

# 2020 年甘肃省中等职业学校学生技能大赛

## 电子商务技能赛项赛项规程

### 一、赛项名称

#### (一) 赛项名称

电子商务技能（电子商务数据分析）

#### (二) 赛项归属产业类型

现代服务业

#### (三) 赛项归属专业大类

专业大类：财经商贸大类（63）

专业类：电子商务类（6308）

专业代码：630801

专业名称：电子商务

专业代码：630802

专业名称：移动商务

### 二、赛项承办单位

兰州资源环境职业技术学院

### 三、赛项目的

赛项以客户服务、运营推广两项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，全面考察选手的商品采编能力、视觉营销能力、网络营销能力、客户服务能力、网店运营能力以及团队合作能力。

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高职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，考察参赛选手职业道德、职业素养、技术技能水平和创业能力，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”在高等职业教育中落地实施。

#### 四、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。根据高等职业学校专业设置备案结果显示已有1136所学校开设电子商专业，41所学校开设移动商务专业，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	
客户服务	网络客服	客户服务与管理	客户服务能力	数据分析能力
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 创业能力	

#### （四）竞赛平台成熟。

2015-2019年“全国职业院校技能大赛”高职电子商务赛项均在天津商务职业学院成功举办两届。其中，2015年比赛共有来自全国29个省市77支队伍308名选手参加，2016年比赛共有来自全国29个省市81支参赛队的324名选手同场竞技。两届大赛比赛全程无任何技术故障，2019年“全国职业院校技能大赛”中职电子商务赛项在山东举办，广受好评。竞赛平台稳定，顺利完成全部比赛内容，比赛得到了参与者的一致认可。每届国赛前共有20多个省、市、自治区进行了省选拔赛，竞赛平台在此期间也表现出了极强的稳定性，成熟可靠，保证了竞赛的公平、公正、顺利有序的进行。

### 五、赛项方案的特色与创新点

#### （一）竞赛内容选择

依据电子商务企业重要岗位：网络编辑、网店美工、运营经理、推广专员、网络客服、店长，确定运营推广、客户服务等关键任务作为竞赛内容。紧贴行业产业发展需要，对接产业前沿技术。

## （二）竞赛过程安排

赛项要求竞赛团队在规定时间内分工合作，完成一个网店从开设、装修、推广、客户服务完整的经营流程。竞赛过程和真实工作过程一致。

## （三）竞赛结果评判

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真实、客观、公正。

## （四）竞赛资源转化

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。

## 六、竞赛内容简介

电子商务技能竞赛包括运营推广、客户服务两项竞赛内容。

网店推广：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。

客户服务：根据竞赛平台买家的提问，及时准确地做好客户服务工作。

## 七、竞赛方式(含组队要求、是否邀请境外代表队参赛)

1. 本赛项为团体赛。以院校为单位组队参赛，不得跨校组队，每支参赛队由4名参赛选手，两名指导老师。

2. 本赛项不邀请国际团队参赛，欢迎国际团队观摩。

## 八、竞赛时间安排与流程

5月20日报到，21日比赛

日期	时间	事项	参加人员	地点
报 到 日	08:00~16:00	参赛队报到，安排住宿， 领取资料	工作人员，参赛队	住宿酒店
	16:00~17:30	赛前说明会	各参赛队领队	图书馆第四 会议室
	17:30~18:30	熟悉赛场	赛场技术人员、各参 赛队领队	图书馆二楼 机房
竞 赛 日	7:45	竞赛场地前	各参赛队 工作人员	图书馆二楼 机房
	8:00~8:30	大赛检录进场 第一次抽签加密(抽序 号)	参赛选手，第一次抽 签裁判	图书馆二楼 机房
	8:30~9:00	第二次抽签加密(抽工位 号)	参赛选手，第二次抽 签裁判	图书馆二楼 机房
	9:00~9:30	客户服务部分	参赛选手、裁判	图书馆二楼 机房
	9:40~11:40	运营推广部分	参赛选手、裁判	图书馆二楼 机房
	14:30~16:30	竞赛成绩公示	参赛选手、裁判	贤郡宇宾馆 大厅

## 九、竞赛试题

本赛项客户服务、运营推广两部分内容，客户服务、运营推广均为公开赛题，正式赛题要求于比赛当日，经试题库随机排序后，在现场监督人员监督下由裁判长指定相关人员抽取。

### (一) 客户服务(样题)

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 30 个客户。斜体字为“规定用语”，样题如下：

### 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，发票随货物一起发给您的（您若有需要请在拍下后在备注中写清楚发票的抬头，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税发票，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，本店商品统一发送申通快递的，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：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 1: 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。

## (二) 网店推广 (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、评分标准制定原则、评分方法、评分细则

#### （一）评分标准制定原则

评分标准由赛项专家组制定，赛前公布。严格按照《2016年全国职业院校技能大赛成绩管理办法》中规定的评分方法实施。

#### （二）评分方法

1. 成绩评定：网店客户服务、运营推广评分方式为机考评分。
2. 成绩复核：为保障成绩评判的准确性，监督组将对赛项总成绩排名前30%的所有参赛队伍（选手）的成绩进行复核；对

其余成绩进行抽检复核，抽检覆盖率不得低于 15%。如发现成绩错误以书面方式及时告知裁判长，由裁判长更正成绩并签字确认。复核、抽检错误率超过 5%的，裁判组将对所有成绩进行复核。

3. 赛项最终得分：按 100 分制计分，最终成绩经复核无误，由裁判长、监督人员和仲裁人员签字确认后公布。

客户服务	回答准确	每个客户服务团队两名选手，在规定的时间内（120 秒）内，按照不同服务岗位的标准话术，分工协作回答来自多个客户的不同问题。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。	30 分
运营推广		软件以各队推广效果进行排名，排名第一得满分，其他小队成绩根据与第一名的成绩对比计算得成。	70 分

## 十一、建议使用的比赛器材、技术平台和场地

### （一）比赛器材与技术平台

品名	规格要求说明
参赛选手计算机	预装 Internet Explorer8.0 以上浏览器和火狐浏览器；预装全拼、简拼、微软拼音等中文输入法和英文输入法；预装 Dreamweaver CS6 和 Fireworks CS6 简体中文版；预装 Adobe Photoshop CS6 版本。
网络连接设备	提供网络布线、交换机、竞赛用服务器
竞赛服务器	配置要求：英特尔至强 E5 系列四核以上 CPU；16GB 以上内存；500G 以上硬盘；千兆网卡。预装 Windows 2008 Server Enterprise 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”。

### （二）场地情况

一个参赛队一个机位，每个机位三台电脑，其中一台电脑备用，两张桌子，四把椅子。

## 十二、安全保障

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。赛项执委会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。