

湖南吉利汽车职业技术学院

电子商务专业

技能考核题库

湖南吉利汽车职业技术学院电子商务专业

技能考核题库

电子商务专业学生技能考核题库结构一览表

模块	项目名称	试题编号	测试的能力与素质	试题难易程度		
				较难	中等	较易
模块一	售前客户服务与管理	10套（1-1至1-10）	客户服务与管理		√	
	售后客户服务与管理	10套（1-11至1-20）			√	
模块二	网站页面的编辑美化	10套（2-1至2-10）	页面的编辑美化		√	
模块三	网店美工设计	10套（3-1至3-10）	网店装修设计		√	
模块四	平台运营	10套（4-1至4-10）	B2C/C2C 平台运营		√	
模块五	网络营销推广	5套（5-1至5-5）	微博、微信公众号推广		√	

目 录

模块一、售前（后）客户服务与管理	1
1. 试题编号：1-1，售前客户服务与管理	1
2. 试题编号：1-2 ，售前客户服务与管理	4
3. 试题编号：1-3 ，售前客户服务与管理	7
4. 试题编号：1-4 ，售前客户服务与管理	10
5. 试题编号：1-5 ，售前客户服务与管理	13
6. 试题编号：1-6 ，售前客户服务与管理	15
7. 试题编号：1-7 ，售前客户服务与管理	18
8. 试题编号：1-8 ，售前客户服务与管理	21
9. 试题编号：1-9 ，售前客户服务与管理	24
10. 试题编号：1-10 ，售前客户服务与管理	27
11. 试题编号：1-11，售后客户服务与管理	30
12. 试题编号：1-12，售后客户服务与管理	33
13. 试题编号：1-13，售后客户服务与管理	36
14. 试题编号：1-14，售后客户服务与管理	39
15. 试题编号：1-15，售后客户服务与管理	42
16. 试题编号：1-16，售后客户服务与管理	45
17. 试题编号：1-17，售后客户服务与管理	48
18. 试题编号：1-18，售后客户服务与管理	51
19. 试题编号：1-19，售后客户服务与管理	54
20. 试题编号：1-20，售后客户服务与管理	57
模块二、网页面的编辑美化	60
21. 试题编号：2-1，网页面的编辑美化	60
22. 试题编号：2-2，网页面的编辑美化	62

23. 试题编号：2-3，网站页面的编辑美化	64
24. 试题编号：2-4，网站页面的编辑美化	66
25. 试题编号：2-5，网站页面的编辑美化	68
26. 试题编号：2-6，网站页面的编辑美化	72
27. 试题编号：2-7，网站页面的编辑美化	74
28. 试题编号：2-8，网站页面的编辑美化	78
29. 试题编号：2-9，网站页面的编辑美化	81
30. 试题编号：2-10，网站页面的编辑美化	84

模块三、网店美工设计 87

31. 试题编号：3-1，网店美工设计	87
32. 试题编号：3-2，网店美工设计	89
33. 试题编号：3-3，网店美工设计	91
34. 试题编号：3-4，网店美工设计	93
35. 试题编号：3-5，网店美工设计	95
36. 试题编号：3-6，网店美工设计	97
37. 试题编号：3-7，网店美工设计	99
38. 试题编号：3-8，网店美工设计	101
39. 试题编号：3-9，网店美工设计	103
40. 试题编号：3-10，网店美工设计	105

模块四、平台运营 107

41. 试题编号：4-1，平台运营	107
42. 试题编号：4-2，平台运营	112
43. 试题编号：4-3，平台运营	116
44. 试题编号：4-4，平台运营	120
45. 试题编号：4-5，平台运营	124
46. 试题编号：4-6，平台运营	129

47. 试题编号：4-7，平台运营	134
48. 试题编号：4-8，平台运营	137
49. 试题编号：4-9，平台运营	142
50. 试题编号：4-10，平台运营	147

模块五、网络营销推广	152
------------------	-----

51. 试题编号：5-1，网络营销推广	152
52. 试题编号：5-2，网络营销推广	157
53. 试题编号：5-3，网络营销推广	161
54. 试题编号：5-4，网络营销推广	166
55. 试题编号：5-5，网络营销推广	171

模块一、售前（后）客户服务与管理

1. 试题编号：1-1，售前客户服务与管理

（1）任务描述

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

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

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

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

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

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

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

根据背景材料的第 2 段到第 5 段，简单概括出麦德龙不同于其他竞争对手的 4 个服务特色（100 字左右），将概括的各特色填入表 1。

表 1 客服前的准备

服务特色概述

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

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

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？

售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

3) 客户终生价值计算

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

表 3 客户终生价值

计算客户的终生价值
简述客户终生价值的作用

4) 客户分级管理

材料中提到了麦德龙分类管理客户的方法，其实还可以对客户进行分级管理，下面是麦德龙某超市门店的客户分级管理利润表，看后回答表后的问题。

表 4 客户分级管理利润表

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

分析上表数据，回答下表提出的问题。

表 5 客户分级管理

上表反映了一个什么现象，你如何看待该现象：
为什么要对客户分级管理，对于重要客户，你认为要做好哪些方面的工作：

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，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 1-1)

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

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：1-2，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

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

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

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录携程旅行网 <http://www.ctrip.com/>

请用三句话（100 个字左右）来描述此网站的特色与优势（建议从平台的模式分析、平台所能提供的服务、还有赢利模式进行分析），填入表 1

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析前来携程度假体验中心的目标客户有哪些？选取某一类客户进行模拟售前营销？试着用文字表述出来。填入下表 2

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

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

邮件标题：	
邮件内容：	

4) 客户价值计算

假定一个客户在携程旅游每个季度有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 1000 元，以平均客户生命周期 10 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对携程旅游提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 90%转化率，或增加了携程旅游的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算

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

(2) 实施条件

硬件：计算机。

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-2)

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：1-3，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

请访问聚美优品(<http://www.jumei.com/>)和京东商城(<http://www.jd.com/>)。1)

客服前的准备(提炼企业产品服务特色及优势)

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

表 1 客服前的准备

两个电子商务网站的特点和优势比较

2) 沟通客户需求(客户沟通技巧)

假如你是京东商城的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？填写表 2

表 2 沟通客户需求

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

3) 客户价值分析

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

表 3 客户价值分析

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

4) 客户管理

客户也可以分为结果型客户、表现型客户、顺从型客户、分析型客户四类？请根据以下对话，判断客户的类型，并说明针对该类客户在沟通中应该注意哪些问题。

客户：你好，我想买一台手机

客服：您好！欢迎光临京东商城，请问您需要什么样的手机？

客户：我觉得我现在的手机屏幕太小了，想换个大的

客服：除了屏幕大点，还需要什么功能吗？

客户：这个倒没仔细考虑过

客服：建议了解一下您平时的工作和生活手机的使用频繁吗？

客户：工作中电话比较多，偶尔上上网

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

客户：我看看，,,,不错，那我就买这个吧

客服：好的，感谢您的惠顾，还有什么需要我会随时为您服务

表 4 客户管理

你觉得该客户属于什么类型	
针对该类客户应该注意哪些问题	

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，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 1-3)

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)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把两个网站的服务特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出两个网站服务的特色对比。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容基本能体现出服务的特色，缺乏对比分析。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出两个网站服务的特色，缺乏对比分析。	3-4 分			
			文不对题	0-2 分			
	客户沟通技巧	25 分	打招呼 7 分 能给出合适满意的客服口语答案，并促成交易，语言简洁准确。				
			介绍商品 6 分 能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。				
			价格辩论 6 分 能给出较为合适的客服口语答案，能针对不同情况能做出较为准确的分析，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。				
			质量质疑 6 分 能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。				
	客户价值分析	30 分	客户群特点描述准确 15 分，每个 5 分。				
			产品推介方式恰当、适合 15 分，每个 5 分。				
	客户分类管理	20 分	客户分类完全正确 5 分。				
			针对该类客户的应对分析正确 20 分，没有结合案例背景分析扣 10 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：1-4，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\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-4)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律 ; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 (95 分)	客服准备 (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_____

5. 试题编号：1-5，售前客户服务与管理

任务描述

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

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录商康医药网：<http://www.3kw.com.cn/>

如客户想要你用三句话（不超过 100 个字）来描述公司的特色与优势，你计划从哪些方面来进行概括与总结？将内容填入表 1

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

确定商康医药网网站的目标客户有哪些？选取某一类客户进行模拟售前营销？试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

3) 根据公司的特色与优势，有效进行邮件营销来进行网站推广，写出邮件的标题及内容，（要求 200 字左右）。填入表 3

邮件标题：	
邮件内容：	

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

原因分析：	
解决方案：	

实施条件

硬件：计算机。

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-5)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。					
工 作 任 务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站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				
	数据分析	25 分	订单率不高的原因	找到四个主要原因且描述明确	10—12 分			
				找到四个主要原因	8—10 分			
				找到三个主要原因	6—8 分			
				找到二个主要原因	4—6 分			
				找到一个主要原因	2—4 分			
				没找到相关主要原因	0 分			
			提出解决方案	提出四个主要原因且描述明确	10—13 分			
				提出四个解决方案	8—10 分			
				提出三个解决方案	6—8 分			
				提出二个解决方案	4—6 分			
				提出一个解决方案	2—4 分			
				没有提出解决方案	0 分			
合计				100 分				

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：1-6，售前客户服务与管理

任务描述

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

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开九阳旗舰店站点，请用 100 字以内的文字描述九阳旗舰店，要求包括主要经营范围、产品特色、适合人群，经营思想。将内容填入表 1

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析九阳官方旗舰店的目标客户有哪些？

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

表 2 沟通客户需求

客户类型	产品介绍

3) 客户价值计算

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

表 3 客户价值计算

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

4) 客户分类管理

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

客户姓名	年成交金额(单位：元)	占成交总额比
客户 1	750	7.5%
客户 2	1000	10%

客户 3	3500	35%
客户 4	250	2.5%
客户 5	100	1%
客户 6	60	0.6%
客户 7	2700	27%
客户 8	300	3%
客户 9	250	2.5%
客户 10	540	5.4%
客户 11	200	2%
客户 12	100	1%
客户 13	50	0.5%
客户 14	200	2%

分析上表数据，完成下表 4 内容填写。

表 4 客户分类管理

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

实施条件

硬件：计算机。

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-6)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4 分			
			文不对题	0-2 分			
	客户沟通技巧	30 分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群能按照特点进行产品和卖点介绍，语言富有感染力，能对消费者购买欲望形成足够刺激。	24-30 分			
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群基本能按照特点进行产品和卖点介绍，语言表达正确，层次感好。	21-24 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；对产品信息和特色介绍准确，不能很好的区别每一类客户群。	18-20 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；文字表达无误。	15-17 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；产品介绍文不对题。	0-14 分			
	客户价值计算	25 分	计算公式，价值大小计算正确，每空 3 分，共 18 分				
			分析结论：是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等 按 0/3/5/7 分评分				
	客户分类管理	20 分	客户分类完全正确 10 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。				
			客户分级管理的意义 4 分 高效的管理措施 6 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：1-7，售前客户服务与管理

任务描述

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

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开网上供销社站点，了解网上供销社的相关内容，对网上供销社产品货服务的性能特点及特色优势进行分析并填写下表 1 信息

表 1 客服前的准备

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

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析网上供销社网站的目标客户有哪些？并对目标客户的需求和期望值进行预设和分析。填入下表 2

表 2 沟通客户需求

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

3) 客户价值计算

假定一个客户在网上供销社每星期有交易记录 2 次，平均每次交易发生额 70 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对网上供销社提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 9 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 90 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 50%，抱怨的人的转换率为 70%转化率，或增加了网上供销社的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。将内容填入表 3

表 3 客户价值计算分析

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

4) 客户分类管理

下面是一组用户到网上供销社消费的基本数据，见表 4。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 网上供销社消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	6000	6%
客户 2	53000	53%
客户 3	2000	2%
客户 4	500	0.5%
客户 5	700	0.7%
客户 6	16000	16%
客户 7	17000	17%
客户 8	2500	2.5%
客户 9	1300	1.3%
客户 10	1000	1%

分析上表数据，完成下表 5 内容填写

表 5 客户分类管理

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

实施条件

硬件：计算机。

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-7)

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	产品或服务的主要性能和特点 7 分，其中基本特点 3 分，分析依据 4 分。 要求回答准确、言简意赅，按照回答的准确度，要点数进行评分。			
			产品或服务的主要特色及优势 7 分，其中基本特点 3 分，分析依据 4 分。 要求回答准确、言简意赅，按照回答的准确度，要点数进行评分。			
			主要竞争对手的优劣势分析 6 分，其中基本特点 3 分，分析依据 3 分。 要求回答准确、言简意赅，按照回答的准确度，要点数进行评分。			
	沟通客户需求	30 分	目标客户明确，列举了至少三个典型客户群 6 分，少一个扣 2 分。 要求回答准确、言简意赅，按照回答的准确度，要点数进行评分。			
			客户需求和期望值的预设和分析 24 分，每空 3 分。 要求回答准确、言简意赅，按照回答的准确度，要点数进行评分。			
	客户价值计算	25 分	计算公式，价值大小计算正确，共 18 分。			
			分析结论：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等， 按 0/3/5/7 分评分。			
	客户分类管理	20 分	客户分类完全正确 10 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。			
客户分级管理的意义 4 分， 高效的管理措施 6 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。						
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：1-8，售前客户服务与管理

任务描述

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

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

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

表 1 客服前的准备

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

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

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

表 2 沟通客户需求

目标客户群有哪些？
网络调查问卷设计

3) 客户价值计算

假定一个客户在百信手机网每星期有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 1000 元，以平均客户生命周期 3 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对百信手机网提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 20 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 50%，抱怨的人的转换率为 80%转化率，或增加了百信手机网的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算与分析

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

4) 客户分类管理

下表 4 是一组用户到百信手机网消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85%左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表 4 百信手机网消费的基本数据

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	650	1.3%

客户 2	3000	6%
客户 3	1000	2%
客户 4	8500	17%
客户 5	350	0.7%
客户 6	1250	2.5%
客户 7	500	1%
客户 8	26500	53%
客户 9	8000	16%
客户 10	250	0.5%

分析上表 4 数据，将内容填入下表 5

表 5 客户分类管理

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

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-8)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工 作 任 务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，能针对该客户的特点设计合理的话术，结合了产品的特点。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，能针对该客户的特点设计较为合理的话术，适当结合了产品的特点。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，能基本针对该客户的特点设计较为合理的话术。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，不能针对该客户的特点设计较为合理的话术。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户沟通技巧	30 分	目标客户明确，列举了至少三个典型客户群 6 分，少一个扣 2 分				
			网络调研结构合理、问题项目数量符合要求、能够实现调研目的。	21-24 分			
			网络调研结构合理、问题项目数量符合要求、基本能够实现调研目的。	18-20 分			
			网络调研结构基本合理、问题项目数量符合要求、较难实现调研目的。	15-17 分			
			网络调研结构不合理、问题项目数量不符合要求、不能实现调研目的。	0-14 分			
	客户价值计算	25 分	计算公式，价值大小计算正确，每空 3 分，共 18 分。				
			分析结论：是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等，按 0/3/5/7 分评分。				
	客户分类管理	20 分	客户分类完全正确 10 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。				
			客户分级管理的意义 4 分，高效的管理措施 6 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：1-9，售前客户服务与管理

任务描述

云南特产网 (<http://www.yn128.com/>) 是以打造云南特产采购品种最全、价格最优、服务最好为宗旨的综合性云南特产网上超市。不仅收录了云南各地名优特产，同时也收集了特产文化、特产资讯等相关信息，是所有喜爱云南特产的朋友们购买和交流的平台。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开云南特产网站点，了解云南特产网的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请用 200 字以内的文字简明扼要并准确的介绍商城购物的流程，重点放在商城的特色上。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

介绍商城购物的流程

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

将自己模拟成一名售前客户服务人员，请对一名消费者关于即食云南牛肝菌产品 (<http://www.yn128.com/item/index/id/26233.html>) 的五个问题进行专业的有效回答。完成表 2 中内容。

表 2 沟通客户需求

Q: 请问该商品纯正吗?
A:
Q: 请问该产品有什么特色啊?
A:
Q: 请问如果收到的是过期产品或接近过期的产品怎么办?
A:
Q: 请问我没有网上银行，只有银行卡怎么办?
A:
Q: 请问哪些人适合吃牛肝菌，有什么益处?
A:

3) 客户价值计算

假定一个客户在云南特产网每星期有交易记录 3 次，平均每次交易发生额 100 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）。如果该客户对云南特产网提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 50%转化率，或增加了云南特产网的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算与分析

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

4) 客户分类管理

下表 4 是一组用户到云南特产网消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85%

左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表 4 云南特产网消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	25500	17%
客户 2	1050	0.7%
客户 3	1950	1.3%
客户 4	750	0.5%
客户 5	79500	53%
客户 6	24000	16%
客户 7	9000	6%
客户 8	3750	2.5%
客户 9	3000	2%
客户 10	1500	1%

分析上表 4 数据，将分析内容填入表 5 中

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：	

实施条件

硬件：计算机。

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-9)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20 分	购物流程描述准确，支付环节描述清晰。	16-20 分			
			购物流程描述较为准确，支付环节描述较为清晰。	10-15 分			
			购物流程描述基本准确，支付环节描述基本清晰。	5-9 分			
			购物流程描述不够准确，支付环节描述不够清晰。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户沟通技巧	30 分	沟通顺畅，能针对客户的提问进行针对性的回答，能结合案例背景，回答具有较强的技巧性。	每条 6 分，共 30 分			
	客户价值计算	25 分	计算公式，价值大小计算正确，共 18 分。				
			分析结论：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等，按 0/3/5/7 分评分。				
	客户分类管理	20 分	客户分类完全正确 10 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。				
			客户分级管理的意义 4 分，高效的管理措施 6 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：1-10，售前客户服务与管理

任务描述

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

测试任务：

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

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

表 1 客服前的准备

介绍商城的产品与服务特色

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

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

表 2 沟通客户需求

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

3) 客户价值计算

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

表 3 客户价值计算与分析

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

4) 客户分类管理

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

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
------	-------------	--------

客户 1	400	2%
客户 2	2000	10%
客户 3	1000	5%
客户 4	600	3%
客户 5	500	2.5%
客户 6	200	1%
客户 7	3600	18%
客户 8	11200	56%
客户 9	300	1.5%
客户 10	200	1%

分析上表数据，完成下表内容填写

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：	

实施条件

硬件：计算机。

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 1-10)

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)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	沟通客户需求	30 分	目标客户明确，列举了至少三个典型客户群 6 分，少一个扣 2 分。				
			客户需求和期望值的预设和分析 24 分，每空 3 分。				
	客户价值计算	25 分	计算公式，价值大小计算正确，共 18 分。				
			分析结论：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等，按 0/3/5/7 分评分。				
	客户分类管理	20 分	客户分类完全正确 10 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。				
客户分级管理的意义 4 分，高效的管理措施 6 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。							
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：1-11，售后客户服务与管理

任务描述

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

事情缘由：一天，公司的客户——某电子产品老板万先生怒气冲冲地打来电话反映：

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

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

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

④要求网站马上打开。

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客户的网站因为前期没有备案，有关部门对网站进行了关闭；

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

③有关部门的答复是 20 个工作日内完成处理。

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

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
-------	--

邮件内容：	
-------	--

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-11)

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：1-12，售后客户服务与管理

任务描述

2015 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尽管找你的吗？这会儿又让我去售后。卖的时候挺好，有问题就往别的地方支。

1) 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 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-12)

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：1-13，售后服务与管理

任务描述

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

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

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 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题：	
邮件内容：	

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-13)

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：1-14，售后客户服务与管理

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 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

实施条件

硬件: 计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-14)

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：1-15，售后客户服务与管理

任务描述

2015 年 7 月 8 日中午，家与国美新中路店仅一路之隔的张先生在此订购了一台科龙空调。国美导购小姐承诺并在其开具的‘安装维修施工单’上注明了预约安装时间为 7 月 9 日晚 19 点。7 月 9 日，张先生早早的回到了家里等待空调安装人员来安装已经送到家的空调，然而，19 点 10 分左右，既无任何人上门安装空调，也无任何人通知是什么原因。

约 19:25 分张先生根据施工单上提供的电话 83401999，打了过去，一位小姐接了电话。张先生反映了情况，经接线小姐核实，此空调今天并没有安排工程人员安装。于是张先生很生气，要求其经理反映，接线小姐经尝试转接电话后告诉张先生其经理正在电话中处理事务；张先生要求等，接线小姐同意了。可是 5 分钟过去了，张先生还是不能等到与其经理通话。张先生很无奈，要求接线小姐通知其经理在 30 分钟内回话并留下了自己的手机号码。

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

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

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-15)

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

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：1-16，售后客户服务与管理

任务描述

中国移动通信集团公司（简称“中国移动”）于 2000 年 4 月 20 日成立，是一家基于 GSM 和 TD-SCDMA 制式网络的移动通信运营商。注册资本 518 亿元人民币，资产规模超过万亿元人民币，拥有全球第一的网络和客户规模，2011 年列《财富》杂志世界 500 强 87 位，品牌价值位列全球电信品牌前列，成为全球最具创新力企业 50 强。企业责任秉持做优秀企业公民的诚意，以诚信实践承诺，以永不自满、不断创新的进取心态，精益求精追求企业、社会与环境的和谐发展。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：

客户来电反映本机办理 3 元彩信优惠套餐，一年内每月可得 15 元的基本通话费优惠，但是现客户 15 元的基本通话费优惠未到一年就已停止，要求核实原因和退费。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：

客户是 7 月 21 日登记 3 元彩信优惠套，可享受一年内每月 15 元的基本通话费优惠，11 月和 12 月客户未能享受优惠。经核查，客户未享受到优惠的原因是：客户于 11 月、12 月参加“存话费送时长”的优惠活动与其基本通话费优惠产生冲突，造成上述两月基本通话费优惠失效。如

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题：	
邮件内容：	

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-16)

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：1-17，售后客户服务与管理

任务描述

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

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

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

③ 小王要求补发缺少的两台子母机或退款，编号006的客服人员必须向他道歉。

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

②编号006的客服人员查看快递信息显示“已签收”，所以认定买家肯定是故意来讹钱的。如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由，填入下表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500字左右。将邮件内容填入表3。

表3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-17)

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：1-18，售后服务与管理

任务描述

多喜爱家纺用品有限公司（<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 的客服人员要为自己道歉，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 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-18)

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：1-19，售后客户服务与管理

任务描述

中国电信集团公司（简称“中国电信”）成立于 2002 年，是我国特大型国有通信企业。中国电信作为中国主体电信企业和最大的基础网络运营商，拥有世界第一大固定电话网络，覆盖全国城乡，通达世界各地，成员单位包括遍布全国的 31 个省级企业，在全国范围内经营电信业务。企业秉持“用户至上、用心服务”的服务理念，以全面创新、求真务实，不断超越的精神风貌，致力于创造美好生活的良好愿景。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：

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

②现客户强烈要求核实原因并退订；

③同时要求以后不要以任何借口帮他开通一些所谓的免费体验业务。

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：

客户于 2 月 27 日来电反映上述问题。经查，客户于 2007 年 02 月 27 日 02:22:11 被反向开通新闻快讯短信包月业务，开通原因为公司营业员输错号码，导致错办业务。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由，填入下表 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 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

实施条件

硬件：计算机

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

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-19)

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：1-20，售后客户服务与管理

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500字左右。将邮件内容填入表3。

表3 客户回访邮件

邮件标题：	
邮件内容：	

实施条件

硬件：计算机

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

截图工具软件

考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 1-20)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	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_____

模块二、网站页面的编辑美化

21. 试题编号：2-1，网站页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

①将 images 文件夹下的 banner. bmp 图像大小调整为宽 778 像素，高 76 像素；将 Banner 图片上左边的 logo 擦除，添加由公司名称“石头记”、域名“www. istone. com”合成的文字 logo，文字的格式、大小、颜色、形状自定义，但要求美观、清晰，修改后的图像文件格式存储为 banner. jpg 格式，保存在 images 文件夹中；

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

③打开素材文件夹下 index. html 的主页文件，设置页面属性中网页标题为“石头记饰品网站”，超链接属性均为“始终无下划线”；

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

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

⑥在页面的中下部添加一个矩形，并在该区域内添加下面产品介绍文字“来自韩国 银色小花设计，高贵而不张扬，非常适合办公室 MM 哦！优质合金镀 K 金，可保长久不退色”；

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

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss. css，文件保存在素材文件夹下 CSS 文件夹中、要求设置主页产品介绍文字的样式为：字体设定为宋体，大小设定为 12，颜色代码为“#CC0000”。

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS5.0 以上，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 2-1)

试题评分卡 (2-1)

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)	Banner 图片处理	15 分	图片大小相符合 2 分、格式符合 2 分, 文字擦除效果 5 分, banner 上 logo 效果 4 分, 整体效果 2 分	
	图片水印处理	10 分	图像的水印制作, 根据制作图片个数与效果评分, 本题 2 个图片需加水印, 每个 5 分	
	主页基本属性设置	10 分	设置网页标题设置正确 3 分, 设置页面的超链接属性均为不带下划线标记 4 分, banner 图片的插入位置正确 3 分	
	关键字设置	10 分	添加合适的 Keyword 关键字, 添加位置正确 2 分、关键字内容合理性 3 分, description 标签添加位置正确 2、内容的合理性 3 分	
	页面动态元素设置	10 分	鼠标经过图像的设置图像显示 3 分, 有无动态效果 7 分	
	主页内容元素的添加	15 分	矩形添加位置正确 5 分, 文字内容正确 5 分, 排版美观 5 分	
	页面超链接设置	10 分	根据链接设置是否正确, 是否可以打开评分, 每少设一个链接扣 4 分, 扣完本项为止	
	用 CSS 样式美化网页	15 分	外部样式文件按规定建立 5 分, 样式文字设置是否正确 5 分, 样式是否应用到对应文字 5 分	
合计		100 分		

试题评阅人签名_____

22. 试题编号：2-2，网站页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

①将文件夹 images 下的 header. jpg 图像大小调整为宽 790 像素，高 108 像素；将 banner 图片上添加由公司名称“花之林”、域名“www. huazl. com”合成的文字 logo，文字的字体为华文彩云、“花之林”字体大小为 60，域名“www. huazl. com”英文字体大小为 24,内外发光、描边填充渐变为紫绿橙渐变，修改后的图像存储为 banner. jpg 格式，保存在 images 文件夹中(具体参见效果图)；

②将产品图片 product_1 和 product_2 均加上图片“shuiyin. jpg”上的水印“花之林”。图片的图像大小调整为宽 130 像素，高度 130 像素，将处理后的这些图片按原来格式和文件名存储于站点 images 文件夹下；

③将公司产品图片 1. jpg 上的小狗抠下来加到图 2. jpg 合适的位置上，并加上“买就送”三个字，大小颜色等均自定义，但要求字变形为拱形和加上投影，合并成一幅图片。将处理后的图片大小设置为宽度和高度均为 125 像素，保存为 product_3 存储于站点 images 文件夹下(具体参见效果图)；

④根据网站项目背景知识给主页 index. html 设置网页标题；页面字体设置为“华文细黑”；设置主页页面的超链接属性均为“始终无下划线”，链接颜色为“#000099”，已经访问的链接颜色设为“#FF00FF”；

⑤从图片素材文件夹 images 中找出相应的图片素材 banner, product_1, product_2 和 product_3（上面题目中已经做好的），分别将它们插入主页相应的有红色文字提醒的位置；

⑥在页面的左下部“花之物语”插入由图片 9. jpg 与 10. jpg 组成的鼠标经过图像；

⑦设置主页面的链接：将导航条中的“联系我们”链接到页面 contact. html,热门商品栏目中“心心相印”文字链接到“http://www. flowercn. com”；

⑧图片放大特效的制作：将主页下面栏目“热门商品”里的“心心相印”的玫瑰花图片进行放大特效处理。（将下面的代码插入适当的位置并进行相应的修改）

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS5.0以上，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 2-2)

试题评分卡 (2-2)

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)	Banner 图片处理	15 分	图片大小相符合 2 分, 文字添加正确 3 分, 处理效果 10 分, 其中文字的字体 2 分、大小正确 2 分、内外发光效果正确 3 分、描边, 填充渐变正确 3 分	
	图片水印处理	15 分	图像的水印制作, 根据制作图片个数与效果评分, 每个 5 分, 调整大小正确 5 分	
	产品展示图片处理	15 分	图片合成正确给 3 分, 添加文字符合要求 10 分, 其中文字, 大小颜色各给 2 分, 变形正确 3 分, 加上投影正确 3 分, 合并成一幅图片的图片大小及文件名保存正确 2 分	
	主页基本属性设置	10 分	设置网页标题 2 分, 文字设置正确 3 分, 设置页面的超链接属性 5 分	
	插入图片	10 分	在网页中添加图形, 与要求相符 3 分, 图文排版整齐按照效果按照 0-2 分/2-5 分/5-7 分打分	
	页面动态元素设置	10 分	鼠标经过图像的设置有图像显示 3 分, 有无动态效果按照 0-2 分/2-5 分/5-7 分打分	
	页面超链接设置	10 分	根据链接设置是否正确, 是否可以打开评分, 每少设一个链接扣 4 分, 扣完本项为止	
	图片放大特效处理	10 分	代码插入正确 2 分, 修改代码正确 3 分, 完成结果根据效果按 0-2 分/2-4 分/5 分打分	
合计		100 分		

试题评阅人签名_____

23. 试题编号：2-3，网站页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

水平滚动代码：

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

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS5.0 以上，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 2-3)

试题评分卡 (2-3)

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

试题评阅人签名_____

24. 试题编号：2-4，网页页面的编辑美化

(1) 任务描述

商务九州是一家以销售数码、通讯产品为主的电子商务有限公司，产品均来自各大正规厂商，全部为正品、质量可靠有保证。现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传。请运用相应的工具软件来完成其商务网站建设中相关页面美化处理。

①将素材文件夹 images 下的 logo. gif 图像大小调整为宽 776 像素，高 140 像素；添加“因为用心，所以专业”的文字，要求：颜色为“268DF5”，华文新魏，24 号；采用变形文字中的旗帜样式，弯曲 80%，其它选项默认，修改后的图像文件格式存储为 banner. jpg 格式，保存在 images 文件夹中；

②按照文件夹 images 下图片 1. gif 的背景制作出另外一幅图片，即保留背景，只需要将文字“特价商品”更改为“新品推荐”即可，效果见页面中的参考效果图，命名为 2. gif, 保存在 images 文件夹中，（注意图片 1. jpg 源文件要保留）；

③打开“index. Html”的主页文件；设置页面属性中设置网页标题为“商务九州”，页面属性外观中背景颜色为“#999999”；设置页面的所有超链接属性为“不带下划线标记”，链接颜色为“#FFFF00”；

④在显示为“所有类别”的列表后的标签内（红色小字“按钮”处）插入一个显示为“搜索”的按钮；

⑤在主页红色字“插入 LOGO”处插入从图片素材文件夹 images 中找出前面处理过的图片“banner. jpg”；红色字“新品推荐”处插入“2. gif”；

⑥从图片素材文件夹 images 中找到“华硕 A6”的图片，将其插入主页文件中“华硕 A6”单元格的左边相应位置，并设置图像的边框为 2；

⑦在主页下方“魅族 X2（512M）”单元格左边插入图像对象、鼠标经过图像，原始图像选择文件夹 images 中的“魅族 X2(1)”，鼠标经过图像为“魅族 X2(2)”；

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss. css，文件保存在站点 CSS 子文件夹下。要求将主页“特价商品”栏目中商品图片旁边的文字的样式设置为：字体为楷体，字号大小为 12，颜色代码为“#FDC0E2”。并通过样式为导航条中文字所处单元格加上一实线边框，边框颜色为“#CCCCCC”；

⑨浮动广告制作：根据背景和网站风格、特点，设计一则浮动广告，大小要求为 80 × 90 像素。（根据文件夹下“代码.txt”中提供的代码进行修改, 加入到主页文件中）。

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS5.0 以上，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 2-4)

试题评分卡 (2-4)

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)	Banner 图片处理	15 分	图片大小相符合 2 分、文字添加成功 3 分, 变形符合 8 分, 保存文件成功 2 分	
	产品展示栏图片处理	10 分	图像大小相符合 2 分、图像背景一致 3 分、文字处理成功 4 分, 图片文件名保存正确 1 分	
	主页基本属性设置	10 分	设置网页标题 2 分, 背景颜色设置正确 2 分, 设置页面的超链接属性均为不带下划线标记 4 分, 颜色正确 2 分	
	插入按钮	5 分	插入按钮位置正确 1 分, 按钮显示正确 4 分	
	插入图片	10 分	在网页中添加图形, 与要求相符, 图文排版整齐 5 分;	
	主页内容元素的添加	10 分	插入图片 2 分, 边框设置正确 8 分	
	页面动态元素设置	10 分	鼠标经过图像的设置有图像显示 3 分, 有无动态效果 7 分	
	CSS 样式	10 分	每个样式按 0-3 分给分, 文件保存正确 1 分	
	浮动广告设计	15 分	广告主题与背景相符 5 分, 浮动效果成功 5 分, 广告设计效果按 0-1 分, 1-3 分, 2-5 分给分	
合计		100 分		

试题评阅人签名_____

25. 试题编号：2-5，网页页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

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

②将图片 anniu_1. JPEG 加上内阴影和斜面浮雕效果，参数设置如下图 1 和图 2 所示。再根据这种效果的制作两外两个图标（即图像背景、背景形状一致），只需要把“公司公告”这四个字改为“加入收藏夹”和“设为首页”，图像大小设置为宽度 98 像素，高度 30 像素，字体颜色自选。完成后把图像保存在 images 文件夹中，文件另为 anniu_2. jpg 和 anniu_3. jpg；



图 1：内阴影参数



图 2: 斜面和浮雕参数

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

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

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

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



图 3: LOGO 条效果图

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

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

⑨广告图片放大效果的制作：在“最新产品展示”栏目，根据下面代码的提示进行修改，把该栏目下的第一幅图片设计成图片的放大效果。(效果见下图 4:对比图)

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



图 4:鼠标点击前后对比图

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS5.0以上，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 2-5)

试题评分卡 (2-5)

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)	Banner 图片处理	10 分	图片大小, 模式相符合 2 分, 去掉背景和完成渐变效果 6 分, 文件保存正确 2 分	
	按钮图片处理	20 分	图层样式内阴影设置正确 5 分, 浮雕设置正确 5 分、修改文字正确 8 分, 图片保存正确 2 分	
	图片水印处理	10 分	图像的水印制作, 根据制作图片个数与效果评分	
	主页基本属性设置	10 分	根据网站项目背景知识设置网页标题 3 分, 设置页面的超链接属性 3 分, 添加合适的 Keyword 关键字 4 分	
	添加图片	5 分	在网页中添加图形, 与要求相符, 图文排版整齐 5 分;	
	插入图片	5 分	插入图片 2 分, 边框设置正确 3 分	
	页面超链接设置	10 分	根据链接设置是否正确, 是否可以打开评分	
	CSS 样式	10 分	每个样式按 0-3 分给分, 文件保存正确 1 分	
	广告图片自动 轮 换	15 分	代码插入正确 5 分, 修改效果成功 5 分, 广告设计效果按 0-1 分, 1-3 分, 2-5 分给分	
合计		100 分		

试题评阅人签名_____

26. 试题编号：2-6，网站页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

①将文件夹 images 下的 banner.png 图片上的 logo 擦除，添加由公司名称“云之端”、域名“www.yunzd.com”合成的文字 logo，文字的字体、大小、颜色、形状自定义，修改后的图像文件格式存储为 banner.jpg 格式，保存在 images 文件夹中；

②将产品“shishangN03.jpg”图片的鞋子合成到图片 bg1.jpg 上，以云彩为背景，再进行裁剪处理，图片大小与原来的 product_1 一致，修改后的图像保存在 images 文件夹中，文件名不变，为 bg1.jpg；

③将公司产品图片“youyaN01.jpg”加上印有图片 logo1 的水印，并将水印上的白色背景去掉，与产品图片相融合入，将处理后的这些图片按原来格式和文件名存储于站点 images 文件夹下；

④主页建立与属性设置：根据网站项目背景知识给此主页更改网页标题，设置主页页面的背景图片为“bg2.jpg”，文字颜色为“#000000”，设置主页页面的超链接属性均为“始终有下划线”，已访问链接颜色为“#0033FF”；

⑤利用表格进行网页布局

在“推荐产品”下插入表格，进行下面的布局，效果见文件夹下的产品布局效果图。

⑥在网页中添加相应内容：

插入上题中各对应的图片，从图片素材文件夹 images 中找；例外将主页中的 LOGO 图片换成上面已经制作好的“banner.jpg”；

按照上图添加文字：“时尚 NO3，分类：时尚系列”等，可以自行定义，但是要求有下划线。

⑦在页面的中上部，导航条下有文字提示处插入由图片 Product_1 与 product_2 组成的鼠标经过图像；

⑧设置主页面的链接：将导航条中的“帽子展厅”链接到页面“http://baike.baidu.com/view/54792.htm”，公司简介链接到图片“girl.jpg”；

⑨将已有样式“style1”中添加背景颜色为“#00CC33”：字体大小设定为 12。

⑩将“公司简介”栏目的蓝色文字段落设计成页面中的上下滚动文字形式，可以借用下面的代码插入相应位置，并进行修改。

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

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS5.0 以上，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 2-6)

试题评分卡 (2-6)

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)	Banner 图片处理	10 分	Banner 图片文字擦除 2 分, 按要求加上文字 4 分, 效果 2 分, 文件保存 2 分	
	产品展示图片处理	10 分	图像合成 2 分、裁剪 4 分, 图片大小 2 分, 图片文件名保存正确 2 分	
	图片水印处理	10 分	图像添加水印 2 分, 背景透明 3 分, 效果处理 0-5 分	
	页面属性设置	5 分	根据网站项目背景知识设置网页标题 1 分; 设置背景图片 颜色 2 分; 页面的超链接属性 2 分	
	利用表格进行网页布局	10 分	利用表格进行网页布局正确 5 分, 布局合理和美观按 5/6-8/8-10 计分;	
	主页内容元素的添加	10 分	在网页中添加相应内容, 内容与样文相符合 5 分 对网页内容进行排版处理, 图文排版整齐 5 分	
	页面动态元素设置	10 分	鼠标经过图像的设置有图像显示 3 分, 有无动态效果 7 分	
	页面超链接设置	5 分	根据链接设置是否正确, 是否可以打开评分, 每少设一个链接扣 2 分	
	用 CSS 样式美化网页	10 分	样式更改, 颜色, 文字大小设置是否正确 5 分, 边框样式设置是否正确 5 分	
	滚动文字特效	15 分	代码插入正确 5 分, 修改正确 5 分, 完成效果按 0-2/2-3/4-5 计分。	
合计		100 分		

试题评阅人签名_____

27. 试题编号：2-7，网页页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

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



图 1：投影选项设置

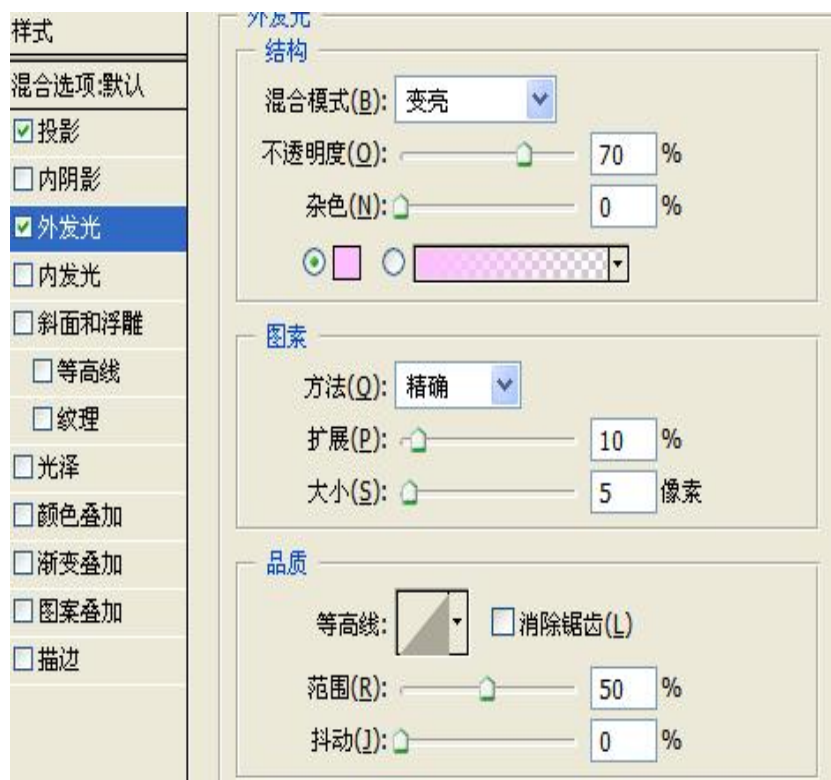


图 2：外发光选项设置

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

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

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

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

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

图 3：栏目设置

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS5.0以上,Dreamweaver CS3 版本以上。

(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 2-7)。

试题评分卡 (2-7)

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

试题评阅人签名_____

28. 试题编号：2-8，网页页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

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



图 1-2-11-1：样图 example. jpg

②模仿下图 1-2-11-2 样图 pmodel. jpg，参照上图 1-2-11-1 的样图 example. jpg 效果图，根据文件夹 images 下所给的素材（p1. jpg 至 p4. jpg）制作图片文件，按照以下要求完成图片的制作：

要求：1) 四幅图大小一致，2) 必须要有“抢”字图形（圆圈颜色为#FF0000，字体颜色#FFFFFF，字体和大小自选）3) 右下方价格与图 1-2-11-1 的 example. jpg 中标注的一致（注意每幅图有两个价格，颜色，字体自选）4) 背景一定要加上水印“www. pula. com”。5) 将制作好的四幅图片保存至 images 文件夹中，并分别命名为 product1. jpg； product2. jpg； product3. jpg； product4. jpg。



图 1-2-11-2: 样图 pmodel. jpg

③参照图 1-2-11-1: 样图 example. jpg,新建主页文件 default. html, 并对主页进行布局。

要求:

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

2) 参照样图 1-2-11-1 进行布局, 并将 banner. jpg; product1. jpg; product2. jpg; product3. jpg; product4. jpg 插入到相应的位置;

3) 插入素材图片 p5. jpg, 并调整大小插入到主页中, 放在样图 1-2-11-1 中左边显示的“清凉人字拖, 9 元起”图片所在的位置(图片素材与效果图中的图片不同);

4) 在网页中嵌入 qq 客服, 使客户点击标志  就能和你在 qq 上进行交流(代码已经给出, 见“QQ 代码”)。(位置参见图 1-2-11-1)

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件: 计算机; 软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本, Photoshop CS5.0 以上, 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 2-8)

试题评分卡 (2-8)

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

试题评阅人签名_____

29. 试题编号：2-9，网站页面的编辑美化

(1) 任务描述

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

①添加字体文件“迷你简毡笔黑. TTF”。

②将图片flower.jpg 右上角的“旭峰”擦除，添加由公司名称“旭峰”、域名“www.xufeng.com”合成的文字 logo，文字“旭峰”的字体为“迷你简毡笔黑”（logo 位置参照下面样图1-2-12-1:example.jpg）；修改后的图像文件存储为 banner.jpg，保存在 images 文件夹中；

③将文件夹 images 下图片 product.jpg 的图像的灰色部分裁减掉，并将剩下的“水果”部分的宽高调整为 350 像素× 110 像素，结合样图插入到主页 index.html 中“基地介绍”下方的合适位置(参见下图 1-2-12-1)；



图 1-2-12-1: example.jpg

④结合给定的样图 menuexample.jpg(见下图 1-2-12-2) 制作 4 个白色按钮：首页、关于我们、产品和联系我们。按钮宽高 170×30 像素。结合样图 1-2-12-1:example.jpg，将按钮插入到合适的位置；

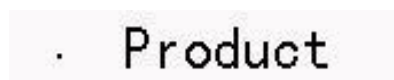


图 1-2-12-2: menuexample.jpg

⑤参照样图 1-2-12-1:example.jpg，插入文字素材。页面左下角公司介绍的中文字素材为“旭峰有机蔬菜基地是一家专业从事农业高新技术、农村实用技术研发，并提供技术服务的综合性科研机构。常年与国内外农业科研机构合作，资源共享，凭借强大的人才优势和科研力量，高起点、高速度发展。近年来在蔬菜、瓜果无土栽培、芽苗菜培植等专领域取得了一个又一个硕果，在解决农业及农村经济建设中基础性、关键性问题上，成绩斐然。”页面右边，新技术下

的文字素材为“四季高效生态型无土栽培技术”和“四季高产芽苗菜种植技术”；字体、大小、颜色等自定义，排版美观；

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

⑦设置主页面的链接: 将导航条中的首页链接到页面 index. html, 关于我们链接到 us. html, 联系我们链接到 contact. html, 产品链接到 products. html, 四季高效生态型无土栽培技术链接到 newstec1. html。(不存在的网页需要自己创建);

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

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

水平滚动代码:

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

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

(2) 实施条件

硬件: 计算机; 软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本, Photoshop CS5.0 以上, 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 2-9)

试题评分卡 (2-9)

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)	Banner 图片处理	15 分	擦除“旭峰”3 分	
			合成 Logo 10 分, 其中字体正确 3 分, 位置正确 3 分, 整体效果 4 分	
			存储正确 2 分	
	图片裁剪	10 分	图片裁剪正确 5 分; 大小调整 5 分。	
	菜单按钮制作	16 分	每个按钮 4 分, 其中按钮制作 3 分, 插入正确 1 分	
	文字插入	10 分	基地介绍文字 5 分, 新技术文字 5 分。	
	CSS 式样	15 分	外部样式文件按规定建立 5 分, 样式文字设置是否正确 5 分, 样式是否应用到对应文字 5 分	
	链接设置	10 分	每个链接 2 分。	
	页面属性设置	14 分	标题设置 4 分	
			添加合适的 Keyword 关键字, 添加位置正确 2 分、关键字内容合理性 3 分	
			description 标签添加位置正确 2、内容的合理性 3 分	
	滚动文字	5 分	文字效果设计成功 5 分, 否则 0 分	
合计		100 分		

试题评阅人签名_____

30. 试题编号：2-10，网站页面的编辑美化

(1) 任务描述

“Hit Summer Design”是一个的室内设计工作室，为了加强公司的网上宣传，建立一个网站。请运用相应的工具软件来完成其商务网站建设中相关工作任务。

①将文件夹 images 下的 h. jpg、x. jpg 和 y. jpg，分别纵向四等份（竖切），比如：h. jpg 分成四等分，从左到右分别保存为 h1. jpg、h2. jpg、h3. jpg、h4. jpg。x. jpg 和 y. jpg 依照 h. jpg 的方式进行分割和保存。分割后 12 张图片的宽高均为 173×404 像素。所有图片均保存在 images 下。

②取上题已经分割保存好的图片 h1. jpg、x1. jpg 和 y1. jpg，将这一组图片放到一个图片文件内，并且按照 h1. jpg、x1. jpg、y1. jpg 的顺序交替显示，命名为 c1. gif（也可以采用其他动画文件形式，文件名不变，只改变后缀名）。要求交替出现的时间间隔设为 1 秒。参照 c4. gif。依照同样规则将其他分割好的图片进行组合，完成 c2. gif、c3. gif。

③根据素材 bexample. psd，制作四个菜单按钮：服务（颜色代码：# 0887DE）、关于我们（颜色代码：#FF4615）、价格（颜色代码：#FDE52A）、联系我们（颜色代码：# B9EE13）。

④参照图1-2-14-1：样图Example.jpg，布局网站首页（忽略logo）。将首页保存为default.html，放在当前试卷文件夹下。

要求

- 页面属性设置：背景颜色为黑色；要求首页居中对齐
- 根据背景资料设计一个 LOGO，要求加入名称“Hit Summer Design”
- 为“Hit Summer Design”设计一个水印图片，并将它作为主页的背景图案
- 布局正确,合理

⑤在网页中嵌入“阿里旺旺”客服（位置参见 Example. jpg），使客户点击标志，就能和你在阿里旺旺上进行交流（必须能够触发旺旺正常运作，不能只有图标，代码已经给出）。

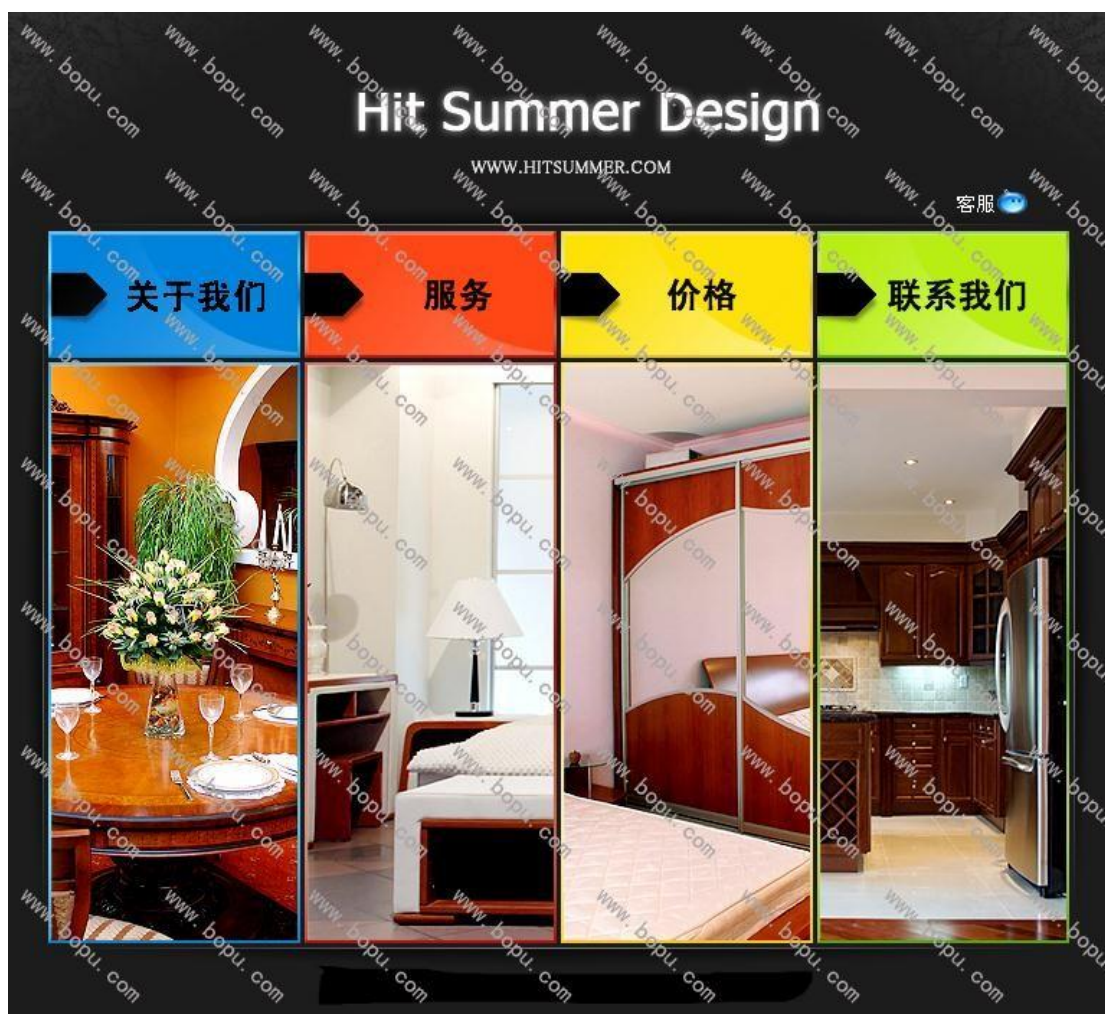


图 1-2-14-1: 样图 Example. jpg

⑥根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keyword 关键字和 description 标签。

⑦将第三题中制作好的四个按钮“关于我们”、“服务”、“价格”、“联系我们”分别设置热点链接，链接地址分别为“[http://www. baidu . com/](http://www.baidu.com/)”；“[http://www. ciid . com . cn/](http://www.ciid.com.cn/)”；“[http://www. taobao. com](http://www.taobao.com)”；“[http://www. renren. com/](http://www.renren.com/)”

(2) 实施条件

硬件：计算机；软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS5.0以上，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 2-10)

试题评分卡 (2-10)

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)	图片裁剪	12分	图片裁剪正确, 保存的大小正确并且一致; 每张图片 1 分; 共 12 张, 12 分。	
	动画效果	18分	共三张效果图, 每张按照时间和显示效果按照 0-2 分/2-4 分/5-6 分给分;	
	菜单按钮制作 及链接	20分	每个菜单制作 4 分; 根据制作的效果给分, 按照 0-1 分/2-3 分/4 分给分。	
	页面布局	20分	页面属性设置正确 4 分	
			设计 LOGO 按照效果按照 0-2 分/2-4 分/5-6 分给分, 没有加入名称 “Hit Summer Design” 0 分	
			水印制作成功且与背景相符 2 分, 作为背景图片设置正确 2 分	
			布局正确 6 分, 其中 4 个菜单按钮 2 分、4 张动画图片 2 分、一个客服 2 分	
	嵌入阿里旺旺	11分	插入位置正确 2 分, 正常显示 2 分, 代码修改正确, 显示进行交流 7 分。	
	关键字设置	6分	添加合适的 Keyword 关键字, 添加位置正确 1 分、关键字内容合理性 2 分, description 标签添加位置正确 1、内容的合理性 2 分	
	热点链接	8分	每个热点链接设置成功 2 分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

模块三、网店美工设计

31. 试题编号：3-1，网店美工设计

(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：将素材文件夹下的三种宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式。

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

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

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 100KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS5.0以上。

(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 3-1)。

试题评分卡(3-1)

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_____

32. 试题编号：3-2，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×500 像素。

②海报背景：根据提供的图片颜色进行颜色选择配色或利用渐变颜色制作海报背景。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的两张宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式。

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

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

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 100KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS5.0以上。

(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 3-2)。

试题评分卡(3-2)

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	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_____

33. 试题编号：3-3，网店美工设计

(1) 任务描述

“七十二变”是一家以销售时尚品牌女装的老牌网店。近期，公司决定上架一款 2016 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 CS5.0以上。

(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 3-3)。

试题评分卡 (3-3)

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)	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，(9-13 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，(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_____

34. 试题编号：3-4，网店美工设计

(1) 任务描述

“盼盼虎母婴店”是一家以销售时母婴服装的老牌天猫店。近期，公司决定上架一款 2016 夏季新款萌趣、清凉彩底熊连体衣，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

②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。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”提供的相关产品的参数、尺寸等相关信息，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

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

⑥服务质量等信息的展示：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 CS5.0以上。

(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 3-4)。

试题评分卡(3-4)

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)	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, (12-16 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, (12-16 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_____

35. 试题编号：3-5，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 店铺 Banner

①尺寸要求：宽度为 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 CS5.0以上。

(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 3-5)。

试题评分卡(3-5)

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

试题评阅人签名_____

36. 试题编号：3-6，网店美工设计

(1) 任务描述

“KOF0—世纪风鞋业”是一家以销售男款运动休闲鞋为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司决定在天猫商城开设一家店铺以扩大产品的曝光度，增加企业与用户之间的互动，以达到增加产品销售。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品 7 天无理由退换货，且提供发票。同时公司拟对新店开张采取如下促销活动：满 100 元包邮；推出两款主打促销新鞋“休闲鞋 1”，促销价为 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 CS5.0 以上。

(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 3-6)。

试题评分卡 (3-6)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分), PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95 分)	店铺 Logo 设计 (18 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	设计要求	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	存储要求	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	店铺 Banner 设计 (31 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	背景设计	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分	
	内容设计	Banner 中添加店铺 Logo (按 0/2/3 评分), 店铺名称 (按 0/2/3 评分), 宣传促销标语 (按 0/2/3/4 分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按 2 分/3 分/4 分/5 分评分)	
	文件保存	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	商品主图设计 (46 分)		
	尺寸	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分; 2 张主图共 4 分	
	主图修饰	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0 分/3 分/5 分/7 分/9 分评分 每张主图 9 分, 2 张主图共 18 分	
	促销元素	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分 每张主图 8 分, 2 张主图共 16 分	
	存储要求	文件名和格式正确 (2 分), 文件大小符合要求 (2 分); 每张主图 4 分, 2 张主图共 8 分	
	合计	100 分	

试题评阅人签名_____

37. 试题编号：3-7，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 店铺 Banner

①尺寸要求：宽度为 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 CS5.0以上。

(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 3-7)。

试题评分卡(3-7)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分), PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95 分)	店铺 Logo 设计 (18 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	设计要求	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	存储要求	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	店铺 Banner 设计 (31 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	背景设计	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分	
	内容设计	Banner 中添加店铺 Logo (按 0/2/3 评分), 店铺名称 (按 0/2/3 评分), 宣传促销标语 (按 0/2/3/4 分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按 2 分/3 分/4 分/5 分评分)	
	文件保存	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	商品主图设计 (46 分)		
	尺寸	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分; 2 张主图共 4 分	
	主图修饰	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0 分/3 分/5 分/7 分/9 分评分 每张主图 9 分, 2 张主图共 18 分	
	促销元素	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分 每张主图 8 分, 2 张主图共 16 分	
	存储要求	文件名和格式正确 (2 分), 文件大小符合要求 (2 分); 每张主图 4 分, 2 张主图共 8 分	
合计		100 分	

试题评阅人签名_____

38. 试题编号：3-8，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 店铺 Banner

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

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

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“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 CS5.0以上

(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 3-8)

试题评分卡(3-8)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分), PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95 分)	店铺 Logo 设计 (18 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	设计要求	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	存储要求	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	店铺 Banner 设计 (31 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	背景设计	根据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	Banner 中添加店铺 Logo (按 0/2/3 评分), 店铺名称 (按 0/2/3 评分), 宣传促销标语 (按 0/2/3/4 分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按 2 分/3 分/4 分/5 分评分)	
	文件保存	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	商品主图设计 (46 分)		
	尺寸	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分; 2 张主图共 4 分	
	主图修饰	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0 分/3 分/5 分/7 分/9 分评分 每张主图 9 分, 2 张主图共 18 分	
	促销元素	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分 每张主图 8 分, 2 张主图共 16 分	
	存储要求	文件名和格式正确 (2 分), 文件大小符合要求 (2 分); 每张主图 4 分, 2 张主图共 8 分	
合计		100 分	

试题评阅人签名_____

39. 试题编号：3-9，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100K 以内。

2) 店铺 Banner

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

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

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“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 CS5.0 以上。

(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 3-9)。

试题评分卡(3-9)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分), PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95 分)	店铺 Logo 设计 (18 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	设计要求	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	存储要求	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	店铺 Banner 设计 (31 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	背景设计	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分	
	内容设计	Banner 中添加店铺 Logo (按 0/2/3 评分), 店铺名称 (按 0/2/3 评分), 宣传促销标语 (按 0/2/3/4 分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按 2 分/3 分/4 分/5 分评分)	
	文件保存	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	商品主图设计 (46 分)		
	尺寸	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分; 2 张主图共 4 分	
	主图修饰	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0 分/3 分/5 分/7 分/9 分评分 每张主图 9 分, 2 张主图共 18 分	
	促销元素	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分 每张主图 8 分, 2 张主图共 16 分	
	存储要求	文件名和格式正确 (2 分), 文件大小符合要求 (2 分); 每张主图 4 分, 2 张主图共 8 分	
合计		100 分	

试题评阅人签名_____

40. 试题编号：3-10，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

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

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 店铺 Banner

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

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

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“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（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS5.0以上。

(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 3-10)。

试题评分卡(3-10)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分), PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95 分)	店铺 Logo 设计 (18 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	设计要求	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	存储要求	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	店铺 Banner 设计 (31 分)		
	尺寸要求	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分	
	背景设计	根据提供素材图片设计 Banner 美观程度 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分	
	内容设计	Banner 中添加店铺 Logo (按 0/2/3 评分), 店铺名称 (按 0/2/3 评分), 宣传促销标语 (按 0/2/3/4 分), Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销向导 (按 2 分/3 分/4 分/5 分评分)	
	文件保存	文件名和格式正确 (4 分), 文件大小符合要求 (2 分)	
	商品主图设计 (46 分)		
	尺寸	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按 0 分/2 分评分; 2 张主图共 4 分	
	主图修饰	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按 0 分/3 分/5 分/7 分/9 分评分 每张主图 9 分, 2 张主图共 18 分	
	促销元素	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按 0 分/4 分/6 分/8 分评分 每张主图 8 分, 2 张主图共 16 分	
	存储要求	文件名和格式正确 (2 分), 文件大小符合要求 (2 分); 每张主图 4 分, 2 张主图共 8 分	
合计		100 分	

试题评阅人签名_____

模块四、平台运营

41. 试题编号：4-1，平台运营

任务描述

“恋上衣辈子”是淘宝平台上的一家专营女装的钻石店铺，现公司决定新上一款连衣裙，连衣裙相关参数如下：



产品参数：
材质成分：聚酯纤维 100%
面料：雪纺
货号：00032
风格：通勤通
勤：韩版裙长：
中长裙
组合形式：假两件
袖长：短袖
领型：圆领袖
型：泡泡袖腰
型：中腰衣门
襟：套头裙型：
A 字裙图案：
碎花
流行元素/工艺：荷叶边 破洞 镂空 抽褶
品牌：XEV
适用年龄：25-29 周岁
年份季节：2016 年夏季
颜色分类：无袖深红 无袖灰色 无袖土豪

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

- 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

- 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	

- 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？

2016年05月上架时间分布

【女装/女士精品-连衣裙】[点击下载](#)

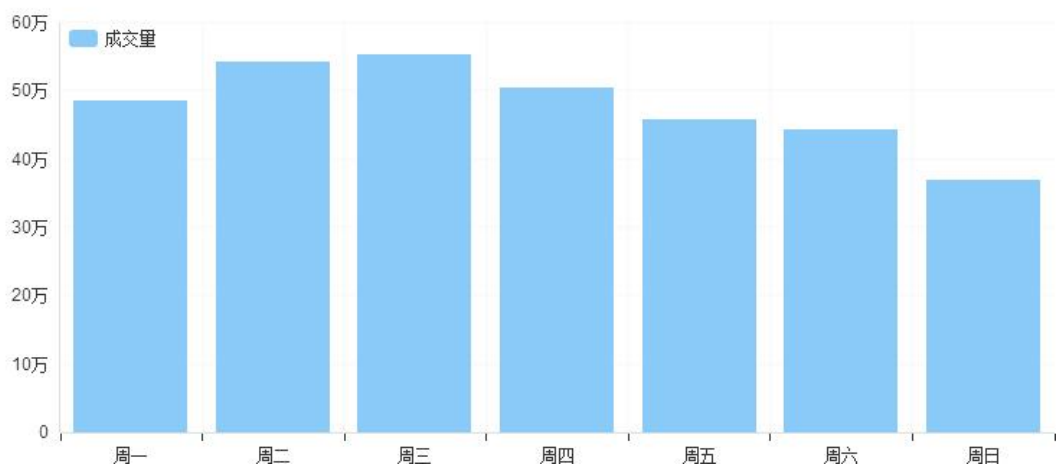


图 1 按周段的在不同时间的销量

2016年05月上架时间分布

【女装/女士精品-连衣裙】[点击下载](#)

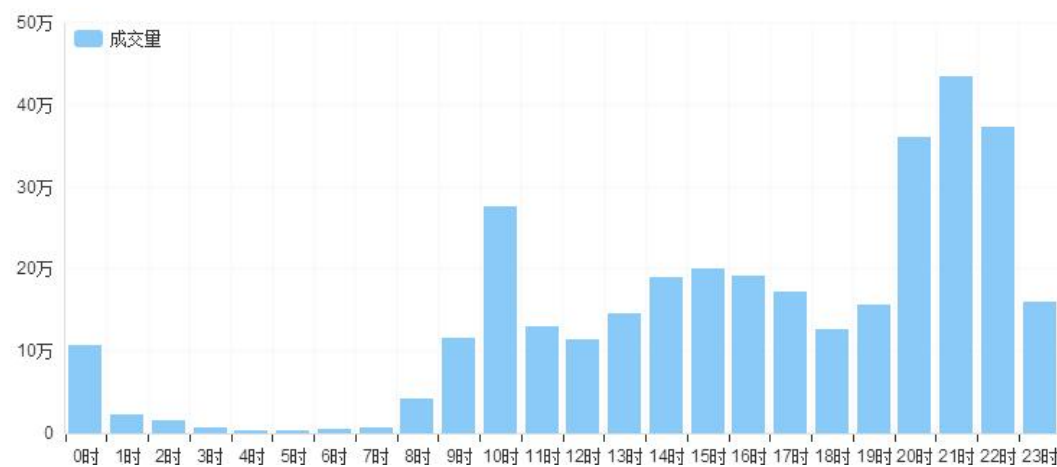


图 2 按时段的不同时间段的销量

借助软文推广提升流量

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

要求：字数不少于 100 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台中的版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

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

- 数据分析与优化

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

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

表 8 不同关键词的数据指标

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

表 9 数据分析与推广优化

①答：

②答：

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，CapScreen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 4-1)

电商平台运营评分卡(试题 4-1)

评价内容			配分	考核点	考核得分
职业素养(5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	分析影响宝贝搜索排名的因素（8 分）		8 分	每列出 1 个影响排名的因素计 1 分，排名影响因素属重复或包含关系的不计分。8*1 分=8 分	
	关键词选择与标题制作（30）	主关键词和属性词选择	6 分	主关键词要求与所卖商品信息高度一致，属性词选择合理、且尽量不重复，每个 1 分，6*1 分=6 分	
		通过站内搜索找关键词	4 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 2 分，关键词 2 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			4 分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2 分，关键词 2 分 关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
		通过搜索热词榜单筛选关键词	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（10 分）		10 分	时间选择正确 2 分，选择理由说明正确 3 分 多款宝贝上架问题的回答 5 分	
	站内社区软文推广（25）	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分	
		软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
			5 分	结构严谨、文笔通顺	
			5 分	构思新颖，能吸引网民	
			字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分		
		软文发布	5 分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。	
	数据分析和推广优化（22）	数据分析 1	10 分	按关键词的选择正确性给分，5*1 分=5 分 理由说明正确充分性，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_____

42. 试题编号：4-2，平台运营

任务描述

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

- 市场选品

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

表 1 市场选品分析

淘宝采购指数截图：			
采购趋势变化分析说明：			
最近 30 天相关热门行业截图			
热门行业前 3 名：			
最近 30 天相关潜力行业截图			
潜力行业前 3 名：			

- 商品定价

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

表 2 商品定价

淘宝店铺	定价/元
A	168
B	148
C	109
D	176
E	156
F	128
最高价	
中间价	

最低价	
可以制定的价格	
最终定价（考虑弧形数字定价法）	

- 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要环节。

①对于店铺初期的引流,通过对宝贝标题、宝贝上下架时间、橱窗推荐来进行 SEO 优化,来尽可能多地获取免费自然流量,请针对表 3 中的问题进行回答。

表 3 推广引流--SEO 优化

问题 1：简述店铺宝贝的标题优化的基本思路？

问题 2：假设店铺前期准备上架 10 件宝贝，对宝贝上下架时间有何建议？

②借助软文推广提升流量

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

要求：字数不少于 100 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台中的版块，与产品特点吻合。

表 4 推广引流--软文引流

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

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

表 5 推广引流--活动引流

问题 1：淘宝官方平常免费的活动主要有哪些（填写 3 个活动名）		
问题 2：现本店铺准备申报官方的“天天特价”活动，请问报名天天特价，店铺需要符合哪些条件？		

- 数据分析与优化

店铺试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对店铺相关数据进行跟踪分析，

从而在后期进行优化和改进。表 6 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据，对表 6 中数据进行分析，回答表 7 中相关问题。

表 6 流量来源分析表

PC 流量来源 top10			无线流量来源 top10		
流量来源	访客数	下单转化率	流量来源	访客数	下单转化率
天天特价	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特价	1724	0.17%
淘宝客	61	4.92%	淘内免费其它	507	0.99%
直接访问	38	0%	手淘其它店铺	254	0.39%
淘宝站内其它	31	0%	购物车	107	8.41%
宝贝收藏	20	0%	淘宝客	83	1.2%
购物车	17	5.88%	我的淘宝	70	2.86%
淘外流量其它	8	0%	直接访问	33	3.03%
搜狗	7	0%	手淘消息中心	24	0%
已买到商品	4	25	手淘旺信	16	0%

表 7 数据分析与推广优化

①从表 6 中可以分析出 店铺的主要流量是来自无线端还是 PC 端？说明了什么？

答：

②流量来源表中哪些流量来源最可能是反映的是老客户？

答：

③上述流量来源中哪一项是需要付费来源？

答：

④观察下单转化率较高数据的流量来源，你发现了什么？

答：

⑤针对上述流量来源情况，下一步有何改进措施？

答：

2 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，CapScreen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 4-2)

电商平台运营评分卡(试题 4-2)

评价内容			配分	考核点	考核得分
职业素养(5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
市场选品 (16)	淘宝采购指数截图	2 分	截图正确、清晰		
	采购趋势变化分析说明	4 分	趋势变化分析正确，文字简明扼要		
	最近 30 天热门行业截图及回答	5 分	截图 2 分，回答 3*1 分=3 分		
	最近 30 天潜力行业截图及回答	5 分	截图 2 分，回答 3*1 分=3 分		
商品宝贝定价（7 分）		7 分	前 3 空，每个 1 分；后 2 空，每个 2 分		
推广引流-SEO 优化（10 分）		14 分	问题 1 回答切中关键点，简明扼要 7 分 问题 2 回答切中关键点，简明扼要 7 分		
推 广 引 流 - 软 文 推 广 (25)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分		
	软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标		
		5 分	结构严谨、文笔通顺		
		5 分	构思新颖，能吸引网民		
		字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分			
	软文发布	5 分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。		
推广引流-活动引流		13 分	活动名，每个 1 分，共 3 分 天天特价申报店铺要求，每个要求 2 分，共 10 分		
数据分析与优化		20 分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 ①4 分②4 分③2 分④4 分⑤6 分		
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

43. 试题编号：4-3，平台运营

任务描述

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

①加入直通车的条件

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

表 1 直通车加入条件

淘宝卖家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	
竞价调价思路 (概述)						

(1) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(2) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(3) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 4-3)

电商平台运营评分卡(试题 4-3)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
	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_____

44. 试题编号：4-4，平台运营

任务描述

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

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

- 分析店铺现有的转换率和客单价

表 1 是店铺 4 月份的经营情况数据，请计算本月的客单价和全店转化率

表 1 客单价和转换率计算

2016-4 店铺经营情况					
访客数	1112651	成交用户数	14401	平均访问深度	4.15
支付宝成交金额（元）	502512.73	客单价		全店转化率	

- 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	

- 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：

- 客单价的提升

①在开店之初，商家就已经决定了自己店铺的主营类目和价格定位，当随着店铺的逐步发展，卖家应该进行更深层次的思考，应该利用宝贝类目的广度和深度来提升客单价。“宾之郎湖南专卖店”店铺以槟榔为特色，宝贝类目的广度已经受到了限制，那么如何从宝贝类目的深度来提升客单价呢？将回答填入表 4 中

表 4 利用宝贝类目深度提升客单价

答:

②同类宝贝客单价的提升

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

表 5 同类宝贝客单价提升

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

①分析表中的数据可以得出客单价跟什么因素有关系?

②对于这种同类宝贝客单价的提升，具体在运营中如何来实施?

③请访问“宾之郎湖南专卖店”，找到对应使用此方法的地方，截图插入下面单元格中

③不同类宝贝客单价的提升

不同宝贝客单价的提升，一般采用关联营销方式进行；请查询“宾之郎湖南专卖店”，分析他如何来实施关联营销的。将店铺中体现关联营销的地方截图插入表 6 中

表 6 不同类宝贝客单价的提升

答:

④挖掘客户的购买能力提升客单价

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

表 7 购买能力挖掘提升客单价

答:

4) 数据分析与优化

①进行店铺流量分析

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

表 8 店铺流量分布表

访问页面	浏览量	流量占比	访客数	页面平均停留时间/秒	出店人次	出店率
首页	5988	27.3%	1112	119	2966	49.5%
分类页	3002	13.7%	720	62	1588	52.9%
宝贝页	6566	29.9%	1656	140	2018	30.7%
自定义页	2028	9.2%	768	8	1920	94.7%

搜索页	3366	15.3%	1066	72	1218	36.2%
其他	1008	4.6%	98	28	420	41.7%
合计	22417		5433			

①从整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？

②从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？

③从店铺的出店率来分析，有何问题？应该怎么优化？

②根据访客来源对订单支付率进行分析

表 9 访客来源及订单支付率分析

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

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

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

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

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

3) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

4) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

5) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 4-4)

电商平台运营评分卡(试题 4-4)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
	计算客单价与转换率	6 分	回答正确，每个 3 分，共 6 分		
	影响店铺转化率和客单价的因素	10 分	回答正确、要求各条之间内容不重复，每个 1 分，共 10 分		
	转化率提升基本思路	10 分	回答正确，每个要点 2 分，共 10 分		
	客单价提升	类目深度提升客单价	5 分	按回答是否正确、全面给分，共 5 分	
		同类宝贝客单价提升	15 分	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	按回答是否正确、全面给分，共 10 分，按回答准确性，全面性 0/2/4/6/8/10 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_____

45. 试题编号：4-5，平台运营

任务描述

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

工艺：印花工艺：

款式：床单式

类型：婚庆六件套

货号：090152

商品规格：1.8 米床，1.5 米床

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写

表 4 关键词选择四

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

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

表 5 类目选择

一级类目	
二级类目	

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

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

1) 站内社区软文推广

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

要求:字数在100 左右,软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点,能很好地把推广信息传递给潜在消费者,形式不限,但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标;文章内容很能吸引网民,结构严谨、文笔通顺;选择合适的平台与版块,与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

2) 数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后,可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析,优化和改进推广效果。相关的数据见图 1-图 3 和表 8。

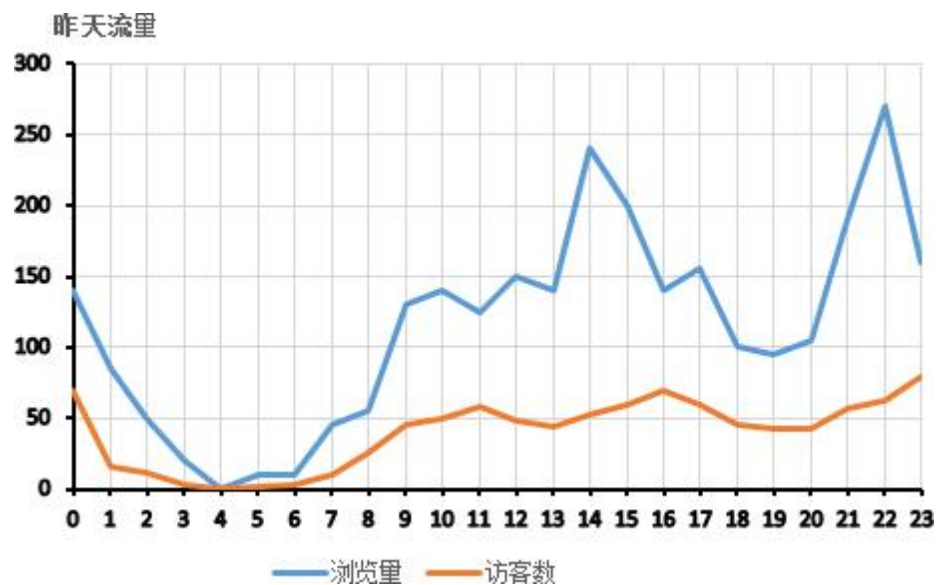


图 1 一天中按小时流量分析图。

表 8 (2010-10-12 至 2010-10-18) 关键词点击量前 50 报表

序号	关键词	宝贝	推广计划	展现量	点击量	点击率	花费	平均点击花费	平均展现排名
1	关键词 1	宝贝 1	活动产品	19	2	10.53%	1.0	0.5	27
2	关键词 2	宝贝 2	活动产品	14	1	7.14%	0.5	0.5	26
3	关键词 3	宝贝 3	活动产品	96	2	2.08%	0.74	0.37	31
4	关键词 4	宝贝 4	活动产品	102	2	1.96%	1.37	0.69	41
5	关键词 5	宝贝 5	活动产品	63	1	1.59%	0.5	0.50	34

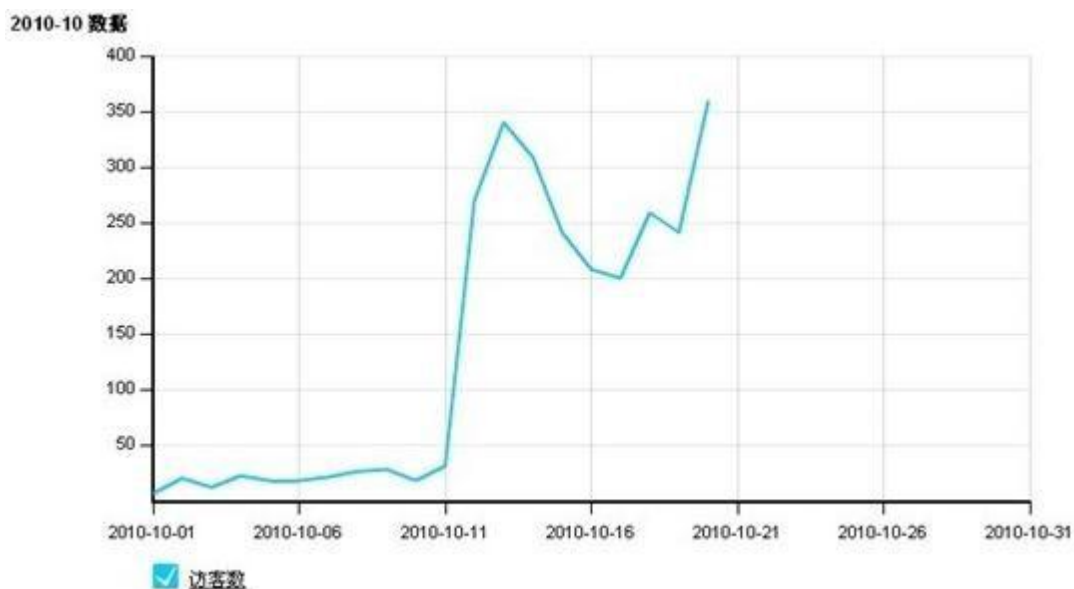


图 2 访客数趋势图

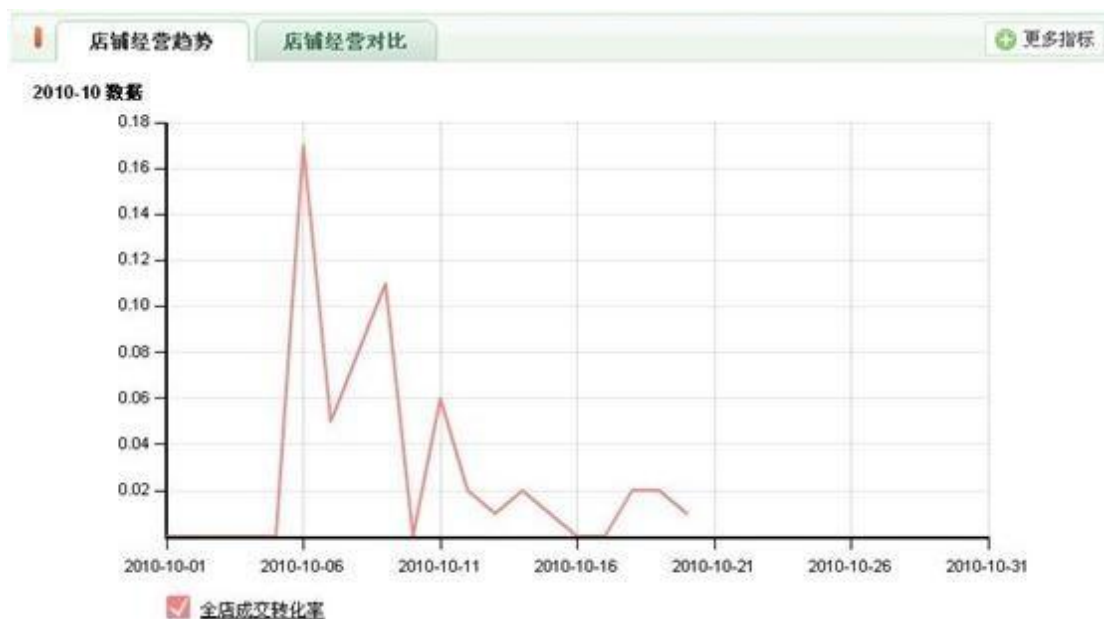


图 3

店铺经营转化率图

根据图 1-图 3 和表 8，联系表 9 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 9。

表 9 数据分析与推广优化

问题 1：分析图 1 数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？

答：

问题 2：比较分析表 8 数据中展现量和点击率，你发现序号为 4 的数据有什么问题，需要如何来进行推广优化

答：

问题 3：分析图 2 和图 3，从中可以发现什么问题，如何解决？

答：

(1) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(2) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(3) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 4-5)

电商平台运营评分卡(试题 4-5)

评价内容			配分	考核点	考核得分	
职业素养(5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工 作 任 务 (95 分)	直 通 车 推 广 (40)	通过站内搜索找关键词	3 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 2 分，关键词 1 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词		
			3 分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2 分，关键词 1 分 关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词		
			4 分	从搜索框下热门搜索词中选择关键词；操作截图 2 分，关键词 2 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词		
		通过产品维度分析选择关键词（每个关键词 1 分，考核关键词合理性）	2 分	按品牌维度选择的关键词 2 个		
			2 分	按产品名称选择的关键词 2 个		
			3 分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个		
			4 分	按目标人群选择的关键词 4 个		
			4 分	按产品用途与保障选择关键词 4 个		
			5 分	按市场活动选择的关键词 5 个		
		推广类目选择	4 分	推广类目选择，一级类目 2 分，二级类目 2 分（主要考核商品与类目的相符合度）		
		推广宝贝标题设计	6 分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点，推广标题中包含 4 个以上特点，且标题字数不超过 20 字，则记 3 分；每减少 1 个特点减 1 分，直至 0 分。 标题一 3 分，标题二 3 分。		
	社区软文推广 (25)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分		
		软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标		
			5 分	结构严谨、文笔通顺		
			5 分	构思新颖，能吸引网民		
			字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分			
	软文发布	5 分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。			
		数据分析 和推广 优化 (30)	数据分析 1	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 说出至少 3 个方面的指导，且理由充分；	
			数据分析 2	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答 4 分，优化措施 6 分	
	数据分析 3		10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答正确且具体 5 分，措施 5 分		
合计			100 分			

试题评阅人签名_____

46. 试题编号：4-6，平台运营

任务描述

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

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

- 选择广告位

表 1 选择广告位

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

问题 2：请为陶润实业发展有限公司选择一个合适的钻石展位的位置，位置要求截图图示（注意所截图要能体现在整体版面的位置，并在图片中标注）；并根据公司的推广目标以及钻石展位选择的原则用文字说明你选择的理由。

展位位置截图	
选择的理由	

- 创意制作与审核

①创意制作关键是在有限的展示位中提炼产品的卖点，然后再在制作过程中注意制作的要点：产品突出、文案与产品相结合、素材整体简洁干净、图片颜色的搭配、文案创新等。下图是陶润实业发展有限公司茶具的图片，若展示位大小 300×250px，你该从哪几方面提炼产品的卖点，做好商品的创意制作，提高点击量。请将回答内容填入表 2。



表 2 产品的卖点提炼

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

钻石展位广告服务使用规范 <http://help.alimama.com/#!/zuanshi/faq/detail?id=5706140> 请根据表 3 中呈现的案例说出审核未通过的原因。

表 3 创意审核

创意案例	审核未通过原因
	
	

• 设置投放信息

①设置出价及预算

钻石展位是按照每千次展现价格来计算的。

表 4 设置出价及预算

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

②设置人群定向

钻石展位的投放可以实现人群定向。关于人群的选择，这主要取决于店铺所售商品的类型，对于自己的产品，我们要去了解其所对应的目标人群，选择人群需要考虑的维度：价格、外观、类目、与产品的相似度、销量等等。（注意这里的人群不是直接输入男、女，或者年龄段，而是要求选择购买这个商品的人还有可能经常光顾哪些类目的商品，实际是指的某类目产品的人群）

请你为上述茶具产品拟定 2 类目标人群，并说明理由。将内容填入表 5。

表 5 设置投放人群

人群 1	
人群 2	
选择理由	

③设置地域定向

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

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

表 6 设置地域定向

定向地域 1	
定向地域 2	
选择理由	

④设置投放时间

钻石展位投放时段的选取也很有讲究。我们要排除转化率很低的那几个时段来让我们的广告产生最大的效果。同时还要考虑这个投放时间段能够有充足的客服安排。根据网络消费经验，请你从表 7 几个时间段中按优先级别从高到低选择 3 个时间段来进行投放。

表 7 设置投放时间

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

• 投放数据跟踪与效果评估

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

表 8 茶具 8 月 search8 图五计划数据表

日期	PV（展现量）	点击数	平均点击率	每千次展现出价（元）	每次点击价格（元）	消耗（元）
----	---------	-----	-------	------------	-----------	-------

日期	浏览量	点击量	转化率	成本/次	成本/千次	成本/万次
2011-8-28	9172	26	0.28%	1.36		
2011-8-27	154435	189	0.12%	2.19	1.79	338.58
2011-8-26	160081	230	0.14%	2.29	1.6	366.94
2011-8-25	172426	262	0.15%	2.29	1.5	394.01
2011-8-24	25129	37	0.15%	0.74	0.5	18.65
2011-8-23	64449	105	0.16%	0.74	0.45	47.74
2011-8-22	59957	95	0.16%	0.75	0.48	45.14
日期	浏览量	点击量	转化率	成本/次	成本/千次	成本/万次

表 9 投放数据跟踪与效果评估分析表

①请计算 2011-8-28 日该钻石展位推广消耗的成本，以及每次点击成本，列式计算出结果

②分析表 5 中标识 1 区域中的数据，可以得出什么结论，有何改进措施？

结论：

措施：

③分析表 5 中表示 2 区域中的数据，可以得出什么结论，有何改进措施？

结论：

措施：

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，CapScreen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 4-6)

电商平台运营评分卡(试题 4-6)

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，遵守操作规程、操作纪律。文档规范、工整	
工作任务 (95 分)	选择广告位 (15)	站内 展位说明	5 分	站内展位说明正确、完整	
		展位截图	5 分	截图清晰、有标识，能判断所指位置	
		选择理由	5 分	选择理由说明了推广目标 2 分，联系了展现量、流量价格等因素来说明 3 分	
	创意制作与审核 (20)	卖点提炼	10 分	产品卖点提炼说明，紧扣了有限广告位，又抓住了核心卖点；从产品特点、品质、功效、信誉、出价优势等方面提炼产品卖点；从 4 个以上方面考虑且合理，得 8-10 分；3 个方面考虑 5-7 分；2 个方面考虑 2-4 分；1 个方面 0-1 分；	
		创意审核	10 分	审核理由正确，每个 2 分，2 分*5=10 分	
	设置投放信息 (30)	设置出价及预算	5 分	出价或预算选择或计算正确	
		设置投放人群	8 分	人群选择正确，每个 2 分，2 分*2=4 分；理由说明合理正确 4 分。	
		设置投放区域	8 分	区域选择正确，每个 2 分，2 分*2=4 分；理由说明合理正确 4 分	
		设置 投放时间段	9 分	时间段选择，每个 1 分，1 分*3=3 分；优先顺序正确 2 分；理由说明合理正确 4 分	
	数据分析和推广 优化 (30)	数据计算	10 分	消耗成本 (2 分)，PV 计算 (5 分)，点击率 3 分	
		优化分析 1	10 分	结论 5 分，措施 5 分	
		优化分析 2	10 分	结论 5 分，措施 5 分	
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

47. 试题编号：4-7，平台运营

任务描述

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

- 淘宝客推广的准备

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

表 1 淘宝客推广的准备

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

- 制定淘宝客推广计划

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

表 2 淘宝客推广计划制定

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

- 淘宝客的招募

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

表 3 淘宝客招募书

问题 1: 寻找淘宝客的方法有站内寻找和站外寻找, 请写出 3 种站内寻找的方法, 5 种站外寻找方法			
站内寻找:	1、	2、	3、
站外寻找:	1、	2、	3、
	4、	5、	
问题 2: 通过编写和发布招募贴的方式, 也可以招募到淘宝客, 请为“艾上淘电器专营店”拟定一淘客招募贴(可采用图文结合方式), 将内容填入下面空格中。			

• 淘宝客数据分析与优化

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

表 4 数据分析与优化

产品名	店铺该宝贝总成交额	淘宝客推广成交额	淘宝客成交占比	佣金比例	佣金金额	成交笔数	ROI	淘客昵称
产品 1	¥171,324.47	¥5,932.21	3.46%	2.50%	¥148.31	60	40	taobaoss137
产品 2	¥36,330.25	¥2,150.75	5.92%	3.00%	¥64.52	22	33.3	最后的淘客 1
产品 3	¥34,622.14	¥1,073.29	3.10%	1.50%	¥16.10	11	66.7	taobaoss137
产品 4	¥37,325.22	¥1,821.47	4.88%	1.50%	¥27.32	18	66.7	浩岩
产品 5	¥10,361.73	¥642.43	6.20%	5.00%	¥32.12	6	20	taobaoss137
产品 6	¥11,300.51	¥826.07	7.31%	2.00%	¥16.52	8	50	taobaoss137
产品 7	¥9,314.36	¥580.28	6.23%	3.00%	¥17.41	6	33.3	taobaoss137
产品 8	¥1,263.58	¥60.53	4.79%	1.50%	¥0.91	1	66.7	taobaoss137

问题 1: 分析表中的数据, 说明淘宝客推广的效果

问题 2: 怎样进行优化?

2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网,

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本, CapScreen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 4-7)

电商平台运营评分卡（试题 4-7）

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

试题评阅人签名_____

48. 试题编号：4-8，平台运营

任务描述

澳优乳业股份有限公司（<http://www.ausnutria.com/>）是在香港上市的一家专业高端乳业食品公司，成立以来，整合全球最优资源，服务于全球和快速增长的中国市场，以优质乳制品服务下一代的健康成长。在全球范围内从事生产、研究及销售婴幼儿食品、成人食品、奶酪、黄油等，拥有澳优（ ausnutria ）、能力多（ allnutria ）、佳贝艾特（ Kabrita ）等著名的婴幼儿食品及乳品品牌。现为了扩大公司产品市场占有率，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。

• 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词或淘宝 top5w 中的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：能力多婴幼儿有机奶粉 2 段

货号：430005020101

商品规格：800g

产品功能：有机营养系列

适用年龄：6~12 个月

源产地：法国

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

③从淘宝搜索框下 或者 淘宝排行榜页面中相应的热门搜索词中选择关键词，操作并填写表 3。

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写

表 4 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特点	
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	

• 站内社区软文推广

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

要求：字数在 100 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把握推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

• 数据分析与推广优化

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

表 8 流量来源分析表

来源	详细	到达页浏览量	百分比
淘宝站内	商城专题	137	34.16%

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

中国 访客地区比例 图例：低 高



访客地区比例

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

表 9 数据分析与推广优化

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

答：

问题 2：表 8 使用的付费推广方式有哪些？免费推广方式有哪些？

答：

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

答：

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，CapScreen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 4-8)。

电商平台运营评分卡(试题 4-8)

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	从搜索框下热门搜索词中选择关键词；操作截图 2 分，关键词 2 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
		通过产品维度分析选择关键词（每个关键词 1 分，考核关键词合理性）	2分	按品牌维度选择的关键词 2 个	
			2分	按产品名称选择的关键词 2 个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个	
			4分	按目标人群选择的关键词 4 个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词 4 个	
		5分	按市场活动选择的关键词 5 个		
		推广类目选择	4分	推广类目选择，一级类目 2 分，二级类目 2 分（主要考核商品与类目的相符合度）	
		推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点，推广标题中包含 4 个以上特点，且标题字数不超过 20 字，则记 3 分；每减少 1 个特点减 1 分，直至 0 分。 标题一 3 分，标题二 3 分。	
	社区软文推广 (25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分	
		软文内容	5分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
			5分	结构严谨、文笔通顺	
			5分	构思新颖，能吸引网民	
			字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分		
	软文发布	5分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。		
	数据分析和推广优化 (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_____

49. 试题编号：4-9，平台运营

任务描述

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

1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词或淘宝 top5w 中的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：明园蜂蜜胡柚茶

规格：600g

配料表：胡柚全果、白砂糖、果葡

种类：冲饮

包装：玻璃罐装

功效：美容养颜，调节血压，促进消化，舒缓情绪

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写

表 4 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌	品牌	

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

（1）站内社区软文推广

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

要求：字数在 100 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

（2）数据分析与推广优化

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



图1 销售总览-行业经营对比

2011-7 店铺经营情况					
浏览量	6631129	支付宝成交件数	37716	成交用户数	14401
访客数	1112651	支付宝成交笔数	36794	全店转化率均值	1.13%
平均访问深度	4.15	支付宝成交金额(元)	2444512.73	客单价均值	166.59



图2 量子恒道统计-销售总览

根据图1和图2，联系表8中所列问题进行分析，并将分析结果填入表8。

表8 数据分析与推广优化

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

答:

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

答:

1) **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, CapScreen截图工具软件。

2) **考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

3) **评分标准**

见电商平台运营评分卡(试题 4-9)。

电商平台运营评分卡(试题 4-9)

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	从搜索框下热门搜索词中选择关键词；操作截图 2 分，关键词 2 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词		
		通过产品维度分析选择关键词（每个关键词 1 分，考核关键词合理性）	2 分	按品牌维度选择的关键词 2 个		
			2 分	按产品名称选择的关键词 2 个		
			3 分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个		
			4 分	按目标人群选择的关键词 4 个		
			4 分	按产品用途与保障选择关键词 4 个		
			5 分	按市场活动选择的关键词 5 个		
		推广类目选择	4 分	推广类目选择，一级类目 2 分，二级类目 2 分（主要考核商品与类目的相符合度）		
		推广宝贝标题设计	6 分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点，推广标题中包含 4 个以上特点，且标题字数不超过 20 字，则记 3 分；每减少 1 个特点减 1 分，直至 0 分。 标题一 3 分，标题二 3 分。		
		社区软文推广 (25)	软文标题	5 分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分	
			软文内容	5 分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
	5 分			结构严谨、文笔通顺		
	5 分			构思新颖，能吸引网民		
	字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分					
	软文发布		5 分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。		
	数据分析和推广优化 (30)	数据分析 1	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答 5 分，原因分析 5 分		
		数据分析 2	20 分	客单价解释 5 分；旺旺提高转化率的方法 3 条；要求详细具体，有可操作性或举例，每个方法 5 分，共 15 分。		
合计			100 分			

试题评阅人签名_____

50. 试题编号：4-10，平台运营

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

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

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写

表 4 关键词选择四

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

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	

（1） 站内社区软文推广

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

要求：字数在 100 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

（2） 数据分析与推广优化

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

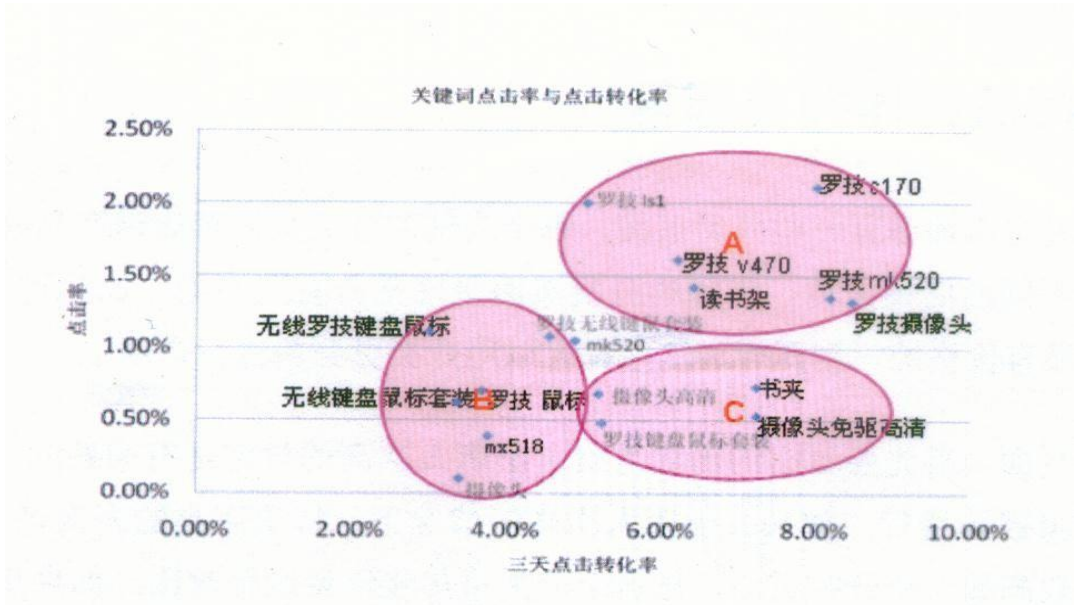


图 1 关键词点击率与点击转化率

表 8 一周访客来源数据分析表

一周访客来源数据		
访客来源	访客占比	访客订单转化率
直接访问	30%	17%
店铺收藏	1%	35.7%
我的淘宝	30%	12.60%
店铺搜索	5%	3%
阿里旺旺	3%	45%
淘宝搜索	1%	2.34%
一淘	3%	3.75%
直通车	3%	0.35%
类目导航	10%	2.35%
淘宝站外搜索	20%	0.03%

表 9 商品关联购买分析

商品名称	关联商品名称	关联次数	买家数	买家占比
纽比士红酒抗氧化补湿面膜 150ML	大米调理水爽肤水 150ml 补水收毛孔代购	1410	1856	2.58%
	火烈鸟纤维睫毛膏 7ml 神奇拉长	1001	1038	1.44%
	三重功效修颜防晒 BB 霜 SPF25 红桶 40g	2120	2329	3.24%
包 邮 New The Best 纽比士玫瑰精油美白冰冻膜 150ml	水嫩防晒乳 SPF50 敏感肌肤代购 30ml	3721	4272	5.95%
	超酷冰镇防晒止汗喷雾 SPF40PA+120ml	814	828	1.15%
	纽比士玫瑰防晒 BB 霜 SPF30+50g	1114	1602	2.23%
	矿物底部打底乳 4.5g 代购	796	828	1.15%
	丝瓜大王的巨型丝瓜水 120ml	3687	4315	6.01%

	日本 SUZURAN LilyBell 优质化妆棉 222 片	2012	2517	3.5%
	资生堂水分洗发两件套 代购	658	828	1.15%
	H69605 2011 新包装 曼秀雷顿男士冰爽活碳洁面乳 150ml	647	828	1.15%
	鲜碧橄榄+芦荟精华爽肤面膜	1654	1717	2.39%
	玛姬儿带 R 标志糖果型压缩纸膜 100 颗	2876	3286	4.57%

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

表 10 数据分析与推广优化

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

答：

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

答：

问题 3：某店铺希望提升店铺商品的关联推荐效果，分析表 9 中的数据，请为其提供关键建议。

答：

1) 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，CapScreen 截图工具软件。

2) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

3) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 4-10)。

电商平台运营评分卡(试题 4-10)

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	从搜索框下热门搜索词中选择关键词；操作截图 2 分，关键词 2 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
		通过产品维度分析选择关键词（每个关键词 1 分，考核关键词合理性）	2分	按品牌维度选择的关键词 2 个	
			2分	按产品名称选择的关键词 2 个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个	
			4分	按目标人群选择的关键词 4 个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词 4 个	
			5分	按市场活动选择的关键词 5 个	
		推广类目选择	4分	推广类目选择，一级类目 2 分，二级类目 2 分（主要考核商品与类目的相符合度）	
		推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点，推广标题中包含 4 个以上特点，且标题字数不超过 20 字，则记 3 分；每减少 1 个特点减 1 分，直至 0 分。 标题一 3 分，标题二 3 分。	
	社区软文推广 (25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分	
		软文内容	5分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
			5分	结构严谨、文笔通顺	
			5分	构思新颖，能吸引网民	
			字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分		
	软文发布	5分	软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。		
	数据分析和推广优化 (30)	数据分析 1	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 A、C 组分析各 3 分，B 组 4 分	
		数据分析 2	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 来源 3 分、原因 3 分、措施 4 分，	
		数据分析 3	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题分析正确 4 分，建议 6 分	
合计			100分		

试题评阅人签名_____

模块五 网络营销推广

51. 试题编号：5-1，网络营销推广

任务描述

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

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

（1） 微博的规划和设计

①微博账号类型

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

微博号类型	
唐人神在线选择何种类型	
选择理由：	

②微博名称选取

唐人神集团在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微博多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一个是唐神人肉类产品，一个是生猪饲料产品。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理 由
1		
2		

（2） 增加粉丝数量

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

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

（3） 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 5 月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填下入表。

微博标题	微博内容

（4） 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次 5 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

(5) 数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图回答以下问题。



①营运情况分析

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

序号	内 容	
1	公司微博营运情况分析	
2	处于何阶段	
3	处于该阶段的理由	

②营运策略

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

序号	营运目标	营销策略
1		

2		
3		
4		

1) 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。

2) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

3) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-21)。

网络营销推广分卡(试题 5-1)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计（15 分）	微博账号类型	5 分	类型回答正确（1 分）；企业选择何种类型回答正确（1 分）；理由充分正当（3 分）。	每套试题实际分值由出题老师根据实际技能点的组合、考核点难度、按情况调整赋分，每套试题均配有评分卡。
		微博名称选取	10 分	确定企业名称恰当合理（2 分），理由充分（3 分）。2 个名称，总计 10 分	
	增加粉丝数量（20 分）		20 分	每条方法（2 分），理由（3 分）；4 条，共 20 分	
	微博宣传推广（20 分）		5 分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15 分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7 分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8 分）。	
	粉丝交流（20）	粉丝交流方法	8 分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12 分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3 分）；可行性较强（3 分）；对企业沟通成本控制合理（3 分）。	
	数据优化分析（20）		8 分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2 分）。	
				理由充分，数据分析正确（3 分）。	
营运策略		12 分	对企业微博营销整体营运目标正确（4 分） 思路清晰，策略得当（4 分） 有较强的可操作性（4 分）。		
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

52. 试题编号：5-2，网络营销推广

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，多喜爱公司公司拥有自营店近 200 家，加盟店 800 余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。同时公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用微营销的方式来扩大销售面。

2) 测试任务：

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

1、微博的规划和设计

（1） 微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型。同时为多喜爱家饰织用品有限公司开展微博营销应选择微博账号类型。

微博号类型	
多喜爱家饰织用品有限公司在线选择何种类型	
选择理由：	

（2） 微博名称选取

多喜爱家饰织用品有限公司在微博营销过程中，针对不同的核心人群，实行微博多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一类是针对婚庆类用户，一类是针对学生群体用户。并说明理由。

（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理 由

1		
2		

2、增加粉丝数量

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

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

3、微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 5 月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行全场 9 折优惠活动，如果 5.1 好当天进店下单的客户，还有好礼赠送。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填下入表。

微博标题	微博内容

4、粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次 5 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		

3		
4		

5、数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下表，根据下表回答以下问题。

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

1) 营运情况分析

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

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

2) 营运策略

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

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(1) 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

(2) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(3) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-22)

网络营销推广评分卡(试题 5-2)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计（15 分）	微博账号类型	5 分	类型回答正确（1 分）；企业选择何种类型回答正确（1 分）；理由充分正当（3 分）。	每套试题实际分值由出题老师根据实际技能点的组合、考核点难度、按情况调整赋分，每套试题均配有评分卡。
		微博名称选取	10 分	确定企业名称恰当合理（2 分），理由充分（3 分）。2 个名称，总计 10 分	
	增加粉丝数量（20 分）		20 分	每条方法（2 分），理由（2 分）；5 条，共 20 分	
	微博宣传推广（20 分）		5 分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15 分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7 分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8 分）。	
	粉丝交流（20）	粉丝交流方法	8 分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12 分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3 分）；可行性较强（3 分）；对企业沟通成本控制合理（3 分）。	
	数据优化分析（20）	营运情况分析	8 分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2 分）。	
				理由充分，数据分析正确（3 分）。	
营运策略		12 分	对企业微博营销整体营运目标正确（4 分） 思路清晰，策略得当（4 分） 有较强的可操作性（4 分）。		
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

53. 试题编号：5-3，网络营销推广

1) 任务描述

新东方在线是新东方教育科技集团(NYSE:EDU)旗下专业的在线教育网站，是国内首批专业在线教育网站之一，依托新东方强大师资力量与教学资源，拥有中国先进的教学内容开发与制作团队，致力于为广大用户提供个性化、互动化、智能化的卓越在线学习体验。课程涵盖出国考试、国内考试、职业教育、英语学习、多种语言、K12 教育等 6 大类，共计近 3000 门课程。

目前，新东方在线网站个人注册用户已逾 1200 万。现为了迅速地帮企业把品牌、产品、咨询等立体地展示在移动互联网上，使课程无论是在浏览器还是移动设备都能同步，实现跨平台无缝衔接，企业决定用微信方式进行推广营销。

2) 测试任务

1 微信公众号的规划与设计

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

微信公众号类型	
新东方在线选择何种类型	
选择理由：	

(2) 现新东方在线计划实行微信多号战略，请为其设计三个微信公众号，并说明理由。

（企业微信号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

名称 1：	理由：
名称 2：	理由：
名称 3：	理由：

2 微信发布内容的规划与选择

(5) 浏览新东方在线网站，请根据其网站特点进行其微信内容栏目设置。

栏目	
----	--

--	--

(6) 请根据新东方在线的如下产品，为该产品撰写发布信息。

初一全学年【数学】同步精讲班【人教版】(李娜)

知心姐姐李娜带你进入初中数学的世界！！



¥780

立即购买

在线咨询: [在线咨询](#)

课 时: 102

有 效 期: 365天

满 意 度: (5161人觉得赞)

特色服务: [QA](#) [CO](#)

主讲老师



李娜

微信发布标题	
微信发布内容:	
微信内容推送时间及理由	

(5) 微信营销

(5) 微信营销的基础是粉丝数量，关键是如何找到属于你的粉丝，那么微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道，请为新东方在线规划推广渠道。

转化渠道		原因
非微信平台 推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	

	渠道 3:	
微信平台推	渠道 1:	
广渠道	渠道 2:	

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

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

(6) 微信营销推广数据分析:

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

(1) 以下表格是反映的是新老客户通过移动端和 PC 端购买产品的次数，你能从中发现什么有价值的线索吗？它能给企业的运营提供哪些指导？

日期	老客户手机端购买次数	老客户 PC 端购买次数	新客户手机端购买次数	新客户 PC 端购买次数
2015/1/5	2724	1995	5138	5004
2015/1/6	741	660	1594	1673
2015/1/7	291	225	664	634
均值	1252	960	2465.33	2437
总计	3756	2880	7396	7311

根据上表中的数据进行分析，并将分析结果填入下表。

表 9 数据分析与推广优化问题

问题 1: 分析上表中数据，你从以上数据中发现了什么？
答:
问题 2: 以上数据对新东方在线的运营推广能提供哪些指导？
答:

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



问题 1：根据上图中的“小时报”，此篇文章在什么时候最合适的时间推送出去？为什么？

答：

问题 2：根据以上信息对新东方在线的微信推送有什么借鉴意义？

答：

(5) 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。

(6) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(7) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-23)。

网络营销推广评分卡(试题 5-3)

评价内容			配 分	考核点	考核得 分
职业素养 (5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工作任务 (95 分)	微 信 公 众 号 的 微 信 公 众 号 规 划 与 设 计 (12 分)	微信公众号的 选择 (4 分)	1 分	准确回答微信公众号的类型，每个 1 分。	
			1 分	为企业选择适合的微信公众号类型。	
			2 分	能准确回答选择微信公众号类型的理由。	
		微信公众号 设计 (8 分)	2 分	微信公众号的设计符合以下设计要点：简单、好记、易理解、特别；有一定权威性，没有生疏冷僻词汇；没有单独使用大群体词汇。名称每个 1 分。	
			6 分	理由论述充分，理由每项 2 分，共 6 分。	
	微 信 发 布 内 容 的 规 划 与 选 择 (33 分)	微信内容栏 目设置 (8 分)	8 分	每个栏目 2 分，且所设计栏目符合以下要求： 微信栏目设计符合网站特点和需求，微信栏目设计便于粉丝阅读和选择，微信栏目设计用户体验好。	
		产品信息发 布的内容(25 分)	5 分	标题简明扼要，顺口且有新意，能引起粉丝兴趣。	
			5 分	产品发布信息内容充实，主题紧扣推广目标，且能巧妙植入广告	
			5 分	微信内容结构严谨、文笔通顺，且图文并茂	
			5 分	构思新颖，能吸引网民，获得高黏度的粉丝群	
			5 分	微信内容推送时间把握准确，且符合网站用户对象	
		字数要求：不能超过 300 字，如超过 300 字，按每超 50 个字扣 3 分算。			
	微 信 营 销 (20 分)	规划微信推 广渠道 (10 分)	5 分	能列出 3 种非微信平台推广渠道及 2 种微信推广渠道，每个 1 分	
			5 分	对列出的推广渠道说明理由，每个理由 1 分	
		有效拉粉方 法 (10 分)	5 分	能提出 5 种有效拉粉的方法，每个 1 分	
			5 分	对提出的方法说明理由，每个理由 1 分	
	数 据 分 析 和 推 广 优 化 (30)	新老客户购 买途径数据 分析	6 分	能够准确分析新、老客户通过手机端和 PC 端购买产品的数据及数据产生变化差异的原因	
			9 分	通过分析原因能提出对网站的在线运营 3 点以上建议。	
		文章的小时 报趋势图的 分析	6 分	能根据图中的“小时报”，选择最合适的时间对微信文章进行推送，并分析原因	
			9 分	根据“小时报”的图，能提出 3 点以上的微信推送借鉴意义	
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

54. 试题编号：5-4，网络营销推广

(5) 任务描述

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

测试任务

- 微信公众号的规划与设计

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

微信服务号和微信订阅号的区别	
湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司选择何种类型	
选择理由：	

②现湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司计划实行微信多号战略，请为其设计三个微信公众号，并说明理由。（企业微信号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）（9 分）

名称 1：	理由：
名称 2：	理由：
名称 3：	理由：

--	--

- 微信发布内容的规划与选择

①浏览湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司在线网站，请根据其网站特点进行微信内容栏目设置。

栏目	
----	--

②请根据湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司的如下产品，为该产品撰写发布信息。



产品名称：万象地板 强化复合地板家用 I 级无甲醛封蜡防水环保
产品参数：
品牌：万象 **型号：**QK002
计价单位：1 m² **颜色分类：**阳春三月
耐磨转数：6000 转(含)-9000 转(不含)
基材：高密度纤维板
企口类型：V 型槽
厚度：12mm
是否包同色踢脚线：不包
尺寸：其它 **甲醛释放含量：**E0
同城服务：同城卖家送货上门

微信发布标题	
微信发布内容：	
微信内容推送时间及理由	

- 微信营销

①微信营销的基础是粉丝数量，关键是如何找到属于你的粉丝，那么微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道，请为南旺德府家居建材投资（集团）有限公司在线规划推广渠道。

转化渠道		原因
非微信平台推广渠道	渠道 1：	
	渠道 2：	

	渠道 3:	
微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	

②有效粉丝是进行微信营销核心武器，湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司在线如何才能有效拉粉，快速增加粉丝？请为其选择最有效 5 种方法。

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

• 微信营销推广数据分析

湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司在线经过一段时间的推广后，通过微信公众平台的数据统计功能对数据进行了分析对比。相关的数据见下表：

①粉丝的增长量主要是能够说明我们的内容以及推广做的怎么样，以及网站的推广是否精准。你能从中发现什么有价值的线索吗？它能给企业的运营提供哪些指导？

日期	新关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数
2016/20/5	1	0	1	220
2016/19/5	0	0	0	219
2016/18/5	0	0	0	219
2016/17/5	0	0	0	219
2016/16/5				219
2016/15/5	1	0	1	219
2016/14/5	0	0	0	218

根据上表中的数据分析，并将分析结果填入下表。

表 9 数据分析与推广优化问题

问题 1：分析上表中数据，你从以上数据中发现了什么？
答：
问题 2：以上数据对湖南旺德府家居建材投资（集团）有限公司在线的运营推广能提供哪些指导？
答：

②粉丝的类型就是我们微信公众号的定位，我们只有把自己的定位好了以后，那么我们才能够更好地根据这个去推送相关的内容和推广粉丝。



问题 1：根据上图分析该企业的粉丝都是属于什么群体，他们具体分布在哪些城市

答：

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

答：

(6) 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。

(7) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(8) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-24)。

网络营销推广评分卡(试题 5-4)

评价内容			配分	考核点	考核得分
职业素养 (5 分)			5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。	
工 作 任 务 (95 分)	微 信 公 众 号 的 微 信 公 众 号 规 划 与 设 计 （ 12 分）	微信公众号 的选择（4 分）	1 分	两种微信公众号的区别	
			1 分	为企业选择适合的微信公众号类型	
			2 分	能准确回答选择微信公众号类型的理由	
		微信公众号 设计（8 分）	2 分	微信公众号的设计符合以下设计要点：简单、好记、易理解、特别；有一定权威性，没有生疏冷僻词汇；没有单独使用大群体词汇。名称每个 1 分。	
			6 分	理由论述充分，理由每项 2 分，共 6 分	
	微信发布 内容的规 划与选择 (33 分)	微信内容栏 目设置（8 分）	8 分	每个栏目 2 分，且所设计栏目符合以下要求： 微信栏目设计符合网站特点和需求 微信栏目设计便于粉丝阅读和选择 微信栏目设计用户体验好	
		产品信息发 布的内容(25 分)	5 分	标题简明扼要，顺口且有新意，能引起粉丝兴趣	
			5 分	产品发布信息内容充实，主题紧扣推广目标，且能巧妙植入广告	
			5 分	微信内容结构严谨、文笔通顺，且图文并茂	
			5 分	构思新颖，能吸引网民，获得高黏度的粉丝群	
			5 分	微信内容推送时间把握准确，且符合网站用户对对象	
			字数要求：不能超过 300 字，如超过 300 字，按每超 50 个字扣 3 分算。		
	微 信 营 销 （ 20 分）	规划微信推 广渠道（10 分）	5 分	能列出 3 种非微信平台推广渠道及 2 种微信推广渠道，每个 1 分	
			5 分	对列出的推广渠道说明理由，每个理由 1 分	
		有效拉粉方 法（10 分）	5 分	能提出 5 种有效拉粉的方法，每个 1 分	
			5 分	对提出的方法说明理由，每个理由 1 分	
数 据 分 析 和 推 广 优 化 (30)	粉丝增长量 数据分析	6 分	能够分析目前粉丝增长量情况		
		9 分	通过粉丝增长量的分析能提出对网站的在线运营提出 3 点以上建议。		
	粉丝类型的 分析	6 分	能够分析粉丝群体性质以及其具体分布情况		
		9 分	通过能粉丝分析能提出对网站的微信推送提出 3 点以上建议。		
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

55. 试题编号：5-5，网络营销推广

(5) 任务描述

湖南华天大酒店股份有限公司（<http://www.ehuation.com>）是湖南省第一家旅游业上市公司。作为华天旗舰店，华天大酒店目前拥有客房 700 多间，餐位 1200 多个，娱乐、洗衣、豪华车队等设施一应俱全。开业以来酒店成功接待了坦桑尼亚总统、赞比亚总统、白俄罗斯总理、亲民党主席宋楚瑜先生等所有来长沙的国家元首和政府首脑。曾多次荣获“全国最佳星级饭店”等荣誉称号，是湖南省唯一一家同时加盟“国际金钥匙组织”和“中国名酒店组织”的酒店，是全国酒店业唯一一家荣膺“全国企业文化优秀奖”和被授予“全国企业文化示范基地”称号的酒店，并荣获国际服务领域最高荣誉“五星钻石奖”，被批准加入“世界一流酒店组织”，其通过湖南华天国际酒店管理有限公司管理的连锁酒店已有 30 多家。同时，公司也积极开展电子商务业务。公司拥有自己独立的网站，www.ehuation.com，公司打算采用微营销的方式来扩大销售面。

测试任务：

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型。并为湖南华天大酒店股份有限公司开展微博营销应选择账号类型。

微博号类型（1 分）	
湖南华天大酒店股份有限公司在线选择何种类型（1 分）	
选择理由：（3 分）	

②微博名称选取

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

理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理 由
1		
2		

②增加粉丝数量

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

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

（5） 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 7 月份组织一次专门针对商务人士的促销活动，在本年度 7 月份之前到通过公司网络办理 VIP 的用户，全年可以享受公司所有店铺活动 9 折优惠。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填入下表。

微博标题	微博内容

（6） 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及服务等的态度和意见。针对公司本次 7 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		

3		
4		

(7) 数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下表，根据下表，回答以下问题。

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

①营运情况分析

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

序号	内容	
1	公司微博营运情况分析	
2	微博运营处于何阶段	
3	处于该阶段的理由	

②营运策略

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

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(6) 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

(7) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(8) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-25)

网络营销推广评分卡(试题 5-5)

评价内容			配分	考核点	考核得分
职业素养(5分)			5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
微博的规划和设计 (15)	微博账号类型	7分	7分	类型回答正确 1 分; 企业选择何种类型回答正确 1 分; 理由充分正当 4 分。	
	微博名称选取	8分	8分	确定企业名称恰当合理。2 分, 理由充分 2 分。共 2 个名称, 总计 8 分。	
增加粉丝数量(20分)			20分	每条方法 2 分, 理由 3 分; 共 20 分	
微博宣传推广(14分)			4分	微博宣传标题 4 分 标题有吸引力, 准确描述活动内容, 目标客户人群定位正确。	
			10分	内容 10 分。 内容: 流畅, 丰富, 能准确描述活动内容。图文并茂, 有较强视觉冲击效果。	
粉丝交流 (20)	粉丝交流方法	8分	8分	方法概括恰当, 主题紧扣推广目标, 能吸引网民; 共 8 分;	
	理由	12分	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整; 思路清晰; 可行性较强; 对企业沟通成本控制合理; 共 12 分;	
数据优化分析 (26)	营运情况分析	6分	6分	对数据分析全面;	
				对公司微博运营情况描述清晰; 0-2 分	
				正确判断公司微博营运阶段; 0-1 分	
				理由充分, 数据分析正确; 0-3 分	
	营运策略	20分	20分	对企业微博营销整体营运目标正确; 0-2 分 理由思路清晰, 策略得当; 有较强的可操作性。0-3 分	
合计			100分		

试题评阅人签名_____