2020年常德市职业院校学生技能竞赛

电子商务技能赛项竞赛规程、评分标准及

选手须知

一、竞赛内容

本赛项包括网店开设装修、网店推广、网店客户服务三个模块内容。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 比赛任务 | 岗位 | 知识 | 技能 |
| 网店开设装修 | 网页编辑网店美工 | 商品美化商品信息采集与编辑商务网站内容维护网店装修与设计 | 商品美化能力网店视觉营销能力网店设计能力商品信息编辑能力商品信息发布能力 | 数据收集和分析能力 |
| 网店推广 | 推广专员运营专员 | 新媒体运营网店运营 | 新媒体运营能力全网运营能力 |
| 网店客服 | 网络客服 | 客户服务与管理 | 客户服务能力 |

**（一）网店开设装修**

参赛团队在规定时间内根据提供的素材做出要求的店铺装修作品。在竞赛平台（ITMC中教畅享平台）允许的结构范围内，利用竞赛平台提供的素材，完成网店的开设与基本信息设置；首页的“店铺招牌、导航、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计与制作，商品详情页的“商品展示类、吸引购买类、促销活动类、实力展示类、交易说明类、关联销售类”的设计与制作。

**（二）网店推广**

参赛团队模拟一段时间内某个品类的商品引流，包括直通车推广、钻石展位营销和标题优化。通过直通车推广获得竞价排名，增加商品的展现量，获得更多点击量、点击率、转化量、转化率，在推广过程中能够采用合理的推广策略提高关键词质量分，降低关键词点击花费；通过钻石展位营销定位精准人群，锁定优质资源位，为店铺带来优质流量，增加点击率与转化率；通过标题优化提高商品的自然排名，增加商品展现量，获得更高的点击量、点击率、转化量、转化率。

**（三）网店客户服务**

参赛团队根据竞赛平台买家的提问，及时准确地做好客户服务工作。

二、竞赛方式

本赛项为4 人团体赛，分两个阶段进行。其中第一阶段包括网店开设装修和网店客户服务两部分，网店开设装修部分竞赛方式为 2 人分工合作，网店客户服务部分竞赛方式为 2 人独立操作。第二阶段为网店推广竞赛方式为 4 人分工合作完成。

三、竞赛时量

本赛项竞赛时量为230 分钟，其中，网店开设装修 90 分钟、网店客户服务 20 分钟、网店推广120 分钟。

四、名次确定办法

按照竞赛成绩从高到低排序确定名次，不设并列名次，若总分相同，以网店推广得分高者名次居前，若网店推广得分相同，以客户服务得分高者名次居前。

五、评分标准与评分细则

（**一）评分标准**

满分按 100 分制计分，网店开设装修部分 25 分，网店客户服务部分 20 分，网店推广部分 55 分。

网店客户服务、网店推广评分方式为机考评分。网店开设装修的评分方式为结果评分，由评分裁判进行主观评分。每个参赛队作品取裁判评分的平均分为最终得分。

**（二）评分细则**

表 1 评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 内容 | 评分细则 | 分值 |
| 网店开设装修 | 总则 | 在所有需要以图片展示的得分项目中，如果有图片变形模糊失真等情况存在，则该项得分减半；在对图片数量有明确要求的得分项目中，如果出现图片数量不足，则该项不得分； |  |
| 如果竞赛作品与赛题完全不相关，则该项不得分；如果在作品中任何位置显示参赛院校或者参赛选手信息的，则开设装修环节计零分。 |  |
| 店铺 | 首页 | 店标设计独特，有一定的创新性（1 分），并且能够反映出店铺所销售的商品（1 分）。 | 2 分 |
| 网店 Banner 图片主题统一（2 分），与店铺经营商品具有相关性（2 分），banner 设计具有吸引力并且具有一定的营销导向（2 分），banner 整体设计能够提高店铺整体风格（2 分）。 | 8 分 |
| 详情页 | 商品标题体现商品属性特点卖点的关键词（每个关键词 0.5 分，最高到 2.5 分为止）。 | 2.5 分 |
| 商品图片（1 主 3 辅，第 1 张为主图，其余为辅图），图片设计美观（1 分），主题突出（1 分），有视觉冲击力（1 分）。 | 3 分 |
| 商品相关属性描述，需包含商品属性，特点，卖点，（3 分）适用人群（2 分），配送，支付，售后，评价等相关内容的信息（2 分）；图文混排（2.5 分）。 | 9.5 分 |
| 网店客 户服务 | 回答准确 | 每个客户服务团队两名选手，按照不同服务岗位进行分工， 在规定的时间（120 秒）内，按照相应岗位的标准话术，独立回答来自多个客户的不同问题。每回答正确 1 题得0.1 分。回答错误或者回答超时不得分。以两名选手成绩的总分作为最终成绩。 | 20 分 |
| 网店推广 | 系统会自动给出每个小组的实际点击量、转化量、标题优化的三部分数据，根据三部分的数据对进行所有小组的推广结果分别进行排名，点击量的第一名得分20分，转化量的第一名得分30分，标题优化的第一名得分50分，其余名次点击量成绩=20 分\*本小组点击量/第一名点击量，转化量成绩=30 分\*本小组转化量/第一名转化量，标题优化成绩=50 分\*本小组标题优化/第一名标题优化；经过上述换算得出的百分制成绩等比例换算为 55 分。 | 55 分 |

六、赛点提供的设施设备清单

每个赛场设 6-8 个机位，1 个参赛队 1 个机位，每个机位 3 台电脑（其中 1 台备用电脑）。赛场数和机位数根据参赛队报名数确定。

表 2 设施设备清单

|  |  |
| --- | --- |
| 品名 | 规格要求说明 |
| 参赛选手计算机 | 配置要求：至强E5 虚拟化CPU、4G 内存、40G 固态硬盘；Windows7操作系统，预装火狐浏览器；预装录屏软件；预装全拼、简拼、微软拼音等中文输入法和英文输入法；预装 DreamweaverCS6和 FireworksCS6 简体中文版；预装 AdobePhotoshopCS6 版本。 |
| 网络连接设备 | 提供网络布线、千兆交换机 |
| 竞赛服务器 | 配置要求：英特尔至强 E5 系列八核以上 CPU；16GB 以上内存；500G 以上硬盘；千兆网卡。预装 Windows Server 2008R2 操作系统及 IIS7.5；预装 Microsoft SQL Server 2005 数据库。 |
| 竞赛软件 | 中教畅享“电子商务综合实训与竞赛系统” |

七、选手须知

**（一）选手自带工具清单**

无需选手自带工具

1. **主要技术规范及要求**

竞赛选用中教畅享技术股份有限公司研发的“ITMC中教畅享中职电子商务运营技能竞赛平台”。

网店开设装修：参照淘宝、天猫、京东网店的首页和详情页的知识和技能， 设计和制作店铺的首页、详情页。

网店客户服务：参照阿里旺旺做售前、售中、售后服务的知识和技能，完成网店客户服务。

网店推广：参照淘宝直通车推广、钻石展位营销和标题优化的知识与技能完成给定店铺的推广活动。

**（三）选手注意事项**

1. 参赛选手应按有关要求如实填报个人信息，否则取消竞赛资格。
2. 参赛选手凭参赛证、学生证及有效身份证件参加竞赛。
3. 参赛选手应认真学习领会本次竞赛相关文件，自觉遵守大赛纪律，服从指挥，听从安排，文明参赛。
4. 参赛选手请勿携带与竞赛无关的电子设备、通讯设备及其他资料与用品。
5. 参赛选手不得穿校服参赛，应提前 15 分钟抵达赛场，凭参赛证、身份证件检录，按要求入场，不得迟到早退。
6. 参赛选手应按抽签结果在指定位置就坐。
7. 参赛选手须在确认竞赛内容和现场设备等无误后开始竞赛。
8. 各参赛选手必须按规范要求操作竞赛设备。一旦出现较严重的安全事故， 经裁判长批准后将立即取消其参赛资格。
9. 竞赛时间终了，选手应全体起立，结束操作。签字确认成绩后方可离开赛场。
10. 在竞赛期间，未经执委会的批准，参赛选手不得接受其他单位和个人进行的与竞赛内容相关的采访。参赛选手不得将竞赛的相关信息私自公布。
11. 样题见附件。

附件：

2020 年常德市职业院校技能竞赛电子商务技能赛项样题

本赛项包括网店开设装修、网店客户服务、网店推广三部分内容，网店开设装修、网店客户服务、网店推广均为公开赛卷。于赛前一周公开赛题库，内容中建立不少于5套的竞赛赛卷，各套赛卷的内容重复率不超过 50%。正式赛卷要求于比赛当日，经赛卷随机排序后，在现场监督人员监督下，由裁判长指定相关人员抽取正式赛卷。

（一）网店开设装修

按照开店流程完成网店注册、认证、设置操作。在竞赛软件允许的结构范围内，利用竞赛软件提供的素材，完成 PC 电商店铺首页的“店铺标志、店铺招牌、商品分类、广告图、轮播图、商品推荐”的设计与制作，商品详情页的“商品展示类、吸引购买类、促销活动类、实力展示类、交易说明类、关联销售类”的设计与制作，通过图片、程序模板等装饰让店铺丰富美观，提高转化率。比赛当日抽取一类商品作为赛题，按照竞赛要求完成网店开设装修。

**1.网店开设**

按照系统流程先开设店铺，设置店铺信息，包括店主姓名、身份证号、身份证复印件(大小不可超过 150K)、银行账号、店铺名称、店铺主营、店铺特色、营业执照、店铺分类（背景材料由赛项执委会提供）。

**2.店标(logo)、店招设计**

设计要求：店标（Logo）大小适宜、比例精准、没有压缩变形，能体现店铺所销售的商品，设计独特，具有一定的创新性。

具体要求：制作 1 张尺寸为 230\*70 像素、大小不超过 150K 的图片作为店标。3．网店

**3．网店 Banner**

设计要求：Banner 主题与店铺所经营的商品具有相关性；设计具有吸引力和营销向导；设计规格可以提升店铺整体风格。素材由竞赛组委会提供，提供的图片中共有五种商品，店铺的设计是销售五种商品，其中的四种商品做 banner 图，剩下一种商品做主图和详情页。

具体要求：制作 4 张尺寸为 727\*416 像素、大小不超过 150K 的图片。

**4.商品主图**

设计要求：图片必须能较好地反映出该商品的功能特点、对顾客有很好的吸引力，保证图片有较好的清晰度，图文结合的图片，文字不能影响图片的整体美观、不能本末倒置；图片素材由赛项执委会提供。

具体要求：制作 4 张尺寸为 800\*800 像素、大小不超过 200K 的图片。

**5．商品详情页**

设计要求：商品信息(图片、文本或图文混排)、商品展示（图片）、促销信息、支付与配送信息、售后信息；图片素材由赛项执委会提供。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；商品信息中可以允许以促销为目的宣传用语，但不允许过分夸张。

具体要求：运用 HTML+CSS 和图片配合对商品描述进行排版；要求使用Dreamweaver 处理成 HTML 代码或者用 Photoshop 设计成图片后放入商品描述里添加。

（二）网店客户服务

选手通过在线即时聊天工具完成多类目商品售前、售中、售后服务，针对客户服务过程中“规定用语”采用软件自动评分。选手可以利用竞赛软件编辑快捷回复话术提高响应速度，要求多窗口操作服务多个客户。样题如下：

**1.关于发票**

买家：在你们店里购物，可以开增值税普通发票吗？

客服：可以开发票。如需开具增值税普通发票，请您在下单时选择电子发票， 并填写发票抬头（个人或企业）；或是在下单之后，找到相应的订单，点击“开票申请”，填写发票抬头。电子发票可在确认收货后自行下载，根据国家税务总局公告，电子发票与传统纸质发票具有同等法律效力。

买家：可以开增值税专用发票吗？

客服：可以的，如需开具增值税专用发票，请您联系在线客服，提供开票信息。

**2.关于物流**

买家：你们默认发什么快递？

客服：亲，我们店默认圆通快递，圆通不到的地区转 EMS。买家：青海省比较偏远的小镇，快递能到吗？

客服：亲，我们默认圆通快递，可以配送到青海省，如果是特别偏远的地区， 快递无法送达会自动跳转为 EMS 配送。

**3.关于技术支持**

买家：为什么这款吸油烟机工作时声音这么大？

客服：亲，机器运行声音和它的功率有很大关系，相对应吸力也越大，风道声和机器本身的声音行业内都是无法避免的，我们的降噪技术一直是业内的领跑者，感谢您给我们提出的建议，我们仍会努力完善。

买家：你好，我购买的这款吸油烟机怎么连接手机？

客服：亲，我刚查看了一下您的订单，您购买的这款吸油烟机不支持人工智能，是不能连接手机的款式。

买家：为什么我每次用完这个吸油烟机后它还会继续工作？

客服：亲亲，我们这款吸油烟机设有延时关机功能，力保吸油烟效果最好。

（三）网店推广

参赛团队以卖家角色，在给定的推广资金范围内为一家正在运营的店铺模拟进行一个周期的推广活动。选手需根据系统给定的资源分析店铺内的商品、买家搜索需求与搜索习惯、买家特征，根据分析结果与掌握的专业知识制定直通车推广策略、钻石展位营销策略、标题优化策略，通过直通车推广，获得商品竞价排名，增加商品展现量，提高点击量、点击率、转化量、转化率；通过钻石展位营销定位精准人群和资源位，进行创意的强势展现，增加点击量、点击率、转化量和转化率；通过标题优化提高商品的自然排名，增加展现量，尽可能地提高标题优化得分。

**1.资源分析**

系统内置的资源数据，辅助网店推广策略的制定、实施与优化。主要是商品数据、关键词数据和人群信息。

商品数据包含产品标题、类目、初始曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率和商品信息（标题、属性、短描述、类目）等。

关键词数据提供买家搜索关键词的展现指数、点击率、转化率、竞争指数等。根据关键词数据，判断“买家怎么来”。

人群信息为人群定向策略的制定与实施提供参考。

**2.直通车推广**

推广计划设置

参赛选手需根据推广资金预算、店铺内商品的详细信息等为商品分配推广方式，并为推广计划设置计划消耗上限、投放时间、投放地域等。

推广计划名称：计划名称是用于记住计划推广的宝贝情况等，方便记忆即可。

设置计划消耗上限：根据系统给定的总推广资金预算、推广目标、推广策略制定计划消耗上限。

投放时间：设置分时折扣。

投放地域：为推广宝贝选择特定的区域进行推广。

（1）标准推广计划除了设置推广计划名称、设置计划消耗上限、设置投放时间，设置投放地域等基础信息外，还要选择推广宝贝、添加推广关键词并出价、添加精选人群与溢价、创意设置等。

选择推广宝贝：标准推广计划中一个推广宝贝即为一个推广单元，可以建立多个推广计划。

关键词添加与出价：在添加关键词并出价后，系统会给出推广关键词的质量分与商品的预估排名，可以根据预估排名继续进行关键词出价的调整。关键词的匹配方式分为精准匹配与广泛匹配。

创意设置与添加：标准推广计划中一个推广单元可以添加 4 个创意，创意的流量分配方式有优选和轮播两种方式。

精选人群：通过添加精选人群并设置溢价，可以提高关键词在精选人群下的排名，增加展现量，促进点击与转化。

（2）智能推广计划除设置推广计划名称、设置日限额、设置投放时间，设置投放地域等基础设置外，还要选择推广宝贝、设置默认出价上限、添加推广关键词并出价、修改营销场景、创意设置等。

选择推广宝贝：智能推广计划一个计划可以推广多个商品，可以建立多个推广单元。

设置默认出价上限：默认出价上限即关键词单次点击出价上限，实际出价不高于最终出价上限。

关键词添加与出价：智能推广计划的关键词添加方式为系统智能匹配的关键词和手动添加，出价方式均为系统智能出价，匹配方式为精准匹配，能够大量的节省人力成本，使推广更加方便快捷。

修改营销场景：营销场景可以设置为宝贝测款、日常销售、活动场景。

创意设置与添加：在智能推广计划中，一个推广单元可以添加 4 个创意，可以设置为智能创意或普通创意，创意的流量分配方式有优选和轮播两种方式。

**3.钻石展位营销**

钻石展位营销包括为店铺引流、为宝贝引流两种推广场景，包括设置推广计划、设置推广单元、添加创意等操作。

设置推广计划：推广计划的设置包括设置营销参数、设置基本信息。

设置推广单元：推广单元设置包括设置基本信息、设置定向人群、选择资源位、出价，当推广场景为宝贝引流时还需要选择推广宝贝。

钻石展位通过人群的精准定位锁定精准人群，通过向目标人群强势展现的方式，来提高点击与转化。

**4.标题优化**

通过直通车推广和钻石展位营销，店铺中商品获得了一定的展现量、点击量、成交量，店铺内商品的交易转化能力获得了一定程度的提高。为提高商品的自然排名，获得自然流量，参赛选手要针对具体的商品进行标题优化。标题优化需要借助关键词数据和商品详细信息，并结合标题撰写原则进行标题关键词的添加、删除、组合，优化后可以通过搜索关键词的方式查看商品的实时排名，并根据排名反馈继续优化标题，直到获得能够满足推广目标的商品排名。