

2023 年安徽省职业院校技能大赛

高职组电子商务赛项

赛卷B

模块 1：电商产品开发

一、情境创设

亲亲乐园是一家母婴企业，主营辅食碗、口水巾、婴儿浴巾等母婴用品，拥有多家线下实体门店。因业务发展需要，计划开设一家网店，主要销售母婴产品及相关配件。请根据对市场数据的分析，挖掘市场需求，明确目标客户画像及市场定位，制定互联网产品规划和开发方案，完成数据化选品，并对产品渠道进行评估测试，合理选择产品供应及发布渠道，提高产品竞争优势。

二、任务设计

任务 1 市场需求挖掘

任务背景：

网店开设之前，亲亲乐园对现有产品线进行了梳理，发现奶瓶类相关产品较少，无法较好地满足市场需求，为了提高亲亲乐园在奶瓶市场的竞争力，需要对该品类进行扩充，对此，产品部决定开发一款奶瓶。由于不同客户对奶瓶的需求不同，产品开发之前，需要对市场数据进行分析，明确目标客户对奶瓶的需求，分析不同产品的优劣势并完成产品定位，为后期奶瓶的开发提供依据。

任务要求：

1. 根据目标客户数据，进行目标客户分析，明确客户画像；

2. 根据市场数据，进行竞争对手分析，明确产品竞争优劣势；
3. 根据客户画像及竞争对手分析结果，明确市场需求及产品定位。

操作过程：

1. 分析目标客户数据，明确目标客户画像及客户需求；
2. 分析市场数据，明确产品的优势、劣势、机会以及威胁；
3. 根据分析结果，确定市场需求及产品定位。

任务2 数据化选品

任务背景：

明确了奶瓶的市场需求后，产品部初步选择了几款奶瓶，因企业资金有限，无法同时进行开发。所以，需要对几款奶瓶的生命周期及投资回报率进行分析，从中选择最合适的产品进行开发，降低产品开发的风险，提高企业投资的收益。

任务要求：

1. 根据产品数据，分析目标产品的生命周期，明确产品所处阶段；
2. 根据产品数据，分析产品的投资回报率，评估目标产品开发的可行性；
3. 根据产品生命周期及投资回报率分析结果，完成数据化选品。

操作过程：

1. 根据市场需求及产品定位，明确产品规划和开发需求；
2. 分析产品生命周期，明确产品所处阶段；
3. 分析产品投资回报率，评估产品开发的可行性；
4. 根据分析结果，合理选择产品。

任务3 产品供应渠道评估

任务背景：

奶瓶选择完成后，需要为其选择产品供应渠道。不同产品供应渠道在产品质量、产品价格、工艺水平、交付能力、售后服务等方面均存在差异，因此，产品部需要对奶瓶的产品供应渠道进行分析，评估不同产品供应渠道的综合实力并进行分级，从中选择最优的产品供应渠道。部分背景数据如下所示：

标准	权重	渠道 1	渠道 2	渠道 3	渠道 4	渠道 5	渠道 6
产品质量	30	28	27	18	29	25	16
产品价格	10	8	7	5	9	6	7
工艺水平	30	24	22	19	28	20	19
交付能力	20	15	14	12	16	16	19
售后服务	10	6	7	5	9	8	6

任务要求：

1. 根据产品供应渠道评估标准，进行产品供应渠道评估；
2. 根据产品供应渠道评估结果，进行产品供应渠道分级；
3. 根据产品供应渠道选择标准，进行产品供应渠道选择。

操作过程：

1. 评估产品供应渠道；
2. 对产品供应渠道进行分级管理；
3. 完成产品供应渠道选择。

任务 4 产品发布渠道测试

任务背景：

奶瓶供应渠道选择完成后，亲亲乐园需要对产品发布渠道进行测试，并

选择一个合适的产品发布渠道，完成产品发布。由于不同产品发布渠道在用户规模、盈利情况、订单数量等方面存在较大差距，产品发布之前，需要对不同产品发布渠道的流量数据、销售数据等进行分析，同时，结合不同产品发布渠道内奶瓶的销售情况，选择多个产品发布渠道进行测试，根据测试结果从中选择合适的产品发布渠道并完成产品发布。

任务要求：

1. 根据产品发布渠道测试需求，进行产品发布渠道测试；
2. 根据产品发布渠道测试结果，完成产品发布渠道选择。

操作过程：

1. 产品发布渠道测试；
2. 产品发布渠道选择；
3. 根据发布要求，完成产品发布。

模块 2：视觉营销

一、情境创设

亲亲乐园是一家在某主流电商平台经营母婴用品的网店，主要消费群体为 25—35 岁的宝爸宝妈一族。请根据网店营销需求及产品定位，结合目标客户特征，分析标志、色彩、字体等视觉传达元素，对网店首页、产品主图视频、产品详情页进行视觉营销设计，增加网店页面访问深度，提高产品转化率。

二、任务设计

任务 1 网店首页视觉营销设计

任务 1-1 PC 端网店首页视觉营销设计

任务背景：

为了吸引客户进店浏览、消费，提高网店知名度与销量，亲亲乐园网店计划推出母婴节促销活动。为了配合活动的宣传与推广，准备对 PC 端网店首页进行视觉营销设计。对此，需要为网店设计 1 张店招图片，同时以辅食勺、学饮杯、婴儿浴巾、婴儿指甲剪套装等 4 款产品为基础，分别为每款产品设计 1 张轮播图片。图片设计完成后，需要对 PC 端网店首页进行布局及整体设计，达到增加页面浏览深度、提高网店曝光量的效果。

PC 端网店首页视觉营销设计相关素材：4 款产品图片素材、4 款产品介绍文档各 1 份。

PC 端网店首页图片设计规范：店招图片建议尺寸 950*120 像素；轮播图片建议尺寸 950*250 像素；图片大小 3MB 以内，支持 jpg、jpeg、png 格式。

任务要求：

1. 根据网店营销需求及产品定位，结合给定的设计素材，遵照店招图片

的设计规范及平台规则，完成店招图片设计；

2. 根据网店营销需求及产品定位，规划轮播图片展示内容，并结合给定的设计素材，遵照轮播图片设计规范及平台规则完成轮播图片设计；

3. 根据网店首页布局原则，结合消费者购物心理逻辑及 PC 端消费者浏览习惯，选择首页布局模块并进行合理编辑，完成 PC 端网店首页布局及整体设计。

操作过程：

1. 设计 1 张店招图片；

2. 设计 4 张轮播图片；

3. 通过页面编辑功能，完成 PC 端网店首页布局及整体设计，包括设计模块的选择编辑、页面的布局管理等；

4. 发布 PC 端网店首页。

任务 1-2 移动端网店首页视觉营销设计

任务背景：

为了提升网店整体视觉效果，提高活动参与度，在完成 PC 端网店首页的视觉营销设计后，需要对移动端网店首页进行视觉营销设计，进一步营造活动氛围，满足移动端网店客户的视觉需求。对此，需要将 PC 端网店已经设计好的辅食勺、学饮杯、婴儿浴巾、婴儿指甲剪套装等 4 款产品的轮播图片，按照移动端轮播图片尺寸和大小等设计要求进行调整，应用到移动端网店首页，并对移动端网店首页进行布局及整体设计，达到快速吸引消费者的目的。

移动端网店首页图片设计规范：轮播图建议尺寸 1200*600 像素，图片大小 3MB 以内，支持 jpg、jpeg、png 格式。

任务要求：

1. 根据移动端网店设计要求，将 PC 端网店设计好的轮播图片应用到移动端网店；

2. 根据网店首页布局原则，结合消费者购物心理逻辑及移动端消费者浏览习惯，选择首页布局模块并进行合理编辑，完成移动端网店首页布局及整体设计。

操作过程：

1. 上传 4 张轮播图片；
2. 通过页面编辑功能，完成移动端网店首页布局及整体设计，包括设计模块的选择编辑、页面的布局管理等；
3. 发布移动端网店首页。

任务 2 产品主图视频编辑与制作

任务背景：

母婴节促销活动期间，网店计划上架一款婴儿手摇铃，在对网店同类型产品进行对比分析后发现，带有产品主图视频的产品销量较高。为了提高婴儿手摇铃的销量，需要为婴儿手摇铃添加产品主图视频。对此，需要规划产品主图视频的展示内容，并进行编辑与制作。

产品主图视频编辑与制作相关素材：产品视频素材、产品图片素材、产品介绍文档 1 份。

产品主图视频制作规范：建议视频尺寸比例为 1:1 或 16:9；视频格式为 MP4；视频时长 ≤ 60 秒，建议 9-30 秒；清晰度 $\geq 720p$ 。

任务要求：

1. 根据网店营销需求及产品定位，结合目标消费群体的购买心理特征，规划产品主图视频的展示内容，完成主图视频的内容策划；
2. 根据给定的设计素材，利用视频剪辑模板，遵照产品主图视频的设计

规范及平台规则，完成主图视频的编辑与制作。

操作过程：

1. 策划产品主图视频的展示内容；
2. 完成产品主图视频编辑与制作。

任务3 产品详情页视觉营销设计

任务背景：

完成婴儿手摇铃的主图视频编辑与制作之后，网店准备继续完成婴儿手摇铃产品详情页的视觉营销设计。对此，需要根据目标群体的消费心理，结合产品信息与素材图片，为婴儿手摇铃设计5张主图图片与详情描述。

产品详情页视觉营销设计相关素材：产品整体图若干、产品细节图若干、产品评价图1张、产品介绍文档1份。

产品详情页设计规范：产品主图图片尺寸 800*800 像素；产品详情描述图片宽度为 750 像素；详情描述总高度不超过 35000 像素；图片大小 3MB 以内，支持 jpg、jpeg、png 格式。

任务要求：

1. 根据网店营销需求及产品定位，规划产品主图的展示内容，遵照产品主图的设计规范与要求，结合给定的设计素材，完成产品主图设计；
2. 根据网店营销需求及产品定位，明确产品详情描述的构成要素，结合目标群体的消费心理，明确产品详情描述的展示要点，完成详情描述设计。

操作过程：

1. 设计5张产品主图图片；
2. 设计产品详情描述；
3. 发布产品详情页。

模块 3：网店营销与运营推广

一、情境创设

天利电子商务股份有限公司成立于 2010 年，总公司位于无锡，下设多家子公司，拥有 1000 多名员工，主要从事线上销售业务，入驻了多家电商平台，经营品类包括家具家电、汽车装饰、数码配件等，是国内知名的电子商务企业。随着公司业务的不拓展，增加了服装服饰、珠宝首饰等经营品类，并计划入驻另一电商平台，销售上述新增品类下的产品。为此，组建了新的电商运营团队，全面负责网店的营销与运营推广工作，持续提高网店竞争力及盈利能力。

电商运营团队在筹备期间，对即将经营的服装服饰、珠宝首饰等类目下的主要产品进行了市场调研，得到了相关的市场分析数据，预测了未来五个经营周期内，主营产品的市场需求量、价格趋势等相关信息，并分析了目前广州、长春、哈尔滨等十五个城市，低价人群、综合人群等四类主要消费人群的市场需求情况、市场平均价格等基本数据，收集了电商平台相关品类主流关键词的点击量、转化率、点击花费等相关数据。

二、任务设计

任务 1 网店营销方案制定

任务背景：

网店运营初期，首先需要了解目标市场的现状及需求情况，分析当前经营周期下服装服饰、珠宝首饰等类目下主要产品的市场基本数据，包括目标消费人群、主要营销方式等，明确当前市场的消费趋势及行业竞争情况，围绕产品运营、流量获取、营销转化等运营过程中的主要环节，制定网店当前经营周期的营销方案，用以保证下一经营周期网店营销与运营推广工作的顺利进行，并在经营过程中不断对网店营销方案进行优化，提高各个经营周期的引流转化能力，持续提升网店竞争力及盈利能力。

任务要求：

1. 根据网店运营目标，对当前经营周期下的目标市场数据进行分析，明确消费趋势及行业竞争情况；
2. 根据目标市场数据分析结果，从产品运营、流量获取、营销转化等角度制定当前经营周期的网店营销方案；
3. 根据当前经营周期的营销数据，不断优化网店营销方案，持续提高网店在不同经营周期的盈利能力。

操作过程：

1. 基于行业热销产品、消费人群、营销方式等数据对目标市场进行分析；
2. 基于产品运营、流量获取、营销转化等角度制定网店营销方案；
3. 根据经营数据不断优化网店营销方案，持续提高网店盈利能力。

任务2 网店运营推广

任务2-1 产品品类管理

任务背景：

前期已经完成了市场调研及消费者行为分析，目前购买该类产品的主要消费人群为低价人群、综合人群等。通过对上述人群进行分析，明确了不同目标人群的消费特点之后，运营团队需要据此对当前经营周期下的服装服饰、珠宝首饰等类目下主要产品的生命周期、市场的平均价格、营销成本等数据进行分析，明确当前经营周期下的目标产品定位与定价，并结合销售数据，优化下一经营周期的产品定位与定价。

任务要求：

1. 根据产品的市场占有率情况，结合目标消费人群特点，明确不同经营周期下的产品定位；
2. 根据产品的销售情况及市场需求变化，分析影响产品定价的因素，确

定并优化不同经营周期下的产品定价。

操作过程：

1. 分析市场需求数据，明确产品定位，完成产品定价；
2. 分析网店销售数据，优化产品定位与定价。

任务 2-2 流量获取

任务背景：

产品品类相关信息明确之后，需要分析当前经营周期下服装服饰、珠宝首饰等类目下主要产品主流关键词的点击率、转化率、点击花费、平均点击单价等数据。根据流量获取策略，合理分配资金预算，针对选定的目标产品进行站内站外推广，并在推广过程中不断优化流量获取策略，提高下一经营周期网店及产品的曝光率。

任务要求：

1. 根据流量获取策略，完成站内免费推广，并根据推广结果，对下一经营周期的站内推广策略进行优化调整；
2. 根据流量获取策略，完成站外付费推广，并根据推广结果，对下一经营周期的站外推广策略进行优化调整。

操作过程：

1. 挖掘关键词，优化产品信息，完成站内免费推广；
2. 搭建推广账户，设置推广关键词，合理分配预算，完成站内付费推广；
3. 选择站外推广方式，合理分配预算，完成站外付费推广。

任务 2-3 营销转化

任务背景：

流量是网店运营的基础，转化是网店运营的核心，通过站内站外推广获

取流量之后需要根据营销需求,分析不同营销方式的特点,选择合适的营销活动类型并完成营销活动的策划。根据不同经营周期的运营状况,合理调整营销活动策划,提高下一经营周期服装服饰、珠宝首饰等类目下主要产品的转化率。

任务要求:

1. 根据营销转化策略,结合当前经营周期下的产品销售数据及运营现状,策划营销活动,设置营销活动基本信息;
2. 根据营销转化结果,优化营销转化策略,提高下一经营周期的产品转化率。

操作过程:

1. 策划营销活动并设置营销活动基本信息;
2. 分析活动数据,优化营销转化策略。

任务3 网店运营数据分析与应用

任务背景:

为了进一步提高网店竞争力,提升下一经营周期的盈利能力。运营团队需要对当前经营周期网店的销售数据、财务数据、竞争数据等进行分析,并根据分析结果,优化网店营销方案,降低资金浪费,提高下一经营周期网店的竞争力及盈利能力。

任务要求:

1. 根据网店及产品的流量获取、营销转化结果,对销售数据进行分析诊断,并据此优化网店营销方案;
2. 根据网店的现金流、运营成本、财务报表等数据,对财务数据进行分析,并据此优化资金分配,降低资金浪费;
3. 根据网店及产品的市场占有率,对竞争网店及竞争产品进行分析,并

据此优化产品运营策略，提高网店竞争力。

操作过程：

1. 对网店的销售数据、财务数据、竞争数据等进行分析；
2. 根据数据分析结果，优化网店营销方案。