

# 2023 年安徽省职业院校技能大赛

## 高职组电子商务赛项

### 赛卷D

#### 模块 1：电商产品开发

##### 一、情境创设

创文优品是一家集设计、研发、生产、销售和服务为一体的现代办公产品制造企业，公司的主要产品包括办公用纸、办公设备、办公文具、办公耗材、办公家具等多种系列产品。公司通过不断融合科技创新成果，为客户提供舒适、环保、高品质的办公用品，致力于为办公人群打造安全舒适、高性价比、高效率的办公体验。随着互联网的普及，越来越多的企业开始进军电子商务行业，发展线上业务。为了顺应新时代的发展趋势，提高企业的竞争力，创文优品计划开设一家网店，主营自家及其他品牌的产品。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：

在确定了开展线上业务的目标后，创文优品准备于近期完成网店的开设。在网店开设前，产品部通过对企业目标客户——办公人群的需求进行调研分析后，发现目前办公人群，由于长期低头伏案工作，颈、肩、腰、背等都有着不同程度的损伤，甚至出现颈椎、腰椎等疾病。针对此类情况，产品

部决定开发一款电脑支架。在产品开发前，需要对电脑支架的市场数据进行分析，明确电脑支架目标客户的客户画像及需求痛点，结合市场现状及竞争对手分析，明确电脑支架的产品定位。

#### 任务要求：

1. 根据目标客户相关数据，进行目标客户分析，明确客户需求痛点；
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. 根据给定的数据，从目标客户的基本属性、地域因素、心理因素等维度，对目标客户的消费心理、消费行为等进行分析，明确不同目标客户对电脑支架的需求；

2. 根据给定的数据，选用合适的竞争对手分析方法，从销售数据、市场占有率等维度对竞争对手进行分析，判断不同类型电脑支架的优势、劣势、机会、威胁等；

3. 根据客户画像分析及竞争对手分析的结果，明确不同类型电脑支架的市场需求及产品定位。

### 任务2 数据化选品

#### 任务背景：

由于不同客户对电脑支架的材质、价格、升价功能、折叠功能、散热功能等属性需求不同。为了降低产品开发风险，增加产品投资收益。在完成电脑支架的市场需求挖掘后，需要对不同类型电脑支架的生命周期与投资回报率等数据进行分析，评估不同类型电脑支架开发的可行性，合理选择产品。部分背景数据如下所示：

产品	材质	颜色	款式	能否升降	能否散热	价格
----	----	----	----	------	------	----

产品 1	塑料	黑色	立式	否	否	18.8 元
产品 2	塑料	白色	立式	否	否	18.8 元
产品 3	塑料	黑色	折叠式	是	是	26.9 元
产品 4	塑料	白色	折叠式	是	是	26.9 元
产品 5	碳素钢	黑色	立式	否	否	28.8 元
产品 6	碳素钢	白色	立式	否	否	28.8 元
产品 7	碳素钢	黑色	折叠式	是	是	36.9 元
产品 8	碳素钢	白色	折叠式	是	是	36.9 元

### 任务要求：

1. 根据产品的相关数据，分析目标产品的生命周期，明确产品所处的阶段；
2. 根据产品的相关数据，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. 根据电脑支架的市场需求及定位，明确电脑支架的产品规划和开发需求；
2. 根据给定的数据，对不同类型电脑支架的产品生命周期进行分析，明确不同类型电脑支架的所处阶段；
3. 根据给定的数据，对不同类型电脑支架的产品投资回报率进行分析，评估不同类型电脑支架开发的可行性；
4. 根据不同类型电脑支架所处的生命周期及投资回报率的分析结果，合理选择产品。

### 任务 3 产品供应渠道评估

### 任务背景：

通过对不同类型电脑支架的产品生命周期及投资回报率进行分析，完成了产品选择工作。接下来，需要为其选择一个产品供应渠道。由于不同产品供应渠道的产品质量、产品价格、地理位置、交付能力、售后服务等方面存在差异，在产品采购前，需要对现有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	20	16	18	17	14	19	18
产品价格	30	15	26	25	19	23	21
地理位置	10	7	9	7	8	8	6
交付能力	20	10	19	18	13	18	14
售后服务	20	11	19	16	14	14	16

### 任务要求：

1. 根据产品供应渠道评估标准，完成产品供应渠道的评估；
2. 根据产品供应渠道评估结果，对产品供应渠道进行分级；
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：

在完成电脑支架的采购后，创文优品需要选择一个合适的产品发布渠道并发布产品。由于不同产品发布渠道的用户规模、盈利情况、订单数量等指标存在较大差距，在产品发布前，需要对不同的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办公用品的销售情况，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标准，完成产品发布渠道的测试；
2. 根据产品发布渠道测试结果，完成产品发布渠道的选择。

#### **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**

创文优品是一家在某主流电商平台经营办公用品类目的网店，主要面向的消费群体是学生和办公人士。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：

为了回馈老客户，吸引新客户，创文优品网店计划推出周年庆促销活动，为了配合活动的宣传与推广，准备对 PC 端网店首页重新进行视觉营销设计。对此，需要为网店设计 1 张店招图片，同时以磁钉、名片夹、修正带、印章等产品为基础，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 端网店首页进行整体布局设计，达到增加页面浏览深度、提高网店曝光量的效果。产品素材如下所示：

网店首页视觉营销设计素材							
磁钉							 产品介绍
名片夹							 产品介绍
修正带							 产品介绍
印章							 产品介绍

店招图片尺寸为 950\*120 像素，大小不超过 3M；轮播图片尺寸 950\*250 像素，大小不超过 3M。

## 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. 根据平台规则，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：**

为了提升网店整体的视觉效果，提高活动的参与度，在完成 PC 端网店首页的视觉设计之后，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，网店准备继续以磁钉、名片夹、修正带、印章等产品为基础，分别为每款产品设计 1 张轮播图片。图片设计完成后，需要对移动端网店首页进行整体布局设计，增加网店首页的吸引力，提高活动的营销效果。轮播图建议尺寸 1200\*600 像素，大小不超过 2M。

**任务要求：**

1. 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；

2. 根据平台规则，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设计。

**操作过程：**

1. 设计 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：

活动期间，网店计划上架一款钢笔，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。为了提高钢笔的销量，需要为钢笔添加产品主图视频。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。产品素材如下所示：



### 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：



在完成钢笔的主图视频编辑与制作之后，网店准备继续完成钢笔产品详情页的视觉营销设计。对此，需要根据产品信息与素材图片，结合活动期间的产品详情页展现需求，为钢笔设计主图图片与详情描述。产品素材如下所示：



产品主图图片尺寸为 800\*800 像素，大小不超过 3M；产品详情描述图片宽度为 750 像素，总高度不超过 35000 像素。

### 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

华乐购物有限公司创办于 2015 年，总部位于上海，是中国商业企业的领先者，经营产品涵盖传统家电、消费电子、服装服饰、日用百货等综合品

类。目前，华乐购物已在 120 多个城市拥有 500 多家实体门店。随着新零售概念的普及，华乐购物逐渐意识到网络销售平台的重要性，开始积极采取线上线下相结合的运营模式，以获取更多的流量，提高销售收益。为此，华乐购物专门组建了电商运营团队，搭建自己的线上商城，同步开展线上业务。通过完成不同经营周期的营销与运营推广工作，持续提高网店竞争力及盈利能力。

运营团队在筹备期间，对即将经营的热水器、油烟机等主要产品进行了市场调研，得到了相关的市场分析数据。市场分析数据预测了未来五个经营周期内，主营产品的市场平均价格、市场需求趋势等相关信息，并分析了目前济南、郑州、西安、武汉等十五个城市，低价人群、犹豫不定人群等四类主要消费人群的价格偏好、功能偏好等基本数据，收集了电商平台相关品类主流关键词的点击花费、平均点击单价、搜索相关性等相关数据。

## **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热水器、油烟机等产品的市场基本数据，包括热销产品、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的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，不断提高各个经营周期的引流转化能力，持续提高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、犹豫不定人群等。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热水器、油烟机等市场平均价格、需求城市等数据进行分析，明确不同经营周期下的产品品类，确定目标产品，确定并优化不同经营周期下的产品价格。

##### **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市场热水器、油烟机等产品主流关键词的展现量、转化量、点击量、点击率、转化率等数据。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搜索引擎营销，并在推广过程中不断优化流量获取策略，提高下一运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，通过搜索引擎营销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。并根据不同经营周期的运营状况，合理调

整营销活动策略，提高下一经营周期热水器、油烟机等产品的转化率。

**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：**

经过三个周期的运营，华乐购物线上商城多款产品销量与日俱增。为了进一步提高网店竞争力，提升未来两个经营周期的盈利能力。运营团队需要对现阶段网店的销售数据、财务数据、竞争数据等进行分析。根据分析结果，优化网店营销方案，降低资金浪费，提高下一周期网店的竞争力。

**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。