



娄底职业技术学院
Loudi Vocational and Technical College

娄底职业技术学院

学生专业技能考核题库

电子商务

2023年9月

试题库说明

本题库依据电子商务专业技能考核标准制定，考核内容分专业基础技能、专业核心技能、专业拓展技能三个模块。其中专业基础技能模块设置：售前网络客户服务与管理和售后网络客户服务与管理 2 个项目；专业核心技能模块设置：网店美工、电商平台运营、搜索引擎推广 3 个项目；专业拓展技能模块设置：新媒体推广文案 1 个项目。

现试题库编写有：专业基础技能模块试题 30 套，其中售前网络客户服务与管理试题 12 套，售后网络客户服务与管理试题 18 套；专业核心技能模块试题 40 套，其中网店美工试题 25 套，电商平台运营试题 5 套，搜索引擎推广试题 10 套；专业核心技能模块新媒体推广文案试题 10 套，试题总量为 80 套。能满足考试抽考要求：①由于抽考方式是每个学生考试哪个模块、哪套题是由抽考当天才确定，因此每个学生 80 套题都要准备；②抽考试题内容设计是技能评价与素养评价相结合。

目 录

模块一：专业基础技能	1
项目 1：售前网络客户服务与管理	1
1. 试题编号：1-1-1，售前网络客户服务与管理	1
2. 试题编号：1-1-2，售前网络客户服务与管理	4
3. 试题编号：1-1-3，售前网络客户服务与管理	7
4. 试题编号：1-1-4，售前网络客户服务与管理	10
5. 试题编号：1-1-5，售前网络客户服务与管理	13
6. 试题编号：1-1-6，售前网络客户服务与管理	16
7. 试题编号：1-1-7，售前网络客户服务与管理	19
8. 试题编号：1-1-8，售前网络客户服务与管理	22
9. 试题编号：1-1-9，售前网络客户服务与管理	25
10. 试题编号：1-1-10，售前网络客户服务与管理	29
11. 试题编号：1-1-11，售前网络客户服务与管理	32
12. 试题编号：1-1-12，售前网络客户服务与管理	35
项目 2：售后网络客户服务与管理	38
1. 试题编号：1-2-1，售后网络客户服务与管理	38
2. 试题编号：1-2-2，售后网络客户服务与管理	41
3. 试题编号：1-2-3，售后网络客户服务与管理	44
4. 试题编号：1-2-4，售后网络客户服务与管理	47
5. 试题编号：1-2-5，售后网络客户服务与管理	50
6. 试题编号：1-2-6，售后网络客户服务与管理	53
7. 试题编号：1-2-7，售后网络客户服务与管理	56
8. 试题编号：1-2-8，售后网络客户服务与管理	59
9. 试题编号：1-2-9，售后网络客户服务与管理	62
10. 试题编号：1-2-10，售后网络客户服务与管理	65
11. 试题编号：1-2-11，售后网络客户服务与管理	68
12. 试题编号：1-2-12，售后网络客户服务与管理	71
13. 试题编号：1-2-13，售后网络客户服务与管理	74
14. 试题编号：1-2-14，售后网络客户服务与管理	77
15. 试题编号：1-2-15，售后网络客户服务与管理	80
16. 试题编号：1-2-16，售后网络客户服务与管理	83
17. 试题编号：1-2-17，售后网络客户服务与管理	86
18. 试题编号：1-2-18，售后网络客户服务与管理	89
模块二：专业核心技能	92
项目 1：网店美工	92
1. 试题编号：2-1-1，网店美工	92
2. 试题编号：2-1-2，网店美工	94
3. 试题编号：2-1-3，网店美工	96
4. 试题编号：2-1-4，网店美工	98
5. 试题编号：2-1-5，网店美工	100

6. 试题编号: 2-1-6, 网店美工	102
7. 试题编号: 2-1-7, 网店美工	104
8. 试题编号: 2-1-8, 网店美工	106
9. 试题编号: 2-1-9, 网店美工	108
10. 试题编号: 2-1-10, 网店美工	110
11. 试题编号: 2-1-11, 网店美工	112
12. 试题编号: 2-1-12, 网店美工	114
13. 试题编号: 2-1-13, 网店美工	116
14. 试题编号: 2-1-14, 网店美工	118
15. 试题编号: 2-1-15, 网店美工	120
16. 试题编号: 2-1-16, 网店美工	122
17. 试题编号: 2-1-17, 网店美工	124
18. 试题编号: 2-1-18, 网店美工	126
19. 试题编号: 2-1-19, 网店美工	128
20. 试题编号: 2-1-20, 网店美工	130
21. 试题编号: 2-1-21, 网店美工	132
22. 试题编号: 2-1-22, 网店美工	134
23. 试题编号: 2-1-23, 网店美工	136
24. 试题编号: 2-1-24, 网店美工	138
25. 试题编号: 2-1-25, 网店美工	140
项目 2: 电商平台运营	142
1. 试题编号: 2-2-1, 电商平台运营	142
2. 试题编号: 2-2-2, 电商平台运营	147
3. 试题编号: 2-2-3, 电商平台运营	152
4. 试题编号: 2-2-4, 电商平台运营	157
5. 试题编号: 2-2-5, 电商平台运营	163
项目 3: 搜索引擎推广	167
1. 试题编号: 2-3-1, 搜索引擎推广	167
2. 试题编号: 2-3-2, 搜索引擎推广	173
3. 试题编号: 2-3-3, 搜索引擎推广	178
4. 试题编号: 2-3-4, 搜索引擎推广	183
5. 试题编号: 2-3-5, 搜索引擎推广	189
6. 试题编号: 2-3-6, 搜索引擎推广	195
7. 试题编号: 2-3-7, 搜索引擎推广	202
8. 试题编号: 2-3-8, 搜索引擎推广	208
9. 试题编号: 2-3-9, 搜索引擎推广	214
10. 试题编号: 2-3-10, 搜索引擎推广	220
模块三: 专业拓展技能	226
项目 1: 新媒体推广文案	226
1. 试题编号: 3-1-1, 新媒体推广文案	226
2. 试题编号: 3-1-2, 新媒体推广文案	230
3. 试题编号: 3-1-3, 新媒体推广文案	233
4. 试题编号: 3-1-4, 新媒体推广文案	237

5. 试题编号：3-1-5，新媒体推广文案	241
6. 试题编号：3-1-6，新媒体推广文案	245
7. 试题编号：3-1-7，新媒体推广文案	249
8. 试题编号：3-1-8，新媒体推广文案	252
9. 试题编号：3-1-9，新媒体推广文案	255
10. 试题编号：3-1-10，新媒体推广文案	258

电子商务专业学生专业技能考核题库

模块一：专业基础技能

项目 1：售前网络客户服务与管理

1. 试题编号：1-1-1，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

麦德龙超市是德国最大、欧洲第二、世界第三的零售批发超市集团，在全球 33 个国家拥有超过 3000 家门店，拥有近 20 万名员工，年销售额超过 1000 亿德国马克。麦德龙超市 1995 年进入中国，一直秉承着其独特的经营理念。

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

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

中国麦德龙具有许多优势，例如：麦德龙商场的商品超过 20000 种，大部分由国内名牌企业和合资企业提供；面向中小型零售商、酒店、餐饮业、工厂、企事业单位、政府和团体等专业客户，致力于成为专业客户的超级仓库；以其强大的采购能力、低成本的运作为客户提供高质低价的商品；严格遵守中国法律，向当地政府交纳大量税款，对员工进行专业培训促进就业及当地经济。

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。

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

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

根据背景材料的第 2 段到第 5 段，简单概括出麦德龙不同于其他竞争对手的 4 个服务特色（不超过 200 个字），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。填入表3

表3 客户终生价值

计算客户的终生价值

4) 客户分级管理

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

表4 客户分级管理利润表

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

分析上表数据，回答下表中提出的问题。

表5 客户分级管理

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前客户服务与管理评分卡（题1-1-1）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-1）

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80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
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分
			文不对题	0-2分
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确	28-30分
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分
			典型户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分
	客户价值计算	12分	计算公式,价值大小计算正确,每空2分,共12分	
	客户分类管理	18分	反映现象描述完全正确4分,如何看待该现象4分。客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。	
	合计		100分	

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：1-1-2，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

在存活率极低的网络公司中，携程已发展成为中国最大的在线旅游服务公司，并努力打造中国人自己的旅游帝国。携程是一个在线票务服务公司，创立于1999年，总部设在中国上海。携程旅行网拥有国内外六十余万家会员酒店可供预订，是中国领先的酒店预订服务中心。

携程旅游私人向导平台有近500名导游加入。导游发布的服务在国内是徒步向导，包括9小时每天的讲解和向导服务。游客可以通过平台完成服务预订和交易全过程。携程顾问借助携程品牌和产品库为客人提供旅游咨询和预定服务。

使用携程顾问APP，携程顾问可以给想要旅游咨询和预订服务的消费者提供最有效的帮助。携程网推出的机票、火车票同时预订功能在国内在线旅游行业中尚属首次出现。该功能来源于对用户行为习惯的深入观察，创新性地将机票和火车票放在同一页面进行价格上的对比，改变了传统火车票单一的订票页面模式，解决了因价格选择难的问题。

近期，在南京、杭州、成都等机场推出全新的“携程度假体验中心”，摒弃了之前无门槛烂发会员卡的“硬销”品牌推广方式，发会员卡这种推广方式被各行各业烂用，发卡效果降下最低点，无法获得下游客户。而“携程度假体验中心”这种品牌推广新策略在这种市场情况下优势渐渐崭露。应正携程CEO范敏曾经说过的话：在线旅行服务行业发展到今天，回归管理和营销层面的竞争是个必然趋势。

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/>请描述此网站的特色与优势（建议从平台的模式分析、平台所能提供的服务、还有赢利模式进行分析）（不超过200个字），填入表1

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）

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) 邮件营销

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

表3 邮件营销

邮件标题：	
邮件内容：	

4) 客户价值计算

假定一个客户在携程旅游每个季度有交易记录1次，平均每次交易发生额1000元，以平均客户生命周期10年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对携程旅游提

供的服务满意,那他可能将自己的满意告诉另外 10 人;如果不满意,则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%,抱怨的人的转换率为 90%转化率,或增加了携程旅游的忠实客户,或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表。

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)			

(2) 实施条件

硬件: 计算机专用机房一间、连接互联网(全部采用电子文档批阅)

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前客户服务与管理评分卡(题 J1-1-2)

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-2）

评价内容		配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)		20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0/12/20分标准评分		
技能 (80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	
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分	
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分	
			文不对题	0-2分	
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确	28-30分	
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分	
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分	
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分	
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分	
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分	
			典型户群不明确;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	18分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站特色与优势概括出来	15-18分	
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出网站的特色与优势。	11-14分	
			结构较严谨、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。	7-10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。	4-6分	
			文不对题	0-3分	
	客户价值计算	12分	计算公式,价值大小计算正确。		
	合计			100分	

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：1-1-3，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

聚美优品(<http://www.jumei.com/>)首创“化妆品团购”模式：每天在网站推荐十几款热门化妆品。聚美优品的信息发布客户是自己，即自建渠道、仓储和物流，销售化妆品。严格意义上说，它是采取团购形式的垂直类女性化妆品 B2C。承诺“100%正品”、“100%实拍”和“30 天拆封无条件退货”政策。将消费群体锁定为时尚女性，以 19-30 岁为最核心用户，主要用户学历集中在大学生和研究生水平，呈现高素质，分布行业主要为教育最多，其次为 IT 业、金融业等。2015 年 4 月 15 日，聚美优品宣布开通独立母婴频道，正式进军跨境母婴。而随着聚美极速免税店业务的发展与成熟，海外母婴产品最难解决的货源问题通过海外直采已经得到解决，而物流问题在保税区政策的出台后也被解决。从 2010 年 3 月成立至今，凭借口碑传播，聚美优品拥有 5000 万注册用户，占女性化妆品团购市场份额的 80%以上。

京东商城(<http://www.jd.com/>)，专业的综合网上购物商城，销售超数万品牌、4020 万种商品，囊括家电、手机、电脑、母婴、服装等 13 大品类。秉承客户为先的理念，京东所售商品为正品行货、全国联保、机打发票。京东动作频频，继推出“京东快递”开放物流平台后，又推出了供应链金融服务，面向供应商提供贷款。统计显示京东进入的领域达 16 项之多，包括收购第三方支付网银在线，上线数字音乐和应用平台，推出网游、在线旅游、医药电商等等。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

访问聚美优品和京东商城，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)(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）

假如你是京东商城的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？填写表 2

表 2 沟通客户需求

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

3) 客户价值分析

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

表 3 客户价值分析

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

4) 客户管理

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

客户：你好，我想买一台手机。

客服：您好！欢迎光临京东商城，请问您需要什么样的手机？

客户：我觉得我现在的手机屏幕太小了，想换个大的。

客服：除了屏幕大点，还需要什么功能吗？

客户：这个倒没仔细考虑过。

客服：建议了解一下您平时的工作和生活手机的使用频繁吗？

客户：工作中电话比较多，偶尔上上网。

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

客户：我看看，……不错，那我就买这个吧。

客服：好的，感谢您的惠顾，还有什么需要我会随时为您服务。

表 4 客户管理

你觉得该客户属于什么类型	
针对该类客户应该注意哪些问题	

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则：见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-3）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-3）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20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0/12/20分标准评分	
技能 (80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
		10-15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。
		5-9分	结构较严谨、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。
		3-4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。
		0-2分	文不对题。
	客户沟通技巧	25分	促成交易 7分 能给出合适满意的客服口语答案,并促成交易,语言简洁准确。
		6分	介绍商品 6分 能给出较为合适的客服口语答案,能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。
		6分	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。
	客户价值分析	20分	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。
		10分	客户群特点描述准确 10分。
客户分类管理	15分	产品推介方式恰当、适合 10分。	
	5分	客户分类完全正确 5分。	
合计		100分	

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：1-1-4，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南省怡清源茶业有限公司成立于1996年07月25日(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。特色产品有：绿茶系类：野针王、故园香；黑茶系类：黑玫瑰（野尖黑茶）、千两茶；红茶系类：安红壹号；主要以特产茶、礼品茶、高档茶、办公用茶为主导。

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，不超过200个字）。将内容填入表1。

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，我想买安化的黑茶，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	产品推介方式
按收入状况划分		
按年龄划分		
假如要对该公司的客户群进行拓展，你认为什么样的客户群将是本公司的发展对象，并加以说明分析？		

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-4）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-4）

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20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0/12/20分标准评分	
技能 (80分)	客前的准备 (20分)	公司产品定位 8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 8分	目标客户群至少三类以上，且描述准确。	
		营销模式 4分	营销模式准确，进行适当说明。	
	客户沟通技巧 (25分)	促成交易 7分	能给出合适满意的客服口语答案，并促成交易，语言简洁准确。	
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	
		商品推荐 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对不同情况能做出较为准确的分析，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。	
		质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
	客户价值分析 (20分)	客户群划分 10分	能针对本公司产品准确划分各类客户群，语句表达流畅通畅。	
		产品推介方式 10分	产品推介方式针对客户群体的划分，结合客户群体的特点，表述清楚，具有很强的可行性。	
	客户拓展 (15分)	15分	针对潜在客户群，策划客户拓展方案，要求文笔通顺、方案具体、切实可行。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：1-1-5，售前网络客户服务与管理

(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。产品以健康饮食电器为特色、产品主要涵盖豆浆机、破壁机、电饭煲、洗碗机等，主要人群为关注健康、享受高品质生活的人士。背后的九阳股份有限公司连续十一年荣获“年度最具影响力小家电品牌”，发展成为中国健康饮食电器行业的第一品牌。

1) 客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

打开九阳旗舰店站点，请描述九阳旗舰店，要求包括主要经营范围、产品特点、适合人群，经营思想 (不超过 200 个字)。将内容填入表 1

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)

分析九阳官方旗舰店的目标客户有哪些？请模拟售前客户服务人员，就九阳官方旗舰店的 Joyoung/九阳 K12-F3 开水煲电热水壶家用星月壶 304 不锈钢

(<https://detail.tmall.com/item.htm?spm=alzl0.5-b-s.w4011-14873367850.152.15694f93BNy4zU&id=37463185740&rn=6168d6e78c12dd918e4ce8286c390904&abbucket=1>) 对目标客户区中不同类型的客户分别进行具有各自特点，满足不同需求的产品介绍。(自行在单元格中添加横线，以便区分)。将模拟情况填入下表 2。

表 2 沟通客户需求

客户类型	产品介绍

3) 客户价值计算

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

表 3 客户价值计算

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

4) 客户分类管理

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

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

分析上表数据，完成下表 4 内容填写

表 4 客户分类管理

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则：见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-5）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-5）

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20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 0/12/20 分标准评分。	
技能 (80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
			结构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分
			文不对题。	0-2分
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群能按照特点进行产品和卖点介绍，语言富有感染力，能对消费者购买欲望形成足够刺激。	24-30分
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群基本能按照特点进行产品和卖点介绍，语言表达正确，层次感好。	21-24分
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；对产品内容和特色介绍准确，不能很好的区别每一类客户。	18-20分
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；文字表达无误。	15-17分
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；产品介绍文不对题。	0-14分
	客户价值计算	12分	计算公式，价值大小计算正确，每空 2 分，共 12 分。	
	客户分类管理	18分	客户分类完全正确 8 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。 客户分级管理的意义 4 分，高效的管理措施 6 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行扣分。	
合计			100分	

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：1-1-6，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

唯品会 (<http://www.vip.com/>)，一家专门做特卖的网站，在中国开创了“名牌折扣+限时抢购+正品保障”的创新电商模式。每天 100 个品牌授权特卖、确保正品、确保特价、限量抢购。在线销售服饰鞋包、美妆等各类名品。以最低至 1 折的折扣实行 3 天限时抢购，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会创立之初，即推崇精致优雅的生活理念，倡导时尚唯美的生活格调，主张有品味的生活态度，致力于提升中国乃至全球消费者的时尚品味。2009 年唯品会成立，2012 年 3 月 23 日，唯品会成功登陆美国纽交所。2020 年全年，唯品会实现净营收 1019 亿元人民币，同比增长 9.5%。唯品会 2021 年 Q2 净营收 296 亿元人民币，活跃用户数为 5110 万，同比增长 32%

1) 企业网站特点分析与描述

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

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

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

表 2 分析与沟通客户

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

3) 目标客户价值分析

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

表 3 “唯品会”客户价值计算

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

4) 客户分类管理

唯品会有非常专业的 CRM 系统和数据分析处理系统来分析其客户的消费习惯和行为，以便更好的开发出更加有吸引力的用户服务套餐和增值服务产品。下面是一组用户到唯品会消费的基本

数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85%左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

用户到唯品会消费的基本数据表

客户姓名	年成交金额(单位：元)	占成交总额比
客户 1	7.2	6%
客户 2	19.2	16%
客户 3	2.4	2%
客户 4	0.6	0.5%
客户 5	0.84	0.7%
客户 6	3	2.5%
客户 7	20.4	17%
客户 8	1.2	1%
客户 9	1.56	1.3%
客户 10	63.6	53%

分析上表数据，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-6）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-6）

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客 服 的 准 备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站特色与优势概括出来。	16-20分
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15分
			文构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分
			文不对题。	0-2分
	客 户 沟 通 技 巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确。	28-30分
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分
	客 户 价 值 计 算	12分	计算公式,价值大小计算正确,每空2分,共12分	
客 户 分 类 管 理	18分	客户分类完全正确8分,客户分类错一个扣1分,直至0分。		
		客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行扣分。		
合计			100分	

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：1-1-7，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

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

1) 企业网站特点分析与描述

请登录多喜爱家饰织用品有限公司网站，描述此网站的特色与优势（不超过 200 个字）。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

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

表 2 分析与沟通客户

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

3) 客户价值计算

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。假定一个客户在“多喜爱”每个月消费一次，平均每次消费 8 百元，以平均客户生命周期 40 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客户对“多喜爱”提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 20 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 20 个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有 20%转化率，或增加了“多喜爱”的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入表 3。

表 3 “多喜爱”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）			

4) 客户分类管理

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

用户到多喜爱消费的基本数据

客户姓名	年成交金额(单位:元)	占成交总额比
客户 1	106000	53%
客户 2	5000	2.5%
客户 3	12000	6%
客户 4	1000	0.5%
客户 5	34000	17%
客户 6	1400	0.7%
客户 7	4000	2%
客户 8	2600	1.3%
客户 9	32000	16%
客户 10	2000	1%

分析上表数据,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: 计算机专用机房一间、连接互联网(全部采用电子文档批阅)

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡(题 1-1-7)

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-7）

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客 服 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
			结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分
			文不对题	0-2分
	客 户 沟 通 技 巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确	28-30分
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分
			典型户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分
	客 户 价 值 计 算	12分	计算公式,价值大小计算正确,每空2分,共12分	
	客 户 分 类 管 理	18分	客户分类完全正确8分,客户分类错一个扣1分,直至0分。	
			客户分级管理的意义4分,高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行扣分。	
合计			100分	

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：1-1-8，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

格力电器股份有限公司 (<http://www.gree.com/>) 是目前中国乃至全球最大的集研发、生产、销售、服务于一体的专业化空调企业。公司自 1991 年成立以来，格力空调奠定了国内空调市场的领跑者地位，格力品牌深入人心，目前主导产品包括家用空调、家庭中央空调、商用中央空调和小家电，其中家用空调年产规模达 1500 万台（套），中央空调年产值达 50 亿元。七天无理由退货，15 日内可以换货（不含用户个人原因造成的），24 小时服务热线；免费送货上门，免费安装；用户购买商品，符合退机条件的，将享受到免费上门取件业务。正品保障，全场包邮，在线支付，可分期付款。

近几年来，随着电子商务的飞速发展，公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。公司通过多年的经营，深刻体会到客户服务对公司发展的重要性。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开格力网站，了解格力网站的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请简明扼要并准确的介绍格力品牌的经营范围、适合人群、产品与服务特色（不超过 200 个字）。

表 1 客服前的准备

服务特色概述

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是格力的一名售前客服，对于以下情况，你将如何处理？

表 2 沟通客户需求

A. 促成交易	
顾客：亲，我想买格力的 KFR-72LW/(725531)FNhAcD-A3 宁悦 3 级能效冷暖柜机空调，你家有么？	
注：假如你销售的产品中没有这种空调，为促成一笔订单，你将如何回答？	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：变频空调和非变频空调有什么区别呢？我听说变频空调能节能，是吗？	
注：假如你家没有变频空调，只有非变频空调，你将怎么对客户介绍你家的非变频空调，并尽量促成交易呢？	
客服回复：	
C. 商品推荐	
顾客：亲，能给我推荐几款性价比高、制冷效果好的挂式空调吗？	
客服回复：	
D. 质量质疑	
顾客：亲，你推荐的这几款空调都没有人买过，也没有评价，是不是不好啊？	
注：需要打消客户疑虑，并促成交易	
客服回复：	

3) 邮件营销

根据格力电器股份有限公司的特色与优势，假如你是格力的售前客服，为了提高你的销量，请你有效进行邮件营销来进行网站推广，写出邮件的标题及内容，（要求 200 字左右）。填入表 3

表 3 邮件营销

邮件标题：	
邮件内容：	

4) 客户管理

假如将客户分为以下三类：第一类是品牌客户群，第二类是低价客户群，第三类是犹豫客户群，请分析客户群的特点。（从客户的需求特点、客户价值）针对以上三类客户群，你认为应分别采用什么样的方式来进行客户管理工作？填写表 3。

表 3 客户价值分析

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-8）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-8）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20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0/12/20分标准评分	
技能 (80分)	客服前的准备	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
		结构较严谨、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	促成交易 7分 能给出合适满意的客服口语答案,并促成交易,语言简洁准确。	
		介绍商品 6分 能给出较为合适的客服口语答案,能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	
		商品推荐 6分 能给出较为合适的客服口语答案,能针对不同情况能做出较为准确的分析,且在此基础上用较为准确的语言,且语句流畅、通顺。	
		质量质疑 6分 能给出较为合适的客服口语答案,针对客户的质疑,能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
	邮件营销	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	15-18分
		结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出网站的特色与优势。	11-14分
		结构较严谨、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。	7-10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。	4-6分
		文不对题	0-3分
	客户分类管理	17分	客户群特点描述准确 8分。
		产品推介方式恰当、适合 9分。	
合计		100分	

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：1-1-9，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

华为商城(<https://www.vmall.com>)隶属于华为技术有限公司,是华为公司旗下的自营电子商务平台,以最终用户为主要对象,提供华为手机、无线上网设备、平板电脑、配件等系列终端产品和服务;是以营造用户的移动信息生活为服务宗旨的互联网商务平台。2012年3月,华为商城内部测试版正式对外试运营,并于3月18日正式上线营业。

华为商城流量和访问量的提升还源自于商品品类扩充和提供服务的丰富。华为商城已从最初上线时只有手机、移动宽带、家庭终端和配件四个版块已经拓展到平板电脑售卖、宽带上网所需配件、应用商店业务、Emotion UI 人机交互系统以及华为 Cloud+云服务。2018年起,华为商城微信小程序、IOS APP、百度小程序、抖音小程序、银行合作店铺等陆续上线。2020年,华为商城注册用户突破 2.7 亿。

1) 企业网站特点分析与描述

请登录华为商城网站,描述此网站的特色与优势(不超过 200 个字)。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) 客户沟通技巧

小王是公司新来的客服人员,前天接到一个客户电话,根据下面的电话内容,指出小王在和客户电话沟通过程中的错误之处,并修改。请讲错误之处的对话序号填到表格中的“错误之处”,并说明原因且修改。 拨打热线客户 A 小王 B

- 1 B: 喂,你好!
- 2 A: 你好,我是华为的一个用户...
- 3 B: 我知道,请讲!
- 4 A: 是这样,我的手机这两天一接电话就掉线.....
- 5 B: 是不是信号不好啊!
- 6 A: 不是,在大街上都掉线,好多次了....
- 7 B: 那是不是你手机有问题啊?我们的卖出的手机不可能出现这种问题的!
- 8 A: 我的手机才买 3 个月,不可能出问题啊?
- 9 B: 你的手机在哪里买的?
- 10 A: 就在你们那里买的!肯定是你们的手机质量有问题!是水货手机冒充行货吧!
- 11 B: 不可能!如果是手机问题,我的怎么不掉线啊?
- 12 A: 那我就搞不清了!那我的手机问题怎么办啊?天天掉线,你给我交话费啊!
- 13 B: 你的手机出问题了,我怎么给你交话费啊!手机出问题了,去修就可以了啊!
- 14 A: 你这是什么服务态度,我要投诉你.....
- 15 B: 挂断.....

表 2 客户沟通技巧

错误之处	错误原因	修改结果

3) 客户价值计算

假定一个客户在华为商城每周有交易记录 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）。如果该客户对华为商城提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 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，或增加了华为商城的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表。

表 3 客户价值计算

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

4) 客户分类管理

小张是华为商城的客服，有这多年的网上商城客服管理经验，并积累了一定的网上客户资源。他发现，经常到他这里来买东西的，大部分都是熟客，或者是熟客又推荐的新客户。为了更好的管理这些熟客，他做了非常精细的统计，下面是小张积累的数据，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。

网上客户资源数据表

客户姓名	年成交金额(单位: 元)	占成交总额比
客户 1	500	2.5%
客户 2	1200	6%
客户 3	3400	17%
客户 4	100	0.5%
客户 5	140	0.7%
客户 6	3200	16%
客户 7	400	2%
客户 8	260	1.3%
客户 9	10600	53%
客户 10	200	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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-9）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-9）

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20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0/12/20分标准评分。		
技能 (80分)	客服前的准备	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	
		结构较严谨、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	错误之处指出正确，错误原因分析准确，修改语言得体。	24-30分	
		错误之处指出正确，错误原因分析准确，修改语言基本合理。	21-24分	
		错误之处指出基本正确，错误原因分析不够准确，修改语言不太合理。	18-20分	
		错误之处指出基本正确，错误原因分析不准确，修改语言不合理。	15-17分	
		错误之处指出不正确，错误原因分析不准确，修改不合理。	0-14分	
	客户价值计算	12分	计算公式，价值大小计算正确，每空2分，共12分。	
	客户分类管理	18分	客户分类完全正确 8分，客户分类错一个扣1分，直至0分。	
客户分级管理的意义4分，高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行扣分。				
合计		100分		

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：1-1-10，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

裂帛服饰旗舰店 (<https://ripfs.tmall.com/>) 是天猫平台上的服饰品牌店。裂帛是中国知名的设计师品牌，由一群有非凡创造力的设计师和有趣的年青人啸聚而成，不问身份，差异共存，坚持着不做皮草，裂帛有所为有所不为等独立、鲜明的立场。用服饰延伸着人类文化中，人们对色彩、自然、情感共通的热爱与表达，分享内心生活的感动和喜悦，品牌风格即参照本心、无拘无束。被誉为离客户心灵最近的品牌，如今裂帛已成为中国最具规模的设计师女装之一，远销海外各个国家与城市，为世界潮流和国际时装界输出着来自东方的多元文化价值，与美好的体验。

1) 客服前的准备 (熟悉企业产品特色及优势)

通过进入裂帛网店以及结合搜索引擎，对裂帛进行特色及优势分析 (可以从价位、产品种类等方面进行分析)。(不超过 200 个字)

表 1 客服前的准备

服务特色概述

2) 沟通客户需求 (客户沟通技巧)

假如你是裂帛的一名客服，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，我想买真丝刺绣连衣裙，你家有么？ 注：假如你销售的产品中没有这种款式，为促成一笔订单，你将如何回答？	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：亲，真丝连衣裙和棉麻连衣裙最大的区别是什么呢？我听说现在最流行的面料是真丝，是么？ 注：假如你家没有真丝面料的连衣裙，只有棉麻面料的，你将怎么对客户介绍你家的女装，并尽量促成交易呢？	
客服回复：	
C. 商品推荐	
顾客：亲，能给我推荐几款款式流行的、面料高档的连衣裙吗？	
客服回复：	
D. 质量质疑	
顾客：亲，你推荐的这几款裙子都没有人买过，也没有评价，是不是不好啊？ 注：需要打消客户疑虑，并促成交易。	

3) 客户价值分析

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

表 3 客户价值分析

分类方式	客户群	产品推介方式
按收入状况划分		
按年龄划分		
假如要对该公司的客户群进行拓展，你认为什么样的客户群将是本公司的发展对象，并加以说明分析？		

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-10）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-10）

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20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0/12/20分标准评分		
技能 (80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	
		结构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分	
		结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分	
		文不对题。	0-2分	
	客户沟通技巧	25分	促成交易 7分 能给出合适满意的客服口语答案,并促成交易,语言简洁准确。	
			介绍商品 6分 能给出较为合适的客服口语答案,能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	
			商品推荐 6分 能给出较为合适的客服口语答案,能针对不同情况能做出较为准确的分析,且在此基础上用较为准确的语言,且语句流畅、通顺。	
			质量质疑 6分 能给出较为合适的客服口语答案,针对客户的质疑,能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
	客户价值分析	20分	客户群划分正确,10分。	
推广方式选择恰当,描述合理,有一定的创意,10分				
客户拓展	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,15分。		
合计		100分		

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：1-1-11，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

当当网是知名的综合性网上购物商城，由国内著名出版机构科文公司、美国老虎基金、美国IDG集团、卢森堡剑桥集团、亚洲创业投资基金(原名软银中国创业基金)共同投资成立。从1999年11月正式开通至今，当当网已从早期的网上卖书扩展到网上卖各品类百货，包括图书音像、美妆、家居、母婴、服装和3C数码等几十个大类，数百万种商品。物流方面，当当网在全国600个城市实现"111 全天达"，在1200多个区县实现了次日达，货到付款(COD)方面覆盖全国2700个区县。当当网于美国时间2010年12月8日在纽约证券交易所正式挂牌上市，成为中国第一家完全基于线上业务、在美国上市的B2C网上商城。

2016年春节，杨先生准备请膝下十多个孙辈到家团聚共度元宵节，于是在当当网东邮贸易有限公司购买了345盒费列罗金莎巧克力，一共花了3万多元，杨先生收到快递打开后发现里面所有的产品信息都是英文但这些巧克力从说明、保质期、生产日期到配料表等标签，均没有任何中文说明。杨先生与东莞市东邮贸易有限公司多次协商无果只得投诉。

1) 企业网站特点分析与描述

登录当当网，描述此商城的特色与优势(不超过200个字)，将内容填入表1中。

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，当当网有哪些目标客户？如果你是当当网在线客服人员，你会怎样来争取顾客，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：(参照淘宝网等售前客服沟通7步法)

3) 客户价值分析

针对当当网的产品特点，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-11）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-11）

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客 服 的 准 备	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站特色与优势概括出来	16-20分
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15分
			文构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分
			文不对题	0-2分
	客 户 沟 通 技 巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确	28-30分
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分
			典型户群不明确;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 分 类 管 理	30分	客户群划分	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,10分。
客户群分析			针对不同客户群给予合适的分析,分析准确、客观。表述清楚,10分。	
产品推介方式			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,10分。	
合计			100分	

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：1-1-12，售前网络客户服务与管理

(1) 任务描述

苏宁易购 (<https://dianqi.suning.com/>)，是苏宁易购集团股份有限公司旗下新一代 B2C 网上购物平台，现已覆盖传统家电、3C 电器、日用百货等品类。2011 年，苏宁易购强化虚拟网络与实体店面的同步发展，不断提升网络市场份额。苏宁易购集团是中国领先的 O2O 智慧零售商，2017 年苏宁易购首次跻身《财富》杂志 2017 年全球财富 500 强榜单。

苏宁易购具有苏宁品牌优势、上千亿元的采购规模优势、遍及全国 30 多个省 1000 个配送点 3000 多个售后服务网点的服务优势、持续创新优势等。苏宁易购制订了明确的 3 年发展战略，将其建成为符合互联网经济的独立运营体系，组建 1000 人的 B2C 专业运营团队，形成以自主采购、独立销售、共享物流服务为特点的运营机制，以商品销售和为消费者服务为主，同时在与实体店面协同上将定位于服务店面、辅助店面，虚实互动，为消费者提供产品资讯，服务状态查询互动，以及作为新产品实验基地，将消费者购物习惯、喜好的研究反馈给供应商设计，提升整个供应链的柔性生产、大规模定制能力。根据多年家电零售经验和网上消费者特点，采购适合网上销售的新、奇、特商品。与行业领先企业合作，页面设计更加人性化、产品分类更加合理化。

1) 客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

登苏宁易购，如客户想要你用几句话 (不超过 200 个字) 来描述公司的特色与优势，你计划从哪些方面来进行概括与总结? 将内容填入表 1

表 1 客服前的准备

服务特色概述

2) 沟通客户需求 (客户沟通技巧)

确定苏宁易购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) 邮件营销

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

表 3 邮件营销

邮件标题:	
邮件内容:	

4) 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。假定一个客户在苏宁易购每个月消费一次，平均每次消费 8 百元，以平均客户生命周期 40 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客户对苏宁易购提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 20 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 20 个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有 20%转化率，或增加了苏宁易购的忠实客户，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 “苏宁易购”客户价值动态分析

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-12）

售前网络客户服务与管理评分卡（题 1-1-12）

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20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0/12/20分标准评分。		
技能 (80分)	客服前的准备	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	
		结构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分	
		结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分	
		文不对题。	0-2分	
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。	28-30分
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分
			目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分
			目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分
			目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分
			目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分
			典型户群不明确；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	18分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来	15-18分
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。	11-14分
			结构较严谨、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。	7-10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。	4-6分
			文不对题	0-3分
	客户价值计算	12分	计算公式，价值大小计算正确，共10分。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

项目 2：售后网络客户服务与管理

1. 试题编号：1-2-1，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南竞网智赢网络技术有限公司是湖南最具竞争实力的互联网综合服务提供商之一。作为百度湖南地区总代理和百度（湖南）客户服务中心，是百度 17 年区域战略合作伙伴，竞网始终坚守“帮助中小企业成为有竞争力的智慧型组织”的初心，通过百度搜索营销和网站建设的核心产品，帮助近 10 万家企业用互联网进行线上营销和客户服务，助力湖南中小企业通过互联网创新发展，在业内同行中赢得了良好声誉。尽管如此，对于一家服务数千家中小企业的公司而言，让客户满意仍不是一件容易的事情。以下是公司客服部客服经理亲自处理的一个客户投诉案例。

事情缘由：一天，公司的客户——某电子产品老板万先生怒气冲冲地打来电话反映：

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

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

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

④要求网站马上打开。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投诉分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①客户的网站因为前期没有备案，有关部门对网站进行了关闭；

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

③有关部门的答复是 20 个工作日内完成处理。

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

表 2 客户异议处理

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

话术 4:	
.....	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-1）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-1)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

2. 试题编号：1-2-2，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

今年某月，顾客在长沙国储电脑城购买了一台价值五千多元的电脑。详细描述如下：当日，顾客走进电脑区时，营业员都忙着，有的在接待顾客，有的在理货，当时营业员 A 接待了顾客，并为顾客介绍产品，但由于顾客穿着很不得体，还问些不着边际的问题，总看些贵重的机器，而且时间已是晚上将近 8 点钟了，因此营业员也有些不耐烦，觉得肯定不能买，就爱答不理的。顾客说：“能不能帮我介绍一下这款，我想给我儿子买台电脑，要好点的，上大学用！”

营业员这会儿觉得，可能会买，这才细心的为顾客介绍。过程中，顾客问回去有问题怎么办。营业员说：“没关系，有什么问题尽管找我。”最终达成了销售。过了 10 天左右，这位顾客又来找这个营业员，说机器有毛病，首先笔记本开机只有桌面，剩下什么都没有，其次电池电量用的太快，要求退货。营业员与顾客协商，要求顾客到售后检测，顾客不同意，并说，电脑刚买没几天，就出现这样的问题，就是你机器质量问题，并且你不是说有问题尽管找你的吗？这会儿又让我去售后。卖的时候挺好，有问题就往别的地方支。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

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

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

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:	
.....	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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、是否有新的问题和需要得到帮助等，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-2）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-2)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

3. 试题编号：1-2-3，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

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

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

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①卖场承诺第二天安装，结果第四天才安装电视；
- ②安装差错导致客户无法正常观看，厂家处理拖延；
- ③厂家服务人员称很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训；
- ④要求退货。

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-3）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-3)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养(20分)	20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0/12/20分标准评分。		
技能 (80分)	客户投诉分析	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。	11-15分	
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分	
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

4. 试题编号：1-2-4，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

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。

1) 客户异议分析

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

表1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①所购项链上的“钻石”系假；
- ②要求赔钱。

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

表2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-4）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-4)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

5. 试题编号：1-2-5，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

今年 7 月 8 日中午，家与国美新中路店仅一路之隔的张先生在此订购了一台科龙空调。国美导购小姐承诺并在其开具的‘安装维修施工单’上注明了预约安装时间为 7 月 9 日晚 19 点。7 月 9 日，张先生早早的回到了家里等待空调安装人员来安装已经送到家的空调，然而，19 点 10 分左右，既无任何人上门安装空调，也无任何人通知是什么原因。约 19:25 分张先生根据施工单上提供的电话 83401999，打了过去，一位小姐接了电话。张先生反映了情况，经接线小姐核实，此空调今天并没有安排工程人员安装。于是张先生很生气，要求向其经理反映，接线小姐经尝试转接电话后告诉张先生其经理正在电话中处理事务；张先生要求等，接线小姐同意了。可是 5 分钟过去了，张先生还是不能等到与其经理通话。张先生很无奈，要求接线小姐通知其经理在 30 分钟内回话并留下了自己的手机号码。30 分钟过去了，40 分钟过去了，没有任何人给张先生打电话。怒气冲冲的张先生推开了家门，走进了一路之隔的国美南山店，要求退货。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

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

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-5）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-5)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

6. 试题编号：1-2-6，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

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

一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：客户来电反映本机办理 3 元彩信优惠套餐，一年内每月可得 15 元的基本通话费优惠，但是现客户 15 元的基本通话费优惠未到一年就已停止，要求核实原因和退费。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

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

查证情况：客户是 7 月 21 日登记 3 元彩信优惠套，可享受一年内每月 15 元的基本通话费优惠，11 月和 12 月客户未能享受优惠。经核查，客户未享受到优惠的原因是：客户于 11 月、12 月参加“存话费送时长”的优惠活动与其基本通话费优惠产生冲突，造成上述两月基本通话费优惠失效。如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由，填入下表 2。

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-6）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-6)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

7. 试题编号：1-2-7，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

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

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

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

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

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

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

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

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

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-7）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-7)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

8. 试题编号：1-2-8，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

中国电信集团有限公司 (<http://www.chinatelecom.com.cn/corp/01/>) 成立于 2002 年，是我国特大型国有通信企业，主要经营移动通信、互联网接入及应用、固定电话、卫星通信、ICT 集成等综合信息服务。

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。截至 2020 年底，移动电话、有线宽带、天翼高清、物联网、固定电话等各类用户总量达 10.2 亿户。企业秉持“用户至上、用心服务”的服务理念，以全面创新、求真务实，不断超越的精神风貌，致力于创造美好生活的良好愿景。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。

一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：

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

②现客户强烈要求核实原因并退订；

③同时要求以后不要以任何借口帮他开通一些所谓的免费体验业务。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①是公司的营业员输错号码，导致错办业务；

②没有经过允许就帮他开通了农信通业务；

③要求退订，以后不要以任何借口帮他开通一些所谓的免费体验业务，并要求营业员道歉。

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

表 2 客户异议处理

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

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-8）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-8)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

9. 试题编号：1-2-9，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

天猫某服装商城的客户怒气冲冲地打来电话投诉：

①4月中旬在网上拍了一条特价裙子，5月2号收到衣服后因为天气原因一直没穿，只是在家试了一下大小，感觉没啥大问题，就很快给卖家确认付款了；

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

③要求退货。

1) 客户异议分析

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

表1 客户投异议分析

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

查证情况：

①该种款式的衣服材质有缺陷，洗过之后白色部分确实会变色；

②正是因为有缺陷所以才以特价的方式促销；

③在销售期间没有告知消费者该种款式的衣服有缺陷。

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

表2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-9）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-9)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

10. 试题编号：1-2-10，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

今年 3 月 17 日，西安理工大学的王女士在某数码网店上以 198 元的价格购买一个 32G 米奇 MP3，3 月 19 日收货时检查外观没有问题。可是使用了两天后，王女士发现，将大量信息存入后，存储的信息在拔掉 MP3 的同时就丢失了。和女士用容量测试软件对其进行测试，发现这个 MP3 的实际容量仅为 1G，与 32G 相差巨大。和女士与售后客服联系，进行了投诉。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

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：

- ①MP3 刚刚开始使用就出现严重质量问题，存储的信息在拔掉 MP3 的同时就丢失了；
- ②32G 的 MP3 实际只有 1G 容量，来回换货非常麻烦。

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-10）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-10)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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_____

11. 试题编号：1-2-11，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

山西杏花村汾酒集团有限责任公司(<http://www.fenjiu.com.cn/>)为国有独资公司,以生产经营中国名酒——汾酒、竹叶青酒为主营业务,年产名优白酒 5 万吨,是全国最大的名优白酒生产基地之一。产品覆盖全国 34 个省、市、自治区、特别行政区以及美国、英国、澳大利亚、日本等全球 50 多个国家和地区,同时拥有超过 105 万家终端销售网点。今年 2 月 6 日,王某在所在村小卖店购买了四瓶白酒,价值 200 多元。饮用后感觉有异味,并且酒的颜色异常。他找到小卖店要求退货。店主说酒不是他生产的,要求其联系厂家。小王联系了山西杏花村汾酒集团,进行投诉,并要求退货,以及 2 万元的经济赔偿。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

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

通过进一步的了解,小王购买的白酒确实是公司生产的,但同一批次白酒没有发现类似问题,查证后客户投诉原因在于:

①4 瓶白酒均有不同程度的变质;

②王某担心已经喝掉的白酒会对身体造成伤害,所以不仅要求退货,而且要求 2 万元的经济赔偿。

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理,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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-11）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-11)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计			100分	

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：1-2-12，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

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。

1) 客户异议分析

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

表1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

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

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

表2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-12）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-12)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计			100分	

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：1-2-13， 售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

携程是一个在线票务服务公司，创立于 1999 年，总部设在中国上海。携程旅行网拥有国内外六十余万家会员酒店可供预订，是中国领先的酒店预订服务中心。携程全球范围内服务的会员数量超过 3 亿，包括 2500 万外籍会员。目前，携程在国内城市上海、南通、如皋、信阳、威海、赤壁、永川、穆棱、牡丹江，海外的爱丁堡、东京、首尔 12 个城市设立了服务联络中心，并提供 19 种语言服务，一线客服员工约 1.49 万人。携程于 2003 年在美国纳斯达克交易所上市，并于 2021 年在香港联合交易所上市。

携程旅行网成功整合了高科技产业与传统旅游行业，向超过 3 亿会员提供集酒店预订、机票预订、度假预订、商旅管理、特惠商户及旅游资讯在内的全方位旅行服务。携程旅行网除了在自身网站上提供丰富的旅游资讯外，还委托出版了旅游丛书《携程走中国》，并委托发行旅游月刊杂志《携程自由行》。2015 年 10 月 26 日携程网和去哪儿网宣布合并。

客户刘先生称在携程旅行网购买了 12 月 15 日大连到石家庄的机票，后因为行程安排改签至 12 月 25 日，订单号：128445467318。乘机当天(12 月 25 日)因为天气原因航班取消，找携程旅行要求退票，结果被告知要自己联系天祥商务携程平台卖家，结果卖家告知需要自己联系航空公司(中国国航)，然后再次致电国航。

结果国航告知需要自己找第三方卖家协商，反反复复在携程、卖家、国航三方之间来回致电，三方都踢皮球。刘先生愤而投诉。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①客户确实进行了机票购买并进行了改签；
- ②12 月 25 日确实因天气原因，航班取消了；

③客户确实于当日向携程客服提出咨询，客服人员要求客户与天祥商务（携程平台卖家协商，随后天祥商务又要求客户自行与国航协商。客户与国航协商未果，又找回携程，携程要求客户提交了银行流水、机场证明等。但是仍未退款。

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-13）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-13)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计			100分	

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：1-2-14，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

珠海××电器股份有限公司是一家集研发、生产、销售、服务于一体的国际化家电企业，拥有三大品牌，主营家用空调、中央空调、空气能热水器、手机、生活电器、冰箱等产品。

张先生今年4月13日从深圳市意福制冷设备有限公司购买了一台××品牌空调，从安装起空调就不制冷。他从4月20日起开始叫修，分别致电意福公司的销售人员梁先生和××品牌空调官方客服。一直到6月23日每天都打一个电话，对方均表示明天将派人上门维修。

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

1) 客户异议分析

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

表1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①客户通过××空调授权的经销商渠道购买了空调一台，售后安装后制冷效果不佳；
- ②客户多次联系经销商要求提供服务，处理未果。
- ③客户多次致电官方网站联系方式及统一客服电话要求处理未果。
- ④官方客服接到客户电话后以售后服务归经销商提供为由，并未进行进一步处理。

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

表2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-14）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-14)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计			100分	

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：1-2-15，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

新奥能源(原新奥燃气)于 1992 年开始从事城市管道燃气业务，是国内规模最大的清洁能源分销商之一。通过二十多年的经营实践，新奥能源成功构建了以天然气等清洁能源为主要产品，以城市民用、园区、公建、交通和工商业用户为终端客户，以城市燃气、园区能源、交通能源和分布式能源为主要业务领域的能源分销体系，为客户量身定制清洁能源整体解决方案。

目前，新奥在全国 21 个省为 2583 万个家庭用户、20 多万家企业提供能源服务。敷设中输及主干管道 6.3 万公里，天然气储配站合计日供气量 1.55 亿方。投资、运营 576 座天然气汽车加气站，中国大陆市场覆盖接驳人口 1.12 亿人。

王女士于去年底入住新房，按正常交费开通了燃气使用，一直都是用新奥能源提供的气卡先买后用，直到今年 5 月 26 号新奥能源的工作人员上门检测燃气，说查到有漏气，电子表有问题需要更换，第二天工作人员上门换了新的表和气卡，把旧的都带走了。王女士被告知气表欠费三百多个立方，限一个月内上门补交欠费，否则停气。

于是王女士与新奥能源的工作人员沟通，工作人员也承认自己的电子表有问题和机械表不一致，但是他们不承担责任，所有的费用都要王女士承担。王女士则认为既然是新奥燃气提供的收费计量工具和方式出了问题，责任应该由新奥能源公司承担。

经多次交涉协商未果，王女士选择了新奥能源官网进行投诉。

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①客户家的管道燃气没气，去充值 100 立方气后，打火有时候打不着，于是报障，维修人员检测电子表有问题需要更换并即时更换新的表和气卡。

②燃气公司核查后告知客户因气表故障，客户已经多用了 400 立方燃气要补交费用 1728 元，否则将停气。

③经交流沟通，客户与工作人员就气表故障产生费用应该谁负责的问题协商不一致。

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-15）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-15)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计			100分	

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：1-2-16，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

小米公司正式成立于2010年4月，是一家专注于高端智能手机、互联网电视以及智能家居生态链建设的创新型科技企业。“让每个人都能享受科技的乐趣”是小米公司的愿景。小米公司应用了互联网开发模式开发产品的模式，用极客精神做产品，用互联网模式干掉中间环节，致力于让全球每个人，都能享用来自中国的优质科技产品。小米商城直营小米公司旗下所有产品，包括小米手机系列小米12S Pro、小米12 Pro、小米12S, Redmi红米系列Redmi K50 Pro、Redmi K40S、Note 11SE,小米电视、红米电视、笔记本、米家智能等产品。

周小姐是小米商城的忠实拥护者，有一天她进入这位小米商城，购买了一智能插座。结果回家用了两天，出现无法供电现象，于是周小姐联系小米商城客服，要求退货并退款。结果客服以小米产品不会有质量问题，是周小姐不会操作为由拒绝了周小姐的要求。于是周小姐愤而投诉到小米商城的客服那里，要求退货退款并赔偿损失100元。

1) 客户异议分析

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

表1 客户投诉分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①周小姐确实小米商城那里购买了一智能插座，并在使用过程中出现了无法供电现象。

②周小姐联系小米商城客服，要求退货并全额退款，该客服以小米产品不会有质量问题，是周小姐不会操作为由，不退不换，拒绝了周小姐的退换货要求。

③周小姐投诉到小米商城，要求退货并全额退款，且赔偿损失100元。

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

表2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-16）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-16)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计			100分	

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：1-2-17，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

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

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

1) 客户异议分析

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

表 1 客户投异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①今年 3 月 2 日客户李女士在贝贝网上购买了一瓶美国进口的保税商品婴儿补铁口服液（150 毫升）。

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

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

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

表 2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-17）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-17)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计			100分	

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：1-2-18，售后网络客户服务与管理

(1) 任务描述

淘宝王小二旗舰店 (https://wangxiaoer.tmall.com/shop/view_shop.htm?spm=pc_detail.27183998.202202.2.59867dd6RrdeDa) 是以打造全国各地特产水果采购品种最全、价格最优、服务最好为宗旨的综合性网上水果超市。不仅收录了全国各地名优特产水果，同时也收集了特产文化、特产资讯等相关信息，是所有喜爱各地特产水果的朋友们购买和交流的平台。身在长沙的昆明人小杨是云南特产水果的死忠粉，于4月1日在淘宝王小二旗舰店购买了价值105元的云南蒙自枇杷5斤装礼盒，4月3日顺丰到货。小杨很喜欢吃。到4月6日，小杨发现鲜果出现黑斑腐烂情况，于是手机联系土大姐特产商城的客服，要求将剩下的没吃完已经变质的食品退换货。

1) 客户异议分析

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

表1 客户投异议分析

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：

①4月1日她在淘宝王小二旗舰店购买了价值105元的云南蒙自枇杷5斤装礼盒，4月3日顺丰到货。

②4月6日，小杨发现鲜果出现黑斑腐烂情况，于是手机联系王小二旗舰店的客服，要求将剩下的没吃完已经变质的食品退换货。

③联系商家，商家自述鲜果到货时并未出现腐坏的情况，后面出现这种情况主要原因在于买家保存不妥善。

④小杨承认合租住房没有冰箱，且4月3至6日湖南长沙天气炎热潮湿，且商家在购买时也没有认真提醒鲜果存放要求。

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

表2 客户异议处理

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

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，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，并请结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务，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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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 90 分钟完成

(4) 评分细则

见售后网络客户服务与管理评分卡（题 1-2-18）

售后网络客户服务与管理评分卡(题1-2-18)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养(20分)		20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0/12/20分标准评分。	
技能 (80分)	客户投诉分析	20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。	11-15分
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	6-10分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理	30分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的异议处理建议、整个过程礼节性强。	26-30分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	20-25分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	16-19分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	10-15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。	6-9分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节性。	0-5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：专业核心技能

项目 1：网店美工

1. 试题编号：2-1-1，网店美工

(1) 任务描述

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

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×400 像素。

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

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的三种宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式；

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 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 2-1-1)

试题评分卡(2-1-1)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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	5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/3分/4分/5分评分
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：2-1-2，网店美工

(1) 任务描述

【背景素材】五一节快到了，某女包商城准备在五一节前进行一次促销活动，活动内容如下。优惠措施：买 200 元，送 2 张 50 元面值的优惠券，每天仅送前 5 名，送完为止。活动时间：4 月 15 日—4 月 30 日。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素；

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-2)

试题评分卡(2-1-2)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否设置渐变色和渐变色设置美观效果给分 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中产品展示	10分	根据模特抠图效果、裁剪效果、大小调整效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	5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/3分/4分/5分评分	
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)		
合计		100分		

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：2-1-3，网店美工

(1) 任务描述

【背景素材】“大美资生堂专营店”是一家官方授权、正品直销的资生堂专营店。近期，该网店全力推出一套新透美白肌——樱花系列护肤品，臻享价：1860 元/套。礼盒套装共有 3 款产品，分别为：“臻白祛斑精粹水 150ml”、“集光祛斑精华液 30ml”、“夜间祛斑修护凝霜 50ml”，并赠送包括精粹水、柔护乳、精华液等 6 件小样及银白夹扣包 1 个的超值大礼包。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

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

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“产品 1.jpg”、“产品 2.jpg”、“产品 3.jpg”、“赠品.jpg”抠出合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-3)

试题评分卡(2-1-3)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中产品展示	10分	根据抠图效果、裁剪效果、大小调整效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报上文字设计	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	5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/3分/4分/5分评分
		5分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	5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/3分/4分/5分评分
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
	文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)
100分 合计			

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：2-1-4，网店美工

(1) 任务描述

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

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

①海报尺寸：宽度为950像素，高度为350像素。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材“样品1.jpg”、“样品2.jpg”、“样品3.jpg”、“样品4.jpg”图片中的主要产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影等效果。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；任选加盟本次活动的5个品牌，以合适的方式展现；从背景资料中提取2个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体，并对各文字进行合适的格式、排版和文字样式设置，如投影、描边等效果。

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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2-1-4)

试题评分卡(2-1-4)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。		
技能 (80分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否设置渐变色和渐变色设置美观效果给分 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中产品展示	10分	根据抠图效果、裁剪效果、大小调整效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	5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/3分/4分/5分评分	
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：2-1-5，网店美工

(1) 任务描述

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

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

①海报尺寸：请将“店铺设计.jpg”图片上方的主题海报位置尺寸测量后，新建一个尺寸大小与之一致的文件。

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

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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2-1-5)

试题评分卡(2-1-5)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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/3分/4分/5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/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	5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/3分/4分/5分评分
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：2-1-6，网店美工

(1) 任务描述

【背景资料】520 女神节 (Chinese Valentines' Day) 快到了，某女装网店准备“以爱之名”为店铺新上的一款女性的阔腿短裤做一张促销海报，此款阔腿短裤的特点是宽松、显瘦、透气、提升女性气质。优惠措施：特价 89 元。活动时间：5 月 10 日—5 月 20 日。

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

①海报尺寸：要求为 1920 像素×550 像素；

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

③海报中的产品展示：采用抠图方式将模特图、产品图（阔腿裤）抠出融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，海报中半身照的阔腿裤要求调整与模特身上阔腿裤颜色一致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式；

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-6)

试题评分卡(2-1-6)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分
	海报背景设计	5分	按是否选择背景素材和素材设置美观效果、融合情况给分, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中产品展示	10分	根据模特抠图效果、裁剪效果、大小调整效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	海报整体排版设计	5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/3分/4分/5分评分
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
	文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)
合计	100分		

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：2-1-7，网店美工

(1) 任务描述

【背景资料】某童装网店准备制作一张店铺的海报，要求制作的海报一方面要突出店铺所销售的童装风格，另一方面要营造出童趣悠然的效果，以此来打动小孩子和家长的心。店铺销售的童装为女孩童装，服装以突出小孩可爱、快乐小公主的特色。且店铺实施以下优惠促销活动：满 99 元减 3 元，满 158 元减 8 元，满 258 元减 15 元，每天前 10 名有神秘礼物相送，活动时间为 6 月 1 日—6 月 15 日。

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

①海报尺寸：要求为 950 像素×400 像素。

②海报背景：从“背景”图片选择图片的天空部分作为海报背景，并对其大小、颜色、图层样式等进行调整，使其作为海报的背景。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的四种宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式；

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

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素，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：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-7)

试题评分卡(2-1-7)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。		
技能 (80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	5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/3分/4分/5分评分	
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)		
合计	100分			

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：2-1-8，网店美工

(1) 任务描述

【背景资料】“贝尔”儿童玩具店是一家以销售儿童玩具为主，经营2年多的知名网店。近日，店里马上要迎来3周年店庆活动。为此需要对网店装修进行更新。现定本次活动的主题为喜迎店庆聚优惠。届时将以先领券再购物、新品乐享折上折、买多少送多少、收藏再购物即送大礼包等形式，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：请将试题素材中“首页”图片上方的主题海报尺寸测量后，新建一个尺寸大小相同的文件。

②海报背景：挑选试题素材“背景”文件夹中合适的图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为新海报的背景。

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

④海报中的文字信息：请根据上面任务描述中的背景资料提取新海报主题，参照素材“首页”图片中主题海报标语字体样式，给新海报添加主题标语。请从背景资料中提取3个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体。

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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2-1-8)

试题评分卡(2-1-8)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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	5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/3分/4分/5分评分
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分
文件保存	5分	文件名正确(1分)、文件格式符合要求(2分) 文件大小符合要求(2分)	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：2-1-9，网店美工

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

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

2) 店招图

①尺寸要求：宽度为 1920 像素，高度为 500 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

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

③内容要求：店招图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；店招图中应添加店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的店招图图片储存为“店招图.PSD”和“店招图.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-9)

试题评分卡(2-1-9)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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)
	店招图设计(30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店招图美观程度 按0分/4分/6分/8分评分
	内容设计	15分	店招图中添加店铺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), 店招图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	5分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分)
	商品主图设计(32分)		
	尺寸	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/1分评分; 2张主图共2分
	主图修饰	10分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/2分/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	促销元素	10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/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	存储要求	10分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图5分, 2张主图共10分
合计	100分		

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：2-1-10，网店美工

(1) 任务描述

“KOFO—世纪风鞋业”是一家以销售男款运动休闲鞋为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司决定在天猫商城开设一家店铺以扩大产品的曝光度，增加企业与用户之间的互动，以达到增加产品销售。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品7天无理由退换货，且提供发票。同时公司拟对新店开张采取如下促销活动：满100元包邮；推出两款主打促销新鞋“休闲鞋1”，促销价为68元/双，“休闲鞋2”，促销价为128元/双。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺Logo及店招图，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为100像素、高度为100像素、分辨率为72像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

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

2) 店招图

①尺寸要求：宽度为950像素，高度为120像素，分辨率为72像素/英寸；

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

③内容要求：店招图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；店招图中应添加店铺Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的店招图图片储存为“店招图.PSD”和“店招图.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中JPG格式文件的文件大小为150K以内。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为100像素/英寸

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）；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2-1-10)

试题评分卡 (2-1-10)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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)
	店招图设计 (30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店招图美观程度 按0分/4分/6分/8分评分
	内容设计	15分	店招图中添加店铺 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), 店招图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	5分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分)
	商品主图设计 (32分)		
	尺寸	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/1分评分; 2张主图共2分
	主图修饰	10分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/2分/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	促销元素	10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/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	存储要求	10分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图5分, 2张主图共10分
合计	100分		

试题评阅人签名 _____

11. 试题编号：2-1-11，网店美工

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

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

2) 店招图

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

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

③内容要求：店招图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；店招图中应添加店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的店招图图片储存为“店招图. PSD”和“店招图. JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

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

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

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“官方授权”、“正品行货”、“限时折扣”、“包邮”、“7 天无理由退换”等利益点。

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-11)

试题评分卡(2-1-11)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分),试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分),PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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)
	店招图设计(30分)		
	尺寸要求	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分
	背景设计	8分	根据是否设置渐变色和设计店招图美观程度 按0分/4分/6分/8分评分
	内容设计	15分	店招图中添加店铺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),店招图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	5分	文件名和格式正确(3分),文件大小符合要求(2分)
	商品主图设计(32分)		
	尺寸	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/1分评分;2张主图共2分
	主图修饰	10分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/2分/3分/4分/5分评分 每张主图5分,2张主图共10分
	促销元素	10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/3分/4分/5分评分 每张主图5分,2张主图共10分
	存储要求	10分	文件名和格式正确(3分),文件大小符合要求(2分);每张主图5分,2张主图共10分
合计	100分		

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：2-1-12，网店美工

(1) 任务描述

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

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

1) 店铺 Logo

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

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

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

2) 店招图

①尺寸要求：宽度为 1920 像素，高度为 500 像素，分辨率为 100 像素/英寸。

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

③内容要求：店招图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；店招图中应添加店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的店招图图片储存为“店招图.PSD”和“店招图.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

3) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-12)

试题评分卡(2-1-12)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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)
	店招图设计 (30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店招图美观程度 按0分/4分/6分/8分评分
	内容设计	15分	店招图中添加店铺 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), 店招图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	5分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分)
	商品主图设计 (32分)		
	尺寸	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/1分评分; 2张主图共2分
	主图修饰	10分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/2分/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	促销元素	10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/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	存储要求	10分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图5分, 2张主图共10分
合计	100分		

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：2-1-13，网店美工

(1) 任务描述

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

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

②背景要求：根据提供的“背景素材”文件，进行图片裁剪、拼凑、大小调整、透明度等调整，制作店招图的背景。

③内容要求：店招图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；店招图中应添加店铺 Logo、代表店铺销售商品类型的图标（商品图标需要根据萌系可爱特点填充各自不同颜色）以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的店招图图片储存为“店招图.PSD”和“店招图.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

3) 商品主图（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-13)

试题评分卡(2-1-13)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80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)
	店招图设计(30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店招图美观程度 按0分/4分/6分/8分评分
	内容设计	15分	店招图中添加店铺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), 店招图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	5分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分)
	商品主图设计(32分)		
	尺寸	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/1分评分; 2张主图共2分
	主图修饰	10分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/2分/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	促销元素	10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/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分
	存储要求	10分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图5分, 2张主图共10分
合计	100分		

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：2-1-14，网店美工

(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 及店招图，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) 店招图

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，制作店招图的背景。

③内容要求：店招图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；店招图中应添加店铺 Logo、店铺名称、主打商品图以及宣传促销标语。

④存储要求：将制作好的店招图图片储存为“店招图.PSD”和“店招图.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：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-14)

试题评分卡 (2-1-14)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。		
技能 (80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)	
	店招图设计 (30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店招图美观程度 按0分/4分/6分/8分评分	
	内容设计	15分	店招图中添加店铺 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), 店招图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 (按2分/3分/4分/5分评分)	
	文件保存	5分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分)	
	商品主图设计 (32分)			
	尺寸	2分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/1分评分; 2张主图共2分	
	主图修饰	10分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/2分/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分	
	促销元素	10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/3分/4分/5分评分 每张主图5分, 2张主图共10分	
	存储要求	10分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(2分); 每张主图5分, 2张主图共10分	
	合计	100分		

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：2-1-15，网店美工

(1) 任务描述

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

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

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

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

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

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的参数、尺寸等相关信息，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-15)

试题评分卡(2-1-15)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/2分/3分/4分/5分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
	合计	100分	

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：2-1-16，网店美工

(1) 任务描述

“妩媚彩妆”是一家专业销售时尚品牌美妆的网店。近期，该店决定上架一款色泽浓郁、持久滋润的丝缎美容唇膏，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量：本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 2-1-16)

试题评分卡(2-1-16)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分),试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分),PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。		
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求,按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作,设置的合理,引导性的明确,分段计分,详细计分规则如下: (1)详情页模块标识图标少于2个,且设置呆板生硬,(0-5分) (2)详情页模块标识图标3个,且设置合理具有一定的引导促销效果,(6-8分) (3)详情页模块标识图标4个,且设置合理具有一定的引导促销效果,(9-12分) (4)详情页模块标识图标达到5个及以上,且设置合理、引导性较强,有较好的引导促销效果,(13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度,分段计分,详细计分规则如下: (1)详情页中卖点展示图少于3张,且排版单一(0-5分) (2)详情页中卖点展示图多于3张少于5张,且排版样式达到2种,(6-8分) (3)详情页中卖点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,(9-12分) (4)详情页中卖点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,且在展示中有相关文字或标注的衬托设计,(13-16分)	
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分),表格设计(4分);文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分),设计中是否图文混排,简洁直观、美观大方(5分),每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分,按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
	合计	100分		

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：2-1-17，网店美工

(1) 任务描述

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

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

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

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 2-1-17)

试题评分卡 (2-1-17)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：2-1-18，网店美工

(1) 任务描述

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

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

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

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 2-1-18)

试题评分卡(2-1-18)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。		
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
	合计	100分		

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：2-1-19，网店美工

(1) 任务描述

“优贝之家”是一家以销售优彼系列儿童早教产品为主的网店。近期，优彼玩具生产厂家发布一款新型儿童早教产品—情境学习魔法箱。“优贝之家”也拿到了销售代理权。为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量：本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 2-1-19)

试题评分卡(2-1-19)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。		
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	产品说明展示	16分	产品说明设计(4分), 产品附件设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
	合计	100分		

试题评阅人签名_____

20. 试题编号：2-1-20，网店美工

(1) 任务描述

“万家富地板”是一家以销售各类实木地板为主的旺铺。网店将于最近推出一款润冠牌橡木地板，请为其制作该新产品的详情页面。

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

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

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（类型、规格、制作工艺、尺寸等相关信息）：要求根据产品文档信息提供的相关产品的说明和尺码信息，用表格方式展示产品说明，用图示方式展示尺寸，要求图文混排，简洁直观，美观大方。

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

⑤产品实物及特点展示的设计。根据提供素材图片进行产品实物及特点展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少 3 种排列方式，要求制作不少于 5 张图片。

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量：本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 2-1-20)

试题评分卡(2-1-20)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20分	注重工作场所的6S管理(10分),试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分),PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求,按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分),展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分),整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分),尺码规格设计(4分);文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分),设计中是否图文混排,简洁直观、美观大方(5分),每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	实物及特点展示设计	15分	根据详情页中实物及特点展示的整体排版、布局的合理、美观程度,分段计分,详细计分规则如下: (1)详情页中实物及特点展示图设计少于3张,且排版单一(0-5分) (2)详情页中实物及特点展示图多于3张少于5张,且排版样式达到2种,(6-8分) (3)详情页中实物及特点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,(9-12分) (4)详情页中实物及特点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,且在展示中有相关文字或标注的衬托设计,(13-16分)	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分,按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

21. 试题编号：2-1-21，网店美工

(1) 任务描述

“KOFO--世纪风”是一家以销售品牌运动休闲鞋的网店。网店将于最近推出一款男士运动休闲鞋，请为其制作该新产品的详情页面。

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

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

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

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

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

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡（试题 2-1-21）

试题评分卡(2-1-21)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

22. 试题编号：2-1-22，网店美工

(1) 任务描述

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

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

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

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

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

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的参数、尺寸等相关信息，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

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

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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 2-1-22)

试题评分卡(2-1-22)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分),试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分),PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。		
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求,按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作,设置的合理,引导性的明确,分段计分,详细计分规则如下: (1)详情页模块标识图标少于2个,且设置呆板生硬,(0-5分) (2)详情页模块标识图标3个,且设置合理具有一定的引导促销效果,(6-8分) (3)详情页模块标识图标4个,且设置合理具有一定的引导促销效果,(9-12分) (4)详情页模块标识图标达到5个及以上,且设置合理、引导性较强,有较好的引导促销效果,(13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度,分段计分,详细计分规则如下: (1)详情页中卖点展示图少于3张,且排版单一(0-5分) (2)详情页中卖点展示图多于3张少于5张,且排版样式达到2种,(6-8分) (3)详情页中卖点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,(9-12分) (4)详情页中卖点展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,且在展示中有相关文字或标注的衬托设计,(13-16分)	
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分),表格设计(4分);文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分),设计中是否图文混排,简洁直观、美观大方(5分),每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分,按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
	合计	100分		

试题评阅人签名_____

23. 试题编号：2-1-23，网店美工

(1) 任务描述

“农夫生态果园”是一家主打农产品销售的网店。近期，公司决定上架麻阳甜橙，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

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

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

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

⑤产品采摘流程设计。根据提供素材图片进行产品采摘、分拣、品尝等全方位展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少 3 种排列方式，要求制作不少于 5 张图片。

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量：本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 2-1-23)

试题评分卡(2-1-23)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)		20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 营养价值展示设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	产品流程设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中产品展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中产品展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中产品展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中产品展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

24. 试题编号：2-1-24，网店美工

(1) 任务描述

“恒诚办公用品店”是一家主打办公用品销售的网店。近期，公司决定上架一款记事本，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

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

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

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

⑤产品适用人群设计。商品描述中包含该商品的适用人群，及对该类人群有何种价值与优势。排版设计中用到至少 3 种排列方式，要求制作不少于 5 张图片。

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量：本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 2-1-24)

试题评分卡(2-1-24)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分),试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分),PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求,按0分/3分评分
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分),展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分),整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)
	产品说明设计	16分	产品说明设计(8分);文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分),设计中是否图文混排,简洁直观、美观大方(5分),每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	产品流程设计	16分	根据详情页的整体排版、布局的合理、美观程度,分段计分,详细计分规则如下: (1)详情页中产品展示图设计少于3张,且排版单一(0-5分) (2)详情页中产品展示图多于3张少于5张,且排版样式达到2种,(6-8分) (3)详情页中产品展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,(9-12分) (4)详情页中产品展示图多于5张,且排版样式达到3种以上,且在展示中有相关文字或标注的衬托设计,(13-16分)
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分,按0分/2分/3分/4分/5分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
合计	100分		

试题评阅人签名_____

25. 试题编号：2-1-25，网店美工

(1) 任务描述

“诗安百货”是一家主打家居日用的网店。近期，公司决定上架一款香皂，为此急需制作新产品的详情页面。

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

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

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

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

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

⑤产品适用人群设计。商品描述中包含该商品的适用人群，及对该类人群有何种价值与优势。排版设计中用到至少 3 种排列方式，要求制作不少于 5 张图片。

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

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量：本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 2-1-25)

试题评分卡(2-1-25)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
素养 (20分)	20分	注重工作场所的6S管理(10分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(5分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(5分)。	
技能 (80分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)
	产品说明设计	16分	产品说明设计(8分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	10分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	产品流程设计	16分	根据详情页的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中产品展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中产品展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中产品展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中产品展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	服务质量等信息的设计	5分	详情页中有服务质量等相关信息的设计、相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局和美观	5分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/2分/3分/4分/5分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
合计	100分		

试题评阅人签名_____

项目 2：电商平台运营

1. 试题编号：2-2-1，电商平台运营

(1) 任务描述

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

1) 市场选品

①一般可以根据哪些维度进行选品。

②淘宝天猫平台主要的进货渠道有哪些。

③蓝海产品有哪些优势，如何找到适合“南山南思如依”时尚女装店的蓝海产品。

2) 商品定价

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

表 2 商品定价

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

最低价	
可以制定的价格	
最终定价（考虑弧形数字定价法）	

3) 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要环节。

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

表 3 推广引流--SEO 优化

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

②借助软文推广提升流量

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

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

表 4 推广引流--软文引流

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

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

表 5 推广引流--活动引流

问题 1：淘宝官方平常免费的活动主要有哪些（填写 3 个活动名）
问题 2：现本店铺准备申报官方的“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，278 从而在后期进行优化和改进。表 6 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据，对表 6 中数据进行分析，回答表 7 中相关问题。

表 6 流量来源分析表

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

表 7 数据分析与推广优化

①_x0001_ 表 6 中可以分析出 店铺的主要流量是来自无线端还是 PC 端？说明了什么？

②流量来源表中哪些流量来源最可能是反映的是老客户？

③上述流量来源中哪一项是需要付费来源？

④观察下单转化率较高数据的流量来源，你发现了什么？

⑤针对上述流量来源情况，下一步有何改进措施？

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅），

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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 2-2-1)

电商平台运营评分卡(试题 2-2-1)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
素养(20分)		20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。		
技能 (80分)	市场选品 (16)	选品的维度	5分	至少罗列五个维度,每一点1分。	
		进货渠道	5分	至少罗列5个进货渠道,每一点1分。	
		蓝海产品	6分	蓝海产品的优势和选择方法,每一点1分	
	商品宝贝定价(7分)	7分	前3空,每个1分;后2空,每个2分		
	推广引流-SEO优化(10分)	10分	问题1回答切中关键点,简明扼要5分 问题2回答切中关键点,简明扼要5分		
	推广引流-软文推广 (17)	软文标题	3分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分,新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分	
			3分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
		软文内容	3分	结构严谨、文笔通顺	
			3分	构思新颖,能吸引网民	
				字数300字,每少于50字扣3分	
软文发布	5分	软文发布版块选择共3分,要求说出平台名称1分,还要说出具体版块名称2分,且要求是淘宝网内的,不是淘宝网内的不能得分。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
推广引流-活动引流	13分	活动名,每个1分,共3分 天天特价申报店铺要求,每个要求2分,共10分			
数据分析与优化	17分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 ①4分②3分③2分④3分⑤5分			
合计		100分			

试题评阅人签名:_____

2. 试题编号：2-2-2，电商平台运营

(1) 任务描述

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

①加入直通车的条件

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

表 1 直通车加入条件

淘宝卖家加入直通车的必要条件

②直通车推广位置的确定

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

表 2 直通车推广位置

直通车位置 1 截图
直通车位置 2 截图
直通车位置 3 截图

③直通车推广计划制定

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

表 3 直通车推广计划

简述直通车推广计划制定包含内容

④选取匹配关键词

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

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

表 4 平台选择关键词

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

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

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

表 5 数据工具选择关键词

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

分析以上数据，选择的 5 个关键词如下

选择理由：				

⑤直通车标题制作

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

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

⑥直通车关键词竞价

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

表 7 关键词竞价的排名和扣费

淘宝卖家	出价/元	质量得分	综合排名	实际扣费/元
甲	1.58	10		
乙	2.14	6		
丙	1.88	7		
丁	1.06	10		

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

(将结果填入下行中)

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

⑦数据分析与优化

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

表 8 直通车数据分析与优化表

序号	关键词	展现量	点击率	综合排名	质量得分	优化策略
1	关键词 1	7026	15.68%	2	10	
2	关键词 2	5879	16.26%	1	8	
3	关键词 3	6135	12.46%	16	10	
4	关键词 4	7826	14.25%	17	6	
5	关键词 5	7633	1.2%	3	9	
6	关键词 6	6268	0.8%	2	6	

7	关键词7	5988	1.05%	20	9	
8	关键词8	6988	2%	18	5	
竞价 调价 思路 (概 述)						

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅），

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件 283

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 2-2-2)

电商平台运营评分卡(试题 2-2-2)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
素养(20分)		20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。		
技能 (80分)	直通车加入条件	4分	回答正确,每个2分,共4分		
	直通车推广位置确定	6分	回答正确、截图清晰、图片上有标注,每个2分,共6分		
	直通车推广计划制定	6分	回答正确,每个要点1分,共6分		
	选取匹配关键词	平台选择关键词	8分	截图 1(2分)截图 2(2分),关键词每个1分,共4分	
		数据工具选择关键词	8分	关键词每个1分,共5分;选择理由充分3分,	
	直通车标题制作		8分	每个标题4分,共8分	
	直通车关键词竞价	填空	10分	综合排名,每个1分,共4分;实际扣费,每个2分,共6分;	
		A 问题回答	10分	综合排名第2的实际扣费计算,3分理由说明,3分 综合排名第1和第3实际扣费计算,每个2分,共4分	
B 问题回答		8分	综合排名第2的实际扣费计算,2分综合排名第1的实际扣费计算,3分理由说明,3分		
数据分析与优化		12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4分		
合计		100分			

试题评阅人签名: _____

3. 试题编号：2-2-3，电商平台运营

(1) 任务描述

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

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

1) 分析店铺现有的转换率和客单价

表 1 是店铺 4 月份的经营情况数据，请计算本月的客单价和全店转化率

表 1 客单价和转换率计算

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

2) 分析影响店铺转化率和客单价的因素

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

表 2 影响店铺客单价的因素

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

3) 转化率的提升

请根据转化率的影响因素，谈谈转化率提升的基本思路，将基本思路填入表 3 中

表 3 转化率提升基本思路

答：

4) 客单价的提升

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

的深度来提升客单价呢？将回答填入表 4 中

表 4 利用宝贝类目深度提升客单价

答：

②同类宝贝客单价的提升

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

表 5 同类宝贝客单价提升

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

①_x0001_ 分析表中的数据可以得出客单价跟什么因素有关系？

②对于这种同类宝贝客单价的提升，具体在运营中如何来实施？

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

③不同类宝贝客单价的提升

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

表 6 不同类宝贝客单价的提升

④挖掘客户的购买能力提升客单价

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

表 7 购买能力挖掘提升客单价

答：

4) 数据分析与优化

①进行店铺流量分析

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

表 8 店铺流量分布表

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

- ①_x0001_ 整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？
- ②从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？
- ③从店铺的出店率来分析，有何问题？应该怎么优化？

②根据访客来源对订单支付率进行分析

表 9 访客来源及订单支付率分析

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

- ①_x0001_ 析店铺访客来源，该店铺访客占比较高的前 4 名依次是？说说店铺流量结构如何？
- ②店铺订单支付率最高的访客类型分别是？（依次写出前 4 名）说说买家中心的访客主要包括哪些？为什么支付率最高？
- ③分析表中数据，计算淘宝宝贝搜索流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？
- ④分析表中数据，计算淘宝的付费推广流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅），

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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 2-2-3)

电商平台运营评分卡(试题 2-2-3)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
素养(20分)		20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。		
技能 (80分)	计算客单价与转化率	4分	回答正确, 每个 2 分, 共 4 分		
	影响店铺转化率和客单价的因素	10分	回答正确、要求各条之间内容不重复, 每个 1 分, 共 10 分		
	转化率提升基本思路	5分	回答正确, 每个要点 1 分, 共 5 分		
	客单价提升	类目深度提升客单价	5分	按回答是否正确、全面给分, 共 5 分	
		同类宝贝客单价提升	15分	每小题 5 分, 共 15 分, 按回答是否正确、全面给分	
		不同类宝贝客单价提升	4分	截图正确、清晰	
		挖掘客户购买潜力	9分	按回答是否正确、全面给分, 共 9 分	
	数据分析与优化	店铺流量分布表分析	12分	每小题 4 分, 按分析是否正确、全面给分	
访客来源于订单支付率分析		16分	每小题 4 分, 按分析计算是否正确、全面给分		
合计		100分			

试题评阅人签名 _____

4. 试题编号：2-2-4，电商平台运营

(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 Google 联盟的网站等。位置的选择一般以淘宝网站内为主，淘宝网站内钻石广告资源位有哪些？	
问题 2：请为陶润实业发展有限公司选择一个合适的钻石展位的位置，位置要求截图图示（注意所截图要能体现在整体版面的位置，并在图片中标注）；并根据公司的推广目标以及钻石展位选择的原则用文字说明你选择的理由。	
展位位置截图	
选择的理由	

2) 创意制作与审核

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



表 2 产品的卖点提炼

产品的卖点提炼

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
<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

人群 1	
人群 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 几个时间段中选择 3 个合理的时间段来进行投放。

表 7 设置投放时间

备选时间段如下		
10: 00-11: 00	6: 00-8: 00	11: 00-13: 00
8: 00-9: 00	14: 00-17: 00	19: 00-23: 00

合理的投放时间顺序如下:		
选择理由:		

4) 投放数据跟踪与效果评估

在进行钻石展位的推广过程中,可以通过钻石展位每天报表数据进行跟踪分析,及时优化

和改进推广效果。表 8 是公司 8 月茶具月度某计划的报表数据，且这个计划的每日预算是 400 元。请对表 5 中数据进行分析，然后完成表 9 中所提问题。

表 8 茶具 8 月 search8 图五计划数据表

日期	PV (展现量)	点击数	平均点击率	每千次展现 出价 (元)	每次点击价 格 (元)	消耗 (元)
.....
2011-8-28	9172	26	0.28%	1.36		
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_x0001_ 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：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅），

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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡(试题 2-2-4)

电商平台运营试题评分卡(2-2-4)

评价内容		配分	考核点	得分1	得分2	平均分	
素养 (20分)		5分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。文档规范、工整				
技能 (80分)	选择广告位 (12)	站内展位说明	4分	站内展位说明正确、完整			
		展位截图	4分	截图清晰、有标识,能判断所指位置			
		选择理由	4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2分			
	创意制作与审核 (15)	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	5分	审核理由正确,每个1分,1分*5=5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;顺序合理2分;理由说明合理正确4分			
	数据分析和推广优化 (23)	数据计算	7分	消耗成本(2分),PV计算(3分),点击率2分			
优化分析1		8分	结论4分,措施4分				

	优 化 分 析 2	8 分	结论 4 分，措施 4 分			
合计		100 分				

试题评阅人签名 _____

5. 试题编号：2-2-5，电商平台运营

(1) 任务描述

“艾上淘宝电器专营店”是一家专营生活小家电的天猫店铺，为了促进网上业务的更大的发展，现决定实施“淘宝客推广”，以帮助店铺带来更多的流量，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划，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么样的？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？		
问题 2、淘宝客选择推广你的产品主要关注哪几个方面？		
问题 3、请为“艾上淘电器专营店”网店设置推广计划，要求分层次设置计划，要求最少设置 5 个计划		
计划针对淘宝群体	计划类型	平均佣金比率

3) 淘宝客的招募

淘宝客的招募主要分两种，淘宝卖家主动寻找或者是淘宝客主动上门。但当淘宝店铺的规模和品牌没有很明显的优势的时候，卖家就必须主动寻找优质的淘宝客，找到后将店铺的核心优势告诉对方，而这种告诉的方式主要就是通过发布招募书的方式进行。招募贴的写作要点：①诱人标题（简洁明了夸张）；②内容一般包括 3 个方面内容：店铺基本情况（包括店铺属性、直营业务、佣金比率、联系方式和推广地址）；推广激励（收入方式、奖励方式、

奖金结算时间、发奖形式等); 店铺的优势或产品的卖点 (提炼店铺的优势或产品的卖点, 给淘客以信心) ③招募贴的形式有寻人启事型、中规中矩型、比赛型等。请问大表 3 中个问题。

表 3 淘宝课招募书

问题 1: 寻找淘宝客的方法有站内寻找和站外寻找, 请写出 3 种站内寻找的方法, 5 种站外寻找方法

站内寻找:	1.	2.	3.
站外寻找:	1.	2.	3.
	4.	5.	

问题 2: 通过编写和发布招募贴的方式, 也可以招募到淘宝客, 请为“艾上淘电器专营店”拟定一淘客招募贴 (可采用图文结合方式), 将内容填入下面空格中

4) 淘宝客数据分析与优化

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

表 4 数据分析与优化

产品名	店铺该宝贝总成交额	淘宝客推广成交额	淘宝客成交占比	佣金比例	佣金金额	成交笔数	ROI	淘宝昵称
产品 1	¥171,324.47	¥5932.21	3.46%	2.50%	¥148.31	60	40	taobaoss137
产品 2	¥36330.25	¥2150.75	5.92%	3.00%	¥64.52	22	33.3	最后的淘宝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：怎么进行优化？

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅），

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 90 分钟完成

(4) 评分标准

见电商平台运营评分卡（试题 2-2-5）

电商平台运营试题评分卡 (2-2-5)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
素养		20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。		
技能 (80分)	淘客推广准备(10)	业务3个角色	3分	每个1分,共3分	
		业务逻辑流程	3分	每条0.5分,要求按逻辑顺序回答,清晰且正确	
		淘宝客计费方式	4分	计费方式描述正确2分,计费方式的通用简写2分	
	推广计划制定(22)	计划的类型和可设数量	3分	计划类型,每个2分,3*2分=3分	
		推广商品选择关注要点	4分	4个要点回答是否正确,每个1分,4*1分=4分	
		设置计划	15分	计划的设置,主要考核各计划类型、针对的淘宝客群体、佣金比率是否合理,定向推广计划要注意梯度和等级设置5*3分=15分	
	寻找和招募淘宝客(31)	站内寻找	6分	站内寻找方法描述是否正确,3*2分=6分	
		站外寻找	10分	站外寻找方法描述是否准确;5*2分=10分	
		淘客招募贴	15分	招募贴标题3分,招募贴内容编写12分:考察是否符合写作要点、创意、整体效果等。	
		招募贴发布	5分	能正确说明所选的平台和版块,并能准确、清晰地阐述其理由,记5分	
数据分析和优化(17分)	数据分析	5分	按数据分析正确,全面评分		
	优化措施	12分	描述淘客关系维护,正确、具体、有条理;4*3分=12分		
合计		100			

试题评阅人签名_____

项目 3：搜索引擎推广

1. 试题编号：2-3-1，搜索引擎推广

(1) 任务描述

多喜爱家饰织用品有限公司 (<http://www.dohia.com/>) 是一家以专业设计生产和销售床上用品为主，产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、垫类产品、床具等。公司营销中心设在中国湖南长沙市，开发中心及生产企业等在广东省深圳市东莞市。目前，多喜爱公司公司拥有自营店近 200 家，加盟店 800 余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。同时公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用搜索引擎推广来进行公司网站推广。

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & Sogou 的反馈页面截图

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

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

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	sougou (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 sougou、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

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

表 5 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，

总计		正在推广 提交关键词	浏览量(PV) 381715	跳出率 81.99%
搜索词		正在推广	浏览量(PV)	跳出率
1	其它	--	211,563	89.82%
2	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%

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请解释跳出率的含义

②找出上表中跳出率高排名前 3 与跳出率低排名前 5 的搜索词项

③分析跳出率高的搜索词项，有何改进建议？

④分析跳出率低的搜索词项，有何改进建议？

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

见搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-1)

试题评分卡(2-3-1)

评价内容		配分	考核点	考核得分
素养(20分)		20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。	
技能(80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分	
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分;提交截图正确,2分/个;共6分	
	检查搜录情况(4分)	1分	检查方式正确	
		1分	搜录结果结果	
		2分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分	
		2分	公司网站被baidu和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
	SEO搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚,2分。	
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分	
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分	
	关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。	
		4分	关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。	
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。		
	8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/6/8标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分;		

	数据分析	3分	术语解释正确，定义关键点解释得当。	
	和推广优	3分	数据分析正确，能按照要求找出相应的关键词代号。	
	化 (14分)	8分	4+4分。对跳出率高和低原因分析清晰，改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：2-3-2，搜索引擎推广

(1) 任务描述

山西杏花村汾酒集团有限责任公司(<http://www.sx-xhcfj.com/>)为国有独资公司，以生产经营中国名酒——汾酒、竹叶青酒为主营业务，年产名优白酒5万吨，是全国最大的名优白酒生产基地之一。公司拥有“杏花村”、“竹叶青”两个中国驰名商标，公司主导产品有汾酒、竹叶青酒、玫瑰汾酒、白玉汾酒、以及葡萄酒、啤酒等六大系列。汾酒文化源远流长，是晋商文化的重要一支，与黄河文化一脉相承。2007年，汾酒继续蝉联国家名酒，竹叶青酒成为中国名牌产品。近年来，公司倾力打造名白酒基地、保健酒基地和酒文化旅游基地，为了扩大公司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。

山西杏花村汾酒集团有限责任公司网站首页



请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

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

(2) 检查收录情况。检查 baidu 是否成功收录了公司的网站地址？并将检查结果通过截图的方式填写到表 2 表 2 baidu 收录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	sougou (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (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网站					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 山西杏花村汾酒集团有限责任公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	山西杏花村汾酒集团有限责任公司网页情况	是否需要改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
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 山西杏花村汾酒集团有限责任公司网站首页搜索引擎优化情况评价

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

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-2)

试题评分卡 (2-3-2)

评价内容	配分	考核点	考核得分	
素养(20分)	20分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。		
技能(80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分	
		6分	网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分	
	检查搜录情况(4分)	1分	检查方式正确	
		1分	搜录结果结果	
		2分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分	
		2分	公司网站被 baidu 和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称	
	SEO 搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话, 1分; 将企业核心内容描述清楚。2分。	
		2分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 1分	
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分	
	关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。	
		4分	关键词设置理由, 按 0/1 标准评分, 每个最多 1分, 共 4分, 设计理由充分, 合理。	
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/2/4 标准评分。		
	8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/6/8 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1分;		
数据分析	4分	术语解释正确, 定义关键点解释得当。		

	和推广优化（14分）	4分	数据分析正确，公式罗列正确，数据计算正确。	
		6分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：2-3-3，搜索引擎推广

(1) 任务描述

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

请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 的反馈页面截图

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

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

表 2 baidu 收录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	sougou (收录情况)	baidu (收 录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排 名

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

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 湖南德康制药股份有限公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司首页情况	是否需改进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			
3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
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 多湖南德康制药股份有限公司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) 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

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-3)

试题评分卡 (2-3-3)

评价内容	配分	考核点	考核得分	
素养(20分)	20分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。		
技能(80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分 入口地址正确, 输入的地址与截图地址一致, 2分/个, 共4分		
		6分 网站提交页面信息填写正确, 1分, 提交截图正确。2分/个, 共6分		
	检查收录情况(5分)	1分	检查方式正确	
		1分	收录结果结果	
		3分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值, 填写正确, 与操作截图的结果吻合每空2分, 共10分	
		2分	公司网站被 baidu 和 sougou 的收录情况截图正确、清晰; 截图时, 体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR 值截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa 排名截图清晰, 正确; 截图时, 体现公司网址或者公司名称	
	SEO 搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果, 要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词 5-10 个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词 5-10 个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话, 1分; 将企业核心内容描述清楚。2分。	
		2分	关键词密度基本情况, 所有关键词基本情况概述正确, 1分; “调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰, 正确; 1分	
		2分	网页用户体验整体评价, 1-2分; 如需更改, 网站改进思路清晰, 能解决相应的问题, 1分	
关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词, 按 0/1/2 标准评分, 每个最多 2分, 共 8分, 体现湖南地区推广特点设置关键词。		
	4分	关键词设置理由, 按 0/1 标准评分, 每个最多 1分, 共 4分, 设计理由充分, 合理。		
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度, 按 0/2/4 标准评分。		
	8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/6/8 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1分;		
数据分析	4分	术语解释正确, 定义关键要点解释得当。		

	和推广优	4分	数据分析正确，公式罗列正确，数据计算正确。	
	化（14分）	6分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：2-3-4，搜索引擎推广

(1) 任务描述

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

华天酒店网站首页请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。



测试任务：

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

表 1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图

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

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

(3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况，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	sougou 收录情况	baidu 收录情况	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南华天大酒店股份有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

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)			

表 5 湖南华天大酒店股份有限公司首页搜索引擎优化情况评价

(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 湖南华天大酒店股份有限公司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

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 数据分析和优化改进措施表

①请解释浏览量的含义

答:

②请解释访问数的含义

③结合跳出率和平均访问时长，请评价本公司网站一个月的运行情况？

答:

④根据上图和对公司网站运行情况的基本判断，提出改进建议？

答:

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-4)

试题评分卡 (2-3-4)

评价内容	配分	考核点	考核得分	
素养(20分)	20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。		
技能(80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分	
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分	
	检查搜录情况(4分)	1分	检查方式正确	
		1分	搜录结果结果	
		2分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分	
		2分	公司网站被baidu和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
	SEO搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。	
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分	
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分	
	关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。	
		4分	关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。	
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。		
	8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/6/8标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分;		

数据分析 和推广优 化(14分)	6分	浏览量和访问数,术语解释正确,定义关键点解释得当。3+3	
	4分	评价公司网站运行情况思路清晰,有理有据	
	4分	改进建议和优化措施思路清晰,阐述得当。	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：2-3-5，搜索引擎推广

(1) 任务描述

酒鬼酒股份有限公司是湖南省农业产业化龙头企业，是湘西州最大的工业企业。酒鬼酒是中国白酒文化营销的开创者、文化酒的引领者、洞藏文化酒的首创者、馥郁香型工艺白酒的始创者、中国白酒陶瓷包装时代开启者。公司系列产品依托“地理环境的独有性、民族文化的独特性、包装设计的独创性、酿酒工艺的始创性、馥郁香型的和谐性、洞藏资源的稀缺性”六大优势资源，成就了“内参”、“酒鬼”、“湘泉”三大品系，是中国馥郁香型白酒领袖品牌。“酒鬼”、“湘泉”成为“中国驰名商标”，酒鬼酒成为“中国地理标志保护产品”。

酒鬼酒股份有限公司网站首页



请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

(1) 将公司网址提交到搜索引擎。为了利用搜索引擎进行推广，必须首先将公司网址 <http://www.jiuguijiu000799.com/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 360 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、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 & 360 的反馈页面截图

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

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

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	360 (收录情况)	baidu (收录情况)	baidu (反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
酒鬼酒股份有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

公司网站被 360、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

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

表 5 酒鬼酒股份有限公司网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	酒鬼酒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。完成表 6。

表 6 酒鬼酒股份有限公司网站首页关键词设计表

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 酒鬼酒股份有限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

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，图片浏览器，HyperSnap

截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-5)

试题评分卡 (2-3-5)

评价内容		配分	考核点	考核得分
素养(20分)		20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。	
技能 (80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分	
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分	
	检查搜录情况(4分)	1分	检查方式正确	
		1分	搜录结果结果	
		2分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体搜录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分	
		2分	公司网站被baidu和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
	SEO搜索引擎优化(14分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。	
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分	
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分	
关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。		
	4分	关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。		
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。		

		8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO，定位明确。按 0/4/6/8 标准评分。字数超过 200 字，或者低于 100 字扣 1 分；	
	数据分析和推广优化 (14分)	3分	术语解释正确，定义关键点解释得当。	
		3分	排名选择正确	
		4分	转换率原因分析正确，有理有据	
		4分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：2-3-6，搜索引擎推广

(1) 任务描述

“小哈佛幼儿园”是“小哈佛”幼教品牌的实体幼儿园。1996年小哈佛教育集团(<http://www.xiaohafo.com/>)创立了“小哈佛”幼儿教育品牌，小哈佛幼儿园、小哈佛双语幼儿园、小哈佛国际幼儿园均归属于“小哈佛”旗下的幼教品牌。

小哈佛幼儿园长期致力于0-6婴幼儿教育事业的研究开发与实施，在国内最早实践0-6岁保教一体化并取得成功，是中国确保开端儿童发展计划的倡导者和执行者。作为未来教育研究中心核心成员，也是中国确保开端儿童发展研究中心的召集人，拥有优势的教育专业资源、中国教育产业市场的成功操作经验和国际化的专业团队。



图1 小哈佛幼儿园教育集团首页请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

表1 目标地址提交到Baidu&Sogou的反馈页面截图

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

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

(3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况，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	sougou(收录情况)	baidu(收录情况)	baidu(反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
小哈佛幼儿园网站					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 小哈佛幼儿园教育集团首页情况评价

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

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 9 数据分析和优化改进措施表

①请解释跳出率的含义

②找出上表中跳出率高排名前 3 与跳出率低排名前 5 的搜索词项

③分析跳出率高的搜索词项，有何改进建议？

④分析跳出率低的搜索词项，有何改进建议？

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-6)

试题评分卡(2-3-6)

评价内容	配分	考核点	考核得分
素养(20分)	20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。	
技能(80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分
	检查收录情况(4分)	1分	检查方式正确
		1分	收录结果结果
		2分	结果截图清晰、与结果吻合
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分
		2分	公司网站被baidu和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称
	SEO搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分
	关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。
4分		关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。	
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。	
	8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/6/8标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分;	

数据分析和推广优化 (14分)	2分	术语解释正确，定义关键点解释得当。	
	4分	找出选项正确。每个0.5分	
	4分	分析原因正确。2分；改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。2分	
	4分	分析原因正确。2分；改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。2分	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：2-3-7，搜索引擎推广

(1) 任务描述

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



图 1 湖南旺德府家居建材投资首页请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务:

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

表 1 目标地址提交到 Baidu&Sogou 的反馈页面截图

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

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

(3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况，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	sougou(收录情况)	baidu(收录情况)	baidu(反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
湖南旺德府家居建材投资公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 湖南湖南旺德府家居建材投资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 湖南旺德府家居建材投资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

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 营运数据表

项目	数据	项目	数据
周期	1 个月	跳出率	90%
PV	35	平均访问时长	3m
UV	40		

表 9 数据分析和优化改进措施表

①请解释浏览量的含义

答：

②请解释访问数的含义

答：

③结合跳出率和平均访问时长，请评价本公司网站一个月的运行情况？

答：

④根据上图和对公司网站运行情况的基本判断，提出改进建议？

答：

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图

工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-7)

试题评分卡(2-3-7)

评价内容	配分	考核点	考核得分
素养(20分)	20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。	
技能(80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分
	检查收录情况(4分)	1分	检查方式正确
		1分	收录结果结果
		2分	结果截图清晰、与结果吻合
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分
		2分	公司网站被baidu和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称
	SEO搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分
	关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。
4分		关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。	
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。	
	8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/6/8标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分;	

	数据分析 和推广优 化 (14分)	2分	术语解释正确，定义关键点解释得当。	
		2分	术语解释正确，定义关键点解释得当。	
		5分	原因分析正确，有理有据。	
		5分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：2-3-8，搜索引擎推广

(1) 任务描述

九芝堂股份有限公司 (<http://www.hnjzt.com/>) 是国家重点中药企业、国家重点高新技术企业、国内 A 股上市公司、湖南省质量管理奖企业、国家博士后科研工作站。公司前身“劳九芝堂药铺”创建于 1650 年。2004 年 2 月，“九芝堂”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标；2006 年 9 月，“九芝堂”被国家商务部认定为“中华老字号”；2008 年 6 月，九芝堂传统中药文化被列入国家级非物质文化遗产保护目录。公司主要从事中成药、生物药品的研制、生产、销售及药品的批发、零售业务，综合经济实力在湖南省医药行业中名列前茅，并连续获评纳税信用 A 级单位。



图 1 九芝堂股份有限公司网站首页请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

网站名称	sougou(收录情况)	baidu(收录情况)	baidu(反向链接数)	PR 值	Alexa 排名
九芝堂股份有限公司网站					

表 4 查询结果过程记录表

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

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

表 5 九芝堂股份有限公司网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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 九芝堂股份有限公司网站关键词设计表

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

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

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截图

工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-8)

试题评分卡(2-3-8)

评价内容		配分	考核点	考核得分
素养(20分)		20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。	
技能 (80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分	
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分	
	检查收录情况(4分)	1分	检查方式正确	
		1分	收录结果结果	
		2分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分	
		2分	公司网站被baidu和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
	SEO搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。	
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分	
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分	
关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。		
	4分	关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。		
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。		

		8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO, 定位明确。按 0/4/6/8 标准评分。字数超过 200 字, 或者低于 100 字扣 1 分;	
	数据分析和推广优化 (14分)	4分	术语解释正确, 定义关键点解释得当。	
		5分	数据分析正确, 公式罗列正确, 数据计算正确。	
		5分	改进建议和优化措施思路清晰, 阐述得当。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：2-3-9，搜索引擎推广

(1) 任务描述

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



图1 点石装饰公司网站首页请帮助其完成搜索引擎推广过程中相关任务的实施。

测试任务：

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

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

提交到 Sogou 的反馈页面截图	
-------------------	--

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

表 2 baidu 收录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

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

表 3 网站的收录情况、反向链接数、PR 值、Alexa 排名结果

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

表 4 查询结果过程记录表

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

(4) SEO 搜索引擎优化。为了让公司网站在搜索引擎中的排名靠前，公司打算进行 SEO。

请了解该网站首页的搜索引擎优化情况，并对不妥的地方加以改进，请填写表 5。

表 5 点石家装网站首页搜索引擎优化情况评价

编号	项目名称	公司首页情况	是否需 改 进	改进后
1	Title(标题)			
2	Keyword (关键词)			

3	Description (描述)			
4	关键词密度基本情况			
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 点石家装公司关键词设计表

序号	设计的关键词	设计的理由
1		
2		
3		
4		

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

表 7 公司百度推广的创意设计

标题：

描述：

(7) 数据分析与推广优化

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

一个月内该企业在某网站上投入广告，总费用是 16000 元。经过统计，这则广告的曝光次数是 800,000，点击次数是 80,000 次，广告后转换购买次数是 1,000。

表 8 数据分析和优化改进措施表

①请解释转化率的含义

答：

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

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

答：

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-9)

试题评分卡(2-3-9)

评价内容	配分	考核点	考核得分	
素养(20分)	20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。		
技能 (80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分	
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分	
	检查收录情况(4分)	1分	检查方式正确	
		1分	收录结果结果	
		2分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分	
		2分	公司网站被google、baidu、和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
	SEO搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。	
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分	
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分	
	关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。	
		4分	关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。	
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。		
	8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与SEO,定位明确。按0/4/8标准评分。字数超过200字,或者低于100字扣1分;		

数据分析和推广优化 (14分)	4分	术语解释正确，定义关键点解释得当。	
	5分	数据分析正确，公式罗列正确，数据计算正确。	
	5分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。	
合计	100分		

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：2-3-10，搜索引擎推广

(1) 任务描述

湖南胖哥食品有限责任公司 (<http://sp189888.zjbiz.net/>)，位于湖南省湘潭县易俗河经济开发区，经过 20 多年的发展，成为拥有国内最先进的槟榔食品生产和检测设备、集研发、生产、检测、销售于一体的现代化槟榔食品企业。公司产品涵盖青果、黑果两大类，拥有细纹路，纯香坊，糊涂味，A 感觉，清香 K 口为代表的系列产品等数十种香型。公司先后被认定为：“中国驰名商标”、“湖南著名商标”、“湖南名牌产品”、湖南省槟榔行业“先进企业”等。已成为湖南省槟榔行业的龙头企业，售网络已遍布全国各地。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://sp189888.zjbiz.net/> 提交给各大搜索引擎。请写出 Baidu 和 sougou 提交网站的入口地址，并将公司地址提交到百度、搜狗中，并将提交成功的返回结果截图填写在下表。（注意：只需截取输入网址后的输入框、以及输入验证码的界面。不需真正提交）表 1 目标地址提交到 Baidu & sougou 的反馈页面截图

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

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

表 2 baidu 搜录公司网址检查结果表

检查方式	
检查结果	
检查结果截图	

(3) 公司网站目前被搜索引擎收录基本情况调查。为了了解公司网站目前在各大搜索引擎中的搜录情况，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	sougou(收录情况)	baidu(收录情况)	baidu(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 sougou、baidu 的收录情况截图	
PR 值截图	
Alexa 排名截图	

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

表 5 公司网站首页搜索引擎优化情况评价

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

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

表 6 公司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

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

②请计算 CPM、CPC、CPA、转化率

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

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间、连接互联网（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分细则

搜索引擎推广试题评分卡(试题 2-3-10)

试题评分卡(2-3-10)

评价内容		配分	考核点	考核得分
素养(20分)		20分	注重工作场所的6S管理,遵守操作规程、操作纪律。试卷格式排版合理。	
技能(80分)	将公司网址提交到搜索引擎(10分)	4分	入口地址正确,输入的地址与截图地址一致,2分/个,共4分	
		6分	网站提交页面信息填写正确,1分,提交截图正确。2分/个,共6分	
	检查收录情况(4分)	1分	检查方式正确	
		1分	收录结果结果	
		2分	结果截图清晰、与结果吻合	
	搜索引擎收录基本情况调查(16分)	10分	网站在各个搜索引擎的具体收录情况的值,填写正确,与操作截图的结果吻合每空2分,共10分	
		2分	公司网站被baidu和sougou的收录情况截图正确、清晰;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	PR值截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
		2分	Alexa排名截图清晰,正确;截图时,体现公司网址或者公司名称	
	SEO搜索引擎优化(12分)	2分	Title(标题)。标题优化结果,要能体现公司网站的定位或特点等。	
		3分	Keyword(关键词)。关键词5-10个。能列出企业名称、企业品牌和产品的关键词5-10个	
		3分	Description(描述)。能把相应关键串成一句通顺的话,1分;将企业核心内容描述清楚。2分。	
		2分	关键词密度基本情况,所有关键词基本情况概述正确,1分;“调整后”的关键词密度调整和思路理由清晰,正确;1分	
		2分	网页用户体验整体评价,1-2分;如需更改,网站改进思路清晰,能解决相应的问题,1分	
关键词的设计(12分)	8分	设置的关键词,按0/1/2标准评分,每个最多2分,共8分,体现湖南地区推广特点设置关键词。		
	4分	关键词设置理由,按0/1标准评分,每个最多1分,共4分,设计理由充分,合理。		
创意设计(12分)	4分	创意标题设计与百度创意标题要求的符合度,按0/2/4标准评分。		

		8分	文字创意主题鲜明、简明扼要、新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO，定位明确。按 0/4/6/8 标准评分。字数超过 200 字，或者低于 100 字扣 1 分。	
	数据分析和推广优化 (14 分)	4分	术语解释正确，定义关键点解释得当。	
		5分	数据分析正确，公式罗列正确，数据计算正确。	
		5分	改进建议和优化措施思路清晰，阐述得当。	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

模块三：专业拓展技能

项目 1：新媒体推广文案

1. 试题编号：3-1-1，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

方圆经营一家网店“大自然特产直销店”，主要销售茶叶、木耳、香菇、水果等农特产品。由于商品质量上乘，店铺回头客也很多，所以日常销量还是不错的。明天正好是店铺开店一周年，方圆打算进行一场直播，精心挑选了几款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。

主推商品的介绍如下：

炎陵黄桃栽种于湖南省炎陵县海拔 300-1200 米的山区，是生态营养安全的绿色食品水果，为国家地理标志商标保护产品，享有“炎陵黄桃，桃醉天下”的美誉。2004 年炎陵黄桃首次获得绿色食品认证。2011 年炎陵县被评为“中国优质黄桃之乡”，是湖南省唯一获此殊荣的区县，同时在黄桃产业方面也是全国唯一获此殊荣的县。炎陵黄桃品质优异，以靛、脆、香、甜享誉市场，享有“天上仙桃，炎陵黄桃”的美誉。尤其是具有桃形周正、着色均匀、果面亮泽、桃核周围果肉鲜红、甜度适中、酥脆可口、香气浓郁等特有品质，备受广大消费者的推崇。每颗炎陵黄桃都有一颗红亮的心。炎陵黄桃果肉金黄色，可溶性固形物含量 12%~15%，风味浓甜微酸，香气浓；正品单果重 180 克以上，外表无色斑缺陷或少许，口感好而走俏市场。

商品介绍

品牌：炎陵黄桃

产地：湖南省株洲市

包装种类：礼盒装

净含量：5 斤/10 斤

单果规格：3.5-4.5 两（一级大果）

价格：5 斤装/98 元 10 斤装/168 元

储存温度：8-15℃

发货：48 小时发货

物流：默认顺丰快递，一般地区发货后 2-3 天到达，偏远地区 3-5 天到达

退换货：如有损坏，请在 24 小时之内拍照及时联系售后客服



【测试任务】

请你以方圆的身份,根据背景介绍以及商品资料,在90分钟内策划一场45分钟的直播,并撰写直播脚本,直播脚本需包含以下基本信息:

(1) 直播目标

根据自身需求进行单场直播目标设定,如拉新用户、提转化数据、销售额等,同时直播目标要符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。

(2) 直播时间

根据目标用户行为习惯和店铺情况选择合适的开播时间。

(3) 直播主题

10字以内的文案撰写,通过参与度、话题性、吸引力等引发用户关注和点击。

(4) 开播准备

直播软硬件设备的测试、样品准备、直播辅助道具准备、人员准备等,确保直播可正常运转。

(5) 活动信息

活动玩法的详细介绍,确保清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。

(6) 直播流程设计

根据节奏在对应节点铺设活动、商品上架、互动等环节,确保主播可把控。

(7) 主推商品的讲解话术设计

商品介绍要求:用问题情境/故事/热点引出商品,根据

FABE 法则的思路介绍商品特色、卖点，有商品日常价格、直播促销价的说明，使用倒计时营造抢购气氛，加强与粉丝的互动。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见移动新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-1)

试题评分卡(3-1-1)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的直播脚本符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
		直播目标	5	符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。	
		直播时间	5	符合目标用户行为习惯和店铺实际情况。	
		直播主题	5	10字以内,贴合粉丝需求,引发用户关注和点击。	
		开播准备	5	能够根据直播的实际需求提前做好相应准备。	
		活动信息	5	确保活动玩法清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。	
		直播流程设计	10	直播流程完整,内容充实、有吸引力,逻辑清晰,节奏把控到位。	
		主推商品的讲解话术设计	35	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种(5分)	
				正确介绍商品基本属性(5分)	
				有商品特色、卖点的介绍(每个特色或卖点5分,最高到15分)	
有商品日常价格、直播促销价的说明,并使用倒计时营造抢购氛围,说明商品的物流、售后信息(5分)					
		能够将 FABE 法则(属性、作用、益处、证据)融入到商品介绍中(5分)			
合计		100			

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：3-1-2，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

刘洋开了一家网店“福源生鲜旗舰店”，店铺主营水果和蔬菜，汇聚了当地的特色时令果蔬，吸引了很多客户，生意蒸蒸日上。恰逢平台“生鲜节”活动，刘洋精心挑选了几款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。

主推商品的介绍如下：

草莓又叫红莓、洋莓、地莓等，色、香、味俱佳，而且营养价值高，含丰富维生素 C，有帮助消化的功效，所以被人们誉为“水果皇后”。草莓外观呈心形，鲜美红嫩，果肉多汁，酸甜可口，且有特殊的浓郁水果芳香，因此备受人们的喜爱。

商品介绍

商品名称：大凉山牛奶草莓

品牌：甘福园

储藏方法：低温保鲜

保质期：3 天

食品添加剂：无

产地：四川省

包装方式：盒装

净含量：1.5kg

生鲜储存温度：0-8℃

价格：49.00 元

发货：48 小时发货

物流：默认顺丰快递，一般地区发货后 2-3 天到达，偏远地区 3-5 天到达

退换货：如有损坏，请在 24 小时之内拍照及时联系售后客服

【测试任务】

请你以刘洋的身份，根据背景介绍以及商品资料，在 90 分钟内策划一场 45 分钟的直播，并撰写直播脚本，直播脚本需包含以下基本信息：

(1) 直播目标

根据自身需求进行单场直播目标设定，如拉新用户、提转化数据、销售额等，同时直播

目标要符合 smart 原则，即目标要具体化、可衡量、可实现，要有相关性和时限性。

(2) 直播时间

根据目标用户行为习惯和店铺情况选择合适的开播时间。

(3) 直播主题

10 字以内的文案撰写，通过参与度、话题性、吸引度等引发用户关注和点击。

(4) 开播准备

直播软硬件设备的测试、样品准备、直播辅助道具准备、人员准备等，确保直播可正常运转。

(5) 活动信息

活动玩法的详细介绍，确保清晰易懂，活动流程的说明对活动本身无异议。

(6) 直播流程设计

根据节奏在对应节点铺设活动、商品上架、互动等环节，确保主播可把控。

(7) 主推商品的讲解话术设计商品介绍要求：用问题情境/故事/热点引出商品，根据 FABE 法则的思路介绍商品特色、卖点，有商品日常价格、直播促销价的说明，使用倒计时营造抢购气氛，加强与粉丝的互动。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见移动新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-2)

试题评分卡(3-1-2)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的直播脚本符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
		直播目标	5	符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。	
		直播时间	5	符合目标用户行为习惯和店铺实际情况。	
		直播主题	5	10字以内,贴合粉丝需求,引发用户关注和点击。	
		开播准备	5	能够根据直播的实际需求提前做好相应准备。	
		活动信息	5	确保活动玩法清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。	
		直播流程设计	10	直播流程完整,内容充实、有吸引力,逻辑清晰,节奏把控到位。	
		主推商品的讲解话术设计	35	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种(5分)	
				正确介绍商品基本属性(5分)	
				有商品特色、卖点的介绍(每个特色或卖点5分,最高到15分)	
有商品日常价格、直播促销价的说明,并使用倒计时营造抢购氛围,说明商品的物流、售后信息(5分)					
		能够将 FABE 法则(属性、作用、益处、证据)融入到商品介绍中(5分)			
合计		100			

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：3-1-3，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

小铭开了一家网店“小铭零食铺”，主要销售各式各样的休闲零食。店铺的商品都比较适合年轻人，价格也低，所以店铺回头客也很多，日常销量还是不错的。马上就是平台“零食节”大促了，小铭打算进行一场直播，精心挑选了几款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。

主推商品的介绍如下：

蛋黄酥是由小麦、黄油、蛋黄等做成的传统中式糕点。随着用料的不断升级，蛋黄酥逐渐成为一款网红商品，配料有白砂糖、水、黄豆、豆沙、咸鸭蛋、糯米皮等。

商品介绍

商品名称：蛋黄酥

品牌：楼兰蜜语

商品编号：100007769747

是否添加糖：是

口味：混合口味

类别：蛋黄酥

包装：盒装

规格：520g/箱

保质期：90天

价格：21.9元

发货：48小时发货

物流：默认顺丰快递，一般地区发货后2-3天到达，偏远地区3-5天到达

退换货：如有损坏，请在24小时之内拍照及时联系售后客服



【测试任务】

请你以小铭的身份,根据背景介绍以及商品资料,在90分钟内策划一场45分钟的直播,并撰写直播脚本,直播脚本需包含以下基本信息:

(1) 直播目标

根据自身需求进行单场直播目标设定,如拉新用户、提转化数据、销售额等,同时直播目标要符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。

(2) 直播时间

根据目标用户行为习惯和店铺情况选择合适的开播时间。

(3) 直播主题

10字以内的文案撰写,通过参与度、话题性、吸引度等引发用户关注和点击。

(4) 开播准备

直播软硬件设备的测试、样品准备、直播辅助道具准备、人员准备等,确保直播可正常运转。

(5) 活动信息

活动玩法的详细介绍,确保清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。

(6) 直播流程设计

根据节奏在对应节点铺设活动、商品上架、互动等环节,确保主播可把控。

(7) 主推商品的讲解话术设计商品介绍要求:用问题情境/故事/热点引出商品,根据 FABE 法则的思路介绍商品特色、卖点,有商品日常价格、直播促销价的说明,使用倒计时营造抢购气氛,加强与粉丝的互动。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

（3）考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

（4）评分细则

见移动新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-3)

试题评分卡(3-1-3)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的直播脚本符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
		直播目标	5	符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。	
		直播时间	5	符合目标用户行为习惯和店铺实际情况。	
		直播主题	5	10字以内,贴合粉丝需求,引发用户关注和点击。	
		开播准备	5	能够根据直播的实际需求提前做好相应准备。	
		活动信息	5	确保活动玩法清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。	
		直播流程设计	10	直播流程完整,内容充实、有吸引力,逻辑清晰,节奏把控到位。	
		主推商品的讲解话术设计	35	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种(5分)	
				正确介绍商品基本属性(5分)	
				有商品特色、卖点的介绍(每个特色或卖点5分,最高到15分)	
有商品日常价格、直播促销价的说明,并使用倒计时营造抢购氛围,说明商品的物流、售后信息(5分)					
		能够将 FABE 法则(属性、作用、益处、证据)融入到商品介绍中(5分)			
合计			100		

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：3-1-4，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

张星晨经营着一家网店，店铺名称是“星晨运动户外店”，主要销售运动户外商品，比如护腕、运动水壶、自行车、跑步机、望远镜等。由于商品质量上乘，性价比也比较高，店铺回头客很多，所以日常销量还是不错的。恰逢平台“户外运动节”活动，张星晨精心挑选了几款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。

主推商品的介绍如下：

运动水壶顾名思义就是户外运动携带的水壶。与其他水壶相比，运动水壶具有坚固耐用、安全可靠、方便保险等特点，已经成为户外爱好者的基本配置。

商品介绍

商品名称：运动水壶

品牌：希乐

商品毛重：171.00g

商品产地：浙江台州

货号：XL-1715

类别：直身杯，随手杯，旅行杯

适用人群：学生，男士

容量：730ml

风格：中式

功能：带茶隔，带提绳，有盖

材质：食品级塑料

适用场景：旅行，健身

价格：23.50 元

发货：48 小时发货

物流：默认邮政快递，一般地区发货后 3—4 天到达，偏远地区 4—5 天到达

退换货：支持 7 天无理由退换货，如有损坏，请在 24 小时之内拍照及时联系售后客服



【测试任务】

请你以张星晨的身份，根据背景介绍以及商品资料，在 90 分钟内策划一场 45 分钟的直播，并撰写直播脚本，直播脚本需包含以下基本信息：

(1) 直播目标

根据自身需求进行单场直播目标设定，如拉新用户、提转化数据、销售额等，同时直播目标要符合 smart 原则，即目标要具体化、可衡量、可实现，要有相关性和时限性。

(2) 直播时间

根据目标用户行为习惯和店铺情况选择合适的开播时间。

(3) 直播主题

10 字以内的文案撰写，通过参与度、话题性、吸引力等引发用户关注和点击。

(4) 开播准备

直播软硬件设备的测试、样品准备、直播辅助道具准备、人员准备等，确保直播可正常运转。

(5) 活动信息

活动玩法的详细介绍，确保清晰易懂，活动流程的说明对活动本身无异议。

(6) 直播流程设计

根据节奏在对应节点铺设活动、商品上架、互动等环节，确保主播可把控。

(7) 主推商品的讲解话术设计商品介绍要求：用问题情境/故事/热点引出商品，根据 FABE 法则的思路介绍商品特色、卖点，有商品日常价格、直播促销价的说明，使用倒计时营造抢购气氛，加强与粉丝的互动。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见移动新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-4)

试题评分卡(3-1-4)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的直播脚本符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
		直播目标	5	符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。	
		直播时间	5	符合目标用户行为习惯和店铺实际情况。	
		直播主题	5	10字以内,贴合粉丝需求,引发用户关注和点击。	
		开播准备	5	能够根据直播的实际需求提前做好相应准备。	
		活动信息	5	确保活动玩法清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。	
		直播流程设计	10	直播流程完整,内容充实、有吸引力,逻辑清晰,节奏把控到位。	
		主推商品的讲解话术设计	35	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种(5分)	
				正确介绍商品基本属性(5分)	
				有商品特色、卖点的介绍(每个特色或卖点5分,最高到15分)	
有商品日常价格、直播促销价的说明,并使用倒计时营造抢购氛围,说明商品的物流、售后信息(5分)					
		能够将 FABE 法则(属性、作用、益处、证据)融入到商品介绍中(5分)			
合计			100		

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：3-1-5，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

杨杰经营着一家网店“茯源祥茶叶行”，主要销售茶叶、茶具。现在杨杰每周会固定直播一次，店铺的销量还可以，马上就是双十一大促了，杨杰特意挑选了店铺销量最好的几款商品作为秒杀福利。在直播开始之前，杨杰进行了推广引流，希望本次活动能够吸引更多的新粉丝。

主推商品的介绍如下：

渠江薄片产地：渠江薄片原料选取奉家、天门的头等高山云雾茶，经两蒸两制冷渥堆后，压制成古铜币，茶叶已经消除黑茶涩味馊味，变得芳香异常。渠江薄片制成后，外形为古铜币样，香气纯正持久，滋味醇和浓厚，汤色橙红明亮，饮用方便。

渠江薄片功效价值：渠江薄片茶属黑茶类产品，茶中的茶氨酸能起到抑制血压升高的作用；生物碱和类黄酮物质使血管松弛，茶黄素能软化血管；茶多糖具有类似胰岛素的作用，能降低人体内的血糖含量；茶多酚及其氧化物能溶解脂肪，促进脂类物质排出，降低体内脂肪的含量。

渠江薄片荣誉：2007年，渠江薄片茶被评为湖南名茶；2008年3月，全国供销系统名茶评比会上，渠江薄片被列为湖南省四大名茶之首。2008年7月，渠江薄片，申报为湖南省级非物质文化遗产，2008年10月，“渠江薄片”被评为中国茶叶博览会金奖。

商品介绍

生产许可证编号:SC11443132200193

厂名:湖南省渠江薄片茶业有限公司

厂址:湖南省娄底市新化县经济开发区梅苑工业园

包装方式:礼盒装

茶种类:安化黑茶

储藏方法:常温干燥保存

净含量:250g

价格:598元

发货:48小时发货

物流:默认顺丰快递,一般地区发货后2-3天到达,偏远地区3-5天到达

退换货：如有损坏，请在 24 小时之内拍照及时联系售后客服



【测试任务】

请你以杨杰的身份,根据背景介绍以及商品资料,在 90 分钟内策划一场 45 分钟的直播,并撰写直播脚本,直播脚本需包含以下基本信息:

(1) 直播目标

根据自身需求进行单场直播目标设定,如拉新用户、提转化数据、销售额等,同时直播目标要符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。

(2) 直播时间

根据目标用户行为习惯和店铺情况选择合适的开播时间。

(3) 直播主题

10 字以内的文案撰写,通过参与度、话题性、吸引度等引发用户关注和点击。

(4) 开播准备

直播软硬件设备的测试、样品准备、直播辅助道具准备、人员准备等,确保直播可正常运转。

(5) 活动信息

活动玩法的详细介绍,确保清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。

(6) 直播流程设计

根据节奏在对应节点铺设活动、商品上架、互动等环节,确保主播可把控。

(7) 主推商品的讲解话术设计商品介绍要求:用问题情境/故事/热点引出商品,根据 FABE 法则的思路介绍商品特色、卖点,有商品日常价格、直播促销价的说明,使用倒计时营造抢购气氛,加强与粉丝的互动。

(2) 实施条件

硬件:计算机专用机房一间(全部采用电子文档批阅)

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见移动新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-5)

试题评分卡(3-1-5)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的直播脚本符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
		直播目标	5	符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。	
		直播时间	5	符合目标用户行为习惯和店铺实际情况。	
		直播主题	5	10字以内,贴合粉丝需求,引发用户关注和点击。	
		开播准备	5	能够根据直播的实际需求提前做好相应准备。	
		活动信息	5	确保活动玩法清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。	
		直播流程设计	10	直播流程完整,内容充实、有吸引力,逻辑清晰,节奏把控到位。	
		主推商品的讲解话术设计	35	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种(5分)	
				正确介绍商品基本属性(5分)	
				有商品特色、卖点的介绍(每个特色或卖点5分,最高到15分)	
有商品日常价格、直播促销价的说明,并使用倒计时营造抢购氛围,说明商品的物流、售后信息(5分)					
		能够将 FABE 法则(属性、作用、益处、证据)融入到商品介绍中(5分)			
合计			100		

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：3-1-6，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

陈明开了一家网店，店铺名称是“十月稻田旗舰店”，主要经营优选大米、豆类杂粮、南北干货。前期店铺的销量一直很可观，积累了很多忠实的顾客。恰逢平台“双十二大促”活动，陈明计划进行一场直播，一方面为了回馈老顾客，另一方面为了吸引新客户，精心挑选了几款福利商品，回馈店铺的新老粉丝。

主推商品的介绍如下：

紫鹊界贡米，湖南省娄底市新化县特产，全国农产品地理标志。新化县紫鹊界地区生态原始，森林覆盖率高，水源清洁，空气新鲜，土壤砂质，富含腐殖质和微量元素，尤其是方圆 50 千米无一座工厂，没有“三废”和重金属污染，是生产绿色食品的天然基地。

紫鹊界贡米亦称紫香米，并有“药米”、“长寿米”、“黑珍珠”之誉。据《本草纲目》记载：贡米有滋阴补肾、健脾暖肝、明目活血之功效。现代医学证明，经常食用贡米，有利于防止头昏、目眩、贫血、白发、眼疾、腰腿疲软以及抗癌等功效。

紫鹊界紫米，颗粒均匀，食味香甜，甜而不腻，素有“药谷”之称。紫鹊界贡米又分为紫香米、红米、黑米，熬制的米粥清香油亮、软糯适口，因其含有丰富的营养，具有很好的滋补作用，因此也被人们称为“补血米”、“长寿米”。紫米味甘、性温、有益气补血、暖胃健脾、滋补肝肾、缩小便、止咳喘等作用。

商品介绍

产品名称：紫鹊界贡米

净含量：1kg

保质期：24 个月（常温真空状态）

储存条件：阴凉干燥处储存，切勿阳光直射

包装：独立包装

价格：紫香米 30 元/kg

红米 20 元/kg

黑米 35 元/kg

发货：48 小时发货

物流：默认顺丰快递，一般地区发货后 2—3 天到达，偏远地区 3—5 天到达

退换货：如有损坏，请在 24 小时之内拍照及时联系售后客服



【测试任务】

请你以陈明的身份，根据背景介绍以及商品资料，在 90 分钟内策划一场 45 分钟的直播，并撰写直播脚本，直播脚本需包含以下基本信息：

(1) 直播目标

根据自身需求进行单场直播目标设定，如拉新用户、提转化数据、销售额等，同时直播目标要符合 smart 原则，即目标要具体化、可衡量、可实现，要有相关性和时限性。

(2) 直播时间

根据目标用户行为习惯和店铺情况选择合适的开播时间。

(3) 直播主题

10 字以内的文案撰写，通过参与度、话题性、吸引力等引发用户关注和点击。

(4) 开播准备

直播软硬件设备的测试、样品准备、直播辅助道具准备、人员准备等，确保直播可正常运转。

(5) 活动信息

活动玩法的详细介绍，确保清晰易懂，活动流程的说明对活动本身无异议。

(6) 直播流程设计

根据节奏在对应节点铺设活动、商品上架、互动等环节，确保主播可把控。

(7) 主推商品的讲解话术设计商品介绍要求：用问题情境/故事/热点引出商品，根据 FABE 法则的思路介绍商品特色、卖点，有商品日常价格、直播促销价的说明，使用倒计时营造抢购气氛，加强与粉丝的互动。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见移动新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-6)

试题评分卡(3-1-6)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分),方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰,对背景资料分析透彻、细致(5分);撰写的直播脚本符合要求,能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	具体内容	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求。	
		文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强。	
		直播目标	5	符合 smart 原则,即目标要具体化、可衡量、可实现,要有相关性和时限性。	
		直播时间	5	符合目标用户行为习惯和店铺实际情况。	
		直播主题	5	10字以内,贴合粉丝需求,引发用户关注和点击。	
		开播准备	5	能够根据直播的实际需求提前做好相应准备。	
		活动信息	5	确保活动玩法清晰易懂,活动流程的说明对活动本身无异议。	
		直播流程设计	10	直播流程完整,内容充实、有吸引力,逻辑清晰,节奏把控到位。	
		主推商品的讲解话术设计	35	商品引出方式采用问题情境引出、故事引出、热点引出中的一种(5分)	
				正确介绍商品基本属性(5分)	
				有商品特色、卖点的介绍(每个特色或卖点5分,最高到15分)	
				有商品日常价格、直播促销价的说明,并使用倒计时营造抢购氛围,说明商品的物流、售后信息(5分)	
能够将 FABE 法则(属性、作用、益处、证据)融入到商品介绍中(5分)					
合计		100			

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：3-1-7，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

花溪村，位于娄底市北部，距娄底中心城区8公里，紧邻长芷高速，S209线、西恩铁路专线穿境而过。2016年由原塘坪村、花溪村合并而成，村域面积4.18平方公里，共有863户2174人。2020年，该村集体经济收入达19.2万元，村民年人均可支配收入约3万元。获评“湖南省卫生村”“湖南省先进基层党组织”“娄底市美丽乡村建设示范村”“湖南省美丽乡村示范村”。

初夏，驱车行驶花溪村的山路上，村落青山环抱，溪水潺潺，两旁绿树成荫，玫瑰盛开，一幅醉人的夏日画卷徐徐展开，一条条平整宽阔的沥青路，串连起一幢幢白墙红瓦的民居，更有花香四溢的玫瑰园、炊烟袅袅的农家乐、绿浪翻滚的稻田镶嵌其间。花溪村的这幅美丽画卷，得益于花溪村近年来实施生态修复、基础设施建设和农田水利改造，集中盘活荒山荒地、闲置空房等集体资源，分片区种上玫瑰、杜鹃、桃树等花卉苗木。同时，引导乡贤回乡创业，依托区位优势、近郊优势，走出了一条农旅融合发展的路子。其中，坐落在花溪村的花溪谷通过流转土地960余亩，种植玫瑰500亩，配套开发了花海观光、玫瑰加工、古琴和瑜伽培训等，在2020年实现营业收入300万。每到旅游旺季，这里就会举办大型主题游园会，游客可体验浅滩抓蟹、露营烧烤、星空沙滩、梦幻长廊、花灯许愿、汉服游园等项目，免费参加放河灯、逛鹊桥、祈福游乐、寻宝探险等活动。在2021年五一期间，花溪谷游客量达5万人次，成为远近闻名的“网红村”。

依托现有的产业生态，花溪村以建设美丽乡村为契机，进一步激发村民内生动力，壮大乡村旅游产业。花溪村人坚信，只要持续奋斗，幸福日子便会细水长流。

【测试任务】

请根据背景资料，围绕花溪村策划并撰写一个总时长为30秒~2分钟（且不少于10个分镜头）的新媒体短视频分镜头脚本文案（情景短剧或Vlog，二选一），以提高其知名度和影响力，促进乡村旅游业发展。文案具体要素内容应包括镜号、景别、运镜技巧、画面、台词、声音、背景音乐、字幕、分镜头时间等。要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性和创新性。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-7)

试题评分卡(3-1-7)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的推广文案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求		文案总时长不少于30秒, 每少2秒扣1分
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	要素完整	7	要素内容完整(包括镜号、景别、运镜技巧、画面等)	
		镜头	5	镜头划分有序、合理	
		景别	10	景别设置恰当、合理	
		运镜技巧	10	运镜技巧能提升视频的整体意境	
		画面内容	20	主题明确鲜明, 内容具有强烈的画面感和逻辑性, 能够凸显出文案的推广价值, 并具有良好的传播效应	
		台词、声音、字幕	10	台词、声音、字幕能和画面形成有效衔接	
		背景音乐	5	根据场景需求选择合适的背景音乐类型	
		分镜头时间	5	分镜头时间分配恰当、合理、主次突出	
创新方面	8	文案构思新颖, 能引起粉丝兴趣			
合计		100			

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：3-1-8，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

渠江源村属新化县奉家镇，位于新化县西部雪峰山主脉东侧，坐落于紫鹊界景区和桃花源景区及红二军团司令部旧址的中轴线，距县城 79 公里，总面积 37890 亩，其中耕地面积 2440 亩，山林 35445 亩。共有 31 个村民小组，总人口 595 户 2246 人。

名山名水出好茶，渠江源水质为国内最好水资源之一。凭借得天独厚的环境，渠江源村有茶园面积 8000 亩，分布在海拔 700 至 1200 米之间，常年云雾缭绕，是历史贡茶渠江薄片、贡芽茶、土贡芽茶、奉家米茶产区，有深厚的茶文化底蕴。近年来，渠江源村深化同心美丽乡村建设，积极争取在外能人的支持，大力发展乡贤经济，着力打造旅游服务和茶叶两大支柱产业。在政府部门的牵线搭桥下，引进乡贤返乡创业，成立以湖南紫金茶叶科技发展有限公司为代表的旅游业龙头企业，开展特色民宿餐饮旅游，带动农户自主发展茶园，实现贫困户每人每年增收 4000 元以上，助推渠江源村“万亩茶园亿元村”和“一村一品”产业格局的发展。

渠江源村以“发展特色休闲农业，打造渠江源生态风景区，创建洁净秀美村庄”为战略，整合各类统战资源，持续围绕渠江源景区做文章，成功打造国家 3A 景区，获评全国“一村一品”示范村，全国第一批“美丽乡村”。

【测试任务】

请根据背景资料，围绕渠江源村策划并撰写一个总时长为 30 秒~2 分钟（且不少于 10 个分镜头）的新媒体短视频分镜头脚本文案（情景短剧或 Vlog，二选一），以提高其知名度和影响力，促进其产业发展。文案具体要素内容应包括镜号、景别、运镜技巧、画面、台词、声音、背景音乐、字幕、分镜头时间等。要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性和创新性。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-8)

试题评分卡(3-1-8)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的推广文案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。		
技能 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求		文案总时长不少于30秒, 每少2秒扣1分
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强		
	具体内容	要素完整	7	要素内容完整(包括镜号、景别、运镜技巧、画面等)	
		镜头	5	镜头划分有序、合理	
		景别	10	景别设置恰当、合理	
		运镜技巧	10	运镜技巧能提升视频的整体意境	
		画面内容	20	主题明确鲜明, 内容具有强烈的画面感和逻辑性, 能够凸显出文案的推广价值, 并具有良好的传播效应	
		台词、声音、字幕	10	台词、声音、字幕能和画面形成有效衔接	
		背景音乐	5	根据场景需求选择合适的背景音乐类型	
		分镜头时间	5	分镜头时间分配恰当、合理、主次突出	
创新方面	8	文案构思新颖, 能引起粉丝兴趣			
合计		100			

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：3-1-9，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

双源村位于双峰县杏子铺镇，面积 16 平方公里，其中森林 9936 亩，森林覆盖率达 82%，是天然的绿色氧吧。近年来，双源村凝聚同心合力，以建设红色基地的美丽村落为新载体，以打造文旅融合的乡村旅游为主旋律，以建立生态休闲的农业产业为大举措，扎实推进乡村振兴。该村先后获评“娄底市先进基层党组织”、“全国乡村旅游重点村”、“文明村镇”、“娄底市十佳生态村落”、“娄底市同心美丽乡村”等称号。

统战引领，红色双源。双源村在山斗冲地下党支部旧址建设了陈列馆和杏子统战人物风采馆。山斗冲地下党支部于 1926 年成立，是大革命时期双峰境内第二个农村地下党支部。风采馆对抗日名将宋希濂、商界精英潘岱青、农工党员书画艺术家黄鹤庚、党外知识分子秦汉等都详细介绍了生平和事迹。前来参观学习的人络绎不绝，年接待达 12 万余人次。

文旅融合，醉美双源。双源村是水府庙国家湿地公园的重要组成部分。双源村积极推动文旅融合，民盟娄底市委乡村振兴实践基地龙腾水府、县工商联执委成爱军创办的涟水漂流等一批旅游项目建成迎客，旅游年收入破千万元。

非遗传承，古色双源。双源村的制砚技艺——溪砚雕刻技艺是湖南省非物质文化遗产，其制作工艺可以追溯到清早期。如今，以“溪砚文化”为核心的国藩溪砚工艺有限公司不断发展壮大，“溪砚非遗馆”、“溪砚研学基地”使溪砚文化和旅游完美融合。

生态农业，绿色双源。党外人士曾海南养殖的“水果鸡”、“乌骨鸡”通过了中国农业农村部无公害农产品认证，先后在中央电视台、湖南卫视等多家主流媒体报道宣传。党外人士黄永庚等依托村级合作社，组织村民种植黄桃、三红蜜柚 150 亩，委托帮扶贫困户 37 户 91 人，带动村民种植优质水稻 200 亩，养殖龙虾 15 亩，成立 5 个竹鼠养殖合作社。全村农业产业实现了“一品多元”、“由点及面”。

【测试任务】

请根据背景资料，围绕双源村策划并撰写一个总时长为 30 秒~2 分钟（且不少于 10 个分镜头）的新媒体短视频分镜头脚本文案（情景短剧或 Vlog，二选一），以提高其知名度和影响力，促进其产业发展。文案具体要素内容应包括镜号、景别、运镜技巧、画面、台词、

声音、背景音乐、字幕、分镜头时间等。要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性和创新性。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

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

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-9)

试题评分卡(3-1-9)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注	
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的推广文案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。			
技能 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求		文案总时长不少于30秒, 每少2秒扣1分	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强			
	具体内容	要素完整	7	要素内容完整(包括镜号、景别、运镜技巧、画面等)		
		镜头	5	镜头划分有序、合理		
		景别	10	景别设置恰当、合理		
		运镜技巧	10	运镜技巧能提升视频的整体意境		
		画面内容	20	主题明确鲜明, 内容具有强烈的画面感和逻辑性, 能够凸显出文案的推广价值, 并具有良好的传播效应		
		台词、声音、字幕	10	台词、声音、字幕能和画面形成有效衔接		
		背景音乐	5	根据场景需求选择合适的背景音乐类型		
		分镜头时间	5	分镜头时间分配恰当、合理、主次突出		
创新方面	8	文案构思新颖, 能引起粉丝兴趣				
合计		100				

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：3-1-10，新媒体推广文案

(1) 任务描述

【背景资料】

下团村属新化县奉家镇，地处新化县城西部，面积 21 平方公里，其中耕地 2383 亩，水田 1100 亩，林地 27100 亩。全村辖 21 个村民小组，总人口 492 户 1922 人，少数民族常住人口 28 人（瑶族、壮族），森林覆盖率为 95%。主导产业以乡村旅游为主，种植桃林（水果）、药材为辅，桃林 2000 亩，中药材基地 1000 亩。

下团村是一个具有浓郁文化传承的民俗古村，也是一个具有深厚红色基因的历史名村。据专家学者考证，下团村是陶渊明笔下《桃花源记》的原型地。这里桃花盛开、风景秀丽，青瓦绿树、古朴素雅，屋舍俨然、杆线入地，阡陌交通、鸡犬相闻，保存了木房青瓦的建筑风貌，是现代人心灵栖息的家园。

下团村民族特质纯厚，是奉氏族人聚居形成的古村落，极具苗瑶特色的古村落保存完整。近年来，下团村依托民族特色，大力开展民族团结进步创建，深化民族团结进步宣传教育，进一步促进民族间的交往交流交融，被评为娄底市民族团结进步示范点。

2018 年，湖南卫视以下团村为主场地成功举办《新春走基层·直播奉嘎山》，使下团村得到世界关注。经过多年努力，下团村享有“中国传统村落”“全国最美乡村”“湖南省美丽乡村示范村”“湖南省特色旅游名村”的美誉，获娄底市同心美丽乡村、娄底市美丽乡村示范村、娄底市文明村、娄底市环境整治先进单位、新化县文明标兵村等殊荣。

【测试任务】

请根据背景资料，围绕下团村策划并撰写一个总时长为 30 秒~2 分钟（且不少于 10 个分镜头）的新媒体短视频分镜头脚本文案（情景短剧或 Vlog，二选一），以提高其知名度和影响力，促进其产业发展。文案具体要素内容应包括镜号、景别、运镜技巧、画面、台词、声音、背景音乐、字幕、分镜头时间等。要求格式正确、主题明确、内容完整、思路清晰、具有一定可行性和创新性。

(2) 实施条件

硬件：计算机专用机房一间（全部采用电子文档批阅）

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，图片浏览器，HyperSnap 截

图工具软件

(3) 考核时量

本试题考核时间为 90 分钟。

(4) 评分细则

见新媒体推广文案评分卡(试题 3-1-10)

试题评分卡(3-1-10)

评价内容		配分	考核点	考核得分	备注	
素养 (20分)	职业道德	10	诚实严谨、遵守纪律、独立完成任务(5分), 方案不违背法律法规、职业道德与营销伦理(5分)。		严重违反考场纪律、造成恶劣影响的本项目记0分。	
	职业能力	10	方法得当、思路清晰, 对背景资料分析透彻、细致(5分); 撰写的推广文案符合要求, 能在规定时间内完成任务(5分)。			
技能 (80分)	卷容格式	5	文字编排工整清楚、格式符合要求		文案总时长不少于30秒, 每少2秒扣1分	
	文字表达	5	语言流畅、条理清楚、逻辑性较强			
	具体内容	要素完整	7	要素内容完整(包括镜号、景别、运镜技巧、画面等)		
		镜头	5	镜头划分有序、合理		
		景别	10	景别设置恰当、合理		
		运镜技巧	10	运镜技巧能提升视频的整体意境		
		画面内容	20	主题明确鲜明, 内容具有强烈的画面感和逻辑性, 能够凸显出文案的推广价值, 并具有良好的传播效应		
		台词、声音、字幕	10	台词、声音、字幕能和画面形成有效衔接		
		背景音乐	5	根据场景需求选择合适的背景音乐类型		
		分镜头时间	5	分镜头时间分配恰当、合理、主次突出		
创新方面	8	文案构思新颖, 能引起粉丝兴趣				
合计		100				

试题评阅人签名_____