

网络营销与直播电商专业

技能考核标准

一、专业名称及适用对象

1. 专业名称

网络营销与直播电商（专业代码：530704）

2. 适用对象

高职全日制在籍毕业年级学生

二、考核内容

模块一：网络客户服务与管理

基本要求：

1、售前客户服务与管理

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

②能根据产品性能或服务特点，行业发展动态，有效规划客户接待前的准备工作；

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

④能正确介绍电商平台基本交易流程，平台基本交易规则；

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

⑥能对客户价值进行评估，正确测算客户价值，对客户价值进行动态分析；

⑦能掌握重点客户识别的基本方法和技术，并能对客户进行分级管理。

⑧有良好的协调能力、沟通能力和团队合作能力，具有积极的工作态度、良好的服务意识，具有较强的工作责任感，较强的执行能力，自觉遵守6S管理。

2、售后客户服务与管理

- ①能准确判断客户异议的类型；
- ②能分析判断异议产生的原因；
- ③能掌握异议处理的步骤和方法；
- ④能掌握异议处理的原则，灵活运用异议处理技巧；
- ⑤能分析客户投诉产生的原因，准确判断客户投诉的类型；
- ⑥能科学制定处理投诉的基本流程，掌握一般投诉处理方法；
- ⑦能合理利用投诉处理的基本技巧，来化解异议并维系客户；
- ⑧能为客户正确介绍基本的法律常识、提供维权帮助；
- ⑨能定期回访维护新老客户，倾听顾客的建议与意见，及时向公司反馈信息并提供改善方案。

⑩有良好的协调能力、沟通能力和团队合作能力，具有积极的工作态度、良好的服务意识，具有较强的工作责任感，较强的执行能力，自觉遵守6S管理。

模块二：网店美工设计

基本要求：

- ①能进行店铺的 Logo 设计与制作；
- ②能根据店铺经营产品和经营理念、风格等进行店铺的 Banner设计与制作；
- ③能制作店铺商品的高点击主图或直通车主图；
- ④能制作店铺的客服区、收藏区、分类图标等；
- ⑤能根据商品的促销活动以及商品的卖点制作促销海报；
- ⑥能根据不同类目商品特点制作商品详情页描述；
- ⑦能够根据店铺经营商品、目标用户、经营理念等进行店铺的整体风格设计，店铺的整体装修（功能区设计、排版布局、色彩搭配等）。
- ⑧有良好的协调能力、沟通能力和团队合作能力，具有积极的工作态度、良好的服务意识，具有较强的工作责任感，较强的执行能力，自觉遵守

6S管理。

模块三：电商平台运营

基本要求：

1、B2C/C2C 电商平台运营

①能利用阿里指数、生意参谋等数据平台分析市场趋势，进行市场选品；

②能对店铺商品进行全方位价格规划，并能对比分析平台竞争对手的价格，采用合适的定价方法；

③熟悉 B2C/C2C 电商平台运营推广常用规则，能灵活使用直通车、钻石展位、淘宝客、天天特价、聚划算等推广运营工具；

④能掌握电商平台站内论坛、博客、旺旺群等的内容建设、互动和推广方法，会软文帖子的构思、编写、发布、论坛推广等；

⑤能够分析店铺的流量结构，统计计算 PV、点击量、点击率等指标，能根据店铺的实际情况，采用合适的方法引流；

⑥能够对店铺宝贝成交转化率、跳失率等数据指标进行计算和分析，制定合适策略提高宝贝成交转化率；

⑦能够对店铺客单价进行分析，运用合适的营销策略提升客单价；

⑧能对店铺或店铺商品实施 SEO 优化，如：进行关键字选择，宝贝标题制作与优化，宝贝上下架时间分析与优化等；

⑨能够协助制定店铺客服KPI 考核规则，并能对客服数据进行分析和反馈；

⑩能够分析和计算店铺的成本、利润构成，并能对其影响因素进行分析、预测、制定应对措施。

⑪有良好的协调能力、沟通能力和团队合作能力，具有积极的工作态度、良好的服务意识，具有较强的工作责任感，较强的执行能力，自觉遵守6S管理。

模块四：企业网络推广

基本要求：

1、搜索引擎推广

①能熟练地把目标推广网站提交给常见搜索引擎，并能检查搜索引擎是否将公司网站搜录成功；

②能使用站长工具等统计工具对目标网站进行搜索引擎收录基本情况的调查；

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

④能熟练通过 Google 网站管理员工具和百度推广助手来了解潜在用户的搜索习惯；

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

⑥能利用搜索引擎技巧（高级搜索、布尔操作符等）快速找到所要的资源，分析竞争对手网站优化和推广情况；

⑦了解搜索引擎分类目录、外部链接和内部链接、关键词链接、交换链接等方法，要求掌握各种链接策略的实现方法；能选择、整合合适的网络媒体和形式来开展网站推广；

⑧了解搜索引擎相关收费推广项目（如关键词竞价、关键词广告等）的基本规则和基本方法，要求能够为竞价推广实施制定计划、设定预算、选择关键词、撰写创意等；

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

⑩有良好的协调能力、沟通能力和团队合作能力，具有积极的工作态度、良好的服务意识，具有较强的工作责任感，较强的执行能力，自觉遵守

6S管理。

2、移动新媒体推广

①能够熟悉微信、微博、视频等移动新媒体推广平台的基本规则 and 操作流程，熟悉工具的传播规律；

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

③利用微信平台，推广公司的品牌、产品和策划营销活动；

④负责微博及微信运营策略、活动、话题的制定及执行；

⑤开展微博、微信互动活动，带动粉丝数量增长，维护推广公司品牌；

⑥跟踪微博及微信推广效果，分析数据并及时反馈，提升公司官方公众平台的影响力与活跃度；

⑦推进微信、微博潜在客户的开发和维护；

⑧有良好的协调能力、沟通能力和团队合作能力，具有积极的工作态度、良好的服务意识，具有较强的工作责任感，较强的执行能力，自觉遵守6S管理。

模块五：文案创意与撰写

基本要求：

①能够熟悉微信、微博、视频等推广平台的传播规律；

②能掌握文案素材收集、文案创意、编辑、发布、评价的方法；

③能运用文案来提高企业及产品的影响力和关注度；

④有良好的协调能力、沟通能力和团队合作能力，具有积极的工作态度、良好的服务意识，具有较强的工作责任感，较强的执行能力，自觉遵守6S管理。

三、评价标准

模 块	评分要点
网络客户服务与管理	1、售前客户服务与管理

- ①分析和提炼企业产品及服务特色正确，能根据字数要求进行很好概括和描述；
- ②根据企业产品性能或服务特点，有效规划客户接待前的准备工作，思路清晰，准备工作正确完整；
- ③在使用旺旺等工具与顾客沟通交流时，能够灵活应用售前营销过程的七步骤：招呼、询问、推荐、议价、核实、道别、跟进，能阐述明确、切中要害、语言合适；
- ④给客户介绍平台交易流程、交易规则时做到正确、熟练、言简意赅；
- ⑤在与客户交流时，做到及时准确理解客户需求和期望，针对客户的期望合理推荐产品和服务，将产品特点与客户利益相结合；
- ⑥客户价值计算正确，针对计算的结果的分析，观点明确、表述清楚、分析深刻；
- ⑦通过数据分析，按照 ABC 客户分类法对客户进行的分类正确，对客户分类管理的意义及管理措施分析正确、全面；
- ⑧项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，沟通模拟中的用语礼貌、注意措词，体现了售前客服人员的职业素养。

2、售后客户服务与管理

- ①分析和判断客户异议的类型正确；
- ②分析判断客户异议产生原因思路清晰、正确、文笔通顺、符合字数要求；
- ③客户异议处理的步骤详尽、话术合理，有技巧、针对性强、恰当的异议处理建议，整个过程礼节性强；
- ④分析客户投诉产生的原因正确，客户投诉的类型归属正确；
- ⑤处理客户投诉的基本流程正确，方法采用恰当；
- ⑥处理客户投诉过程采用的话语恰当，可以化解异议并维系了客户；
- ⑦为客户介绍的基本法律常识、提供的维权帮助内容正确，思路清晰；
- ⑧采用电子邮件等方式进行的客户回访，格式正

	<p>确、内容涵盖了试题情境中要求内容、语言通顺、礼节性强，同时能结合客户的实际情况实时推介了新的产品和服务；</p> <p>⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，沟通模拟中的用语礼貌、注意措词，体现了售后客服人员的职业素养。</p>
网店美工设计	<p>①店铺 Logo 尺寸、格式符合要求，Logo 设计有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型；</p> <p>②店铺的 Banner 尺寸、格式符合要求，Banner 设计主题与店铺所经营的商品具有相关性且具有吸引力和营销导向；</p> <p>③Banner 中添加了店铺 Logo、店铺名称以及宣传促销标语，且设计美观；</p> <p>④商品主图的尺寸、格式符合要求，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行了调整，调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力；</p> <p>⑤在商品的主图中加入了合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点；</p> <p>⑥店铺的客服区、收藏区、分类图标设计合理、醒目、美观、有吸引力；</p> <p>⑦海报的尺寸、格式符合要求，海报内容中有产品的展示、宣传文案、图标元素、引导按钮等，海报设计紧扣活动主题，设计美观，主题突出，有视觉冲击力；</p> <p>⑧详情页的尺寸、格式符合要求，详情页版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全，整体设计简洁直观、美观大方、极好地方便客户了解产品的质量和功能细节；</p> <p>⑨店铺的整体装修中功能区划分设计合理，排版布局美观、色彩搭配合适，突出了店铺的经营商品、目标用户、经营理念；</p> <p>⑩项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的图片文档命名和格式符合试题要求。</p>
电商平台运营	<p>①直通车、钻石展位、淘宝客、天天特价、聚划算等推广运营工具理解正确、相关规则回答正确；</p> <p>②编写的软文很好地把握推广信息传递给潜在消费</p>

	<p>者，让潜在客户了解产品的特点和卖点，软文紧扣推广目标，能吸引网民，结构严谨、文笔通顺，软文发布的平台与版块， 选择合适，与产品特点吻合；</p> <p>③利用阿里指数、生意参谋等数据平台分析市场趋势、价格定位等操作正确，趋势分析正确，定价方法选用合适， 定价计算正确；</p> <p>④商品关键字的选择操作正确，选择合理，制作的宝贝标题符合商品标题一般制作要求，优化思路清晰，宝贝上下架时间分析正确，选用的上架安排时间和思路正确；</p> <p>⑤PV、点击量、点击率等流量指标计算正确，流量结构、影响因素分析正确，根据店铺实际选用的引流方法合适、具备可操作性；</p> <p>⑥成交转化率、跳失率等数据指标计算正确，对成交转化率影响因素分析，以及数据的分析全面、深入、正确，制定的提升成交转化率的策略正确、条理清晰、具备可操作性；</p> <p>⑦店铺客单价计算正确，客单价影响因素分析全面、正确， 根据店铺实际提升客单价的策略运用正确、条理清晰、具备可操作性；</p> <p>⑧DSR 动态评分含义回答正确，动态评分影响因素分析正确、全面，选用的提升 DSR 动态评分方法正确、合理；</p> <p>⑨根据客服 KPI 考核规则进行的数据分析正确、全面，店铺的陈本、利润计算正确，构成分析正确，影响因素分析正确，制定的应对措施正确、合理。</p> <p>⑩项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观，其中的操作过程、数据分析、制定方法、优化措施，体现了电商运营人员项目策划、项目执行、数据敏感度等职业素养。</p>
企业网络推广	<p>1、搜索引擎推广</p> <p>①常用的搜索引擎入口地址回答正确，将推广目标网站提交给某搜索引擎的操作正确，检查搜索引擎是否收录公司网索的结果符合要求；</p> <p>②使用站长工具等统计工具对目标网站进行搜索引擎收录基本情况调查的操作过程正确，提交的截图和数据清晰、正确；</p>

- ③对公司网站的 Title、Keyword、Description、关键词密度的查询正确，根据查询结果进行的诊断正确，优化思路清晰、正确；
- ④根据公司的宗旨、市场定位、产品卖点、用户搜索习惯设计的标题、关键词、描述等正确、有创意、可执行；
- ⑤通过 Google 网站管理员工具和百度推广助手分析的潜在用户搜索习惯，分析正确；
- ⑥在搜索引擎使用过程中能够使用高级搜索、布尔操作符等搜索技巧快速找到资源，分析竞争对手情况，搜索技巧使用正确，搜创意内容设计主题鲜明、简明扼要、新颖吸引人、契合网络文化与 SEO，字数和格式都达到相关要求；
- ⑦搜索引擎关键词竞价、关键词广告等基本规则和基本方法回答正确，站的操作正确；
- ⑧针对搜索引擎的点击率、转换率等数据指标的涵义回答正确，数值计算正确，数据分析正确，改进建议和优化措施具体、正确、有可操作性；
- ⑨项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，操作过程规范、提交的文档工整、美观。

2、移动新媒体推广

- ①微信、微博、视频等移动新媒体推广平台的特点、传播的规律，平台的基本规则、操作流程等相关问题回答正确；
- ②为企业在移动平台规划和设计的账号类型正确、合理，账号的名称简单、好记、与公司密切相关、有创意；
- ③移动平台中的栏目内容设计符合网站特点和需求，便于粉丝阅读和选择，用户体验好；
- ④策划和发布的活动内容、话题制定有新意，能引起粉丝兴趣，内容结构严谨、文笔通顺、图文并茂、构思新颖，能吸引网民，获得高黏度的粉丝群；
- ⑤规划开展的互动活动，方法可行性强，条理清晰，推送时间把握准确，且符合网站用户对象；

	⑥对平台推广中产生相关的粉丝数据统计正确，对粉丝类型、粉丝群体性质以及其具体分布情况，分析正确，提出的相关优化改进建议合理正确； ⑦项目实施过程注重场所 6S 管理、遵守操作规程，提交的文档工整、美观。
文案创意与撰写	①字数在 100 左右；图文结合； ②标题有创意，文章主题紧扣推广目标； ③内容新颖具有吸引力，能够突出产品的特点及卖点； ④形式不限，但不能直接以广告形式发布； ⑤结构严谨、文笔通顺； ⑥适合相应平台推广。

四、抽考方式

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

学生参考模块确定：参考学生按照规定比例随机抽取考试模块，每个模块参考学生比例均为20%，各模块考生人数向下取整数计算，剩余的尾数考生随机在四个模块中抽取应试模块。

测试模块	测试方式	测试时间 (分钟)	备注
网络客户服务与管理	机试	60	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目
网店美工设计	机试	60	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目
电商平台运营	机试	60	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目
企业网络推广	机试	60	每位被测试学生均以随机

			抽样方式抽取测试题目
文案创意与撰写	机试	60	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目

五、附录

1. 相关法律法规（摘录）

- (1) 《互联网信息服务管理办法》（国务院令 292 号）
- (2) 《商务部关于促进电子商务应用的实施意见》商电函[2013]911 号

2. 相关规范与标准（摘录）

本专业标准主要依据的相关行业国家技术标准和规范如下所示：

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