改，网站改进思路清晰，能解决相应的问题，1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词，按 0/1/2 标准评分，每个最多 2 分，共 8 分，体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由，按 0/1/2 标准评分，每个最多 2 分，共 8 分，设计理由充分，合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度，按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO，定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字，或者低于 100 字扣 1 分；			
数据分析和推广优化(18分)	3分	术语解释正确，定义关键要点解释得当。				
	3分	排名选择正确				
	6分	转换率原因分析正确，有理有据				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 8. 试题编号：H3-8，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

湖南安化黑茶 (<https://www.hunanheicha.com/>) 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！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，宣传湖南茶叶文化的专业平台。湖南安化黑茶网想通过搜索引擎来进行网站推广。



图1 湖南安化黑茶网

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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 成功界面截图	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填

写到表

**表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南黑茶网					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 湖南黑茶网首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			

5	网页用户体验整体评价（从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等）			
---	---	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场，请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词，并说明理由，请将结果填入下表6中。

**表 6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内。

**表 7 公司百度推广的创意**

标题：
描述：

7) 竞争对手分析。利用 baidu 检索工具，查询湖南省内做“茶叶”产品的知名企业有那些？查询网页标题中含有这些竞争对手公司名称的网页有多少？网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量是多少？完成表 8 和表 9。

**表 8 公司竞争对手情况分析**

序号	企业名称	企业网站地址	标题中含有竞争对手”公司全称”的网页数量	网页中含有竞争对手”公司站点”的网页数量
1				
2				
3				
4				
5				

**表 9 查询结果记录表**

序号	标题中含有竞争对手”公司全称”的网页数量界面截图	网页中含有竞争对手”公司站点”的网页数量界面截图
1		
2		
3		
4		
5		

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

## (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 H3-8)

### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-8)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理.			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎 (10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共 4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分,提交截图正确。2分/个, 共 6分			
	检查搜录情况 (5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查 (16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空 2分, 共 10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO 搜索引擎优化 (14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 1分; 将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 2分			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分			
	关键词的设计 (16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设计理由充分, 合理。			
	创意设计 (16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1分;			
竞争对手分析 (18分)	15分	企业名称, 地址, 1分, 查询其标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量 1分, 指向其公司站点的网页数量 1分, 每空 3分, 共 15分。				
	3分	查询截图清晰, 方法正确。				
合计	100分					

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 9. 试题编号：H3-9，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

九芝堂股份有限公司 (<http://www.hnjzt.com/>) 是国家重点中药企业、国家重点高新技术企业、国内 A 股上市公司、湖南省质量管理奖企业、国家博士后科研工作站。公司前身“劳九芝堂药铺”创建于 1650 年。多年来，九芝堂始终秉承“九州共济、芝兰同芳”的家国情怀，在传承中创新，在创新中发展，现已发展成为下辖 30 余家分子公司，拥有 400 多家连锁门店，集生产、销售、科研、健康管理于一体的现代大型医药企业。截至 2020 年底，公司总资产达 50.71 亿元，净资产 39.22 亿元，2020 年公司实现营业收入 35.59 亿元，净利润 2.72 亿元。2020 年中国品牌价值评价信息发布中，九芝堂以超百亿的品牌价值，位列“中华老字号品牌榜”前列。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 sougou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 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) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功收录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表 2

**表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤。进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
九芝堂股份有限公司有限责任公司					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 九芝堂股份有限公司网站首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	九芝堂股份有限公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了拓宽湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设

计4个关键词，并说明理由，请将结果填入下表6中。

表6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内

表7 公司百度推广的创意设计

---

标题:

---

描述:

---

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 6000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 600,000,点击次数是 60,000 次，广告后转换购买次数是 1,200。

表8 数据分析和优化改进措施表

---

①请解释转化率的含义

---

答

---

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

---

---

③该行业的平均转化率大约是 4%。请分析该网站是偏高或偏低，并提出改进建议？

---

答:

---

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-9)

### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-9)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 1	均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理.			
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎 (10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共 4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分,提交截图正确。2分/个, 共 6分			
	检查搜录情况 (5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查 (16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空 2分, 共 10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO 搜索引擎优化 (14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 1分; 将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 2分			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2 分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分			
	关键词的设计 (16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设计理由充分, 合理。			
	创意设计 (16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1分;			
数据分析和推广优化 (18分)	6分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	6分	数据分析正确, 公式罗列正确, 数据计算正确。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 10. 试题编号：H3-10，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

湖南点石装饰设计工程有限公司（<http://www.dasn.com.cn/>）成立于1998年注册资金3000万，点石家装16年来，通过不断的努力与创新荣获湖南省著名商标、中国家装行业10大品牌等诸多荣誉。而且，点石家装是湖南第一家荣获中国建设银行AA+级信誉企业并且是家装行业唯一获得5000万资金的授信企业。点石家装作为年度政府唯一授奖名优家装企业，以严格的工程管理、原创理念的400名顶尖设计团队和300亩自主产权式的4S家居产业园，通过点石家居产业园生产的6大类全房定制产品以卓越品质及主打“环保、耐用”的特点和点石欧标材料工艺体系，深受中高端业主的信赖与认可。从而，点石家装成为湖南家装行业的领导性品牌、湖南家装行业的风向标。点石家装以“客户的满意高于一切”为核心宗旨，以“真爱筑家”为核心文化理念，致力专业服务于中高端消费者、别墅业主、商业客户、地产等广大客户。



图1 点石家装公司网站首页

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址<http://www.dasn.com.cn/>提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和sougou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表1 目标地址提交到 Baidu & sougou 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	
Sougou 提交入口网址	
提交到 Sougou 的反馈页面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功收录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表2

**表 2 baidu 收录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南点石装饰设计工程有限公司					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 点石家装网站首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司首页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了拓宽湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设

计4个关键词，并说明理由，完成表6。

表6 点石家装公司关键词设计表

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内

表7 公司百度推广的创意设计

---

标题:

---

描述:

---

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析。一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 16000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 800,000,点击次数是 80,000 次，广告后转换购买次数是 1,000。

表8 数据分析和优化改进措施表

---

①请解释转化率的含义

---

答:

---

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

---



---

③该行业的平均转化率大约是 2%。请分析该网站的转化率是偏高或偏低，并提出改进建议?

---

答:

---

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网，

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-10)

### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-10)

评价内容		配分	考核点	得分1	得分2	均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分			
		2分	公司网站被google、baidu、和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称			
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品关键词5-10个			
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;2分			
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分,合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分;			
数据分析和推广优化(18分)	6分	术语解释正确,定义关键要点解释得当。				
	6分	数据分析正确,公式罗列正确,数据计算正确。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰,阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 11. 试题编号：H3-11，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

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 sougou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 的反馈页面截图

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

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功收录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表 2。

表 2 baidu 收录公司网址检查结果表

检查方式	
------	--

检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu(反向链接数)	P R 值	Alexa 排名
火宫殿有限责任公司					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
P R 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 公司网站首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

**表 6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写baidu创意。Baidu创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时,展现在网民面前的推广内容,包括标题、描述,以及访问URL和显示URL等。请为公司撰写一则baidu创意。创意标题最长不能超过50个字符,每行描述最长不能超过80个字符,且总字数控制在200字以内

**表7 公司百度推广的创意设计**

---

标题:

---

描述:

---

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后,进行了推广效果的分析;一个月内该企业在某网站上投入广告,总费用是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,广告后转换行动次数是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 3%。请分析该网站的转化率是偏高或偏低,并提出改进建议?

---

答:

---

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-11)。

### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-11)

评价内容		配分	考核点	得分1	得分2	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。答卷格式排版合理。			
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分			
		2分	公司网站被google、baidu、和souyou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称			
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌 and 产品的关键词5-10个			
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;2分			
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,设计理由充分,合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/3/5标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8/11标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分;			
	数据分析和推广优化(18分)	6分	术语解释正确,定义关键要点解释得当。			
		6分	数据分析正确,公式罗列正确,数据计算正确。			
6分		改进建议和优化措施思路清晰,阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 12. 试题编号：H3-12，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

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



图 1 新东方在线首页请

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 sougou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 的反馈页面截图

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

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功收录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表 2。

表 2 baidu 收录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu(反向链接数)	P R 值	Alexa 排名
火宫殿有限责任公司					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
P R 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 公司网站首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设

计 4 个关键词，并说明理由，请将结果填入下表 6 中。

表 6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内

表 7 公司百度推广的创意设计

---

标题:

---

描述:

---

7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 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，广告后转换行动次数是 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 3%。请分析该网站的转化率是偏高或偏低，并提出改进建议？

---

答:

---

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-12)。

### 搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-12)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 1	平均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务(95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共 4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分,提交截图正确。2分/个, 共 6分			
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	收录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空 2分, 共 10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌 和产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句 通顺的话, 1分; 将 企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调 整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 2分			
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现 湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 设 计理由充分, 合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字, 或者低 于 100 字扣 1分;			
数据分析和推广优化(18分)	6分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。				
	6分	数据分析正确, 公式罗列正确, 数据计算正确。				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

### 13. 试题编号：H3-13，SEO搜索引擎优化

#### (1) 任务描述

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



图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 sougou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 的反馈页面截图

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

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功收录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式

填写到表 2。

**表 2 baidu 收录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu(反向链接数)	P R 值	Alexa 排名
火宫殿有限责任公司					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
P R 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 公司网站首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词, 并说明理由, 请将结果填入下表 6 中。

**表 6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时, 展现在网民面前的推广内容, 包括标题、描述, 以及访问 URL 和显示 URL 等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符, 每行描述最长不能超过 80 个字符, 且总字数控制在 200 字以内

**表 7 公司百度推广的创意设计**

---

标题:

---

描述:

---

**7) 数据分析与推广优化**

公司经过一段时间的网络广告推广后, 进行了推广效果的分析; 一个月内该企业在某网站上投入广告, 总费用是 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, 广告后转换行动次数是 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 3%。请分析该网站的转化率是偏高或偏低, 并提出改进建议?

---

答:

---

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题 H3-13)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-13)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2分/个，共4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确，1分,提交截图正确。2分/个，共6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou的收录情况截图正确、清晰；截图时，体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰，正确；截图时，体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰，正确；截图时，体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果，要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌 and 产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句通顺的话，1分；将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况，所有关键词基本情况概述正确，1分；“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰，正确；2分			
		2分	网页用户体验整体评价，1-2分；如需更改，网站改进思路清晰，能解决相应的问题，1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词，按 0/1/2 标准评分，每个最多 2 分，共 8 分，体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由，按 0/1/2 标准评分，每个最多 2 分，共 8 分，设计理由充分，合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度，按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO，定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字，或者低于 100 字扣 1 分；			
数据分析和推广优化(18分)	3分	术语解释正确，定义关键要点解释得当。				
	3分	排名选择正确				
	6分	转换率原因分析正确，有理有据				
	6分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 14. 试题编号：H3-14，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

长沙喜来登酒店 (<http://www.sheratonchangshahotel.com/>) 是一家商务酒店，雄踞于市中心商务及金融区黄金地段的芙蓉中路松桂园，前往购物中心、景点和娱乐中心都十分便利。酒店提供24小时送餐服务，商务中心，24小时礼宾服务，美容美体沙龙、自动提款服务、外币兑换、国内外快递服务、停车服务、无线上网服务。长沙喜来登酒店拥有客房和套房及各式户型的公寓，所有房间均配备喜来登甜梦之床、雨淋之露淋浴设施及32寸液晶电视，为您营造舒适怡人的休息空间。宽敞舒适的健身中心配以先进的健身设备，通透日光的室内恒温游泳池，美丽安静的空中花园，创造出完美的健身空间。融合现代的水疗法和中国远久的养生之道，您能领略到独一无二的身心体验。



优惠码：10389  
ENGLISH | 简体中文



长沙喜来登酒店想通过搜索引擎来进行网站推广。

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、雅虎中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。

**表1 目标地址提交到Baidu & sogou的成功结果截图**

Baidu提交入口网址	
提交到Baidu成功界面截图	
sogou提交入口网址	
提交到sogou成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查baidu是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表2

**表2 baidu搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况，便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3将操作的步骤进行截图，填写到表4中。

**表3 网站的收录情况、反向链接数、PR值、Alexa排名结果**

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“长沙喜来登”公司 网站					

**表4查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前，公司打算进行SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况，并对不妥的地方加以改进，请填写表5。

**表5 网站首页搜索引擎优化情况评价**

序号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			

5	网页用户体验整体评价（从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等）			
---	---	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场，请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词，并说明理由。完成表6。

**表6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 竞争对手分析。利用baidu检索工具，查询湖南省内做“酒店”产品的知名企业有那些个查询网页标题中含有这些竞争对手公司名称的网页有多少?网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量是多少?完成表7和表8。

**表7公司竞争对手情况分析**

序号	企业名称	企业网站地址	标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量	网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量
1				
2				
3				
4				
5				

**表8 查询结果记录表**

序号	标题中含有竞争对手“公司全称”的网页数量页面截图	网页中含有竞争对手“公司站点”的网页数量页面截图
1		
2		
3		
4		
5		

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

## (4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-14)。

搜索引擎推广试题评分卡（试题H3-14）

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	将公司网址提交到搜索引擎（10分）	4分	入口地址正确2分/个，共4分	
		6分	提交截图正确。3分/个，共6分	
	检查搜录情况（7分）	2分	检查方式正确	
		2分	搜录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查（19分）	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分	
		3分	公司网站被google、baidu、和sogou的收录情况截图正确、清晰	
		3分	P R值截图清晰，正确	
		3分	Alexa排名截图清晰，正确	
	SEO搜索引擎优化（18分）	3分	Title(标题)	
		3分	Keyword（关键词）	
		3分	Description（描述）	
		3分	关键词密度基本情况	
		6分	网页用户体验整体评价，每空2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	
		8分	关键词设置理由，按0/1/2标准评分，每个最多2分，共8分	
数据分析和推广优化（20分）	4分	数据指标解释		
	4分	数据分析正确，与图标相符合		
	12分	改进建议和优化措施，每个6分，共10分		
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

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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）。

表1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图

Baidu 提交入口网址	
提交到 Baidu 成功界面截图	
Sogou 提交入口网址	
提交到 Sogou 成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填

写到表。

**表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3 将操作的步骤进行截图, 填写到表 4 中。

**表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果**

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	P R 值	Alexa 排名
老百姓大药房					

**表 4 查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
P R 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表 5。

**表 5 老百姓大药房首页搜索引擎优化情况评价**

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title (标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况。请选择公司名, 或者公司主营产品作为关键词, 在“公司网页情况”中描述关键词密度情况, 评价是否需要改进, 给出改进意见			

5	网页用户体验整体评价（从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等）			
---	---	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场，请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词，并说明理由，请将结果填入下表6中。

表6 关键词的设计

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 撰写 baidu创意。Baidu创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL和显示 URL等。请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在200 字以内。

表7 公司百度推广的创意

标题：
描述：

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 芦淞服饰网推广数据分析表

统计时间	浏览量 (pv)	独立访客 (uv)	人均停留 时间	注册用户 数量	网站收藏 人数	用户注册 转换率
周 1	230	41	330	37	32	16%
周 2	220	40	300	32	30	14%
周 3	204	38	208	29	37	14%
周 4	198	30	210	23	20	11%
周 5	201	28	201	21	18	10%
周 6	331	50	330	40	37	12%
周 7	342	56	335	42	39	12%

表8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转换率的含义	
答:	
②找出上表中转换率低排名前 2 的时间, 转换率高的排前 3 的时间	
转换率低:	转换率高:
③分析转换率低的可能原因?	
答:	
④针对芦淞服饰网和上表数据, 提出改进建议意见?	
答	

## (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网,

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

## (4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-15)。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-15)

评价内容		配分	考核点	得分 1	得分 2	均分
职业素养(5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。			
工作任务 (95分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确，输入的地址与截图地址一致，2分/个，共4分			
		6分	网站提交页面信息填写正确，1分,提交截图正确。2分/个，共6分			
	检查搜录情况(5分)	1分	检查方式正确			
		1分	搜录结果结果			
		3分	结果截图清晰、与结果吻合			
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分			
		2分	公司网站被 google、baidu、和 sougou的收录情况截图正确、清晰；截图时，体现公司网址或者公司名称			
		2分	P R 值截图清晰，正确；截图时，体现公司网址或者公司名称			
		2分	Alexa 排名截图清晰，正确；截图时，体现公司网址或者公司名称			
	SEO搜索引擎优化(14分)	3分	Title(标题)。标题优化结果，要能体现公司网站的定位或特点等。			
		3分	Keyword (关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌 and 产品的关键词 5-10 个			
		3分	Description (描述)。能把相应关键串成一句通顺的话，1分；将企业核心内容描述清楚。2分。			
		3分	关键词密度基本情况，所有关键词基本情况概述正确，1分；“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰，正确；2分			
		2分	网页用户体验整体评价，1-2分；如需更改，网站改进思路清晰，能解决相应的问题，1分			
	关键词的设计(16分)	8分	设置的关键词，按 0/1/2 标准评分，每个最多 2 分，共 8 分，体现湖南地区推广特点设置关键词。			
		8分	关键词设置理由，按 0/1/2 标准评分，每个最多 2 分，共 8 分，设计理由充分，合理。			
	创意设计(16分)	5分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度，按 0/3/5 标准评分。			
		11分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO，定位明确。按 0/4/8/11 标准评分。字数超过 200 字，或者低于 100 字扣 1 分；			
	数据分析和推广优化(18分)	3分	术语解释正确，定义关键要点解释得当。			
		3分	排名选择正确			
6分		转换率原因分析正确，有理有据				
6分		改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。				
合计		100分				

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



检查结果截图	
--------	--

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3将操作的步骤进行截图, 填写到表4中。

**表3 网站的收录情况、反向链接数、PR值、Alexa排名结果**

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“热风”公司网站					

**表4查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表5。

**表5 网站首页搜索引擎优化情况评价**

	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
	Title(标题)			
	Keyword(关键词)			
	Description(描述)			
	关键词密度基本情况			
	网页用户体验整体评价(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词, 并说明理由。完成表6。

**表6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 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16000元。经统计, 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7 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
答:
3.该行业的平均转化率大约是2%, 请分析改网站的转化率是偏高还是偏低, 并提出改进建议?
答:

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成。

#### (4) 评分标准

见 试 题 评 分 卡 ( 试 题 H3-16) 。

### 搜索引擎推广试题评分卡（试题H3-16）

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	将公司网址提交到搜索引擎（10分）	4分	入口地址正确2分/个，共4分	
		6分	提交截图正确。3分/个，共6分	
	检查搜录情况（7分）	2分	检查方式正确	
		2分	搜录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查（19分）	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分	
		3分	公司网站被google、baidu、和sogou的收录情况截图正确、清晰	
		3分	P R值截图清晰，正确	
		3分	Alexa排名截图清晰，正确	
	SEO搜索引擎优化（18分）	3分	Title(标题)	
		3分	Keyword（关键词）	
		3分	Description（描述）	
		3分	关键词密度基本情况	
		6分	网页用户体验整体评价，每空2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	
		8分	关键词设置理由，按0/1/2标准评分，每个最多2分，共8分	
数据分析和推广优化（20分）	4分	数据指标解释		
	4分	数据分析正确，与图标相符合		
	12分	改进建议和优化措施，每个6分，共10分		
合计		100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 17. 试题编号：H3-17，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

“中国特产网”（<http://www.uotoo.com>）是国内首家特产事业发展领域中的一个国际性、专业性、公益性、学术性的专业电子商务网站，为中国及全球特产商品的生产商、经销商提供一个优质高效的网上销售平台，为中国消费者提供一个安全、便利的网上购物场所。

在网站发展的新时期，“中国特产网”秉承以用户为中心的经营方针，所开发的个性化会员，将与以往的商机、行情相结合，为企业与企业、企业与消费者之间打造一个畅通无阻的双向交流平台。

“中国特产网”本着“立足特产、与时俱进、求实创新、竭诚服务”的精神开展工作，为推动中国特产事业整体水平的全面提升，为中国特产市场的欣欣向荣。

为了扩大公司和公司网站的名度,公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。



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.uotoo.com> 提交给各大搜索引擎。请写出Badu和sogou提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、雅虎中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。

**表1 目标地址提交到Baidu & sogou的成功结果截图**

Badu提交入口网址	
提交到Baidu成功界面截图	
sogou提交入口网址	
提交到sogou成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查baidu是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表2

**表2 baidu搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3将操作的步骤进行截图, 填写到表4中。

**表3 网站的收录情况、反向链接数、PR值、Alexa排名结果**

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“中国特产网”公司 网站					

**表4查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表5。

**表5 网站首页搜索引擎优化情况评价**

序号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词, 并说明理由。完成表6。

**表6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 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, 进行了推效果的分析;数据统计报表如下, 请根据报表统计的数据, 按表格中的要求进行回答。一个月内该企业在某网站上投入广告, 总费用是6000元。经统计, 这则广告的曝光次数是600,000, 点击次数是60,000次, 广告后转换购买次数是1,200。

**表7 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
答:
3.该行业的平均转化率大约是2%, 请分析改网站的转化率是偏高还是偏低, 并提出改进建议?
答:

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成。

**(4) 评分标准**

见 试 题 评 分 卡 ( 试 题 H3-17) 。

搜索引擎推广试题评分卡（试题H3-17）

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	将公司网址提交到搜索引擎（10分）	4分	入口地址正确2分/个，共4分	
		6分	提交截图正确。3分/个，共6分	
	检查搜录情况（7分）	2分	检查方式正确	
		2分	搜录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查（19分）	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分	
		3分	公司网站被google、baidu、和sogou的收录情况截图正确、清晰	
		3分	P R值截图清晰，正确	
		3分	Alexa排名截图清晰，正确	
	SEO搜索引擎优化（18分）	3分	Title(标题)	
		3分	Keyword（关键词）	
		3分	Description（描述）	
		3分	关键词密度基本情况	
		6分	网页用户体验整体评价，每空2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	
		8分	关键词设置理由，按0/1/2标准评分，每个最多2分，共8分	
数据分析和推广优化（20分）	4分	数据指标解释		
	4分	数据分析正确，与图标相符合		
	12分	改进建议和优化措施，每个6分，共10分		
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 18. 试题编号：H3-18，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

锦佳环保是 (<http://www.hnjjhb.com.cn/>) 一家以实现资源循环、创建生态城市为环保目标的民营企业。公司主营地铁盾构渣土无害化处理；土壤修复；建筑垃圾综合治理及其再生利用；再生资源综合利用；环保技术开发服务、咨询、交流服务；环保设备、再生建筑材料、砂石销售；水污染监测；水污染治理；环保设施运营及管理。锦佳环保是国内第一家盾构土资源化、减量化、无害化企业，是目前国内盾构土环保处理领域“技术最先进、解决方案最系统、集成能力最强”的环保企业。在国家“循环经济”的大背景下，我公司以“绿色经济，循环利用”的理念，着重解决城市盾构土的处理处置难题，通过无害化、资源化的手段，科学处理这些“放错地方的资源”，实现零排放以及资源循环再利用。公司正打算通过搜索引擎方式进行网络推广。



### 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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图

Badu提交入口网址	
提交到Baidu成功界面截图	
sogou提交入口网址	
提交到sogou成功界面截图	

(2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式

填写到表

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

(3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况，便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图，填写到表 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“锦佳环保”公司 网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

(4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前，公司打算进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况，并对不妥的地方加以改进，请填写表 5。

表 5 首页搜索引擎优化情况评价

序号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword(关键词)			
3	Description(描述)			

4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价（从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等）			

(5) 关键词的设计。为了打开湖南市场，请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计 4 个关键词，并说明理由。完成表 6。

表 6 网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

(6) 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 7 运营数据表



表8数据分析和优化改进措施表

1. 请解释浏览量的含义
答:
2. 请解释访问数的含义
答:
3. 结合跳出率和平均访问时长, 请评价本公司网站一个月的运行情况?
答:
4. 根据上图和对公司网站运行情况的基本判断, 提出改进建议?
答:

## (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

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

## (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

## (4) 评分标准

见 试 题 评 分 卡 ( 试 题 H3-18) 。

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-18)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的6S管理, 遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确2分/个, 共4分	
		6分	提交截图正确。3分/个, 共6分	
	检查搜录情况(7分)	2分	检查方式正确	
		2分	搜录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(19分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分	
		3分	公司网站被google、baidu、和sogou的收录情况截图正确、清晰	
		3分	P R值截图清晰, 正确	
		3分	Alexa排名截图清晰, 正确	
	SEO搜索引擎优化(18分)	3分	Title(标题)	
		3分	Keyword(关键词)	
		3分	Description(描述)	
		3分	关键词密度基本情况	
		6分	网页用户体验整体评价, 每空2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	
		8分	关键词设置理由, 按0/1/2标准评分, 每个最多2分, 共8分	
数据分析和推广优化(20分)	4分	数据指标解释		
	4分	数据分析正确, 与图标相符合		
	12分	改进建议和优化措施, 每个6分, 共10分		
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 19. 试题编号：H3-19，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

巴布豆(<http://www.bobdog.com>),1994年在上海设立了第一家巴布豆专柜，并荣获"上海市著名商标"，"中国驰名商标"，"最受欢迎的卡通品牌"和"全国市场放心消费品牌"等。巴布豆(中国)儿童用品有限公司现专注BOBDOG(巴布豆)卡通IP整合运营，时至今日，曾经的巴布豆从一家集研发、生产、销售于一体的专业婴童企业开始转型成为专注卡通IP运营、品牌数字整合营销的轻资产公司。巴布豆授权范围有:童装、童鞋、婴童内衣、文具、书包、玩具、游戏、丛书、童车、床品、母婴用品、寝具、生活用品、饰品、礼品等全品类。公司正打算通过索引引擎方式进行网络推广。



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提交给各大搜索引擎。请写出Badu和sogou提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、雅虎中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。

**表1 目标地址提交到Baidu & sogou的成功结果截图**

Badu提交入口网址	
提交到Baidu成功界面截图	
sogou提交入口网址	
提交到sogou成功界面截图	

2) 检查搜录情况。检查baidu是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表2。

**表2 baidu搜录公司网址检查结果表**

检查方式	
------	--

检查结果	
检查结果截图	

3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况, 便于今后进行的网站优化推广。请完成表3。并根据表3将操作的步骤进行截图, 填写到表4中。

**表3 网站**

**的收录情况、**

**反向链接数、  
排名结果**

**PR值、Alexa**

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“巴布豆”公司网站					

**表4查询结果过程记录表**

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

4) SEO搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前, 公司打算进行SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况, 并对不妥的地方加以改进, 请填写表5。

**表5 网站首页搜索引擎优化情况评价**

序号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航			

栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			
--------------------------	--	--	--

5) 关键词的设计。为了打开湖南市场, 请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词, 并说明理由。完成表6。

**表6 关键词的设计**

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

6) 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5000元。经统计, 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7 数据分析和优化改进措施表**

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

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机、互联网。

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

**(3) 考核时量**

本试题测试要求60分钟完成。

**(4) 评分标准**

见 试 题 评 分 卡 ( 试 题 H3-19) 。

搜索引擎推广试题评分卡（试题H3-19）

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	将公司网址提交到搜索引擎（10分）	4分	入口地址正确2分/个，共4分	
		6分	提交截图正确。3分/个，共6分	
	检查搜录情况（7分）	2分	检查方式正确	
		2分	搜录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查（19分）	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分	
		3分	公司网站被google、baidu、和sogou的收录情况截图正确、清晰	
		3分	P R值截图清晰，正确	
		3分	Alexa排名截图清晰，正确	
	SEO搜索引擎优化（18分）	3分	Title(标题)	
		3分	Keyword（关键词）	
		3分	Description（描述）	
		3分	关键词密度基本情况	
		6分	网页用户体验整体评价，每空2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	
		8分	关键词设置理由，按0/1/2标准评分，每个最多2分，共8分	
	数据分析和推广优化（20分）	4分	数据指标解释	
		4分	数据分析正确，与图标相符合	
		12分	改进建议和优化措施，每个6分，共10分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 20. 试题编号：H3-20，SEO搜索引擎优化

### (1) 任务描述

安徽谷津食品有限公司（<http://gujin.foodmate.net/>）成立于2003年，是以粗粮及其精加工产品为主的高新技术企业。公司一直专注于粗粮等特色农产品的市场开发、产品研发和品牌化经营。谷津食品公司一直以高品质、优质服务、满足顾客的要求为宗旨。谷津食品的经营理念是“培育人才，创造价值，奉献社会”。谷津食品的目标是发展为不仅生产巧克力派，而且是生产和销售多种食品的综合食品公司，建设成一个派类食品的企业和中国食品行业优秀的公司，从而主导中国的食品市场。公司打算通过搜索引擎方式进行网络推广。



图1 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://gujin.foodmate.net/>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：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需

真正提交）

表1 目标地址提交到Baidu&Sogou 的反馈页面截图

Badu提交入口网址	
提交到Baidu成功界面截图	
sogou提交入口网址	
提交到sogou成功界面截图	

(2) 检查搜录情况。检查 baidu 是否成功搜录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表

表 2 baidu 收录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

(3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的收录情况，便于今后进行的网站优化推广。请完成表 3。并根据表 3 将操作的步骤进行截图，填写到表 4 中。

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	百度 (收录情况)	360 (收录情况)	百度 (反向链接数)	PR值	Alexa排名
“安徽谷津”公司 网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

(4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前，公司打进行 SEO。请了解该网站首页的搜索引擎优化情况，并对不妥的地方加以改进，请填写表5。

表 5 首页搜索引擎优化情况评价

序号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

(5) 关键词的设计。为了打开湖南市场，请根据湖南地区方言特点、产品特点、用户搜索习惯设计4个关键词，并说明理由。完成表6。

表6 关键词设计表格

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

(6) 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7网站推广数据分析表

统计时间	浏览量 (pv)	独立访客 (uv)	人均停留 时间	注册用户 数量	网站收藏 人数	用户注册 转换率
周1	230	41	330	37	32	16%
周2	220	40	300	32	30	14%
周3	204	38	208	29	37	14%
周4	198	30	210	23	20	11%
周5	201	28	201	21	18	10%
周6	331	50	330	40	37	12%
周7	342	56	335	42	39	12%

表8数据分析和优化改进措施表

1. 请解释转换率的含义	
答:	
2. 找出上表中转换率低排名前2的搜索词项，转换率高的排前3的搜索词项	
转换率低:	转换率高:
3. 分析转换率低的可能原因?	

答:
4. 针对网站和上表数据, 提出改进建议意见?
答:

### (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

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

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

### (4) 评分标准

见 试 题 评 分 卡 ( 试 题 H3-20)

搜索引擎推广试题评分卡(试题 H3-20)

评价内容		配分	考核点	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (90分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确2分/个，共4分	
		6分	提交截图正确。3分/个，共6分	
	检查搜录情况(7分)	2分	检查方式正确	
		2分	搜录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(19分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值，填写正确，与操作截图的结果吻合每空2分，共10分	
		3分	公司网站被google、baidu、和sogou的收录情况截图正确、清晰	
		3分	PR值截图清晰，正确	
		3分	Alexa排名截图清晰，正确	
	SEO搜索引擎优化(18分)	3分	Title(标题)	
		3分	Keyword(关键词)	
		3分	Description(描述)	
		3分	关键词密度基本情况	
		6分	网页用户体验整体评价，每空2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	
		8分	关键词设置理由，按0/1/2标准评分，每个最多2分，共8分	
数据分析和推广优化(20分)	4分	数据指标解释		
	4分	数据分析正确，与图标相符合		
	12分	改进建议和优化措施，每个6分，共10分		
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_