

2024 年临夏州中等职业学校技能大赛 电子商务运营赛项竞赛规程

一、赛项名称

（一）赛项名称

电子商务技能（网店运营推广、网店客户服务、网店开设与装修）

（二）赛项归属专业大类

专业大类：财经商贸大类

专业类：电子商务类

专业名称：电子商务

二、赛项承办单位

临夏现代职业学院

三、参赛对象

2021、2022 级中职电子商务专业学生

四、赛项设计目的

电子商务技能赛项以网店开设与装修、网店推广、网店客户服务等典型工作任务的完成质量以及选手的职业素养作为竞赛内容，全面考察选手的网络营销（推广）能力、客户服务能力以及视觉营销能力和团队合作能力。

赛项对接产业前沿技术，响应国家号召，融合 1+X 元素，促进大数据技术和移动商务技术在电子商务专业中的教学应用，引领职业院校专业建设与课程改革。通过竞赛，考察参赛选手技术技能水平、学生创业能力、职业道德和职业素养，展示职业教育改革成果，全面提升教学质量，推动电子商务从业人才整体水平的提升，激发大学生电子商务创业热情，推动“大众创业、万众创新”在中高等职业教育中落地实施。

五、赛项设计原则

（一）坚持公开、公平、公正

参赛选手比赛使用的竞赛平台、规则和赛前公布内容一样,比赛采用软件评分,比赛过程、结果客观公正。

(二) 赛项关联职业岗位面广、人才需求量大、职业院校开设专业点多

电子商务已成为我国重要的社会经济形式和现代流通方式,也成为调整经济结构、转变经济发展方式的重要途径,电子商务正在成为未来中国经济发展的重要引擎。电子商务产业既是我国发展最快的新兴高科技产业之一,又是我国企业战略转型的重要手段之一。我国电子商务急剧发展,使得电子商务人才严重短缺,未来5年,我国3000多万家中小企业,将有很多企业尝试电子商务,国内电子商务人才需求量将达到300万以上。为了满足社会需求和服务经济发展,促进电子商务专业建设和教学改革,电子商务技能竞赛将发挥引领作用。

(三) 竞赛内容对应相关职业岗位或岗位群、体现专业核心能力与核心知识、涵盖丰富的专业知识与专业技能点;

竞赛内容	岗位	知识	技能
网店开设与装修	网络编辑美工	商品实务 商品信息采集 商品基本装修设计	商品整合能力 视觉营销
网店客户服务	网店客服	客户服务 客户管理	客户服务能力 商品推销能力
网店运营推广	运营经理 推广专员 店长	网络营销 网络贸易 电子商务创业	网络营销能力 店铺规划能力 数据分析能力

六、赛项方案的创新点

赛项体现了电子商务、移动商务、跨境电商相关岗位群对专业知识、专业技能、新技术应用的要求,并将这些成果转化为专业的培养目标、课程体系以及教材体系。基于赛项的试题、案例、音频、视频、专家点评、比赛访谈等各类资源成果,建设电子商务技能训练资源库。

数据化运营是电子商务企业必由之路,采用真实运营数据作为竞赛评分标准,其结果真实、客观、公正。

七、竞赛内容简介

网店开设与装修：按照中教畅享系统流程开设店铺，设置店铺信息并进行装饰店铺（包括店铺主页、详情页设计、商品描述）；

网店客户服务：通过 ITMC 电子商务客户服务实训系统，随机抽取一套试卷，针对系统模拟的买家的问题，学生在线即时完成客户问题的回复，针对客户服务过程中的回复，按照“规定话术”软件自动评分，一套试卷总共接待系统中的 30 位顾客。

网店运营推广：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。

八、竞赛时间安排与流程

比赛时间安排

比赛项目		比赛时间	比赛地点
中职组	网店运营推广	11月30日 8:30—10:30	砺能楼406
	网店客户服务	11月30日 11:00—12:00	砺能楼406
	网店开设与装修	11月30日 14:30—17:30	砺能楼406

比赛流程安排

日期	事项	地点
11月30日 8:00—8:10	参赛人员报道、登记	砺能楼 424
11月30日 8:10—8:15	参赛人员抽签	砺能楼 424
11月30日 8:15—8:20	熟悉赛场、准备竞赛	砺能楼 406
11月30日 8:20—8:25	准备比赛开始	砺能楼 406
11月30日 8:30—10:30	比赛开始, 考场巡逻, 电脑系统故障疑难解答	砺能楼 406
11月30日 10:30—11:00	比赛结束, 统计分数	砺能楼 406
11月30日 10:30—10:40	参赛人员报道、登记	砺能楼 424
11月30日 10:40—10:50	参赛人员抽签	砺能楼 424
11月30日 10:50—11:00	熟悉赛场 准备竞赛、比赛开始	砺能楼 406
11月30日 12:00—12:30	电子商务客服部分 统计分数	砺能楼 406
11月30日 14:00—14:10	参赛人员报道、登记	砺能楼 424
11月30日 14:10—14:15	参赛人员抽签	砺能楼 424
11月30日 14:15—14:20	熟悉赛场 准备竞赛	砺能楼 406
11月30日 14:20—14:30	准备比赛开始	砺能楼 406
11月30日 14:30—17:30	比赛开始, 考场巡逻, 电脑系统故障疑难解答	砺能楼 406
11月30日 17:30—18:00	比赛结束, 统计分数	砺能楼 406
11月30日 18:00—18:15	总评成绩公布	砺能楼 406

九、竞赛试题

本赛项网店开设与装修、电子商务运营、电子商务客服均为公开赛题,正式赛题要求于比赛当日经试题库随机排序后,在现场由评委组长抽取。

(一) 开设装修

1. 网店开设

按照系统流程开设网店,设置店铺信息,包括店铺名称、店铺主营、店铺特色、营业执照、店铺分类。

2. 店标设计(Logo)

设计要求:店铺 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。赛场提供制图软件 Photoshop 制图软件。

3. 商品描述

商品描述包含商品信息(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。

商品主副图设计:每种商品选择 4 张不同的图片(其中 1 张为主图,3 张为细节副图),这 4 张图片必须能较好地反映出该商品的功能特点,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,并对商品的图片进行美化处理和添加水印后再上传。

设计要求:

- (1). 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。
- (2). 与其他同类商品相比,该商品的特点与优势。
- (3). 商品描述整体美观、整洁。
- (4). 商品信息中可以允许以促销为目的的宣传性标语,但不允许过分的夸张。

(以上设计以 PC 端为必考项目,手机端和境外为附加项目,在必考项目完成优良的情况下完成附加项目则每个项目加 10 分。)

(二) 电子商务客服(样卷)

1. 关于发票

买家:可以开发票吗?

客服:亲,本店提供正规发票的,发票随货物起发给您的(您若有需要请在拍下后在备注中写清楚发票的拍头,请放心挑选心仪的宝贝哦)

买家:发票可以开办公用品吗?

客服:亲,我们开具的是正规的增值视发票,按照税务部门的有关规定只能如实开具的,敬请谅解

2. 关于物流

买家:什么时候能发货?

客服:亲,每天下午四点前拍下付款的订单是当天发货的,四点后次日发货,您的订单我们今天会尽快安排给您发货哦

买家:发什么快递?多久能到?

客服:亲,本店商品统发送申通快递的,正常情况下3-5天可到达,请耐心等待哦

买家:可以发顺丰吗?

客服:亲,如果您有特殊要求,可以给您发顺丰的,但是需要补一下差价哦,敬请谅解。

3. 关于技术支持

买家 1:上个月刚买的海信电视机,现在屏幕就出问题了,我要退货!

客服:亲,您购买的商品已经超过无理由退换货期限了,但是您的商品还在保修期限内,可以帮您联系我们的技术服务人员进行维修,您看可以吗?

买家:好吧,你帮我联系一下吧。

客服 2:您好,我是海信电视本地的技术服务人员,您的电视机屏幕现在是什么情况?

买家:你好,现在电视机屏幕上突然出现了一条线。

客服 2:您好,请不要着急,48小时内我们会上门为您维修。

(三) 电子商务运营(样卷)

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。

十、评分方法

1. 成绩评定:机考评分

(1) 网店开设与专修

网店开设与装修项目由评分裁判对参赛队伍采取主观评分,网店运营推广项目结合平台数据分析由裁判评分,客户服务项目由系统评分,赛项最终得分按 100 分制计分(附加分 20 分,满分 120 分),最终得分由参赛选手和裁判签字生效,现场屏幕显示并张榜公布。

(2) 电子商务客服

每名客户服务选手,在规定的时间内,按照不同服务岗位的标准话术,回答来多个客户的不同问题。

(3) 电子商务运营

电商运营得分 = SEO 优化得分+推广获得的点击量得分+推广获得的成交量得分。

2. 赛项最终得分

比赛内容	分值	评分方法	审核方法	公布方法
开设装修	30	裁判评分	裁判长、监督签字 统分裁判统计分数	张榜公布
客户服务	10	后台评分	统分裁判统计分数	张榜公布
运营推广、 经营分析	60	结合后台数据 由裁判评分	裁判长、监督签字 统分裁判统计分数	张榜公布

十一、奖项设置

(1) 个人奖项:每个比赛项目设一等奖、二等奖、三等奖。获奖项比例分别为该项目参赛人数的 15%, 25%, 35%, 不设优秀奖。

(2) 优秀指导教师奖: 为一等奖选手的指导教师颁发优秀指导教师奖。

十二、使用比赛器材、技术平台和场地

比赛器材: 预装 ie8.0 以上浏览器和火狐浏览器、谷歌浏览器

竞赛软件: 中教畅享“电子商务综合实训与竞赛系统”

十三、安全保障

各参赛学生服从承办学校在疫情期间的各项人员聚集管理规定, 赛事安全是电子商务技能竞赛一切工作顺利开展的先决条件, 是赛事筹备和运行工作必须考虑的核心问题。赛项采取切实有效措施保证大赛期间参赛选手、指导教师、工作人员及观众的人身安全。

请参赛单位扫码进群, 以便及时沟通赛项事宜。

