

21 级益阳职业技术学院

农村电子商务专业技能考核题库

试题库说明

依据农村电子商务技能考核标准制定，农村电子商务技能考核分专业基本技能、岗位核心技能两个板块。其中专业基本技能设置：网络客户服务与管理 1 个模块；岗位核心技能设置：网站（店）美工、电商平台运营、企业网络推广 3 个模块。农村电子商务专业技能考核题库共计编写有：网络客户服务与管理模块试题 25 套，网站（店）美工模块试题 25 套，电商平台运营模块试题 15 套，网络推广模块试题 15 套，试题总量为 80 套。

目 录

模块一 网络客户服务与管理	4
1.试题编号: J1-1, 售前客户服务与管理	4
2.试题编号: J1-2, 售前客户服务与管理	9
3.试题编号: J1-3, 售前客户服务与管理	14
4.试题编号: J1-4, 售前客户服务与管理	18
5.试题编号: J1-5, 售前客户服务与管理	23
6.试题编号: J1-6, 售前客户服务与管理	27
7.试题编号: J1-7, 售前客户服务与管理	33
8.试题编号: J1-8, 售前客户服务与管理	37
9.试题编号: J1-9, 售前客户服务与管理	42
10.试题编号: J1-10, 售前客户服务与管理	46
11.试题编号: J1-11, 售前客户服务与管理	50
12.试题编号: J1-12, 售前客户服务与管理	54
13.试题编号: J1-13, 售后客户服务与管理	58
14.试题编号: J1-14, 售后客户服务与管理	62
15.试题编号: J1-15, 售后客户服务与管理	66
16.试题编号: J1-16, 售后客户服务与管理	70
17.试题编号: J1-17, 售后客户服务与管理	75
18.试题编号: J1-18, 售后客户服务与管理	79
19.试题编号: J1-19, 售后客户服务与管理	83
20.试题编号: J1-20, 售后客户服务与管理	87
21.试题编号: J1-21, 售后客户服务与管理	91
22.试题编号: J1-22, 售后客户服务与管理	95
23.试题编号: J1-23, 售后客户服务与管理	99
24.试题编号: J1-24, 售后客户服务与管理	103
25.试题编号: J1-25, 售后客户服务与管理	107
模块二 企业网络推广	111
1.试题编号: H1-1, SEO 搜索引擎优化	111
2.试题编号: H1-2, SEO 搜索引擎优化	116
3.试题编号: H1-3, SEO 搜索引擎优化	121
4.试题编号: H1-4, SEO 搜索引擎优化	126
5.试题编号: H1-5, SEO 搜索引擎优化	131
6.试题编号: H1-6, SEO 搜索引擎优化	136
7.试题编号: H1-7, SEO 搜索引擎优化	141
8.试题编号: H1-8, SEO 搜索引擎优化	147
9.试题编号: H1-9, SEO 搜索引擎优化	152
10.试题编号: H1-10, SEO 搜索引擎优化	159
11.试题编号: H1-11, SEO 搜索引擎优化	164
12.试题编号: H1-12, SEO 搜索引擎优化	169
13.试题编号: H1-13, SEO 搜索引擎优化	174
14.试题编号: H1-14, SEO 搜索引擎优化	179
15.试题编号: H1-15, SEO 搜索引擎优化	184

模块三 电商平台运营	189
1. 试题编号: H2-1, B2C/C2C 平台运营	189
2. 试题编号: H2-2, B2C/C2C 平台运营	194
3. 试题编号: H2-3, B2C/C2C 平台运营	198
4. 试题编号: H2-4, B2C/C2C 平台运营	202
5. 试题编号: H2-5, B2C/C2C 平台运营	206
6. 试题编号: H2-6, B2C/C2C 平台运营	212
7. 试题编号: H2-7, B2C/C2C 平台运营	218
8. 试题编号: H2-8, B2C/C2C 平台运营	221
9. 试题编号: H2-9, B2C/C2C 平台运营	225
10. 试题编号: H2-10, B2C/C2C 平台运营	230
11. 试题编号: H2-11, B2C/C2C 平台运营	234
12. 试题编号: H2-12, B2C/C2C 平台运营	239
13. 试题编号: H2-13, B2C/C2C 平台运营	242
14. 试题编号: H2-14, B2C/C2C 平台运营	245
15. 试题编号: H2-15, B2C/C2C 平台运营	250
模块四 网站(店)美工	254
1. 试题编号: H3-1, 网店美工设计	254
2. 试题编号: H3-2, 网店美工设计	256
3. 试题编号: H3-3, 网店美工设计	258
4. 试题编号: H3-4, 网店美工设计	260
5. 试题编号: H3-5, 网店美工设计	263
6. 试题编号: H3-6, 网店美工设计	266
7. 试题编号: H3-7, 网店美工设计	269
8. 试题编号: H3-8, 网店美工设计	273
9. 试题编号: H3-9, 网店美工设计	276
10. 试题编号: H3-10, 网店美工设计	278
11. 试题编号: H3-11, 网店美工设计	280
12. 试题编号: H3-12, 网店美工设计	282
13. 试题编号: H3-13, 网店美工设计	284
14. 试题编号: H3-14, 网店美工设计	286
15. 试题编号: H3-15, 网店美工设计	288
16. 试题编号: H3-16, 网店美工设计	290
17. 试题编号: H3-17, 网店美工设计	292
18. 试题编号: H3-18, 网店美工设计	294
19. 试题编号: H3-19, 网店美工设计	296
20. 试题编号: H3-20, 网店美工设计	298
21. 试题编号: H3-21, 网店美工设计	300
22. 试题编号: H3-22, 网店美工设计	302
23. 试题编号: H3-23, 网店美工设计	304
24. 试题编号: H3-24, 网店美工设计	306
25. 试题编号: H3-25, 网店美工设计	308

模块一 网络客户服务与管理

1. 试题编号：J1-1，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

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个体、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。

测试任务：

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（200字左右），将概括的各特色填入表1

表1 客服前的准备

服务特色概述

②分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，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？

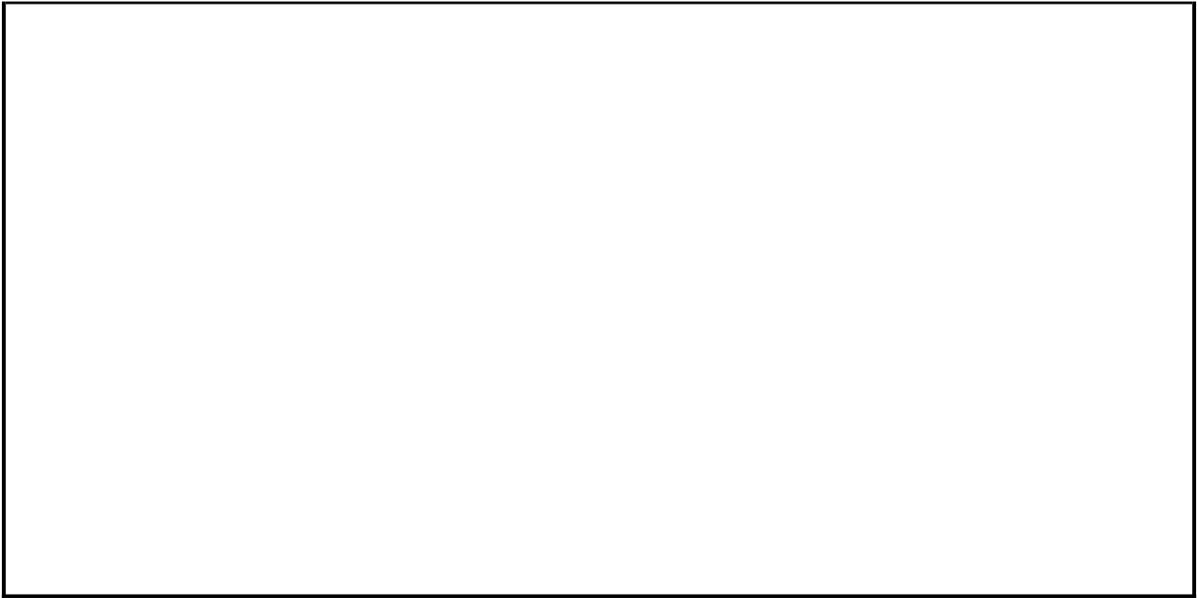
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通7步法）

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



(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) 评分细则

售前客户服务与管理评分卡（题 J1-1）

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律 ; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (9 5 分)	客服前的 准备	25分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把服务特色与优势概括出来。	21-25分			
			结构严谨、文笔通顺, 符合字数要求, 内容基本上能反映出服务的特色。	15-20分			
			文构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出服务的特色。	10-14分			
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出服务的特色。	5-10分			
			文不对题。	0-5分			

客户沟通技巧	35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跟进或回访）阐述明确。	30-35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。	24-29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。	19-23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。	13-18分			
		目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	8-12分			
		目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	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			
客户终身价值计算	35分	计算公式，价值大小计算正确，共24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0/5/7/11分评分。				
合计	100分					

试题评阅人签名

2. 试题编号：J1-2，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

在存活率极低的网络公司中，携程已发展成为中国最大的在线旅游服务公司，并努力打造中国人自己的旅游帝国。近期，在南京、杭州、成都等机场推出全新的“携程度假体验中心”，摒弃了之前无门槛烂发会员卡的“硬销”品牌推广方式，发会员卡这种推广方式被各行各业烂用，发卡效果降到最低点，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。验证了携程 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，这对携程度假业的拉动非常大”。携程旅行网度假业务总监郭光说。

测试任务：

① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录携程旅行网 <http://www.ctrip.com/>。

请用三句话（200 个字左右）来描述此网站的特色与优势（建议从平台模式、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：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

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

表 3 营销邮件撰写

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 4，并进行必要的分析。

表 4 客户价值计算

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

分析结论	
------	--

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统, 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) 评分细则

售前客户服务与管理评分卡（题 J1-2）

评价内容		配 分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工 作 任 务 95 分	客 服 前 的 准 备	20 分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把网站特色与优势概括出来。	16-20 分		
			结构严谨、文笔通顺, 符合字数要求, 内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15 分		
			文构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9 分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出网站的特色与优势。	0-4 分		
客 户 沟 通 技 巧	30 分	目标客户明确, 列举了 3 至 5 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跟进或回访) 阐述明确	28-30 分			
		目标客户明确, 列举了 3 至 5 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，内容基本上能体现网站特色与优势。	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。	0-4 分			
客 户 价 值 计 算	25 分	计算公式及价值大小计算正确，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				

试题评阅人签名

3.试题编号：J1-3，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

湖南省怡清源茶业有限公司(<http://www.yiqingyuan.com/>)集茶叶科研、茶园基地建设、茶叶生产、加工、销售、茶文化传播于一体，是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。

测试任务：

①客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势） 通过访问公司网站以及结合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 200 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。	
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			

(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) 评分细则

售前客户服务与管理评分卡（题 J1-3）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 95 分	客服前的准备 26 分	公司产品定位 10 分	公司产品定位结合产品的特性进行分析，定位准确，文笔通顺。			
		目标客户群体 10 分	目标客户群体至少三类以上，且描述准确。			
		营销模式 6 分	营销模式准确，进行适当说明。			
	客户沟通技巧 24 分	促成交易 6 分	能给出合适满意的客服话术答案，并促成交易，语言简洁准确。			
		介绍商品 6 分	能给出合适满意的客服话术答案，并促成交易，语言简洁准确店铺产品。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	客户划分 10 分	能针对本公司产品准确划分各类客户群，语句表达流畅通顺。			
		客户群分析 10 分	针对不同客户群给予合适的分析，分析准确、客观，表述清楚。			
		产品推介方式 10 分	产品推介方式针对客户群体的划分，结合客户群体的特点，表述清楚，具有很强的可行性。			
客户拓展 15 分	15 分	针对潜在客户群，策划客户拓展方案，要求文笔通顺、方案具体、切实可行。				
合计		100 分				

试题评阅人签名

4. 试题编号：J1-4，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

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, 请模拟售前客户服务人员, 就九阳官方旗舰店小花鹿免洗破壁豆浆机进行产品介绍。

(https://item.taobao.com/item.htm?id=714036328099&ali_refid=a3_430673_1006:1151123521:N:PCU1jK3ZLLCj2AIkr8rRyw%3D%3D:7c65e4a2e4a28c8f7e360d59d430c566&ali_trackid=230_7c65e4a2e4a28c8f7e360d59d430c566&spm=a2e0b.20350158.31919782.3&mt=)

首先分析目标客户类型, 并分别对其进行具有各自特点, 满足不同需求的产品介绍。(客户类型可自行在单元格中添加)。将模拟情况填入下表 1。

表 1 客服前的准备

客户类型	产品介绍

② 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 2 客户价值计算

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

③客户分类管理

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

表 3 用户到九阳官方旗舰店消费的基本数据表

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：	
<p>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。</p>	

(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) 评分细则

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-4)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；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	30 分	目标客户明确，列举了 3 至 5 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 3 至 5 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；对产品内容和特色介绍准确，但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；对产品内容和特色介绍不太准确。	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	30 分	计算公式，价值大小计算正确，每空 3 分，共 24 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 0/2/4/6 分评分。				
客 户 分 类 管	35 分	客户分类完全正确 20 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。				
		客户分级管理的意义 7 分；高效的管理措施 8 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行评分。				

	理					
合计		100 分				

试题评阅人签名

5. 试题编号：J1-5，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

湖南临武舜华鸭业发展有限责任公司

(<http://www.linwuya.cn/index.html>) 是农业产业化国家重点龙头企业和全国农产品加工业示范企业。

公司始建于 1999 年，以打造百年品牌企业为目标，以“临武山水鸭天下”为使命，秉承“引导消费、创造顾客、服务农民、报效社会”的经营宗旨，“名在质量，利在创新”的经营理念。历经二十多载的发展和沉淀，现已成长为集养殖、加工、商贸于一体的全产业链集团企业。

测试任务：

① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开该网站站点，了解其相关内容，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介绍商城购物的流程，重点放在支付环节上。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舜华鸭系列产品 (<http://www.linwuya.cn/shyxl.htm>) 的五个问题进行专业的有效回答。完成表 2 中的内容。

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: 请问你们的快递是什么, 我这里只有汇通和圆通才到。
A:

③客户价值计算

假定一个客户在该网站每星期有交易记录 3 次, 平均每次交易发生额 100 元, 以平均客户生命周期 5 年为基准来计算该客户价值的大小 (以交易额来计算)。如果该客户对该网站提供的服务满意, 那她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%, 或增加了忠实客户, 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			

(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) 评分细则

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-5)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 95 分	客服前的准备	25 分	购物流程描述准确, 支付环节描述清晰。	21-25 分			
			购物流程描述较为准确, 支付环节描述较为清晰。	16-20 分			
			购物流程描述基本准确, 支付环节描述基本清晰。	11-16 分			
			购物流程描述不够准确, 支付环节描述不够清晰。	6-10 分			
			文不对题。	0-5 分			
客户沟通技巧	35 分	沟通顺畅, 能针对客户的提问进行进行针对性的回答, 能结合案例背景, 回答具有较强的技巧性。	每条 7 分, 共 35 分				
客户价值计算	35 分	计算公式, 价值大小计算正确, 共 24 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 0/5/7/11 分评分。					
合计		100 分					

试题评阅人签名

6. 试题编号：J1-6，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

长沙信息网 (<http://www.cs.ccoo.cn/>) 是长沙城事网文化传媒有限公司运营，城市联盟 (www.ccoo.cn) 提供技术支持的长沙综合门户网站。她既是本地公共信息服务平台，又是本地网民了解世界的入口。长沙信息网开辟了丰富的频道和子频道，内容丰富多彩，为政府机关、企事业单位和个人提供多种信息服务。

测试任务：

①企业网站特色分析与描述

请登录长沙信息网 (<http://www.cs.ccoo.cn/>)，用三句话（200个字左右）来描述此网站的特色与优势，将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

产品与服务特色

②分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，长沙信息网定位的是哪几类目标客户？如果你是长沙信息网客服人员，你会怎样进行客户开发，争取会员。试着用文字表述出来。填入下表 2 中。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些?
售前沟通模拟测试

③客户分类管理

长沙信息网想借助专业的 CRM 系统和数据分析处理系统来分析其客户的消费习惯和行为,以便更好的开发出更加有吸引力的用户服务套餐和增值服务产品。下面是一组用户到长沙信息网消费的基本数据,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 3 用户到长沙信息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	10000	1.8%
客户 2	185000	31.1%
客户 3	10000	1.8%
客户 4	9000	1.5%
客户 5	40000	6.7%
客户 6	2000	0.3%
客户 7	5000	0.8%
客户 8	8500	1.4%
客户 9	4000	0.7%
客户 10	2000	0.3%
客户 11	3000	0.5%
客户 12	8000	1.3%
客户 13	125000	21%
客户 14	30000	5%
客户 15	55000	9.3%
客户 16	5000	0.8%
客户 17	65000	10.9%
客户 18	6000	1%
客户 19	12000	2%
客户 20	10000	1.8%

分析上表 3 数据，完成下表 4 内容填写。

表 4 客户分类管理

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

(2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, 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) 评分细则

售前客户服务与管理评分卡(题 JI-6)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 95分	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺, 内容清晰明了, 符合字数要求, 能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20分		
			结构严谨、文笔通顺, 符合字数要求, 内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分		
			文构较严谨、文笔较通顺, 符合字数要求, 内容较能体现出服务的特色。	5-9分		
			结构一般、文笔不是很通顺, 符合字数要求, 内容不能体现出服务的特色。	3-4分		
			文不对题。	0-2分		
	客户沟通技巧	35分	目标客户明确, 列举了 3 至 5 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跟进或回访) 阐述明确。	30-35分		
			目标客户明确, 列举了 3 至 5 个典型客户群; 模拟售前营销过程七步骤的五点。	24-29分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程七步骤的五点。	18-23分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程七步骤的四点。	12-17分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程七步骤的三点。	6-11分		
			目标客户明确, 列举了 1 至 2 个典型客户群; 模拟售前营销过程七步骤的三点。	2-6分		
			典型客户群不明确; 模拟售前营销过程七步骤的一点。	0-2分		
	客户分类管	40分	客户分类完全正确 24 分, 客户分类错一个扣 0.5 分, 直至 0 分。			
			客户分级管理的意义 6 分, 高效的管理措施 10 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			

	理		合理性进行给分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名

7. 试题编号：J1-7，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：请访问淘宝网 (<https://taobao.com/>) 和京东商城 (<http://www.360buy.com/>)

测试任务：

① 客服前的准备（提炼网站服务特色及优势）

访问淘宝网和京东商城，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)(字数不超过 200 字)。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：你好，在吗？	
客服回复：	
应注意事项：	

B. 介绍商品	
顾客：你好，我看中了一款衣服，但是不知道尺码是否合适我。我的身高 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 3。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 3 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 4 内容填写

表 4 客户分类管理

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡（题 J1-7）

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。				
工作任务 95分	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把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			
			结构较严谨、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	40分	打招呼 8分 能给出合适满意的客服话术答案,并促成交易,语言简洁准确。					
		介绍商品 8分 能给出较为合适的客服话术答案,能针对客户的提问合适地介绍店铺产品。语句流畅通顺。					
		价格辩论 7分 能给出较为合适的客服话术答案,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 7分 能给出较为合适的客服话术答案,针对客户的质疑,能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。					
客户分类管理	35分	客户分类完全正确 15分,客户分类错一个扣1分,直至0分。					
		客户分级管理的意义 8分,高效的管理措施 12分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。					
合计		100分					

试题评阅人签名

8. 试题编号：J1-8，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

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。商康网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，商康网目前是国内最大的垂直医药电子商务网，致力打造医药阿里巴巴。

① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录商康网：<http://www.3kw.com.cn/>

如客户想要你用三句话（不超过 200 个字）来描述网站的特色与优势，你计划从哪些方面来进行概括与总结？将内容填入表 1

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述

② 沟通客户需求（客户沟通技巧）

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

表 2 目标客户及售前沟通模拟

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

--

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

(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 J1-8）

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。 按0/3/5分标准评分。				
工作任务 95分	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站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跟进或回访)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七点。。	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 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	提出四个主要解决方案且描述明确 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

9. 试题编号：J1-9，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

新晃老蔡食品有限责任公司 (<http://www.xhlaocai.com/>) 是一家有着 10 多年专业生产牛肉系列食品历史的股份制民营企业，是怀化市农业产业化龙头企业。公司位于湖南省新晃县兴隆镇柏树林，占地 7000 m²，建筑面积 7500 m²，建有一个屠宰分割车间、四个深加工车间、240 吨冷冻冷藏库、综合办公大楼，拥有国内先进的各种食品加工设备 60 余台套，并在本县方家屯乡建有占地 100 余亩的肉牛育肥养殖基地，是怀化市最大的牛肉食品深加工企业。

新晃黄牛肉具有可溶性风味物质、矿物质、氨基酸、维生素四种物质含量丰富的特点，于 2009 年 12 月 28 日被国家质量监督检验检疫总局批准为国家地理标志保护产品，并批准为新晃老蔡食品公司和嘉信食品公司使用。这是继长沙湘绣、浏阳花炮、临武鸭等湘籍品牌之后，湖南再添一张“地理标志”名片。

测试任务：

① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

请登录新晃老蔡官网 (<http://www.xhlaocai.com/>)，用三句话来描述此网站的特色与优势，字数 200 字左右，填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

服务特色概述

②沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是该公司的一名客服，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：在吗？	
客服回复：	
应注意事项：	
B. 介绍商品	
顾客：你好，我看中了一款湘老蔡手撕牛肉，但是不知道是否合适我。我是广东人，对辣味比较敏感，吃什么口味的牛肉合适呢？	
客服回复：	
应注意事项：	
C. 价格辩论	
顾客：你们的产品怎么那么贵啊？	
客服回复：	
应注意事项：	
D. 质量质疑	
顾客：你们的产品质量怎么样？	
客服回复：	
应注意事项：	

③客户价值分析

针对新晃老蔡食品有限责任公司 (<http://www.xhlaocai.com/>) 的产品特点，按收入状况对其市场客户群进行划分，并分析各类客户群的消费特点及相应的产品营销策略，将内容填入表 3 中。

表 3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况划分			

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分细则

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-9)

评价内容	配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)	5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分			
客服准备 (24 分)	产品定位 (10 分)	公司产品定位能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 8 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 (36 分)	打招呼 6 分	热情有礼貌, 语言简洁准确, 符合客服打招呼中基本规范要求。			
	介绍商品 6 分	能给出较为合适的客服话术答案, 能针对客户的提问合适地介绍店铺产品。语句流畅通顺。			
	价格辩论 6 分	能根据客户的要求在合理范围内进行价格辩论, 且在此基础上用较为准确的语言, 且语句流畅、通顺。			
	质量质疑 6 分	能给出较为合适的客服话术答案, 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 (35 分)	客户群 10 分	按照同一个标准划分客户群, 划分正确。			
	客户特点描述 15 分	对每一类客户进行产品需求和特点分析, 且描述准确。			
	推广方式 10 分	应该根据不同的客服类型制定不同的推荐方式且方式选择恰当, 描述合理, 有一定的创意			
合计	100 分				

试题评阅人签名

10.试题编号：J1-10，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

辣妹子食品股份有限公司（<http://www.lameizi.com.cn/>）于 1998 年正式创立，公司总占地面积 622 亩，固定资产 41000 万元，职工 1000 多名，年销售额近 10 亿元，下辖 3 个全资工厂和 1 个销售公司，已发展成为集农副产品深加工、销售于一体的现代化食品企业。

辣妹子食品旗下现有两大品牌：辣妹子品牌聚焦辣椒产品，菓子美品牌聚焦果肉产品，如同两辆并驾齐驱的航母，引领着辣妹子驶向更为光辉灿烂的未来。辣妹子人恪守品质、追求卓越，所生产的辣椒酱、桔片爽已成为行业代名词，深受广大消费者的欢迎。

测试任务：

① 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开该网站站点，了解网站的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请用 200 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

介绍公司的产品与服务特色

② 客户价值计算

假定一个客户在辣妹子公司每星期有交易记录 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）。如果该客户对辣妹子公司提供的服务满意，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，或增加了辣妹子公司的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 2，并进行必要的分析。

表 2 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			

③ 客户分类管理

下面是一组用户到辣妹子公司消费的基本数据，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 3 用户到辣妹子消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额 (元)	占消费总额比
客户 1	400	2.00%
客户 2	2000	10.00%
客户 3	1000	5.00%
客户 4	700	3.50%
客户 5	500	2.50%
客户 6	200	1.00%
客户 7	3800	19.00%
客户 8	10800	54.00%

客户 9	400	2.00%
客户 10	200	1.00%

分析上表数据，完成下表 4 内容填写

表 4 客户分类管理

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

(2) 实施条件

硬件：计算机。

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-10)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工作 任 前 准 备	客服	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	10-15 分		

务 95 分			出服务的特色					
			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				
	客户价值计算	35分		计算公式，价值大小计算正确，共24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0/5/7/11分评分。				
	客户分类管理	40分		客户分类完全正确24分，客户分类错一个扣1分，直至0分。				
			客户分级管理的意义6分，高效的管理措施10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：J1-11，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

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

测试任务：

①企业网站特点分析与描述

请登录唯品会网站 (<http://www.vip.com/>)，用三句话（200 个字左右）来描述此网站的特色与优势。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

②分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

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

表 2 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：

③目标客户价值分析

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

表 3 客户价值计算与动态分析

价值类型	客户基本	满意客户的新	抱怨客户的价
------	------	--------	--------

价值大小	价值 (/元)	增价值 (/元)	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 J1-11)

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。 按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 95 分	客服前的准备	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			
客户沟通技巧	35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跟进或回访）阐述明确。	30-35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。	24-29分			
		目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	18-23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。	12-17分			
		目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	6-11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。	3-5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。	0-2分			
		客户价值计算	40分	计算公式，价值大小计算正确，共 30 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 0/5/7/10 分评分。						
合计	100分					

试题评阅人签名_____

售前沟通模拟测试：

③客户价值计算

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。假定一个客户在湖南插旗菜业有限公司每星期消费一次，平均每次消费 400 元，以平均客户生命周期 10 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客户对湖南插旗菜业有限公司提供的服务满意，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或抱怨的人均有 50%转化率，或增加了湖南插旗菜业有限公司的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入表 3，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算与分析

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			

(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 J1-12）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5 分）		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 95 分	客服前的准备	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	35 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跟进或回访）阐述明确。	30-35 分		

		目标客户明确，列举了 3 至 5 个典型客户群；模拟售前营销过程七步骤中提到了五点。	24-29 分			
		目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销七步骤中提到了五点。	18-23 分			
		目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销七步骤中提到了四点。	12-17 分			
		目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销七步骤中提到了三点。	7-11 分			
		目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销七步骤中提到了二点。	3-6 分			
		典型客户群不明确；模拟售前营销七步骤中提到了一点。	0-2 分			
		客户 价值 计算	40 分	计算公式，价值大小计算正确，共 30 分。		
分析结论：是否深刻理解优质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 0/5/7/10 分评分。						
合计		100 分				

试题评阅人签名

13.试题编号：J1-13， 售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

统一企业中国控股有限公司，秉承“三好一公道”的经营理念，以聚焦经营、宏观眼光、重视人才等方针，兢兢业业地塑造出“诚实勤道、创新求进”的立业精神。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。以下是公司客服经理亲自处理的一个投诉案例。

一天，公司的客户——产品销售老板万先生怒气冲冲地打来电话反映：

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；

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；

在此之前，客户已经提供相关资料，并早已传真给统一企业的客服人员，但问题一直没有解决；

要求网站马上打开。

测试任务：

①客户异议分析

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

A 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；

B 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，统一企业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；

C 有关部门的答复是 20 个工作日内完成处理。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术。填入下表 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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

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:	

(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

售后客户服务与管理评分卡（题 J1-13）

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

试题评阅人签名 _____

14.试题编号：J1-14，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

2022年8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，于是进行投诉。

测试任务：

①客户异议分析

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

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

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表, 请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术。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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

③客户回访和关怀

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，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) 评分细则

售后客户服务与管理评分卡（题 J1-14）

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

工作任务 95分	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分			
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分		
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔较通顺、字数基本符合要求。	10-15分		
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不太通顺、字数基本符合要求。	5-9分		
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4分		
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35分		
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程体现礼节性	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、整个过程体现礼节性	16-23分		
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15分		
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8分		
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分，按 0/3/5 分评分			
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分，按 0/4/6/8/10 分评分			
语言通顺、礼节性强 5分，按 0/3/5 分评分						
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分，按 0/4/6/8/10 分评分						
合计		100分				

试题评阅人签名

15.试题编号：J1-15，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

vivo 是一家专注联接产业生态，为追求科技与时尚的前端用户，提供智慧终端产品和服务的科技公司。vivo 致力于整合产业创新能力，并拥有完善的设计、研发、制造体系，在深圳、东莞、南京、北京、杭州、上海、台北、日本东京以及美国圣地亚哥等城市均构建了自主及合作研发网络，研发范围包括 5G 通信、人工智能、工业设计、影像技术等众多个人消费电子产品和服务的前沿领域。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：

A. 小王 6 月 7 日在网上买了 8 台 vivo x50 系列手机，结果收货物时少了 2 台，只收到 6 台；

B. 6 月 8 日，小王曾进行投诉，工号 006 的客服人员不同意补发缺少的两台手机或退款，且态度不好，认为小王是来讹钱的；

C. 小王要求补发缺少的两台手机或退款，工号 006 的客服人员必须向他道歉。

测试任务：

①客户投诉分析

按投诉的原因划分（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉），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：

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；

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，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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

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，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，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) 评分细则

售后客户服务与管理评分卡（题 J1-15）

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

务 95 分			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分				
	客 户 投 诉 处 理	40 分		处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
				处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
				处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
				处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
				处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
				处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客 户 关 怀 回 访	30 分		客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
				客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
				语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
				能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分						

试题评阅人签名

16.试题编号：J1-16，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

湖南长沙的王先生，前不久在天猫旗舰店家电卖场举办“五一特惠”上发现，他中意的一款全自动农药喷洒机器的优惠幅度达到500元，于是下单购买了一台。可是当他付完款联系客服要求厂商送货安装时，烦心事就接踵而来了。当时王先生和客服约好的是线下商城在第二天送货上门，可是到了第二天没有看到送货的人，于是他就联系客服询问，客服却说由于是降价产品，卖得太火，当地线下商城断货了，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，客服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农药喷洒机器离开后，王先生试用机器，发现喷洒机器高度太低，对于某些果树来说，喷洒不到位。于是王先生赶紧和客服联系，听了王先生说的情况后，客服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，每次王先生联系客服，客服都以安装人员忙不过来为由进行推辞，迟迟不上门服务。就这样一直等到天猫旗舰店的“五一特惠”结束后的一个星期，客服安排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“五一特惠”期间临时招聘的，没有经过系统的培训。王先生于是向客服要求退货。

测试任务：

①客户异议分析

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

- A 客服承诺线下店铺第二天安装，结果第四天才安装；
- B 安装差错导致客户无法正常施工，线下店铺处理拖延；
- C 线下店服务人员称很多安装服务人员都是卖场在“五一特惠”期间临时招聘的，没有经过系统的培训；
- D 要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术。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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡（题 J1-16）

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

试题评阅人签名 _____

17.试题编号：J1-17，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

多喜爱 (<http://www.dohia.com/>) 是一家家用纺织品企业，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。目前，多喜爱公司拥有自营店近 200 家，加盟店 800 余家，是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：

A 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；

B 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。

C 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”，编号为 1145 的客服人员要向自己道歉，并坚持要求退货。

测试任务：

①客户投诉分析

按投诉的原因划分（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉），本案例属于哪种类型投诉？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：

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

B. 因为 6 月 8 日货是送到门卫那里，又是星期六，小张不在单位不知道，因此他确实是 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，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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	

话术 5:	
-------	--

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此次投诉处理的回访邮件。字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统, 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) 评分细则

售后客户服务与管理评分卡（题 J1-17）

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

试题评阅人签名

18.试题编号：J1-18，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

百度糯米是百度公司旗下连接本地生活服务的平台，是百度三大O2O产品之一。2014年月6日正式更名为百度糯米。百度糯米汇集美食、电影、酒店、休闲娱乐、旅游、到家服务等众多生活服务的相关产品，并先后接入百度外卖、去哪儿网资源，一站式解决吃喝玩乐相关的所有问题，逐渐完善了百度糯米O2O的生态布局。百度糯米目前覆盖全国400多座城市，在其中60个城市中GMV（Gross Merchandise Volume，成交总额）排名第一。长沙市民张先生一行四人相约到步行街上的“佰烧海鲜烤肉自助”就餐，“佰烧海鲜烤肉自助”正常价格是79元，在糯米团购网上的价格是63元，四人一块儿就餐可优惠64元。于是张先生在糯米网定了四张自助餐券，餐后向店员索要发票时，遭到拒绝，商家提出顾客消费用餐的钱款并没有直接付给店里，而是直接付到网上的。要求张先生向糯米网索要发票。张先生向糯米网客服咨询时，糯米网客服006号提出糯米网与商家签署合同时，已明确表示发票是由商家开据。要求张先生找“佰烧海鲜烤肉自助”。几次三番推诿，张先生多次索要不得发票，张先生愤而向糯米网投诉。

测试任务

①客户异议分析

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

A.客户当日确实购买了自助餐券，并进行了消费；

B.客户确实于当日向客服 006 号提出咨询，客服人员确实表明糯米网团购确实可开具发票，但要求客户自行与商家协商。

C.糯米网事后并未进行追踪调查。

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

表 2 客户异议处理

步骤 1	
话术 1	
步骤 2	
话术 2	
步骤 3	
话术 3	
步骤 4	
话术 4	
步骤 5	
话术 5	

③通过一周的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电

子邮件方式向该客户编写一封关于此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于糯米网的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题	
邮件内容	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统, 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) 评分细则

售后客服服务与管理评分卡(题 J1-18)

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

试题评阅人签名

19.试题编号：J1-19，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

2023年7月8日中午，家与苏宁新中路店仅一路之隔的张先生在苏宁线上旗舰店订购了一台科龙空调，客服承诺线下指定店包安装，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，打了过去，一位小姐接了电话。张先生反映了情况，经接线小姐核实，此空调今天并没有安排工程人员安装。于是张先生很生气，要求向其经理反映，接线小姐转接电话后告诉张先生其经理正在电话中处理事务；张先生要求在线等，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。怒气冲冲的张先生走进了一路之隔的苏宁新中路店，要求退货。

测试任务：

①客户异议分析

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

表1 客户异议分析

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：

- A. 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；
- B. 等待转接电话时间过长，且无回应；
- C. 要求经理处理完事物和自己联系，长时间无响应；
- D. 要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术。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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

③客户回访和关怀

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

帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题：	
邮件内容：	

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡（题 J1-19）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;沟通模拟中的用语礼貌,注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分			
工作任务 95分	客户投诉分析	25分	客户投诉类型判断正确 5分			
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20分		
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、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		
客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分				
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分				
		语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分				
		能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分				
合计		100分				

试题评阅人签名 _____

20.试题编号：J1-20，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

上海消费者陆先生于2021年3月19日在网上华为商城买了一部华为 nova7 手机，店家承诺保修期一年。年底手机出现问题，寄给卖家检测后说CPU的字库坏了，要收费520元。陆先生认为：在保修期内维修应该免费，卖家却说这是特价机，只保修三个月。陆先生针对保修时间的问题进行了投诉。

测试任务：

①客户异议分析

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

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：

A. 手机无法正常使用；

B. 陆某个人陈述，当初在购买手机的过程中，知道购买的是特价机，但销售人员曾承诺手机的保修期为一年。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术。填入下表 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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

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	

(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

售后客服服务与管理评分卡(题 J1-20)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;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、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、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

21.试题编号：J1-21，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

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：

A. 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；

B. 现客户强烈要求核实原因并退订；

C. 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。

测试任务：

①客户投诉分析

按投诉的原因划分（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉），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 客户投诉处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

③客户回访和关怀

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

售后客服服务与管理评分卡(题 J1-21)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;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、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、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

22.试题编号：J1-22，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

天猫某服装商城的客户怒气冲冲地打来电话投诉：

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

B. 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；

C. 要求退货。

测试任务：

①客户投诉分析

按投诉的原因划分，（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉），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：

- A. 该种款式的衣服材质有缺陷，洗过之后白色部分确实会变色；
- B. 正是因为有缺陷所以才以特价的方式促销；
- C. 在销售期间没有告知消费者该种款式的衣服有缺陷。

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

表 2 客户投诉处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

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 200 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题：	
邮件内容：	

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

售后客服服务与管理评分卡(题 J1-22)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;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、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、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

23.试题编号：J1-23，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

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

测试任务：

①客户异议分析

按投诉的原因划分（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，客户的手机确实是在该农业信息网上一家注册的用户店铺中购买的，查证后客户投诉原因在于：

- A. 客户认为手机是通过农业信息网购买的，该网应该负责；
- B. 手机确实存在问题，并且给客户带来了极大的不便。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术，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	
步骤4	
话术4	
步骤5	
话术5	

③客户回访和关怀

通过两星期的跟踪处理，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	

(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

售后客服服务与管理评分卡(题 J1-23)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;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、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、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

24.试题编号：J1-24，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

2021年9月18日，赵小姐及朋友报名参加了中青旅组织的一次海南五日游，并签署了旅游合同。根据合同约定，于9月30日下午乘飞机赴海南三亚等景点，每人旅游费用3250元，共计6500元。赵小姐当日就交纳了此次旅游的全部费用。9月29日，赵小姐早已做好旅游准备，却突然接到该旅行社业务经理电话，通知其原定海南旅游团队，因无法落实海南至长沙的返程机票，而被迫取消。由于旅行社取消旅游活动距“十一”黄金周仅一天时间，而其他旅行社基本组团完毕，造成赵小姐及朋友的国庆旅游计划随之落空。赵小姐以旅行社单方面终止旅游合同为由，对旅行社进行了投诉，要求旅行社退还全部旅游费用，赔偿其相关经济损失和精神补偿。

测试任务

①客户异议分析

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

A. 客户认为是旅行社单方面取消合同；

B. 十一的假期原定计划无法实现，因此不得不重新安排，造成了极大的不便。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术，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	
步骤4	
话术4	
步骤5	
话术5	

③客户回访和关怀

通过几天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到

帮助等，字数要求 500 字以上。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题	
邮件内容	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\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

售后客服服务与管理评分卡(题 J1-24)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;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、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、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

25.试题编号：J1-25，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

背景资料：

今年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。

测试任务：

①客户异议分析

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

表1 客户异议分析

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：

- A. 所购项链上的“钻石”系假；
- B. 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，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:	
步骤 4:	
话术 4:	
步骤 5:	
话术 5:	

③客户回访和关怀

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

表 3 客户回访邮件

邮件标题：	
邮件内容：	

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡（题 J1-25）

评价内容		配分	评分标准	得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律;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、文笔不通顺、字数不符合要求	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、有多处明显错误、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 企业网络推广

1. 试题编号：H1-1，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

惠农网 (<https://www.cnhnb.com/>) 由湖南惠农科技有限公司开发运营，是国内优质的农业 B2B 产业互联网平台。目前，惠农网平台囊括水果、蔬菜、畜禽肉蛋、水产、农副加工、粮油米面、农资农机、种子种苗、苗木花草、中药材十大类目，涵盖 2 万多种常规农产品，是农业从业者的必备工具之一。

惠农网 APP 致力于农产品交易和信息化服务，促进买卖双方高效、安全对接。用户可随时发布农产品采购、供应信息，轻松买货、卖货；可通过惠农大数据定制农产品行情信息，实时掌控市场走势；可学习农技知识，有问题问专家，解决种养难题；可与全国农友交流，边聊农事边做生意。同时，平台提供一件代发、惠农代卖等服务，切实有效实现农产品买卖无忧。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
多喜爱家饰织用品有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

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

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

表 8 数据分析和优化改进措施表

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

2. 试题编号：H1-2，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

公司简介

北京一亩田新农网络科技有限公司（以下简称“一亩田”）成立于2011年，是一家基于移动互联网技术、深耕农产品产地、促进农产品流通效率的互联网公司。

成立以来，着眼于全品类农产品，一亩田打造了全国领先的农业产业互联网综合服务平台。平台定位于推动“农产品进城”，致力于“让每一亩田更有价值”。

截止2020年12月，一亩田平台已经覆盖全国2800个县的1.2万种农产品品类，用户数量达到3000万，是全国领先的农产品B2B电商平台。

主要业务

线上业务

以人工智能、算法、大数据等先进互联网科技为基础，搭建全国领先的农产品B2B线上交易平台，为农产品买卖双方提供产销精准匹配、线上电商交易、资金安全保障等平台服务。

平台供应商主要有农村合作社、经纪人、种植大户、家庭农场等，采购商有农产品批发商、加工企业、超市、餐饮连锁企业、B2C卖家、出口贸易企业等。

目前平台用户数量超过3000万，其中2000万采购商用户。通过算法和数据实现精准匹配，每天有多达30万对有效交易撮合。

(<https://www.ymt.com/>)

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

Baidu 提交入口网址	
--------------	--

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

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

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 山西杏花村汾酒集团首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；数据统计报表如下，请根据报表统计的数据，按表格中的要求进行回答。一个月内该企业在某

网站上投入广告,总费用是 6000 元。经过统计,这则广告的曝光次数是 600,000, 点击次数是 60,000 次,广告后转换购买次数是 1,200。

表 8 数据分析和优化改进措施表

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

3.试题编号：H1-3，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

益阳林里香食品有限公司 (<https://linlixiangshipin.spzs.com/>) 成立于 2014 年 4 月，是一家集研发、生产、销售于一体的现代化方便食品企业，主要生产与销售酸辣粉、自热小火锅、自热米饭、煲仔饭等方便型食品，营销网络遍及全国 20 多个省份。

公司成立以来，一直秉承“持续创新、速度取胜、以人为本、合作共赢”的经营理念，在食品行业竞争日益激烈的今天，我们在细节管理、产品包装和营销推广上不断苦下功夫，使得公司目前所生产的“周郎顾”“爱如微风”“懒宫煮”“嗨锅策”等品牌系列产品在业内已具有一定知名度和影响力。公司和品牌先后荣获“产业渠道百强”、“湖南省电子商务示范企业”等称号。

公司将不断整合资源、创新产品、拓展渠道，联合各界精英，专注耕耘，力争将“周郎顾”“爱如微风”“懒宫煮”“嗨锅策”等品牌打造成为食品行业深具影响力的品牌。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南德康制药股份有限公司					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu、和的收录情况截图	
PR 值截图	

Alexa 排名截图	
------------	--

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

表 5 德康制药网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		

4		
---	--	--

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；数据统计报表如下，请根据报表统计的数据，按表格中的要求进行回答。一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 10000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 800,000，点击次数是 80,000 次，广告后转换购买次数是 1,000。

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义
答：
2. 请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

答：

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

答：

4. 试题编号：H1-4，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

<https://linlixiangshipin.spzs.com/> 益阳林里香食品有限公司成立于 2014 年 4 月，是一家集研发、生产、销售于一体的现代化方便食品企业，主要生产与销售酸辣粉、自热小火锅、自热米饭、煲仔饭等方便型食品，营销网络遍及全国 20 多个省份。

公司成立以来，一直秉承“持续创新、速度取胜、以人为本、合作共赢”的经营理念，在食品行业竞争日益激烈的今天，我们在细节管理、产品包装和营销推广上不断苦下功夫，使得公司目前所生产的“周郎顾”“爱如微风”“懒宫煮”“嗨锅策”等品牌系列产品在业内已具有一定知名度和影响力。公司和品牌先后荣获“产业渠道百强”、“湖南省电子商务示范企业”等称号。

公司将不断整合资源、创新产品、拓展渠道，联合各界精英，专注耕耘，力争将“周郎顾”“爱如微风”“懒宫煮”“嗨锅策”等品牌打造成为食品行业深具影响力的品牌。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南科力远新能源股份有限公司					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu、和的收录情况截图	
-----------------------------	--

PR 值截图	
Alexa 排名截图	

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

表 5 科力远新能源网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		

2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；数据统计报表如下，请根据报表统计的数据，按表格中的要求进行回答。一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 20,000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 1,500,000, 点击次数是 100,000 次，广告后转换行动次数是 2,000。

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义

答:

2. 请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

答:

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

答:

5. 试题编号：H1-5，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

湖南绿叶水果有限责任公司 (<http://www.cslysg.com/>)，绿叶水果是湖南绿叶水果有限公司旗下品牌，是一家集水果种植、批发贸易、零售连锁、电商科技为一体的水果供应链平台企业，被评为“中国果业十大连锁品牌”、“湖南省农业产业化龙头企业”。

23 年来，绿叶水果始终在可持续发展、企业社会责任、提供就业机会等领域担当表率作用，连锁门店与营销网络已遍及湖南各地市州，并已战略性的进入湖北、江西、云南等省份。截止目前，集团年销售总量逾 20 万吨，多业态门店近 1000 家，员工 6000 余人，拥有全球直采基地 100 多家，全球知名战略合作伙伴 60 多家。【大供应链】在全球，绿叶水果拥有 100 多家水果直采基地，60 多家全球知名战略合作伙伴；2 万多平的现代化物流配送中心，成功打造了阳光玫瑰葡萄种植示范园等水果种植基地。

【大终端】截止目前，绿叶水果拥有连锁专卖店近 1000 家，员工 6000 多人，有效会员突破 500 万，先后成为天虹、大润发、盒马鲜生、友谊商店等企业的水果供应商。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南胖哥食品有限责任公司					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu、和的收录情况截图	
PR 值截图	

Alexa 排名截图	
------------	--

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

表 5 胖哥食品网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		

4		
---	--	--

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；数据统计报表如下，请根据报表统计的数据，按表格中的要求进行回答。一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 5,000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 160,000, 点击次数是 16,000 次，广告后转换行动次数是 400。

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义
答：
2. 请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

答：

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

答：

6. 试题编号：H1-6，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

湖南渔米之湘食品有限公司 (<https://www.ymzxsp.com/>) 是一家专业从事洞庭湖区优质鲜活水产品与禽畜产品深加工的现代化食品生产企业。公司地处美丽的八百里洞庭湖畔，千古名楼-岳阳楼旁。公司注册资本 5000 万，占地面积 360 亩，建筑面积 60000 平方米，现有固定资产 1.5 亿元，员工 1600 人。

公司通过多年的发展，逐步形成了以洞庭湖优质鱼、鸭资源深加工产品作为公司主攻产品，以带有浓厚地方特色和天下美称的“渔米之湘”作为公司推广品牌。产品在风味上重点突出湘味特色，主要有休闲风味鱼制品、酱卤鸭制品、熏煮香肠火腿制品，豆制品，四大系列，60 多个品种的天然健康休闲美食。公司在国内建立了完善的营销渠道网络，产品销往全国三十几个省市和地区，“渔米之湘”品牌赢得了广大消费者的青睐和喜爱。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
株洲千金药业股份有限公司					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 株洲千金药业网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	株洲千金药业股份有限公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

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

表 6 多喜爱网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

(7) 数据分析与推广优化

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

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义
答:
2. 请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
答:

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

答：

7. 试题编号：H1-7，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

湖南省益阳茶厂有限公司 (<http://xiangyi-tea.com/>) 湖南省益阳茶厂有限公司发展的历史渊源，可以追溯到湖南黑茶理论之父彭先泽。于 1939 年在湖南省益阳市安化县江南镇租赁“德和庆记”茶号组建“湖南省砖茶厂”，次年改为“中国茶业公司安化砖茶厂”。新中国成立后，该厂总体搬迁至安化县小淹镇，并于 1953 年改名为“安化第二茶厂”，同年试制茯砖茶成功。1958 年，“安化第二茶厂”迁建至益阳市，改名为“湖南省益阳茶厂”，并将手筑茯砖茶全面改为机械压制茯砖茶。2007 年，“湖南省益阳茶厂”国企改制，由湖南省茶业集团股份有限公司控股、原厂职工身份置换后参股，成立“湖南省益阳茶厂有限公司”，发展至今。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
步步高电子商务有限责任公司					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 步步高电子商务网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

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

表 8 推广数据分析报告

序号	关键词	推广状态	浏览量 (PV)	跳出率(%)
1	某关键词	是	345	34.54
2	某关键词	是	2341	56.34
3	某关键词	是	2098	23.31
4	某关键词	是	1987	45.21
5	某关键词	是	2021	67.21
6	某关键词	是	1876	56.12
7	某关键词	是	2001	21.23
8	某关键词	是	1789	12.23
9	某关键词	是	1987	18.21
10	某关键词	是	1733	34.21
11	某关键词	是	1766	56.34
12	某关键词	是	1900	67.56
13	某关键词	是	2034	78.32
14	某关键词	是	2109	78.21
15	某关键词	是	2200	45.67
16	某关键词	是	2100	87.12

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释跳出率的含义	
答:	
2. 找出上表中跳出率低排名前 5 的搜索词项, 跳出率高的排前 3 的搜索词项	
跳出来低:	跳出率高:

3. 分析跳出率低的搜索词项，有何改进建议？

答：

8. 试题编号：H1-8，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

南县稻虾米网站 (<https://www.nzdxm.com/>)

产业概况



(一) 南洲稻虾米简述

大米，是中国人餐桌上的绝对主食，与百姓有着深厚的感情。小小的一粒米，汇聚着阳光雨露的甘醇，凝聚着劳动人民辛勤的汗水，展现鬼斧神工的自然之美。“一餐稻虾米，浑忘酒肉香”，美丽的洞庭之心，神秘的洞庭之水，在此灵动的水土上孕育着传奇稻谷——南县稻虾米。它清淡略甜，绵软略粘，芳香爽口的“性格”深受百姓喜爱。凡是真正细心品味过南县稻虾米的有缘人，无不为其唇齿留香，经年不忘的饭香所陶醉。同时，也被那悠久深远的米文化所吸引。南县是典型的农业县。

(二) 核心技术

稻米生产过程中，育苗主要采用智能化浸种催芽、集中大棚小区育苗、钵体育苗等技术；

栽秧主要采用机械摆秧、高光效宽窄行栽培、两早、两稀、两晒、两防、测土配方施肥等技术；

收割主要采用机械化，收割、脱粒一次完成；

生产过程中使用国内、外最先进的生产设备，主要采用二抛三选、真空包装等生产工艺。

最先进的“南县稻虾米”真伪鉴别技术纳入到南县稻虾米标准中，为行政执法，保真打假提供技术支持。

(三) 小米粒，大传奇

南县稻虾米产业发展至今已经成为南县经济发展的支柱，近年，随着管理水平不断的进步，标准化种植面积的不断扩大，产品质量的不断提升，南县稻虾米的知名度不断的提高，使“南县稻虾米”已经成为南县乃至益阳市的一张名片，代表着南县绿色农产品走向全国，走向世界，并逐步在市场上占有一席之地。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

Badu 提交入口网址	
-------------	--

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

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

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 华天大酒店网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

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



表 8 数据分析和优化改进措施表

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

9. 试题编号：H1-9，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

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

舜华鸭业以打造百年品牌企业为目标，倡导“名在质量、利在创新”的经营理念，在业界率先通过了 HACCP 国际食品安全管理体系认证，建立了从种养业、加工业到商贸业的纵向全产业链条，研发的“舜华”牌临武鸭、东江鱼、湘西牛、端午粽四大系列 200 多款产品凭借独特的风味和可靠的品质，在消费者心中牢牢树立了“绿色食品、安全食品”的品牌形象，舜华临武鸭成为消费者购买湖南特色食品的首选，产品畅销全国二十多个省市，并荣获了“中国驰名商标”、“国家地理标志产品保护”、“中国食品工业质量效益奖”、“中国食品安全示范单位”等多项殊荣，日益呈现出农业产业化国家重点龙头企业的蓬勃生机。

(<http://www.linwuya.cn/Help/aboutus.htm>)

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

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

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 中教畅享（北京）科技网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)	ITMC 中教畅享 - 从企业实践中来，到教育实践中去 - powered by ITMC	否	
2	Keyword (关键词)	职业教育、实训软件、沙盘大赛、教学软件。中教畅享(北京)科技有限公司是专注于高等教育实验平台研发、职业技能资格认	是	职业教育、实训软件、沙盘大赛、教学软件、中教畅享、ITMC

		证和教育资源产品分享传播的服务机构。		
3	Description (描述)	职业教育、实训软件、沙盘大赛、教学软件。中教畅享(北京)科技有限公司是专注于高等教育实验平台研发、职业技能资格认证和教育资源产品分享传播的服务机构。	是	中教畅享(北京)科技有限公司是国家认定的高新技术企业,提供数字经济领域教育产品开发和职业技能培训评价,公司研发了财经、商贸、创新创业、文化素养等多个系列100多款教学软件产品,制定了电子商务、跨境电子商务、网络营销、新零售、新财经、创新创业等领域解决方案。
4	关键词密度基本情况	<p>关键词 1 职业教育 0.7%</p> <p>2. 实训软件 0.4%</p> <p>3. 沙盘大赛 0.4%</p> <p>4. 教学软件 0.4%</p>	是	<p>密度建议值 $2\% \leq \text{密度} \leq 8\%$</p> <p>该4个关键词密度均没有在建议值内,建议提高关键词密度,挖掘匹配程度更高的关键词。</p>
5	网页用户体验整体评价	网页打开速	是	建议增加网

	(从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)	度快, 导航栏清晰, 无网站地图, 内容更新及时。		站地图, 方便用户搜索。
--	-------------------------------------	---------------------------	--	--------------

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1	ITMC 中教畅享	公司名称, 作为核心关键词, 扩大宣传推广目的。
2	教学软件	公司主要推广产品, 增加搜索范围, 便于消费者更快找到该网站。
3	电子商务比赛	突出公司网站的特色, 起到推广品牌作用, 更加精准确定目标用户。
4	职业技能大赛	公司核心业务, 根据用户搜索习惯设计, 目的方便搜索。

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

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

--

(7) 数据分析与推广优化

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

表 8 网站推广数据分析表

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义	
答：指在一个周期内，完成转化行为的次数的推广信息与总点击次数的比率。	
2. 找出上表中转换率低排名前 2 的时间，转换率高的排前 3 的时间	
转换率低：周 5、周 4	转化率高：周 1、周 2、周 3
3. 分析转换率低的可能原因？	

答：1. 网站整个架构不清晰，页面不美观。

2. 网页打开速度较慢，人均停留时间短。

3. 网站整体流量较低，收录量少，权重低，推广力度弱。

4. 促销活动力度小，没有引起用户兴趣。

5. 客服反应不及时，用户体验不佳。

4. 针对公司网站情况和上表数据，提出改进建议意见？

答：经过一段时期推广后公司有一定的推广效果，但是流量较低。上表数据反应浏览量日均 240、访客数日均 40 左右，数量较少，转化率较低。周 6 周 7 访问人数较多；

改进修改意见如下：1. 采用多种推广方式，增加入口吸引流量；

2. 优化网站页面结构及产品图片；

3. 进行促销活动提升转化率。

4. 在休息日加大活动力度。

5. 加强用户体验，提升客服服务。

10.试题编号：H1-10，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

湖南安化茶文化底蕴深厚，千年茶史可圈可点。安化黑茶是中国黑茶之源，历史悠久！作为中国黑茶的发源地之一，这里诞生了世界第一支千两茶和中国第一片黑砖茶、第一块机制茯砖茶，其黑茶关键制作工艺，目前仍是受国家保护的二级机密，已被列为非物质文化遗产。在全国五个黑茶生产省中，湖南黑茶曾经占 40%，其中安化黑茶更是举足轻重；解放后，在边疆少数民族地区，有黑茶“无安化字号不买”之说，安化黑茶被当地人民称为“生命之茶”，更是有“宁可三日无粮，不可一日无茶”之说。为了更好的推广湖南黑茶，湖南茶叶厂推出了“湖南黑茶网”，(<http://www.hunanheicha.com/>)这是专门销售湖南黑茶，宣传湖南茶叶文化的专业平台。湖南黑茶网想通过搜索引擎来进行网站推广。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

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

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 湖南茶叶厂网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 黑茶网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 竞争对手分析。

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

表 8 公司竞争对手情况分析

表 9 查询结果记录表

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

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

11. 试题编号：H1-11，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

金健米业股份有限公司是湖南粮食集团控股的一家上市公司,被誉为中国粮食股;是首批农业产业化国家重点、“十五”批科技创新型星火、全国优秀食品工业企业、中国主食加工示范企业、中国粮油企业 100 强、中国大米加工企业 50 强。公司在稻米深加工领域处于国际水平,获得 5 项“国家科技进步二等奖”。未来,公司将坚持粮油食品精深加工产业发展方向,采取实体经营与资本运营相结合的运作模式,实现规模与效益同步增长,构筑大米、面条、油脂、米粉、牛奶、药品和新型健康食品产业集群,拓展粮油食品国际国内贸易,把公司打造成为中国卓越的粮油食品产业集团。薪酬福利管理与技术岗位:岗位工资+司龄津贴+职称学历津贴+福利+奖金营销岗位:基本工资+技能工资+提成工资+津贴+福利+奖金五险一金:养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险、住房公积金津贴:交通补助、通讯补助、驻外补贴、职称津贴、司龄津贴、学历津贴福利:节假日福利、生日关怀、健康体检、牛奶福利假期:国家法定节假日及带薪年假奖金:绩效奖金、超目标奖金、单项奖金、专项奖金住房:公司提供员工住宿就餐:公司提供免费工作中餐 本公司主要经营大米,挂面,米粉,小包装油等。本公司秉承“顾客至上,锐意进取”的经营理念,坚持“客户”的原则为广大客户提供优质的服务。(http://www.jjmy.cn/)

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

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

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

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 九芝堂网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	九芝堂股份有限公司 网页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
5	网页用户体验整体评价 (从网页打开速度、导航栏是否清晰、是否有网站地图、内容更新是否及时等)			

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

搜索习惯设计 4 个关键词，并说明理由，请将结果填入下表 6 中。

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

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

表 8 数据分析和优化改进措施表

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

12. 试题编号：H1-12，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

湖南洞庭么妹菜食品科技有限公司 (<http://hndtymc.com/>) 湖南洞庭么妹菜食品科技有限公司是一家经营、加工、销售为一体的农贸公司，公司旗下拥有“洞庭么妹菜”以及“洞庭擦菜子”两个注册品牌。

公司推出的各类产品主要是把民间受欢迎的擦菜子这一传统风味菜，通过湖南农大的技术指导并与食品深加工企业展开战略合作变成卫生营养方便的即食食品。公司利用各类资源和优势与贫困村合作社开展协作，确保原材料的绿色优质安全，同时助力产业化扶贫攻坚。公司主营销售渠道主要为互联网线上及线下销售。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

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

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 google、baidu、和的收录情况截图	
-----------------------------	--

PR 值截图	
Alexa 排名截图	

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

表 5 点石装饰设计网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		

2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

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

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义
答：

2. 请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

答:

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

答:

13.试题编号：H1-13，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

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

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

(1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.apple2003.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 sogou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
火宫殿有限公司					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 多喜爱网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 火宫殿网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

(7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 5,000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 160,000, 点击次数是 16,000 次，广告后转换行动次数是 400。

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义
答:
2. 请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
答:

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

答：

14. 试题编号：H1-14，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

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

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
新东风在线					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 新东方在线网站首页搜索引擎优化情况评价

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：
描述：

(7) 数据分析与推广优化

公司经过一段时间的网络广告推广后，进行了推广效果的分析；一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 7000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 700,000 次，点击次数是 70,000 次，广告后转换购买次数是 1,400。

表 8 数据分析和优化改进措施表

1. 请解释 转化率 的含义
答：
2. 请计算 CPM、CPC、CPA、转化率
答：

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

答：

15. 试题编号：H1-15，SEO 搜索引擎优化

背景资料：

辣妹子食品股份有限公司 (<http://lameizi.com.cn/>) 998 年，辣妹子食品股份有限公司正式创立，公司总占地面积 622 亩，固定资产 41000 万元，职工 1000 多名，年销售额近 10 亿元，下辖 3 个全资工厂和 1 个销售公司，已发展成为集农副产品深加工、销售于一体的现代化食品企业。

辣妹子食品旗下现有两大品牌：辣妹子品牌聚焦辣椒产品，菓子美品牌聚焦果肉产品，如同两辆并驾齐驱的航母，引领着辣妹子驶向更为光辉灿烂的未来。辣妹子人恪守品质、追求卓越，所生产的辣椒酱、桔片爽已成为行业代名词，深受广大消费者的欢迎。请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & yahoo 的成功结果截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	Google (收录情况)	baidu (收录情况)	yahoo (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
小哈佛幼儿园教育集团网站					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 多喜爱网站网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 小哈佛幼儿园教育集团网站关键词设计表

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

(6) 撰写 baidu 创意。Baidu 创意是指网民搜索触发百度竞价排名推广结果时，展现在网民面前的推广内容，包括标题、描述，以及访问 URL 和显示 URL 等。

请为公司撰写一则 baidu 创意。创意标题最长不能超过 50 个字符，每行描述最长不能超过 80 个字符，且总字数控制在 200 字以内

表 7 公司百度推广的创意设计

标题:
描述:

(7) 数据分析与推广优化

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

表 8 推广数据分析报告

序号	关键词	推广状态	浏览量 (PV)	跳出率
1	某关键词	是	3045	34.54%
2	某关键词	是	2341	56.34%
3	某关键词	是	2098	23.31%
4	某关键词	是	1987	45.21%
5	某关键词	是	2021	67.21%
6	某关键词	是	1876	56.12%
7	某关键词	是	2001	21.23%
8	某关键词	是	1789	12.23%
9	某关键词	是	1987	18.12%
10	某关键词	是	1733	34.21%
11	某关键词	是	1799	56.34%
12	某关键词	是	1900	67.56%
13	某关键词	是	2034	78.32%
14	某关键词	是	2109	78.21%
15	某关键词	是	2200	45.67%
16	某关键词	是	2100	87.12%

表 8 数据分析和优化改进措施表

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

模块三 电商平台运营

1. 试题编号：H2-1，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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



产品参数：

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

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

1) 分析影响宝贝搜索排名的因素

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

表 1 影响宝贝排名的因素

2) 关键词选择与标题制作

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

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

表 2 关键词选择一

中心词(1 个)					
属性词(5 个)					

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

表 3 关键词选择二

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

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

表 4 关键词选择三

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

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

3) 确定合适宝贝上下架时间

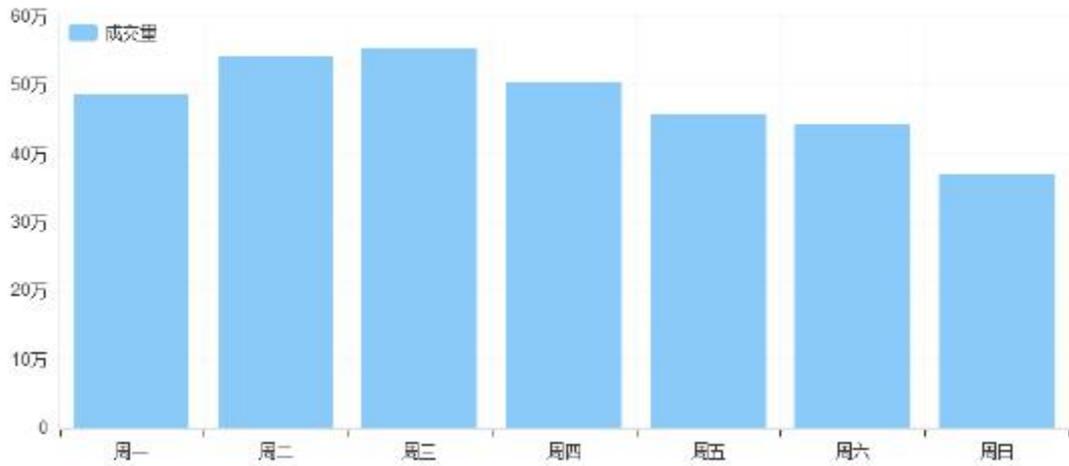
宝贝上下架时间是影响淘宝搜索排名的重要因素。淘宝卖家都知道，宝贝离下架时间越近，排名会越靠前。如图 1 和图 2 是根据“生 e 经”等数据分析软件查询到的连衣裙按周段和按时段的上架时间分布与成交量的关系图。对图 1 和图 2 中数据进行分析，回答表 6 中所提问题。

表 6 选择宝贝上下架时间

问题 1: 从图 1 和图 2 数据分析，宝贝上架应该选择一周中的哪天，什么时间段？说明选择理由。
问题 2: 如果店铺有多款宝贝需要上架，应该怎么操作？

2016年05月上架时间分布

【女装女士精品-连衣裙】[点击下载](#)



2016年05月上架时间分布

【女装女士精品-连衣裙】[点击下载](#)

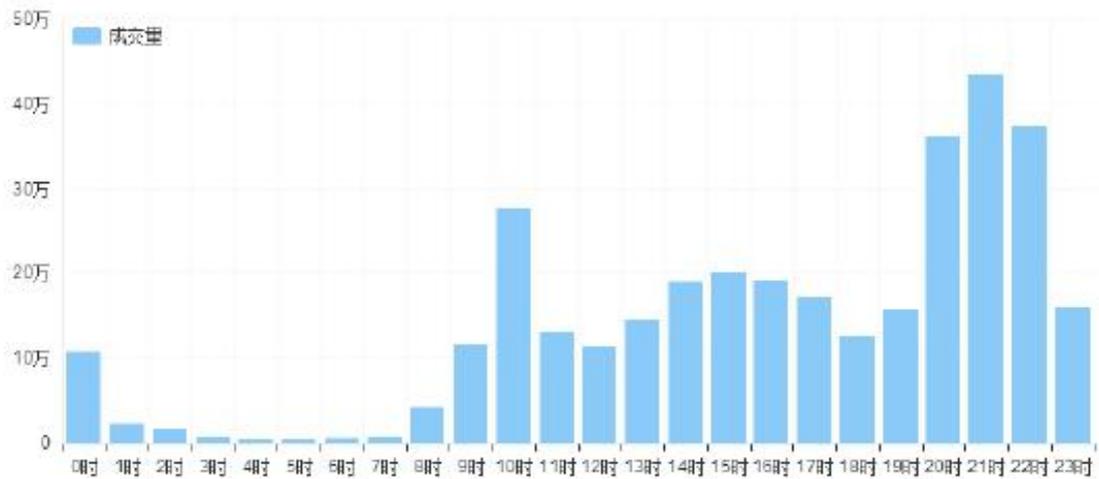


图2 按时段的不同时间段的销量

4) 数据分析与优化

①商品发布后，试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对标题和标题中的关键词进行跟踪。表7为在用的8个关键词某个时段跟踪的相关数据指标，分析表7中数据，可以选择哪两个关键词作为核心关键词，哪两个关键词可以作为二级关键词，最需要更换的关键词是哪个？说明理由。请将回答填入表8中。

②店铺运营一段时间以来，最近发现店铺的DSR评分中的服务态度得分在降低，已经快接近于行业平均值了，请问分析服务态度得分与那些因素相关？需要如何来进行提升？请将回答填入表8中。

表7 不同关键词的数据指标

序号	关键词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	关键词 1	192,757	36.09%	45.30%	132,332	2.42%
2	关键词 2	190,549	26.09%	57.17%	127,231	3.60%
3	关键词 3	89,210	8.73%	19.29%	72,024	0.69%

4	关键词 4	65,460	6.09%	31.77%	43,720	1.86%
5	关键词 5	40,130	4.43%	21.36%	33,790	0.45%
6	关键词 6	36,790	2.93%	9.46%	26870	0.31%
7	关键词 7	16,890	1.65%	36.41%	15410	1.78%
8	关键词 8	10,890	0.89%	8.37%	9120	0.22%

表 8 数据分析与推广优化

①答:	
②答:	

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-1)

评分卡（试题 H2-1）

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务(90 分)	分析影响宝贝搜索排名的因素 (16 分)	16 分	每列出 1 个影响排名的因素计 2 分，排名影响因素属重复或包含关系的不计分。8*2 分=16 分		
	关键词选择与标题制作 (38)	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	8 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 4 分，关键词 4 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			8 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 4 分，关键词 4 分 关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
		通过搜索热词榜筛选关键词	6 分	要求与验证结果相符且排列顺序一致，每个 1 分	
推广宝贝标题设计	10 分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词，词语重复度，是否契合卖点等按 0/2/3/4/5 计分标题一 5 分，标题二 5 分。			

	确定合适宝贝上下架时间 (10 分)	10 分	时间选择正确 2 分, 选择理由说明正确 3 分 多款宝贝上架问题的回答 5 分		
	数 据 分 析 和 推 广 优 化 (26)	数据分析 1	10 分	按关键词的选择正确性给分, 5*1 分=5 分 理由说明正确充分 5 分;	
		数据分析 2	16 分	按优化分析的全面性、正确性评分 问题回答 8 分, 优化措施 8 分	
合计					

试题评阅人签名 _____

2. 试题编号：H2-2，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

小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。依托于湖南黑茶市场巨大的资源优势，小王准备选择“黑茶”行业进行创业，并给网店取名为“小王黑茶”诚信店，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

1) 市场选品

① 淘宝卖家在选择店铺的主营商品之前，需要了解市场整体趋势，以及所在行业采购市场的行情和动态，熟悉消费者市场的走势和特性。请利用百度指数数据分析平台，查询“黑茶”百度搜索指数，并分析最近3个月的数据变化趋势，按下表要求操作截图并将查询结果填入表1中。

表1 市场选品分析

百度指数近90天截图：			
百度指数趋势变化分析说明：			
相关词搜索热度截图			
相关词搜索热度前3名：			
相关词搜索变化率截图			
相关词搜索变化率前3名：			

2) 商品定价

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

表2 商品定价

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

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

3) 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要环节。

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

表 3 推广引流--SEO 优化

问题 1: 简述店铺宝贝的标题优化的基本思路?
问题 2: 假设店铺前期准备上架 10 件宝贝，对宝贝上下架时间有何建议?

②在店铺经营的初期，利用淘宝官方低门槛的活动报名方式参加各种活动，进而也可为店铺带来巨大的流量。请针对表中的问题进行回答。

表 4 推广引流--活动引流

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

4) 数据分析与优化

店铺试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对店铺相关数据进行跟踪分析，从而在后期进行优化和改进。表 6 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据，对表 5 中数据进行分析，回答表 6 中相关问题。

表 5 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6 数据分析与推广优化

① 从表5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, HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-2)

电商平台运营 评分卡(试题 H2-2)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(10分)		10分	注重工作场所的6S管理,遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (90分)	市场选品 (20)	百度指数截图	3分	截图正确、清晰	
		百度指数趋势变化分析说明	5分	趋势变化分析正确,文字简明扼要	
		相关词搜索热度截图及回答	6分	截图3分,回答3*1分=3分	
		相关词搜索变化率截图及回答	6分	截图3分,回答3*1分=3分	
	商品宝贝定价(9分)		9分	前3空,每个1分;后2空,每个3分	
	推广引流-SEO优化(10分)		20分	问题1回答切中关键点,简明扼要10分 问题2回答切中关键点,简明扼要10分	
	推广引流-活动引流		16分	活动名,每个2分,共6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		25分	按数据分析优化的全面性、正确性评分,每题5分	
	合计		100分		

试题评阅人签名_____

3.试题编号：H2-3，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

①加入直通车的条件

直通车的推广效果自不必说，但是开通直通车是有条件限制，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“大米”，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“大米”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 6 对应单元格中。

表 6 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）				

⑥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 7 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 7 直通车数据分析与优化表

序号	关键词	展现量	点击率	综合排名	质量得分	优化策略
1	关键词 1	7026	15.68%	2	10	
2	关键词 2	5879	16.26%	1	8	
3	关键词 3	6135	12.46%	16	10	
4	关键词 4	7826	14.25%	17	6	
5	关键词 5	7633	1.2%	3	9	
6	关键词 6	6268	0.8%	2	6	
7	关键词 7	5988	1.05%	20	9	
8	关键词 8	6988	2%	18	5	
竞价调价思路 (概述)						

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-3)

评分卡

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (90 分)	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，	
	直通车关键词竞价	填空	10 分	综合排名，每个 1 分，共 4 分；实际扣费，每个 2 分，共 6 分；	
		A 问题回答	12 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 3 分，共 6 分	
		B 问题回答	11 分	综合排名第 2 的实际扣费计算，3 分 综合排名第 1 的实际扣费计算，3 分 理由说明，5 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_____

4. 试题编号：H2-4，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

对于 B2C/C2C 店铺来说，它们的销售业绩主要可以从流量、转化率、客单价三个要素来考量，行业中衡量 B2C/C2C 的业绩公式： $\text{销售额} = \text{流量} \times \text{转化率} \times \text{客单价}$ 。“金健旗舰店”是一家以销售粮油为主的天猫店铺，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，但转换率、客单价一般，请利用运营推广的相关知识，帮助其进一步提升销售额。

1) 分析店铺现有的转换率和客单价

表 1 是店铺 4 月份的经营情况数据，请计算本月的客单价和全店转化率

表 1 客单价和转换率计算

2016-4 店铺经营情况					
访客数	2512651	成交用户数	19401	平均访问深度	4.15
支付宝成交金额(元)	802512.73	客单价		全店转化率	

2) 分析影响店铺转化率和客单价的因素

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

表 2 影响店铺客单价的因素

影响转化率的因素有哪些？

- ① _____
- ② _____
- ③ _____
- ④ _____
- ⑤ _____

影响客单价的因素有哪些？

- ① _____
- ② _____
- ③ _____
- ④ _____
- ⑤ _____

3) 转化率的提升

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

表 3 转化率提升基本思路

答： _____

4) 客单价的提升

①在开店之初，商家就已经决定了自己店铺的主营类目和价格定位，当随着店铺的逐步发展，卖家应该进行更深层次的思考，应该利用宝贝类目的广度和深度来提升客单价。“金健旗舰店”以粮油为特色，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
A产品 30g*10 袋	78	1	78	50	28
B产品 30g*10 袋	78	2	156	100	56
C产品 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？

5) 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。

答：

6) 数据分析与优化——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6，请对表6数据进行分析，回答后面问题。

表6 店铺流量分布表

访问页面	浏览量	流量占比	访客数	页面平等停	出店人数	出店率
------	-----	------	-----	-------	------	-----

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

①从整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？

②从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？

③从店铺的出店率来分析，有何问题？应该怎么优化？

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-4)

评分卡(试题 H2-4)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(10分)		10分	注重工作场所的6S管理,遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
· 工 作 任 务 (90 分)	计算客单价与转换率	10分	回答正确,每个5分,共10分		
	影响店铺转化率和客单价的因素	20分	回答正确、要求各条之间内容不重复,每个2分,共20分		
	转化率提升基本思路	20分	回答正确,每个要点5分,共20分		
	客单 价提 升	类目深度提升客单价	7分	要点一3分,要点二4分,共7分	
		同类宝贝客单价提升	10分	每小题5分,共10分,按回答是否正确、全面给分	
		挖掘客户购买潜力	5分	按回答是否答到要点给分,共5分	
	数据分析与优化	18分	每小题6分,每小题3个要点,每个要点2分,共18分		
合计		100分			

试题评阅人签名 _____

5. 试题编号：H2-5，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

多喜爱家纺股份有限公司 (<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：多喜爱婚庆套件



工艺：印花工艺：

款式：床单式

类型：婚庆六件套

货号：090152

商品规格：1.8 米床，1.5 米床

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

③从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择三

产品维度	分类	关键词
------	----	-----

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

④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），将选择的类目名填入表4中。

表4 类目选择

一级类目	
二级类目	

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

表5 推广标题

标题1	
标题2	

2)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6。

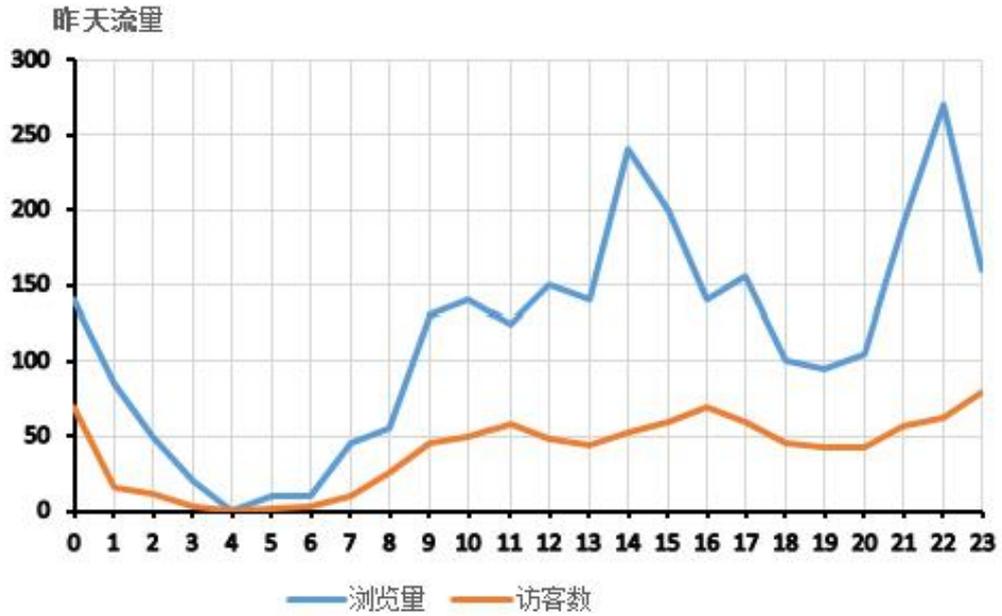


图1 一天中按小时流量分析图

表6 (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

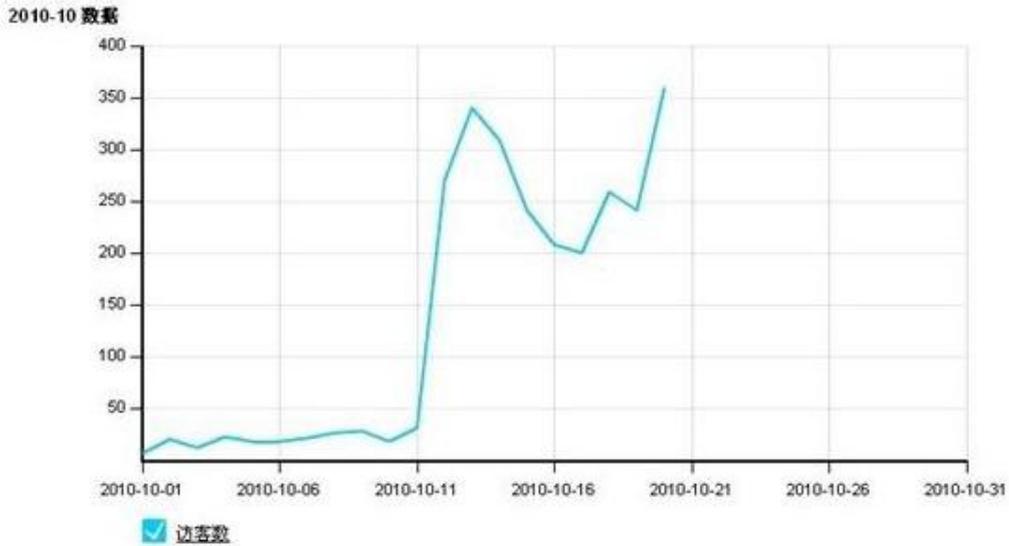


图2 访客数趋势图

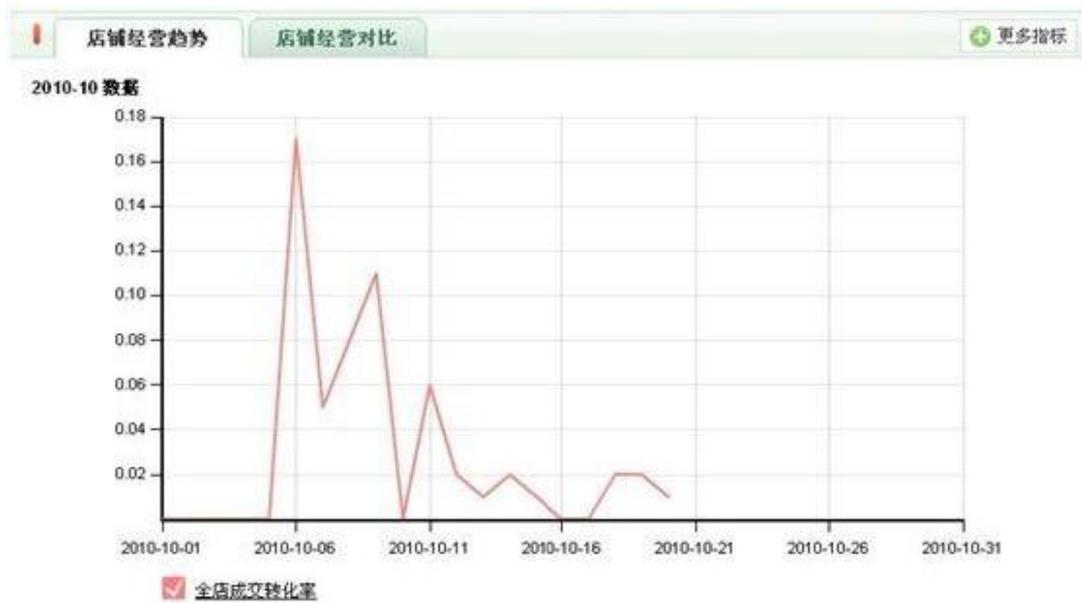


图3 店铺经营转化率图

根据图1-图3和表6，联系表7中所列问题进行分析，并将分析结果填入表8。

表7 数据分析与推广优化

问题1: 分析图1数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？
答:
问题2: 比较分析表7数据中展现量和点击率，你发现序号为4的数据有什么问题，需要如何来进行推广优化
答:
问题3: 分析图2和图3，从中可以发现什么问题，如何解决？
答:

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-5)

电商平台运营评分卡(试题 H2-5)

评价内容			配分	考核点	考核得分
职业素养(10分)			10分	注重工作场所的6S管理,遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (90分)	直通车推广 (55)	通过站内搜索找关键词	5分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图3分,关键词2分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
			5分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。 操作截图3分,关键词2分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
	通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1分,考核关键词合理性)	4分	按品牌维度选择的关键词2个		
		4分	按产品名称选择的关键词2个		
		6分	按产品细节解剖选择的关键词3个		
		8分	按目标人群选择的关键词4个		
		8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。		
	数据分析和推广优化(35)	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	15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10分	
合计			100分		

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：H2-6，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

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

1) 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 百度联盟的网站等。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。

表 1 选择广告位

展位位置截图	
选择的理由	

2) 创意制作与审核

①创意制作关键是在有限的展示位中提炼产品的卖点，然后再在制作过程中注意制作的要点：产品突出、文案与产品相结合、素材整体简洁干净、图片颜色的搭配、文案创新等。

下图是陶润实业发展有限公司茶具的图片，若展示位大小 300×250px，你该从哪几方面提

炼产品的卖点，做好商品的创意制作，提高点击量。请将回答内容填入表 2。



表 2 产品的卖点提炼

产品的卖点提炼

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
	
	

3) 设置投放信息

①设置出价及预算

钻石展位是按照每千次展现价格来计算的。

表 4 设置出价及预算

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

②设置人群定向

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从高到低选择 3 个时间段来进行投放。

表 7 设置投放时间

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

4) 投放数据跟踪与效果评估

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

表 8 茶具 8 月 search8 图五计划数据表

日期	PV(展现量)	点击数	平均点击数	每千次 展 现出价(元)	每次点击价 格(元)	消耗(元)
""	""	""	""	""	""	""
2011-8-28	9172	26	0.28%	1.36		
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
""	""	""	""	""	""	""

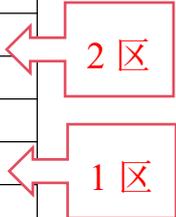


表 9 投放数据跟踪与效果评估分析表

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，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-6)

电商平台运营评分卡(试题 H2-6)

评价内容		配分	考核点	得分	
职业素养(10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。文档规范、工整		
工作任务 (90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(15)	卖点提炼	5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 5分; 3 个方面考虑 4分; 2 个方面考虑 3分; 1 个方面 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_____

7. 试题编号：H2-7，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“餐餐芦姑企业店”是一家专营生活沅江芦菇系列产品的淘宝企业店，为了促进网上业务的更大发展，现决定实施“淘宝客推广”，以帮助店铺带来更多流量，从而提升店铺的销售额。请根据所学的淘宝客相关运营技能，帮助其进行相关任务的实施。

1) 淘宝客推广的准备

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

表 1 淘宝客推广的准备

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

2) 制定淘宝客推广计划

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

表 2 淘宝客推广计划制定

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

3) 淘宝客数据分析与优化

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 3 中的数据回答对应表中的问题。

表 3 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，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-7)

评分卡

评价内容		配分	考核点	得分
职业素养 (10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。卷面整洁、排版整齐美观。	
工作任务 (90)	淘客推广准备 (25)	业务 3 个角色	9 分	每个 3 分，共 9 分
		业务逻辑流程	12 分	每条 2 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	计划的类型	12 分	计划类型，每个 2 分，4*2 分=8 分各类型可设数

分)	制定 (40)	和可设数量		量是否正确, 每 1 分, 4*1 分=4 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	20 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*4 分=20 分	
	数据分析和优化 (25 分)	数据分析	9 分	按数据分析正确, 全面评分	
		优化措施	16 分	描述淘客关系维护, 正确、具体、有条理; 4*4 分=16 分	
合计			100 分		

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H2-8，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

澳优乳业股份有限公司 (<http://www.ausnutria.com/>) 是在香港上市的一家专业高端乳业食品公司，成立以来，整合全球最优资源，服务于全球和快速增长的中国市场，以优质乳制品服务下一代的健康成长。在全球范围内从事生产、研究及销售婴幼儿食品、成人食品、奶酪、黄油等，拥有澳优 (ausnutria)、能力多 (allnutria)、佳贝艾特 (Kabrita) 等著名的婴幼儿食品及乳品品牌。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，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：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 过在淘宝首页搜索框中输入“奶粉”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择，操作并填写表 1。

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中		
选择 2 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 2 个与产品最接近的关键词		

- ③ 从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择三

产品维度	分类	关键词
------	----	-----

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

④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 4 推广标题

标题 1	
标题 2	

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 和表 5。

表 5 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
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%
	Tiny.yaolan.com	7	1.75%

其他	www.kabnta.com	1	0.25%
	e.weibo.com	1	0.25%
	合计	9	2.24%

中国访客地区比例 图例：低 高



图 1 访客地区比例

根据表 5 和上图，联系表 6 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 9。

表 6 数据分析与推广优化

问题 1: 表 5 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 5 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 1 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，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3)考核 时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4)评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-8)

电商平台运营评分卡(试题 H2-8)

评价内容		配分	考核点	得分	
职业素养 (10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (90 分)	直通车推广 (40)	通过站内搜索找关键词	8 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 4 分, 关键词 4 分; 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词	
			8 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 4 分, 关键词 4 分 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词	
	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		
		8 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		
	推广宝贝标题设计	10 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 5 分, 标题二 5 分。		
	数据分析和推广优化 (30)	数据分析 1	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分说出至少 5 个方面的来源且正确, 得 10 分; 每少 1 个-2 分	
数据分析 2		15 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 10 分, 每少或错 1 个扣 2 分; ,		
数据分析 3		15 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分, 每个要点 5 分		
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：H2-9，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

1) 淘宝直通车推广

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



产品名称：麦包包 电脑双肩包
货号：10902301
规格：10-15 寸
材料：牛津布
颜色：深蓝
内部结构：2 个外袋，2 个内袋，2 个笔位，2 个内拉链袋，1 个电脑夹层
重量：0.58KG
箱包风格：时尚运动

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

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

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

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

③ 从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 3 提示填写

表 3 关键词选择三

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

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

表 4 类目选择

一级类目	
二级类目	

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

表 5 推广标题

标题 1	
标题 2	

2) 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6 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7 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 6、表 7 数据，联系表 7 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：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 6 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 7 中的数据，请为其提供关键建议。
答：

(2)实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3)考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4)评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-9)

电商平台运营评分卡(试题 H2-9)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养		10 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (90 分)	直通车推广 (60)	通过站内搜索找关键词	10 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 5 分，关键词 5 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	
			10 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 5 分，关键词 5 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(考核关键)	4 分	按品牌维度选择的关键词 2 个		
		4 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		

	词合理性)	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		
		10 分	按市场活动选择的关键词 5 个		
	推广类目选择	5 分	推广类目选择, 一级类目 3 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。		
	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_____

10.试题编号：H2-10，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

①加入直通车的条件

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

表 1 直通车加入条件

按照要求填写下表淘宝卖家开直通车的必要条件			
店铺状态		用户状态	
店铺开通时间		近 30 天交易金额	
店铺等级		动态评分	
好评率			
违规类型	当前累计扣分分值	距离最近一次处罚扣分的时间	
出售假冒商品	24 分及以上		
严重违规行为（出售假冒商品除外）	大于等于 6 分，小于等于 12 分		
	大于 12 分，小于 48 分		

②直通车推广位置的确定

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

表 2 直通车推广位置

直通车位置 1 截图：
直通车位置 2 截图：
直通车位置 3 截图：

③直通车推广计划制定

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

表 3 直通车推广计划

简述直通车推广计划制定包含内容
答：

④选取匹配关键词

直通车中选取的关键词与发布宝贝的关键词一样，先要找准类目，然后在相应类目下确定关键词。关键词的选取可以根据淘宝搜索导航栏、你是不是想找等方式选词，还可以通过数据工具、直通车后台进行查找。通过在淘宝首页搜索框中输入“黑茶”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 4

表 4 平台选择关键词

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

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

表 5 数据工具选择关键词

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

分析以上数据，选择的 5 个关键词如下

--	--	--	--	--

选择理由：

⑤直通车标题制作

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

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

⑥直通车关键词竞价

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

表 7 关键词竞价的排名和扣费

淘宝卖家	出价/元	质量得分	综合排名	实际扣费/元
甲	1.56	10		
乙	2.04	6		
丙	1.68	7		
丁	1.06	10		

A、如果上述数据中的综合排名第 2 名的卖家质量得分提升到 8 分，那么他的实际扣费是多少？这说明了什么？这时候原综合排名第 1 名和综合排名第 3 名的实际扣费又是多少？（将结果填入下行中）

B、如果上述数据中的综合排名第 3 名的卖家质量得分不变，但出价提高到 2 元，那么他的实际扣费是多少？这时候原综合排名第 1 名的实际扣费又是多少？这说明了什么？（将结果填入下行中）

⑦数据分析与优化

店铺运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长、直通车报表等工具对店铺相关数据进行跟踪分析，从而在后期进行优化和改进。表 8 中是通过数据分析工具获取到的店铺 7 天直通车数据，对表 8 中数据进行分析，回答表中相关优化策略。

表 8 直通车数据分析与优化表

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

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-10)

评分卡（试题 H2-10）

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(10分)		10分	注重工作场所的6S管理,遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 90分	直通车加入条件	10分	回答正确,每个1分,共10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	10分	回答正确,每个要点2分,共10分		
	选取匹配关键词	平台选择关键词	8分	截图1(2分)截图2(2分),关键词每个1分,共4分	
		数据工具选择关键词	8分	关键词每个1分,共5分;选择理由充分3分,	
	直通车标题制作		10分	每个标题5分,共10分	
	直通车关键词竞价	填空	10分	综合排名,每个1分,共4分;实际扣费,每个2分,共6分;	
		A问题回答	8分	综合排名第2的实际扣费计算,2分 理由说明,2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	7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,2分	
	数据分析与优化		10分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 优化策略每空1分,8*1=8分,调价思路概述2分	
合计		100分			

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：H2-11， B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

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

1) 选择广告位

表1 选择广告位

问题 1：钻石展的主要投放位置有淘宝网站内展位、淘宝联盟和 Google 联盟的网站等。位置的选择一般以淘宝网站内为主，淘宝网站内钻石广告资源位有哪些？	
问题 2：请为芊雅服装贸易有限公司某款女裙选择一个合适的钻石展位的位置，位置要求截图图示（注意所截图要能体现在整体版面的位置，并在图片中标注）；并根据公司的推广目标以及钻石展位选择的原则用文字说明你选择的理由。	
展位位置截图	
选择的理由	

2) 创意制作与审核

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



表2 产品的卖点提炼

产品的卖点提炼

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

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

表 3 创意审核

创意案例	审核未通过原因
	
	
	
	
	

3) 设置投放信息

①设置出价及预算

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

表 4 钻石展位竞价数据报表

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

7	20.0	1.26%
8	19.9	1.59%
9	19.7	1.60%

表 5 设置出价及预算

根据表 4 所示的情况，出价多少比较合理？请简要说明

②设置人群定向

钻石展位的投放可以实现人群定向。关于人群的选择，这主要取决于店铺所售商品的类型，对于自己的产品，我们要去了解其所对应的目标人群，选择人群需要考虑的维度：价格、外观、类目、与产品的相似度、销量等等。（注意这里的人群不是直接输入男、女，或者年龄段，而是要求选择购买这个商品的人还有可能经常光顾哪些类目的商品，实际是指的某类目产品的人群）请你为上述女裙产品拟定 2 类目标人群，并说明理由。将内容填入表 6。

表 6 设置投放人群

人群 1	
人群 2	
选择理由	

③设置地域定向

钻石展位的投放也可以实现地域定向。关于地域的选择一般要了解产品特点、地域的生活习惯、地域的网络发达情况、消费水平、消费观念等。请你为上述女裙产品拟定 2 个重点定向的地域，并说明理由。将内容填入表 7。

表 7 设置地域定向

定向地域 1	
定向地域 2	
选择理由	

④设置投放时间

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

表 8 设置投放时间

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

4) 投放数据跟踪与效果评估

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

表9 女裙钻石展位5月份推广数据表

日期	PV (展现量)	点击数	平均点击率	每千次展现出价 (元)	每次点击价格 (元)	消耗 (元)
***	***	***	***	***	***	***
2013-5-18	499270	3092	0.62%	3.74		
***	***	***	***	***	***	***
2013-5-3	12277	307	2.5%	9.03	0.36	110.92
2013-5-2	78672	260	0.33%	2.5	0.76	196.59
2013-5-1	57	7	12.28%	13.86	0.11	0.79

表10 投放数据跟踪与效果评估分析表

①根据表9中对应数据,计算2013年5月18日该钻石展位消耗的成本,以及每次点击的成本,列式计算出结果。
②观察表9中5月1日到5月3日数据中的平均点击率、每千次展现的出价以及每次点击价格,可以发现什么现象?根据报表中的此现象应采取什么策略?
现象:
策略:
③观察表中5月2日和5月3日数据中的展现量和平均点击率,可以得出什么结论,有何解决措施?
结论:
措施:

(2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网,

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-11)

电商平台运营评分卡(试题 H2-11)

评价内容		配分	考核点	得分	
职业素养(10分)		10分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。文档规范、工整		
工作任务 90分	选择广告位 (10)	站内展位说明	2分	站内展位说明正确、完整	
		展位截图	3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_____

12. 试题编号：H2-12，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

餐餐芦姑企业店 (<https://shop337687721.taobao.com/>) 以沅江芦菇为发展核心，集种植、加工、售卖于一体，打造高端菌类和芦菇调味酱等产品，力争为沅江芦菇产业开辟新的蓝海。由于竞争激烈，加上调味酱产品的销售口碑尤其重要，现为拓展业务，拟进行淘宝客推广，请根据所学的淘宝客相关运营技能，帮助其进行相关任务的实施。

1) 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、使用淘宝客推广卖家店铺需要什么样条件？

问题 2、淘宝客是帮助淘宝卖家推广商品，推广的商品成交后，获得一定佣金的人。这里的“人”一般分为两类，是指：

第一类	
第二类	

问题 3、某商品标价 200 元，佣金比例 5%，买家支付宝实际付款 180 元，其中运费 20 元。则淘宝客可以获得的佣金是多少？（要求列出式子，并计算答案）。

2) 制定淘宝客推广计划

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

表 2 淘宝客推广计划制定

问题 1：淘宝客推广计划一般可以设置哪几种推广计划？每种计划各可以设置几个？

问题 2、淘宝客选择推广你的产品主要关注哪几个方面？

问题 3、请为“餐餐芦姑企业店”网店设置推广计划，要求分层次设置计划，要求最少设置 5 个计划

计划针对淘客群体	计划类型	平均佣金比率

3) 淘宝客的招募

淘宝客的招募主要分两种，淘宝卖家主动寻找或者是淘宝客主动上门。但当淘宝店铺的规模和品牌没有很明显的优势的时候，卖家就必须主动寻找优质的淘宝客，找到后将店铺的核心优势告诉对方，而这种告诉的方式主要就是通过发布招募书的方式进行。请回答表 3 中各问题。

表 3 淘宝客招募

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。

问题：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、	

4) 淘宝客数据分析与优化

在进行淘宝客推广活动后，一方面数据分析很重要，要派专人监控淘宝客推广效果，制作日报表；并针对不同推广产品的推广后销量，对佣金、产品页面、产品折扣等进行调整。淘宝客的推广情况，可以通过工具软件进行相应数据的统计分析，从而优化和改进推广效果。另一方面淘宝客关系的维护也很重要。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	淘宝昵称
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：怎样进行淘宝客关系的维护？

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-12)

评分卡

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。卷面整洁、排版整齐美观。		
工作任务 (90 分)	淘客推广准备 (25)	使用淘宝客推广的条件	10 分	每个 2 分，共 10 分	
		淘宝客分类	6 分	每条 3 分，要求按逻辑顺序回答，清晰且正确	
		淘宝客计费方式	9 分	列出式子 5 分，计算正确 4 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 (11)	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	
	数据分析和优化 (22 分)	数据分析	10 分	按数据分析正确，全面评分	
		优化措施	12 分	描述淘客关系维护，正确、具体、有条理；4*3 分=12 分	
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：H2-13，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“叶姿国际企业店”是淘宝网上的一家出售木槿花洗发水的企业店铺，现为拓展业务，拟进行淘宝客推广，请根据所学的淘宝客相关运营技能，帮助其进行相关任务的实施。

1) 淘宝客推广的准备

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

表 1 淘宝客推广的准备

问题 1、淘宝客每月佣金结算时间是什么时候？

问题 2、想做淘宝客推广，个人申请淘宝客账号有哪两种形式？

第一种：	
第二种：	

问题 3、某商品标价 300 元，佣金比例 5%，买家支付宝实际付款 280 元，其中运费 20 元。则淘宝客可以获得的佣金是多少？（要求计算公式，并计算出答案）。

2) 制定淘宝客推广计划

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

表 2 淘宝客推广计划制定

问题 1：淘宝客推广计划一般可以设置哪几种推广计划？每种计划各可以设置几个？

问题 2、淘宝客选择推广你的产品主要关注哪几个方面？

问题 3、请为“叶姿国际企业店”设置推广计划，要求分层次设置计划，要求最少设置 5 个计划。

计划针对淘客群体	计划类型	平均佣金比率

3) 淘宝客数据分析与优化

在进行淘宝客推广活动后，一方面数据分析很重要，要派专人监控淘宝客推广效果，制作日报表；并针对不同推广产品的推广后销量，对佣金、产品页面、产品折扣等进行调整。淘宝客的推广情况，可以通过工具软件进行相应数据的统计分析，从而优化和改进推广效果。另一方面淘宝客关系的维护也很重要，谈谈怎样进行淘宝客关系维护。根据表 3 中的数据回答对应表中的问题。

表 3 数据分析与优化

产品名	店铺该宝贝总成交额	淘宝客推广成交额	淘宝客成交占比	佣金比例	佣金金额	成交笔数	ROI
产品 1	¥171,324.47	¥5,932.21		2.50%	¥148.31	60	
产品 2	¥36,330.25	¥2,150.75		3.00%	¥64.52	22	
产品 3	¥34,622.14	¥1,073.29		1.50%	¥16.10	11	

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-13)。

评分卡 (试题 H2-13)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。卷面整洁、排版整齐美观。		
工作任务 (90 分)	淘客推广准备 (13)	佣金结算时间	5 分	回答正确 5 分	
		申请淘宝客推广账号两种方法	10 分	每个 5 分, 要求回答清晰且正确	
		淘宝客计费方式	10 分	计算公式 5 分, 计算结果正确 5 分	
	推广计划制定 (32)	计划的类型和可设数量	11 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	10 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*2 分=10 分	
	数据分析和优化 (19 分)	数据计算	18 分	数据计算正确, 每空 3 分	
		优化措施	18 分	选择产品 8 分, 优化措施 10 分, 描述正确、具体、有条理;	
合计		100 分			

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：H2-14，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

“红人女裤精品坊”是淘宝平台上的一家专营女裤的钻石店铺，现公司决定新上一款女裤，女裤相关参数如下：



产品参数：

女裤裤型：阔腿裤

材质成分：聚酯纤维 80% 其他 20%

面料：其他

货号：ML15F587

风格：通勤

通勤：韩版

裤长：九分裤

女裤腰高：高腰

流行元素：不对称

服装款式细节：拉链

品牌：漫流

适用年龄：30-34 周岁

年份季节：2016 年夏季

颜色分类：黑色

尺寸：27/M 28/L 29/XL 30/2XL 31/3X

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

1) 分析影响宝贝搜索排名的因素

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

表 1 影响宝贝排名的因素

2) 关键词选择与标题制作

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

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

表 2 关键词选择一

中心词（1 个）				
属性词（5 个）				

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

表 3 关键词选择二

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

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

表 4 关键词选择三

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

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

3) 确定合适宝贝上下架时间

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

表 6 选择宝贝上下架时间

问题 1: 从图 1 和图 2 数据分析，宝贝上架应该选择一周中的哪天，什么时间段？说明选择理由
问题 2: 对于即将下架的宝贝，为了使其获取更多的优质流量，应该怎么操作？

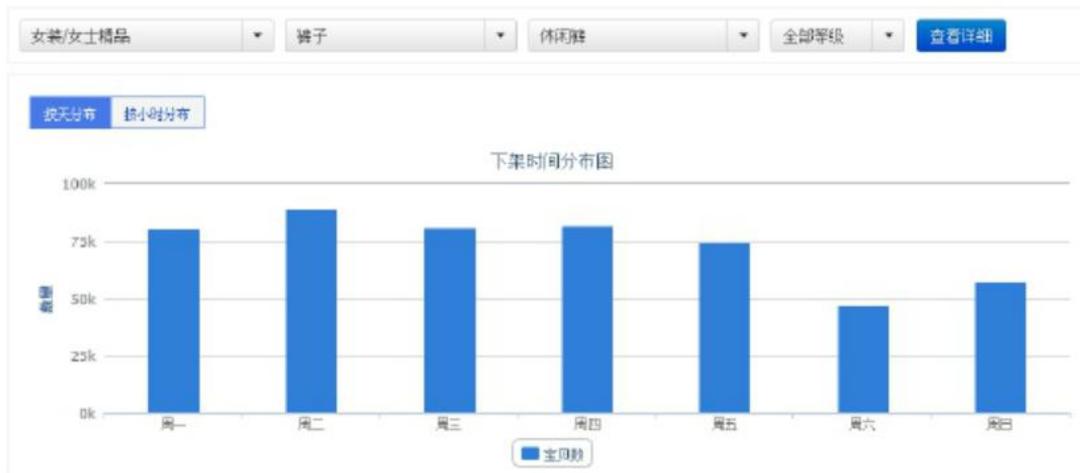


图1 按周段的在不同时间的销量

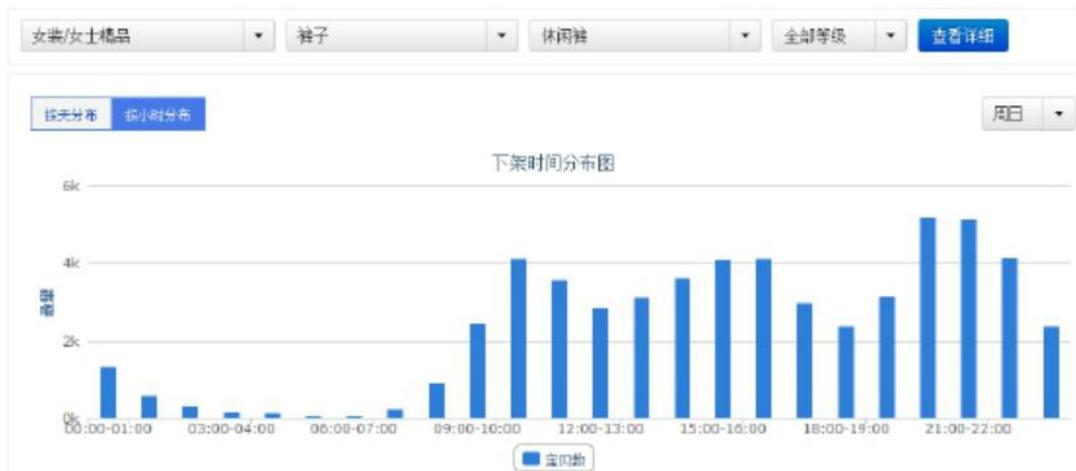


图2 按时段的不同时间段的销量

4) 数据分析与优化

①商品发布后，试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对标题和标题中的关键词进行跟踪。表7为在用的8个关键词某个时段跟踪的相关数据指标，分析表7中数据，可以选择哪两个关键词作为核心关键词，哪两个关键词可以作为二级关键词，最需要更换的关键词是哪个？说明理由。请将回答填入表8中。

②店铺运营一段时间以来，最近发现店铺的DSR评分中的服务态度得分在降低，已经快接近于行业平均值了，请问分析服务态度得分与那些因素相关？需要如何来进行提升？请将回答填入表8中。

表 7 不同关键词的数据指标

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

表 8 数据分析与推广优化

①答:
②答:

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-14)

电商平台运营评分卡（试题 H2-14）

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养(10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。		
工作任务 (90 分)	分析影响宝贝搜索排名的因素 (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 (40)	主关键词和属性词选择	12 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 2 分, 6*2 分=12 分	
		通过站内搜索找关键词	6 分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 2 分, 关键词 4 分; 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词	
			6 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 4 分 关键词选择与题中商品相符合, 且合理; 截图清晰, 从截图中能找到关键词	
		通过搜索热词榜筛选关键词	6 分	要求与验证结果相符且排列顺序一致, 每个 1 分	
		推广宝贝标题设计	10 分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词, 词语重复度, 是否契合卖点等按 0/2/3/4/5 计分标题一 5 分, 标题二 5 分。	
	确定合适宝贝上下架时间 (20 分)	20 分	时间选择正确 4 分, 选择理由说明正确 6 分 多款宝贝上架问题的回答 10 分		
	数据分析和推广优化(22)	数据分析 1	10 分	按关键词的选择正确性给分, 5*1 分=5 分 理由说明正确充分 5 分;	
数据分析 2		12 分	按优化分析的全面性、正确性评分 问题回答 4 分, 优化措施 6 分		
合计		100 分			

试题评阅人签名 _____

15. 试题编号：H2-15，B2C/C2C 平台运营

(1) 任务描述

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

1) 市场选品

①淘宝卖家在选择店铺的主营商品之前，需要了解市场整体趋势，以及所在行业采购市场的行情和动态，熟悉消费者市场的走势和特性。请利用百度指数数据分析平台，查询“土特产”的指数，并分析最近3个月的指数变化趋势，将操作截图并将查询结果填入表1中。

表1 市场选品分析

百度指数近90天截图：			
百度指数趋势变化分析说明：			
相关词搜索热度截图			
相关词搜索热度前3名：			
相关词搜索变化率截图			
相关词搜索变化率前3名：			

2) 商品定价

通过市场分析选品后，小李选定了家乡的土特产的黑茶为主营商品，但商品选择哪个价位段来销售？对于新手淘宝卖家来说，最好的方法是先分析淘宝网中客户对黑茶价位区间喜欢的百分比，再决定自己选择的价位段。请在淘宝搜索框中输入“黑茶”查询客户喜欢百分比最高的价位区间，将查询结果和查询截图保存于表2中。

表2 商品定价

问题1：“黑茶”客户最喜欢的价位区间是多少，占比是多少
问题2：将上述查询结果截图保存于下列单元格中

3) 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要环节。

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

表 3 推广引流--SEO 优化

问题 1: 宝贝标题字数限制在多少个汉字? 宝贝标题中是否可以同时出现“黑茶、红茶、普洱茶、茶杯”, 为什么?
问题 2: 当买家使用某关键词在淘宝搜索框搜索的时候, 同款的宝贝只展示几个? 同一卖家的宝贝只展示几个? 这给宝贝发布带来什么启示?

②在店铺经营的初期, 利用淘宝官方低门槛的活动报名方式参加各种活动, 进而也可为店铺带来巨大的流量。请针对表中的问题进行回答。

表 4 推广引流--活动引流

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

4) 数据分析与优化

店铺试运营一段时间, 可以通过生意参谋、超级店长等工具对店铺相关数据进行跟踪分析, 从而在后期进行优化和改进。表 5 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据, 对表 5 中数据进行分析, 回答表 6 中相关问题。

表 5 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%
海外流量其它	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, HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 H2-15)

评分卡

评价内容		配分	考核点	考核得分	
职业素养 (10 分)		10 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。卷面整洁、排版整齐美观。		
工作任务 (90 分)	市场 选品 (20)	百度指数截图	3 分	截图正确、清晰	
		百度指数趋势变化分析说明	5 分	趋势变化分析正确, 文字简明扼要	
		相关词搜索热度截图及回答	6 分	截图 3 分, 回答 3*1 分=3 分	
		相关词搜索变化率截图及回答	6 分	截图 3 分, 回答 3*1 分=3 分	
	商品宝贝定价 (9 分)		9 分	前 2 问, 每个 3 分, 共 6 分; 后 1 空截图, 3 分	
	推广引流-SEO 优化 (10 分)		20 分	问题 1 第 1 问 4 分, 第 2 问 4 分 问题 2 第 1 问 4 分, 第 2 问 4 分, 第 3 问 4 分	
	推广引流-活动引流		16 分	活动名, 每个 2 分, 共 6 分 聚划算店铺要求, 每个要求 3 分, 共 6 分 宝贝件数和数量, 各 2 分, 共 4 分	
	数据分析与优化		25 分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 每题 5 分, 共 25 分	

	合计	100 分	
--	----	-------	--

试题评阅人签名 _____

模块四 网站（店）美工

1. 试题编号：H3-1，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“刻凡”食品专营店是一家以销售食品为主，经营 2 年多的知名网店。近日，店里马上要迎来 3 周年店庆活动。为此需要对网店装修进行更新。现定本次活动的主题为美食疯抢倒计时。届时将以先领券再购物、新品乐享折上折、收藏再购物即送大礼包等形式，设置满 200-99，满 66 包邮等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-1)

试题评分卡(H3-1)

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

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：H3-2，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“婴之坊”母婴店是一家以销售母婴系列产品的知名网店。近期即将主推一款进口产品——嘉宝蓝莓零食，该产品精选优质蓝莓、100%原装进口，该店欲举办一场零食活动，活动期间全场五折优惠。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 600 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，使用素材中的“背景.jpg”与“蓝莓 1.jpg”“蓝莓 2.jpg”和合适的颜色合成海报背景；

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-2)

试题评分卡(H3-2)

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

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：H3-3，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“祥卿”茶叶店是一家以销售茶叶茶具系列产品的知名网店。近期即将主推产品——信阳毛尖，信阳毛尖具有“细、圆、光、直、多白毫、香高、味浓、汤色绿”的独特风格，是源自大自然的真情回馈，被称为“中国名茶”。该产品精选优质茶叶，活动期间抢购价 188 元。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 600 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，使用素材中 5 个以上的素材合成海报背景；

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“茶具产品.jpg”抠出；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等；

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-3)

试题评分卡(H3-3)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

4.试题编号：H3-4，网店美工设计

(1) 任务描述

湖南娄底响莲实业发展有限公司于 2002 年 9 月投资创办，位于“世界锑都”---冷水江市境内，注册资本 1000 万元，是一家集农业葛根种植、农产品深加工、文化传播、旅游开发、矿产开发、金融担保、小额贷款、航天育种为一体的省级民营农业产业化龙头企业。公司葛根产业化项目于 2011 年被科技部列为冷水江市富民强县项目，在科学技术和资金上得到了大力扶持。公司现有在职员工 265 人，其中大专、本科以上（初级职称以上）专业技术人员 33 人，兼职顾问 6 人。现有固定资产 2335 万元，年产值达 8000 万元人民币。

多年来，公司秉着“诚信为本、创新为荣”的企业经营理念，以质量求生存，以效益求发展，全面打造“响莲”品牌精神。“响莲”牌系列产品先后获得“湖南省著名商标”、“中国驰名商标”、“国家级星火计划项目”、“中国市场放心消费品牌”等荣誉，公司先后被誉为“中国农产品深加工示范企业”、“全国农产品加工创业基地”、“航天生态农业种植示范基地”、“中国娄底航天育种示范基地”、全国青少年宇航科普教育基地”等众多荣誉称号，被省政府授予“湖南省私营企业 100 强”，并排为百强 27 位。

请对品牌“娄底响莲实业”进行标志设计。

- ① 绘制 LOGO 标准图形：要求易于识别，含义明确，造型美观，创意独特，易于延展；
- ② 设计企业标准字体：尺寸与标志配套，美观大方，易于识别、延展；
- ③ 搭配颜色体现企业的个性与特征；
- ④ 撰写设计说明（300 字以上）。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win8 操作系统，Office2016 版本，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本）Illustrator 工具软件（CS6.0 以上版本）。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分细则

见试题评分卡(试题 H3-4)

试题评分卡 (H3-4)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)	专业素质	5分	设计严格按照设计法规执行,符合行业规范; 体现良好的工作习惯,随时保存文件; 正确使用电脑设备,不能携带相关设计作品和素材。记0分/3分/5分	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	文明素质	5分	着装干净、整洁; 举止文明,遵守考场纪律按顺序进出考场; 按照工作要求完成答题,创作内容积极向上,不低俗。记0分/3分/5分	
工作任务 (90分)	标准图形	30分	易于识别,含义明确,造型美观,易于延展 27-30分 比较好 24-26分 一般 18-23分 差 15-17分	
	标准字体	20分	尺寸与标志配套,美观大方,易于识别、延展 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 错一个字 0分	
	标准色彩	20分	能体现企业的个性与特征,色彩协调 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 无色值标注 0分	
	创意	5分	创意新颖独特 5分 比较好 4分 一般 1-3分 无创意 0分	
	整体效果	5分	制作精细,整体效果好 5分 比较好 4分 一般 3分 差 1-2分	

设计说明	5分	用语专业、表达准确、语句通畅、思路清晰 5分 比较好 4分 一般 3分 差1-2分 无创意说明 0分 每少 10 个字扣 1 分，最高扣 5 分 每出现一个错字或标点符号错误扣 1 分，最高扣 5 分	
文件大小、格式及保存	5分	文件大小正确 1分 色彩模式正确 1分 分辨率正确 1分 导出 JPG 文件 1分 文件名正确 1分	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：H3-5，网店美工设计

(1) 任务描述

湖南雪峰种业有限责任公司是一家股份企业，主要从事农作物新品种的引进、选育及其配套高新技术研究开发和示范推广、农业休闲以及农副产品生产加工销售工作。下设邵阳市现代农业示范园、湖南雪峰果业有限责任公司、中日合资南湘(湖南)种苗有限公司、省瓜类研究所等经济实体。注册资本 3000 万元。总公司座落在邵阳市区，属高新技术企业。

公司现有职工 212 人，其中研发人员 76 人，高级农艺师 10 人，农艺师、工程师等 35 人，硕士研究生 4 人，大专以上学历占员工的 90%，平均年龄 36 岁。近年来承担了国家及省部级重大瓜类科研开发课题 20 余项，经国家及省级审定品种 30 个。其中小果型西瓜、无籽西瓜、珍品南瓜的研究开发处于国内领先水平，小玉红无籽西瓜的选育属国内首创，南瓜和无籽西瓜新品种已被省科技厅认定为高新技术产品，“锦栗”南瓜、“红栗”南瓜、“雪峰小玉红无籽”西瓜分别获得湖南省第一届、第二届和第四届农业博览会金奖，几年来共获省市科技成果奖 20 余项，种子销往全国 28 个省市及美国、日本等国，无籽西瓜良种在全国的市场占有率为 35%左右，珍品西瓜、精品南瓜占 40%左右。

请对企业“雪峰种业”的标志进行设计。

- ①绘制 LOGO 标准图形：要求易于识别，含义明确，造型美观，创意独特，易于延展；
- ②设计企业标准字体：尺寸与标志配套，美观大方，易于识别、延展；
- ③搭配颜色体现企业的个性与特征；
- ④撰写设计说明（300 字以上）。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win8 操作系统，Office2016 版本，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Illustrator 工具软件（CS6.0 以上版本）。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分细则

见试题评分卡(试题 H3-5)

试题评分卡 (H3-5)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)	专业素质	5分	设计严格按照设计法规执行,符合行业规范; 体现良好的工作习惯,随时保存文件; 正确使用设备,不能携带相关设计作品和素材。记0分/3分/5分	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	文明素质	5分	着装干净、整洁; 举止文明,遵守考场纪律按顺序进出考场; 按照工作要求完成答题,创作内容积极向上,不低俗。记0分/3分/5分	
工作任务 (90分)	标准图形	30分	易于识别,含义明确,造型美观,易于延展 27-30分 比较好 24-26分 一般 18-23分 差 15-17分	
	标准字体	20分	尺寸与标志配套,美观大方,易于识别、延展 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 错一个字 0分	
	标准色彩	20分	能体现企业的个性与特征,色彩协调 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 无色值标注 0分	
	创意	5分	创意新颖独特 5分 比较好 4分 一般 1-3分 无创意 0分	
	整体效果	5分	制作精细,整体效果好 5分 比较好 4分 一般 3分 差 1-2分	

设计说明	5分	用语专业、表达准确、语句通畅、思路清晰 5分 比较好 4分 一般 3分 差1-2分 无创意说明 0分 每少 10 个字扣 1 分，最高扣 5 分 每出现一个错字或标点符号错误扣 1 分，最高扣 5 分	
文件大小、格式及保存	5分	文件大小正确 1分 色彩模式正确 1分 分辨率正确 1分 导出 JPG 文件 1分 文件名正确 1分	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：H3-6，网店美工设计

(1) 任务描述

口口香米业股份有限公司地处资源丰富的洞庭湖腹地、湖南粮食主产区—益阳市大通湖区北洲子镇。2004年8月，通过整体收购四家国有企业组建而成。公司已通过ISO9001：2000质量管理体系认证、HACCP食品安全管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、OHSAS18001职业健康安全管理体系认证，被中国粮食行业协会评为企业信用评价AAA级信用企业、全国诚信粮油企业，是全国服务新农村建设百佳乡镇民营企业、湖南省农业产业化龙头企业、湖南省大米加工五强企业、湖南省重点粮油加工企业。公司下辖三家分公司，注册资金5088万元，总资产近3亿元，占地面积200亩，有十多条进口和国产的精品加工生产线，年加工大米能力30万吨。公司收购储备实力雄厚，下设10个收储站，18个收购网点，34栋仓库，有效储备仓容10万吨，仓储全部实行电子化管理，是中央粮食最低收购价定点收储企业。主要经营项目为发展现代绿色农业、粮食储备、加工、销售、物流配送、农资商业、宾馆服务业及副产品深度加工等。口口香系列大米已全部通过国家绿色食品认证，并荣获2008年人文奥运产品设计大赛金奖。公司曾多次参加全国农产品展会并屡次获得金奖。生产能力与产品销售位居同行前列，已成为了全国规模最大的粮食加工民营企业之一。2005年元月，省发改委主任（原益阳市委书记）蒋作斌到企业考察调研时将公司产品命名为“口口香”。

请对企业“口口香米业”的标志进行设计。

- ①绘制LOGO标准图形：要求易于识别，含义明确，造型美观，创意独特，易于延展；
- ②设计企业标准字体：尺寸与标志配套，美观大方，易于识别、延展；
- ③搭配颜色体现企业的个性与特征；
- ④撰写设计说明（300字以上）。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win8操作系统，Office2016版本，Photoshop工具软件

（CS6.0以上版本），Illustrator工具软件（CS6.0以上版本）。

(3) 考核时量

本试题测试要求90分钟完成。

(4) 评分细则

见试题评分卡(试题H3-6)

试题评分卡 (H3-6)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)	专业素质	5分	设计严格按照设计法规执行,符合行业规范; 体现良好的工作习惯,随时保存文件; 正确使用设备,不能携带相关设计作品和素材。记0分/3分/5分	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	文明素质	5分	着装干净、整洁; 举止文明,遵守考场纪律按顺序进出考场; 按照工作要求完成答题,创作内容积极向上,不低俗。记0分/3分/5分	
工作任务 (90分)	标准图形	30分	易于识别,含义明确,造型美观,易于延展 27-30分 比较好 24-26分 一般 18-23分 差 15-17分	
	标准字体	20分	尺寸与标志配套,美观大方,易于识别、延展 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 错一个字 0分	
	标准色彩	20分	能体现企业的个性与特征,色彩协调 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 无色值标注 0分	
	创意	5分	创意新颖独特 5分 比较好 4分 一般 1-3分 无创意 0分	
	整体效果	5分	制作精细,整体效果好 5分 比较好 4分 一般 3分 差 1-2分	

设计说明	5分	用语专业、表达准确、语句通畅、思路清晰 5分 比较好 4分 一般 3分 差1-2分 无创意说明 0分 每少 10 个字扣 1 分，最高扣 5 分 每出现一个错字或标点符号错误扣 1 分，最高扣 5 分	
文件大小、格式及保存	5分	文件大小正确 1分 色彩模式正确 1分 分辨率正确 1分 导出 JPG 文件 1分 文件名正确 1分	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

7.试题编号：H3-7，网店美工设计

(1) 任务描述

桃江县竹缘林科开发有限公司位于竹修林茂、山青水秀的桃花江。依托桃江丰富的竹资源,采用竹笋生态栽培技术,传承竹笋食用古法手艺,运用现代技术手段,按照食品安全标准,专业生产以竹笋为原料的森林蔬菜。将竹笋传统的清水浸、流水漂、开水煮,演绎成了循古而不泥古的规范化现代生产工艺,解决了传统技艺的浸七天,泡五日,漂十遍,煮二次竹笋“好吃难做”的不足,生产出了保留竹笋清香风味,顺润糯嫩、爽脆弹滑的“竹聚缘”牌竹笋预制菜。主要有原味脆笋、柴熏烟笋、清香糯笋、竹香玉兰等系列产品,适应“爆榴炖煨、焖蒸泡缸”等中华经典厨艺,任其所好,随其所用。

为了公司创新发展和服务消费者,组建了专业团队,在中南林业科技大学的专家教授指导下,投入5000余万元,建设了3000余亩竹笋生态培育基地和可年产1000多万斤以毛竹笋为原料的森林蔬菜生产线,是“国家林下经济示范基地”、“湖南省绿色食品示范基地”、“湖南省现代林业特色产业园”、“农村一二三产业(桃江竹笋)融合发展省级示范县创建单位”和“县长质量奖”。

公司“竹聚缘”牌系列竹笋产品,是国家地理证明商标“桃江竹笋”授权使用单位:是《毛竹复水笋加工技术规程》、“桃江竹笋”团体标准主要参与编制单位和执行企业:是全国第一个“竹业小镇”竹笋产业生态建设主要单位。形成了以“竹聚缘”为中心的竹笋产业生态群落,使“层离锦捧,节节露琅玕”的竹笋,成为了绿色健康的美味佳肴,服务消费者。

公司秉持“信行笃敬,惠及乡邻,匠心务实,精益求精”的理念,利人达己,怀利禄兴,在为人们提供“集日月之灵气,沐雨露之精华”的生态健康竹食品中,为竹区经济发展,竹农致富而像云情清高的竹子一样,勤勉如恒地鞠躬尽瘁。

请对企业“竹聚缘”的标志进行设计。

- ①绘制 LOGO 标准图形: 要求易于识别, 含义明确, 造型美观, 创意独特, 易于延展;
- ②设计企业标准字体: 尺寸与标志配套, 美观大方, 易于识别、延展;
- ③搭配颜色体现企业的个性与特征;
- ④撰写设计说明(300字以上)。

(2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: win7\win8 操作系统, Office2016 版本, Photoshop 工具软件

(CS6.0 以上版本), Illustrator 工具软件 (CS6.0 以上版本)。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分细则

见试题评分卡(试题 H3-7)

试题评分卡 (H3-7)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)	专业素质	5分	设计严格按照设计法规执行,符合行业规范; 体现良好的工作习惯,随时保存文件; 正确使用设备,不能携带相关设计作品和素材。记0分/3分/5分	严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分
	文明素质	5分	着装干净、整洁; 举止文明,遵守考场纪律按顺序进出考场; 按照工作要求完成答题,创作内容积极向上,不低俗。记0分/3分/5分	
工作任务 (90分)	标准图形	30分	易于识别,含义明确,造型美观,易于延展 27-30分 比较好 24-26分 一般 18-23分 差 15-17分	
	标准字体	20分	尺寸与标志配套,美观大方,易于识别、延展 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 错一个字 0分	
	标准色彩	20分	能体现企业的个性与特征,色彩协调 18-20分 比较好 15-17分 一般 12-14分 差 10-11分 无色值标注 0分	
	创意	5分	创意新颖独特 5分 比较好 4分 一般 1-3分 无创意 0分	
	整体效果	5分	制作精细,整体效果好 5分 比较好 4分 一般 3分 差 1-2分	

设计说明	5分	用语专业、表达准确、语句通畅、思路清晰 5分 比较好 4分 一般 3分 差1-2分 无创意说明 0分 每少 10 个字扣 1 分，最高扣 5 分 每出现一个错字或标点符号错误扣 1 分，最高扣 5 分	
文件大小、格式及保存	5分	文件大小正确 1分 色彩模式正确 1分 分辨率正确 1分 导出 JPG 文件 1分 文件名正确 1分	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H3-8，网店美工设计

(1) 任务描述

桃江县修山镇修山面取修山泉水和制而成，由于水质纯美，面条柔软而耐煮，色、香、味俱佳深受人们喜爱。“羞山官厅面”作为修山面的杰出代表，拥有面片油亮光洁、久煮不浑汤、不粘口、回锅如初、易煮易熟、口感却不失筋道与爽滑等特点。“羞山官厅面”已有 300 多年的历史，其制作技艺以修山钟氏面业为主。它作为修山面的代表，获得过“湖南省著名商标”“湖南老字号”“益阳市非物质文化遗产”等诸多荣誉。产品销本省，以及北京、广州、上海等地。

请对品牌“羞山官厅面”进行标志设计。

- ④ 绘制 LOGO 标准图形：要求易于识别，含义明确，造型美观，创意独特，易于延展；
- ⑤ 设计企业标准字体：尺寸与标志配套，美观大方，易于识别、延展；
- ⑥ 搭配颜色体现企业的个性与特征；

④ 撰写设计说明（300 字以上）。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7/win8 操作系统，Office2016 版本，Photoshop 工具软件

（CS6.0 以上版本），Illustrator 工具软件（CS6.0 以上版本）。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分细则

见试题评分卡(试题 H3-8)

试题评分卡（H3-8）

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素	专业素质	5 分	设计严格按照设计法规执行，符合行业规范； 体现良好的工作习惯，随时保存文件； 正确使用电脑设备，不能携带相关设计作品和素材。记 0 分/3 分/5 分	严重违反考场纪律、造成恶

养 (10 分)	文明素质	5 分	着装干净、整洁； 举止文明，遵守考场纪律按顺序进出考场； 按照工作要求完成答题，创作内容积极向上，不低俗。记 0 分/3 分/5 分	劣影响 的本项 目记 0 分	
工 作 任 务 (90 分)	标准图形	30 分	易于识别，含义明确，造型美观，易于延展 27-30 分 比较好 24-26 分 一般 18-23 分 差 15-17 分		
	标准字体	20 分	尺寸与标志配套，美观大方，易于识别、延展 18-20 分 比较好 15-17 分 一般 12-14 分 差 10-11 分 错一个字 0 分		
	标准色彩	20 分	能体现企业的个性与特征，色彩协调 18-20 分 比较好 15-17 分 一般 12-14 分 差 10-11 分 无色值标注 0 分		
	创意	5 分	创意新颖独特 5 分 比较好 4 分 一般 1-3 分 无创意 0 分		
	整体效果	5 分	制作精细，整体效果好 5 分 比较好 4 分 一般 3 分 差 1-2 分		

设计说明	5分	用语专业、表达准确、语句通畅、思路清晰 5 分 比较好 4 分 一般 3 分 差1-2分 无创意说明 0 分 每少 10 个字扣 1 分，最高扣 5 分 每出现一个错字或标点符号错误扣 1 分，最高扣 5 分	
文件大小、格式及保存	5分	文件大小正确 1 分 色彩模式正确 1 分 分辨率正确 1 分 导出 JPG 文件 1 分 文件名正确 1 分	
合计	100 分		

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：H3-9，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

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

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

2) 店铺 Banner

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

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

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

④存储要求：将制作好的 banner 图片储存为“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

选择素材文件夹下产品原图制作主图 1 和主图 2，主图制作可以选用一张产品原图制作，也可采用两张产品原图的合成；

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

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

③卖点文案：在主图中加入合适的卖点文案，如“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等促销信息，天然、无污染等卖点。

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 H3-9)

试题评分卡(H3-9)

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

工作任务
(95分)

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：H3-10，网店美工设计

(1) 任务描述

“健来福干货店”是一家专营天然绿色的农产品特色干货销售店。为了拓展客户市场，“健来福干货店”将进驻淘宝平台进行网上销售。

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

1) 店铺 Logo

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

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

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 72 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裁剪、合成等操作，制作 Banner 的背景。

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

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 款主打商品黄花菜和红枣制作主图）

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卖点元素：在主图设计中加入诸如：产品价格、“满*送*”、绿色、天然、无污染、农家自制等体现卖点和吸引力的元素。

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 H3-10)

试题评分卡 (H3-10)

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

工作任务
(95分)

试题评阅人签名 _____

11. 试题编号：H3-11，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

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

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

④海报中的文字信息：请从素材资料中提取“袁隆平亲笔签名”，并设置合适的样式，融入到海报主题中。从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭”系列字体。

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

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 300KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-11)

试题评分卡(H3-11)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	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_____

12. 试题编号：H3-12，网店美工设计

(1) 任务描述

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

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

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

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

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

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

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

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 300KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-12)

试题评分卡(H3-12)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	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_____

13.试题编号：H3-13，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】雅安市三和源农业种植有限公司是一家专业种植生产猕猴桃的水果公司，公司成立于2012年7月25日，位于四川省雅安市名山区建山乡横山庙电站，公司定位是坚持生态健康的农业服务于社会，主要经营绿心猕猴桃、红心猕猴桃、黄心猕猴桃。该公司保证所有产品质地柔软，口感酸甜，绿色食品，保证健康。尤其是绿心猕猴桃，人称水果之王，鲜嫩多汁。现定本次活动的时间为：10月12日至13日，回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为1920像素，高度为800像素，分辨率为100像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动和“背景资料”主题提示，设置适当的渐变颜色。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求90分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-13)

试题评分卡(H3-13)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

14 试题编号：H3-14，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】河北旭日袜业有限公司位于邢台市，是一家以各种运动袜，纯棉春秋袜，纯棉加厚袜子的企业，公司自创办以来一直秉承“质量价格合理服务到位”的经营理念。近日，公司里马上要迎来“秋季新品”酬谢活动，新品袜子保证“零感贴合，舒爽透气”，为此需要对网店装修海报进行更新。届时设置“满 99-10，满 199 减 30”等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动和“背景资料”主题提示，设置适当的渐变颜色。

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-14)

试题评分卡(H3-14)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：H3-15，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】望家欢农产品集团有限公司（简称“望家欢”），于1995年创办成立，企业以“服务农业、服务人民”为最高服务宗旨，是专业食材供应链服务的大型科技平台，是我国食材供应链产业的创新者和领军者，通过二十多年的深耕与发展，已经聚合发展成为集现代农业、现代流通业与现代服务业于一体的产业互联网新生态，能24小时移动菜市场。

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：宽度为1920像素，高度为800像素，分辨率为100像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动和“背景资料”主题提示，设置背景。

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求90分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-15)

试题评分卡(H3-15)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

16.试题编号：H3-16，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“养蜂人”是一家蜂蜜装卖直营店，近期即将进一步开拓蜂蜜市场，为此需要对网店装修进行更新，现定本次活动主要是宣传“绿色、健康”的大自然农家土蜂蜜。该店欲举办一场优惠活动，活动期间全场设置满 200 减 80，满 100 减 30，满 50 减 10 等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

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

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-16)

试题评分卡(H3-16)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

17.试题编号：H3-17，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“树林干货店”是一家专营天然绿色的农产品特色干货销售店。为了拓展客户市场，该店将上新一批鲜美香菇，香菇的品质非常好，菇肉肥厚且洁白，香气四溢，色泽自然。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，适当使用拼色做背景。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-17)

试题评分卡(H3-17)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：H3-18，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“水果管家”是一家以销售水果为主，经营 5 年多的知名网店。近日，店里有一批芒果上新，打开芒果的销售市场。为此需要对网店装修进行更新，现定本次活动主要是宣传芒果的新鲜度。该店欲举办一场优惠活动，活动期间全场设置满 200-30 等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，适当使用拼色做背景。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-18)

试题评分卡(H3-18)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

19.试题编号：H3-19，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“五湖米业”是一家以有机大米为主，经营3年多的知名网店。近日，店里有一批新米上线，为此需要对网店装修进行更新，现定本次活动主题是美味大米，喷香四溢。该店欲举办一场优惠活动，活动期间全场设置满200减20，满400减50等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为1920像素，高度为800像素，分辨率为100像素/英寸。
②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，使用素材中的“麦穗.jpg”与“田地.jpg”和合适的颜色合成海报背景；

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求90分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题H3-19)

试题评分卡(H3-19)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

20.试题编号：H3-20，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“秦府茶行”旗舰店是一家以销售茶叶茶具系列产品的知名网店。近期即将有一批新品茶叶上市，为新产品开展促销活动，举办“珍品春茶节”。该店精选优质茶叶，品质较高。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 700 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，合理使用提供素材合成海报背景；

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(H3-20)

试题评分卡(H3-20)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

21.试题编号：H3-21，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“鲜祖海洋”食品专营店是一家以销售海鲜为主的知名网店。近日，店里准备举行店庆活动，为此需要对网店进行海报宣传更新。现定本次活动的主题为吃货节，海纳百鲜。届时将以先领券再购物、新品乐享折上折、收藏再购物即送大礼包等形式，设置满 199-80，满 299-120 等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 700 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，选择合适素材合成背景。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-21)

试题评分卡(H3-21)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

22.试题编号：H3-22，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“棠品”旗舰店是一家以销售坚果为主，经营9年多的知名网店。近日，店里马上要迎来新品活动，推出一款休闲开心果作为主打产品，为此需要对网店进行新品海报宣传更新。现定本次活动的主题为休闲时刻。届时将以先领券再购物、新品乐享折上折、收藏再购物即送大礼包等形式，设置满100-30，满68包邮等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为1920像素，高度为800像素，分辨率为100像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，选择合适素材合成背景。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求90分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(H3-22)

试题评分卡(H3-22)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

23.试题编号：H3-23，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“马哥袜铺”是一家袜子专卖直营店，近期即将进一步开拓袜子市场，为此需要对网店装修进行更新，现定本次活动主要是宣传“零感贴合、舒爽透气”的时尚纯棉透气中筒袜。该店欲举办一场优惠活动，活动期间全场设置满 99 减 10，满 199 减 30 等活动回馈广大顾客。

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

①海报尺寸：宽度为 1920 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，适当使用拼色做背景；

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡 (H3-23)

试题评分卡(H3-23)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

24.试题编号：H3-24，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“水杯管家”是一家以销售水杯为主，经营 5 年多的知名网店。夏季，店里有一批迷你随手杯上新，打开水杯的销售市场。为此需要对网店装修进行更新，现定本次活动主要是宣传水杯的迷你。现定本次活动主要是宣传“7.8-7.10 夏日大放价”

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：宽度为 1920 像素，高度为 800 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

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

③海报中的产品展示：将试题素材中产品“水杯 1-3”图片缩放到合适比例大小，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，如投影、外发光效果等；

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡

试题评分卡(H3-24)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

25.试题编号：H3-25，网店美工设计

(1) 任务描述

【背景资料】“海鲜大咖”是一家以销售海鲜为主，经营 5 年多的知名网店。近日，店里有一批新鲜深海海鲜上新，打开海鲜的销售市场。为此需要对网店装修进行更新，现定本次活动主要是宣传海鲜的新鲜度。该店欲举办一场全场六折包邮的优惠活动回馈广大客户。

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：宽度为 1920 像素，高度为 650 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，适当使用渐变做背景。

③海报中的产品展示：将素材中产品“海鲜，水，草，柠檬”缩放到合适比例大小，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，如投影效果等；

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-25)

试题评分卡(H3-25)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____