



网店运营推广职业技能等级标准

(2021年2.0版)

北京鸿科经纬科技有限公司 制定
2021年9月 发布

北京鸿科经纬科技有限公司

北京鸿科经纬科技有限公司是集行业组织、教育机构、评价机构的属性为一体的多功能培训评价组织,在电子商务职业技能评价技术领域具有核心竞争力。经国务院职业教育工作部际联席会议同意,确定北京鸿科经纬科技有限公司入围职业教育培训评价组织,开发的电子商务领域《网店运营推广》证书入围第二批职业技能等级证书,参与1+X证书制度试点。

公司作为电子商务领域《网店运营推广》职业技能等级证书及标准的建设主体,对证书质量、声誉总负责,主要职责包括标准开发、教材和学习资源开发、考核站点建设、考核颁证等,并协助试点院校实施证书培训。

目 录

前 言.....	1
1 范围.....	2
2 规范性引用文件.....	2
3 术语和定义.....	3
4 适用院校专业.....	5
5 面向职业岗位（群）.....	8
6 职业技能要求.....	9
参考文献.....	32

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：北京鸿科经纬科技有限公司。

本标准主要起草人：张强林、马海峰、王丽丽、刘晓军、李志刚、李志宏、吴洪贵、宋夕东、张延泰、张枝军、张煌强、张瑾、陈亮、林海、郝骞、荣瑾、侯启强、骆永华、夏名首、黄志平、董媛、程兆兆等。

声明：本标准的知识产权归属于北京鸿科经纬科技有限公司，未经北京鸿科经纬科技有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了网店运营推广职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于网店运营推广职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 1.1-2020 标准化工作导则 第1部分：标准的结构和编写

GB/T 38652-2020 电子商务业务术语

《中华人民共和国电子商务法》

《中华人民共和国消费者权益保护法》

《中华人民共和国广告法》

《中华人民共和国价格法》

3 术语和定义

国家、行业标准界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 电子商务 e-commerce

通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

[GB/T 38652-2020 ， 基础术语 2.1]

3.2 电子商务平台 e-commerce platform

为交易的双方或多方提供信息发布、信息递送、数据处理等一项或多项服务，实现交易撮合目的的信息网络系统。

[GB/T 38652-2020 ， 基础术语 2.2]

3.3 网店 online store

卖家通过电子商务平台从事销售商品或者提供服务的网络经营场所。

3.4 网店运营推广 online store operation and promotion

网店运营推广是指网店为了完成经营目标，开展网店规划、网店装修、客户服务、搜索引擎推广、信息流推广、数据分析、商品运营、活动运营、内容运营等一系列活动的总称。

3.5 视觉营销 visual marketing

视觉营销是指通过用户视觉体验来达到商品营销或品牌推广的目的。

3.6 SEO（搜索引擎优化） search engine optimization

SEO 是指利用搜索引擎的搜索规则，对网页结构、内容、链接等方面进行合理规划和部署，从而使其在搜索引擎结果页面中获得更好的自然排名。

3.7 SEM（搜索引擎营销） search engine marketing

SEM 是指企业网站或商品页面链接通过改变自身在搜索结果页面出现的位置来利用搜索引擎推广商品和服务的营销活动。

3.8 信息流广告 information flow advertising

信息流广告是依据用户喜好进行广告信息的精准推荐，主要展现形式包括文字链、图片、短视频等。

3.9 客户画像 customer portrait

客户画像是指将客户信息标签化，它是抽象出客户信息全貌的有效工具。

3.10 人群定向 crowd orientation

人群定向是指通过将用户行为进行数据分析，找出潜在目标用户群的共同行为特征，选择适当的媒体将广告投放给具有相同特征的用户的过程。

4 适用院校专业

(1) 适用院校专业（参照原版专业目录）：

中等职业学校：电子商务、跨境电子商务、网络营销、移动商务、客户服务、客户信息服务、市场营销、国际商务、商品经营、商务英

语、软件与信息服务、数字媒体技术应用、国际货运代理、移动应用技术与服务、旅游服务与管理、计算机应用、计算机网络技术、物流服务与管理等专业。

高等职业学校：电子商务、移动商务、网络营销、商务数据分析与应用、跨境电子商务、电子商务技术、国际商务、国际贸易实务、国际经济与贸易、报关与国际货运、市场营销、工商企业管理、汽车营销与服务、连锁经营管理、药品经营与管理、商务管理、数字媒体应用技术、中小企业创业与经营、物流管理、旅游管理、计算机网络技术、计算机应用技术、物联网应用技术、体育运营与管理、软件技术、应用英语、商务英语、商务日语等专业。

应用型本科学校：电子商务、电子商务及法律、国际商务、市场营销、国际经济与贸易、工商管理、信息管理与信息系统、数据科学与大数据技术、物流管理、经济学等专业。

高等职业教育本科学校：电子商务、跨境电子商务、国际经济与

贸易、市场营销、物流管理、信息安全与管理、区块链技术与应用、计算机应用工程、大数据技术与应用等专业。

(2) 适用院校专业（参照新版职业教育专业目录）：

中等职业学校：电子商务、跨境电子商务、网络营销、移动商务、直播电商服务、客户信息服务、市场营销、国际商务、商务英语、软件与信息服务、数字媒体技术应用、国际货运代理、移动应用技术与服务、旅游服务与管理、计算机应用、计算机网络技术、物流服务与管理等专业。

高等职业学校：电子商务、移动商务、网络营销与直播电商、农村电子商务、商务数据分析与应用、跨境电子商务、国际商务、国际经济与贸易、关务与外贸服务、市场营销、工商企业管理、汽车技术服务与营销、连锁经营与管理、药品经营与管理、商务管理、数字媒体技术、中小企业创业与经营、现代物流管理、旅游管理、计算机网络技术、计算机应用技术、物联网应用技术、体育运营与管理、软件

技术、应用英语、商务英语、商务日语等专业。

应用型本科学校：电子商务、电子商务及法律、国际商务、市场营销、国际经济与贸易、工商管理、信息管理与信息系统、数据科学与大数据技术、物流管理、经济学等专业。

高等职业教育本科学校：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、国际经济与贸易、市场营销、现代物流管理、信息安全与管理、区块链技术、计算机应用工程、大数据工程技术等专业。

5 面向职业岗位（群）

【网店运营推广】（初级）：主要面向运营助理、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位（群）。

【网店运营推广】（中级）：主要面向网店推广、信息流优化、流量运营、搜索引擎优化、竞价推广等岗位（群）。

【网店运营推广】（高级）：主要面向网店店长、商品运营、活动运营、数据运营、店铺运营等岗位（群）。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

网店运营推广职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【网店运营推广】（初级）：根据网店基础业务需求，完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务，具备网店基础运营能力。

【网店运营推广】（中级）：根据网店推广业务需求，完成关键词挖掘、关键词分析、商品标题制作、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务，具备网店推广能力。

【网店运营推广】（高级）：根据网店运营业务需求，完成市场数据分析、网店定位、网店运营策略制定、商品品类管理、商品选品

及采购、商品价格制定、推广策略制定与实施、推广效果分析、推广策略优化、营销转化策略制定与实施、营销转化效果分析、营销转化策略优化、供应链数据分析、销售数据分析、客户数据分析、财务数据分析、竞争数据分析等工作任务，具备网店规划、运营能力。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 网店运营推广职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 网店基础操作	1.1 商品上传与维护	<p>1.1.1 能遵守电子商务相关法律法规，根据商品资料，结合网店商品发布要求，提取有效信息，完成商品基础信息、销售信息设置。</p> <p>1.1.2 能遵守电子商务相关法律法规，根据商品详情页设计逻辑，结合网店商品发布要求，提取有效信息，完成商品图文描述信息设置。</p> <p>1.1.3 能根据不同的收货地址，结合商品规格、运输成本等相关因素，完成物流模板设置，提高配送效率，减少运输成本。</p> <p>1.1.4 能遵守电子商务相关法律法规，根据网店运营策略，结合商品发布要求，完成商品售后服务信息</p>

		设置，有效提升售后服务满意度。
	1.2 营销活动设置	<p>1.2.1 能根据目标客户特征，结合网店营销需求，分析不同类型的店铺营销活动特点，选择最优的店铺营销活动类型。</p> <p>1.2.2 能遵守电子商务相关法律法规及广告内容准则，根据店铺营销活动设置规范，结合网店营销需求，设置营销活动信息、活动规则等，完成不同类型的店铺营销活动设置，提升网店客单价。</p> <p>1.2.3 能根据目标客户特征，结合网店营销需求，分析不同类型的平台营销活动特点，选择最优的平台营销活动类型。</p> <p>1.2.4 能遵守电子商务相关法律法规及广告内容准则，根据平台营销活动报名要求，结合网店营销需求，设置平台活动信息、活动规则等，完成不同类型的平台活动报名，提升活动审核通过率。</p>
	1.3 日常订单管理	<p>1.3.1 能根据网店订单情况，结合常见的订单状态，对订单进行分析，确定正常订单及异常订单的处理方法，提高处理效率。</p> <p>1.3.2 能根据网店订单情况，结合客户需求，在承诺的发货有效期内，选择合适的物流服务，上传物</p>

		<p>流单号，完成订单发货，提升发货速度。</p> <p>1.3.3 能根据平台换货政策，结合客户需求，分析换货原因，解决客户问题并达成换货协议，及时完成订单换货处理，减少网店信誉损失。</p> <p>1.3.4 能根据平台退货政策，结合客户需求，分析退货原因，解决客户问题并达成退货协议，及时完成订单退货处理，减少网店信誉损失。</p>
2. 网店装修	2.1 首页设计与制作	<p>2.1.1 能根据网店营销需求，结合商品定位，对目标客户浏览习惯进行分析，选择能有效提升购物体验的首页组成元素，完成网店首页布局，以有效分流并提升客户在店铺的访问深度。</p> <p>2.1.2 能根据网店定位，结合目标客户特征，分析标志、色彩、字体等视觉传达元素，对网店首页进行视觉营销设计，塑造个性化的网店风格。</p> <p>2.1.3 能遵守电子商务相关法律法规及广告内容准则，根据网店经营理念，结合品牌文化特色，设计并制作具有高辨识度、风格统一的Logo。</p>

		<p>2.1.4 能遵守电子商务相关法律法规及广告内容准则，根据 Banner 设计规范，结合网店营销需求，设计并制作主题明确、风格统一的 Banner。</p>
	<p>2.2 详情页设计与制作</p>	<p>2.2.1 能根据网店及商品定位，分析目标客户消费心理，对商品详情页的视觉营销逻辑进行设计，提高商品转化率。</p> <p>2.2.2 能根据商品信息，结合 FAB 法则，如实提炼商品卖点，撰写营销文案，激发客户购买欲望并引导下单。</p> <p>2.2.3 能遵守电子商务相关法律法规及广告内容准则，根据商品主图设计规范，结合网店营销需求，设计并制作商品主图，提高商品点击率。</p> <p>2.2.4 能遵守电子商务相关法律法规及广告内容准则，根据商品及目标客户定位，设计并制作商品详情描述图片，全面展示商品信息及卖点。</p>
	<p>2.3 自定义页设计与制作</p>	<p>2.3.1 能根据网店营销需求，结合目标客户特征，确定自定义页主题及呈现方式，完成自定义页视觉营销设计，提升消费者粘性，提高店铺转化率。</p>

		<p>2.3.2 能根据网店营销需求，结合目标客户浏览习惯，对自定义页面进行布局设计，增加页面访问深度，提高店铺转化率。</p> <p>2.3.3 能根据网店营销需求，结合品牌宣传理念、企业文化，设计并制作品牌宣传页面，加强目标客户信任感，提升品牌溢价。</p> <p>2.3.4 能根据网店营销需求，结合不同的营销活动类型，设计并制作营销活动页面，增加活动参与力度，提高转化率。</p>
3. 网店客户服务	3.1 客户问题处理	<p>3.1.1 能根据智能客服配置规则，结合业务发展需求，对客户常见问题进行汇总、分类、整理，配置智能客服问答话术库，提高客户问题处理效率。</p> <p>3.1.2 能根据智能客服配置规则，结合不同的客户问题场景，对智能客服问答知识库进行应答测试，完善客户问题话术库，加强智能客服规范性。</p> <p>3.1.3 能根据客户服务原则，结合客户需求，对客户提出的商品相关问题进行及时、规范、有效地处理，提升客户满意度。</p> <p>3.1.4 能根据客户服务原则，结合客户需求，对客户提出的物流相关</p>

		问题进行及时、规范、有效地处理，提升客户满意度。
	3.2 客户交易促成	<p>3.2.1 能根据智能客服配置规则，结合业务发展需求，对商品推荐、订单催付、关联营销等客户交易促成常见问题进行汇总、分类、整理，配置智能客服问答话术库，提高订单成交率。</p> <p>3.2.2 能根据智能客服配置规则，结合不同的客户交易促成场景，对智能客服问答知识库进行应答测试，完善客户交易促成话术库，加强智能客服规范性。</p> <p>3.2.3 能根据与客户的交谈情况，结合客户特征，判断客户需求，有针对性地推荐合适的商品，引导客户下单，提升客单价。</p> <p>3.2.4 能根据网店订单情况，结合客户需求，适时对未支付订单进行合理催付，提高订单付款率，提升客户体验。</p>
	3.3 客户关系维护	<p>3.3.1 能遵守个人信息收集规范，根据网店交易信息，借助网络客户信息管理工具，通过多种公开合法渠道，完成客户数据收集和整理。</p> <p>3.3.2 能根据网店交易信息，结合客户画像，对忠诚客户进行社群创建、活动推送、建立会员制度等定</p>

		<p>向营销，规范群组信息传播秩序，提高客户活跃性与留存度。</p> <p>3.3.3 能遵守电子商务相关法律法规及广告内容准则，根据网店交易信息，结合客户画像，利用客户营销工具，借助多维平台的沟通营销渠道，增加新客户，扩大客户规模。</p> <p>3.3.4 能根据网店交易信息，结合客户画像，分析客户流失的原因，通过活动推送、新品推荐等关怀方式，挽回可能流失的客户。</p>
--	--	---

表 2 网店运营推广职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. SEO 优化	1.1 关键词挖掘	<p>1.1.1 能根据关键词分类方法与规范，对商品信息进行分析，完成关键词分类，精准筛选出 4 类主流关键词。</p> <p>1.1.2 能根据商品关键词常用挖掘策略，对商品关键词搜索人气进行查询，筛选出搜索人气高的商品相关关键词，完成关键词挖掘。</p> <p>1.1.3 能根据主营业务内容与用户搜索需求，对关键词对应商品进行搜索排名查询，筛选出排名高的商品相关关键词，完成关键词挖掘。</p> <p>1.1.4 能根据搜索引擎的工作原理，对商品关键词进行拓展，完成</p>

		长尾词组合，筛选出不少于 20 个相关度高的长尾词。
	1.2 关键词分析	<p>1.2.1 能根据商品所属品类，对分类后的关键词进行分析，找出适合当前品类的关键词，为不同品类的商品标题优化做铺垫。</p> <p>1.2.2 能根据商品信息，对挖掘后的高人气关键词进行分析，完成关键词与商品信息适配，提高商品标题优化的成功率。</p> <p>1.2.3 能根据店铺及商品流量情况，对不同关键词下的商品排名进行分析，完成关键词词库建设，提高关键词词库利用率。</p> <p>1.2.4 能根据商品角色定位，对组合后的长尾词进行分析，找出适合当前商品的长尾词，提高流量的精准度。</p>
	1.3 商品标题制作	<p>1.3.1 能根据数据清洗相关知识，借助分词工具对原商品标题进行处理，完成原商品标题的分词，使分词后的标题符合搜索排名逻辑。</p> <p>1.3.2 能根据搜索竞价排名原理，对商品关键词排名进行查询，完成对原标题关键词的删减，剔除排名差的关键词。</p> <p>1.3.3 能根据主营业务内容，筛选商品相关的关键词，完成商品标题</p>

		<p>关键词拓展，提高商品标题关键词的覆盖率。</p> <p>1.3.4 能根据商品的画像，进行目标消费者搜索习惯分析，完成商品标题关键词排序，提高商品标题的综合排名。</p> <p>1.3.5 能根据 SEO 规则，进行数据分析，完成商品标题优化，有效增加商品的自然搜索流量。</p>
2. SEM 推广	2.1 搜索推广策略制定	<p>2.1.1 能根据品牌定位与营销目标，对推广目标、推广预算、推广商品及策略进行分析，完成搜索推广分析，有效降低推广风险。</p> <p>2.1.2 能根据网店信息与推广分析，选择推广计划类型、分配推广资金、确定投放时间和地域，完成推广计划和推广组策略制定，有效提高搜索推广的准确性。</p> <p>2.1.3 能根据推广计划与推广组策略，对商品与关键词数据进行分析，挖掘合适的关键词，制定可行的关键词策略，提高关键词质量分。</p> <p>2.1.4 能遵循公平竞争原则，结合具体的推广目标，制定人群定向策略、推广创意策略，提高网店推广 ROI。</p>
	2.2 搜索推广账户搭	2.2.1 能根据制定的推广策略，结

	建	<p>合平台规则、法律法规，对商品的时间和地域流量数据进行分析，完成时间、地域定向设置，提高搜索推广的展现率。</p> <p>2.2.2 能根据制定的关键词策略，对商品信息进行分析，熟练、准确地完成关键词的选择与出价、匹配类型设置，提高搜索推广的展现率。</p> <p>2.2.3 能根据制定的推广创意策略，对商品信息与关键词进行分析，熟练、准确地完成推广创意的制作，提高推广关键词的质量分。</p> <p>2.2.4 能根据制定的人群定向策略，对人群特征以及关键词排名、出价进行分析，熟练、准确地完成人群溢价设置，提高搜索推广投放的精准度。</p>
	2.3 搜索推广账户优化	<p>2.3.1 能根据搜索推广目标，明确搜索推广账户分析的维度、指标，确定账户分析的思路和方法，提高账户优化的准确率。</p> <p>2.3.2 能树立企业数据安全意识，通过公开合法渠道完整地获取搜索推广数据，完成搜索推广账户分析，快速准确地确定优化方向。</p> <p>2.3.3 能根据网店推广数据报表，对推广计划类型、推广资金、投放</p>

		<p>时间和地域进行优化，完成推广计划与推广组优化，增加网店整体点击量与转化量。</p> <p>2.3.4 能根据平台数据报表，调整关键词的选词与出价、匹配类型，完成推广关键词优化，提高关键词质量分，降低关键词平均点击单价。</p> <p>2.3.5 能根据平台规则，调整推广创意和人群溢价，完成创意和人群定向优化，提高搜索推广的点击率和转化率。</p>
3. 信息流推广	3.1 信息流推广策略制定	<p>3.1.1 能根据信息流推广目标，分析目标人群特征，制定符合广告行业法律法规的店铺、宝贝、直播、短视频等信息流推广策略，提高展现量。</p> <p>3.1.2 能根据网店营销目标，通过合法渠道精准分析受众人群画像，制定人群定向与资源位策略，提高网店整体转化量与转化率。</p> <p>3.1.3 能根据目标受众分析结果，结合行业特性，制定符合广告法的创意策略，提高网店商品的点击量。</p> <p>3.1.4 能根据行业准则，分析并拆解推广目标，制定相应的落地页策略，提高信息流推广的 ROI。</p>

	<p>3.2 信息流推广账户搭建</p>	<p>3.2.1 能根据制定的推广策略与推广平台规则，熟练、准确地完成不同类型推广计划的搭建，提高账户结构的合理性。</p> <p>3.2.2 能根据制定的人群定向与资源位策略，选择符合标签体系与规则的受众人群，完成人群定向与资源位的搭建，提升账户定向的精准性。</p> <p>3.2.3 能根据制定的推广创意策略，编辑符合广告法规定的创意，完成推广创意的制作，提高创意点击率。</p> <p>3.2.4 能根据制定的落地页策略，制作符合受众审美标准的落地页，完成账户落地页的制作，降低落地页的跳出率。</p>
	<p>3.3 信息流推广账户优化</p>	<p>3.3.1 能根据平台数据报表，结合平台推广设置规则，优化受众定向方式、推广预算、出价策略等，提升信息流推广效果。</p> <p>3.3.2 能根据受众定向报表，结合平台推广设置规则，优化受众人群，提高信息流广告投放的精准度。</p> <p>3.3.3 能根据后台创意数据，结合推广内容制作规范，优化推广创意，提高创意点击率。</p>

		3.3.4 能根据后台落地页反馈数据，结合推广内容制作规范，优化落地页，提高客户转化率。
--	--	--

表 3 网店运营推广职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 网店规划	1.1 市场数据分析	<p>1.1.1 能通过公开、合法渠道搜集有关资料和数据，采用适当的方法，估计市场规模的大小及总体的供给量和需求量。</p> <p>1.1.2 能根据公开数据，围绕市场走势，分析市场数据，明确消费趋势。</p> <p>1.1.3 能对目标市场中的行业热销商品、营销手法、行业消费群体、行业店铺的经营现状等进行分析，明确行业的竞争情况。</p> <p>1.1.4 能根据消费人群分析的要点，从整体上分析消费人群的性别、年龄、分布地域、购物习惯等信息，明确不同消费人群的特点。</p>
	1.2 网店定位	<p>1.2.1 能使用自我竞争力分析方法和网店定位方法，对网店整体情况进行分析，明确网店的整体市场定位。</p> <p>1.2.2 能根据类目选择的考虑因</p>

		<p>素和方法，选择适合的网店经营类目。</p> <p>1.2.3 能根据目标人群定位方法，总结归纳行业消费人群的特征、使用习惯、需求心理，准确定位网店的目標消费人群。</p> <p>1.2.4 能根据细分市场特点及目标消费人群特征，确定网店的经营风格和品牌形象，提高网店的辨识度。</p>
	<p>1.3 网店运营策略制定</p>	<p>1.3.1 能根据网店分析方法，对不同类型的网店进行分析，明确不同类型网店的特点。</p> <p>1.3.2 能根据电子商务平台及网店类型选择的原则和注意事项，结合网店的定位，选择与目标消费人群匹配的网店类型进行开店。</p> <p>1.3.3 能根据目标消费人群的地域分布，结合货源渠道，选择合适的仓库地址和物流方式，提升商品配送效率并降低物流成本。</p> <p>1.3.4 能根据不同类型的网店特点，制定适应不同网店的运营策略，实现不同网店的经营目标。</p>

2. 商品运营	2.1 商品品类管理	<p>2.1.1 能根据品类角色定位的方法，对商品品类进行分工，为不同的品类赋予不同的角色与衡量指标，提高品类管理效率。</p> <p>2.1.2 能根据品类发展趋势评估指标，对网店内商品品类的发展趋势进行评估，制定出符合运营策略的品类目标。</p> <p>2.1.3 能根据品类角色定位，选择合适的品类策略，实现品类目标。</p> <p>2.1.4 能根据象限分析法、二八法则、ABC分析法等方法，对品类结构进行分析并建立明确的品类淘汰及新增标准。</p>
	2.2 商品选品及采购	<p>2.2.1 能根据商品选品原则，合理使用选品分析工具，筛选并确定目标商品。</p> <p>2.2.2 能根据商品评估方法，建立具体商品的评估标准，对商品进行评估，完成店铺商品的上新或者淘汰。</p> <p>2.2.3 能根据采购原则，收集目标商品及供应商的信息，合理选择供应商。</p> <p>2.2.4 能根据经营需求，对供应商的合作情况进行分析，建立具体可行性的淘汰及新增标准。</p>

	2.3 商品价格制定	<p>2.3.1 能根据网店的市場定位和运营策略，选择适合的定价目标（企业生存、利润最大化、市场份额最大化等）。</p> <p>2.3.2 能根据定价的基本原理以及网店所处的市場类型，选择合适的商品定价策略。</p> <p>2.3.3 能根据商品定价策略和影响商品定价的因素，选择适当的商品定价模型，对具体的商品进行定价，定价要符合价格法。</p> <p>2.3.4 能根据价格优化原则，在商品生命周期的不同阶段对商品的价格进行优化，以符合运营策略。</p>
3. 流量获取	3.1 推广策略制定与实施	<p>3.1.1 能根据运营策略与推广目标，进行流量规划，针对流量规划合理分配推广资金。</p> <p>3.1.2 能根据网店的推广需求，在符合广告法和电子商务法的前提下，制定并实施自然流量获取策略，获取自然流量，提高网店和商品的曝光量和点击量。</p> <p>3.1.3 能根据平台营销活动的流量分配机制以及网店的推广需求，制定并实施平台活动参与策略，获取平台活动流量，提高网店和商品的曝光量和点击量。</p> <p>3.1.4 能根据推广需求，在符合广告法和电子商务法的前提下，制</p>

		<p>定并实施可行的站内付费推广策略，获取站内付费流量，提高网店和商品的曝光量和点击量。</p> <p>3.1.5 能根据推广需求，在符合广告法和电子商务法的前提下，制定并实施可行的站外付费推广策略，获取站外付费流量，提高网店的曝光量和点击量。</p>
	<p>3.2 推广效果分析</p>	<p>3.2.1 能从展现量、点击量等方面对自然流量获取的效果进行分析，明确自然流量获取的整体效果。</p> <p>3.2.2 能从活动目的、活动选品、活动方案、库存支撑、流量转化、销售保障等维度对平台活动参与效果进行评估，明确整体活动效果。</p> <p>3.2.3 能从展现量、点击量、点击率、平均点击单价等方面对站内付费推广效果进行分析，评估站内付费推广的投入产出比。</p> <p>3.2.4 能从展现量、点击量、点击率、平均点击单价等方面对站外付费推广效果进行分析，评估站外付费推广的投入产出比。</p>
	<p>3.3 推广策略优化</p>	<p>3.3.1 能根据自然流量获取效果的分析结果，从商品标题、商品属性、商品描述关键词等方面对自然流量获取的策略进行优化，</p>

		<p>提高自然流量。</p> <p>3.3.2 能根据平台活动参与效果的分析结果，从活动目的、活动选品、活动方案、库存支撑、流量转化、销售保障等方面优化平台活动参与策略，有效增加网店参与平台活动获取的流量。</p> <p>3.3.3 能根据站内付费推广效果的分析结果，从推广资金分配、推广关键词出价等方面优化站内付费推广策略，有效增加网店的站内付费流量。</p> <p>3.3.4 能根据站外付费推广效果的分析结果，从推广资金分配、推广出价、推广渠道等方面优化站外付费推广策略，有效增加网店的站外付费流量。</p>
4. 营销转化	4.1 营销转化策略制定与实施	<p>4.1.1 能根据店铺运营需求，制定并实施可行的店铺内营销活动策划，有效增加网店的转化量。</p> <p>4.1.2 能根据店铺运营需求，制定并实施可行的视觉营销策略，有效增加网店的转化量。</p> <p>4.1.3 能根据店铺运营需求，制定并实施可行的物流服务策略，有效增加网店的转化量。</p> <p>4.1.4 能根据店铺运营需求，制定并实施可行的售后服务策略，有效增加网店的转化量。</p>

	4.2 营销效果分析	<p>4.2.1 能使用数据分析方法,分析店铺内营销活动带来的转化量和转化率,从转化量、转化率等方面对店铺内的营销活动效果进行评估。</p> <p>4.2.2 能使用数据分析方法,分析网店视觉设计对网店运营的影响,明确网店视觉设计和营销转化的关系。</p> <p>4.2.3 能收集物流服务数据,分析物流服务的时效性、物流成本占比等,明确物流服务的整体效果。</p> <p>4.2.4 能使用数据分析方法,分析商品的售后保障情况,明确售后服务对营销转化的影响程度。</p>
	4.3 营销转化策略优化	<p>4.3.1 能根据店铺内营销活动效果的分析结果,优化店铺内营销活动策略,提高网店的转化率。</p> <p>4.3.2 能根据视觉营销效果的分析结果,优化视觉营销策略,提高网店的转化率。</p> <p>4.3.3 能根据物流服务的分析结果,优化物流服务策略,提高网店的转化率。</p> <p>4.3.4 能根据网店售后服务的分析结果,优化售后服务策略,提高网店的转化率。</p>
5. 网店运营分析	5.1 供应链数据分析	5.1.1 能根据收集到的数据及信息,从采购制度、供应商管理、

		<p>库存管理、商品质量管控等多个角度分析并优化目前的采购体系，使其符合网店业务的发展特点。</p> <p>5.1.2 能根据供应链数据分析方法与技巧，对采购计划、采购数量、采购单价等采购数据进行分析，发现并解决采购问题。</p> <p>5.1.3 能从采销匹配度、到货时间、紧急采购等维度对不同运营周期的采购数据进行分析，并据此提出合理的采购建议。</p> <p>5.1.4 能从物流方式、运费成本、物流时效等维度对不同运营周期的物流数据进行分析，并据此提出合理的仓库选址、物流方式选择方案。</p>
	5.2 销售数据分析	<p>5.2.1 能根据网店的销售目标，确定销售数据指标维度、关键数据指标、指标的影响因素，搭建销售数据分析指标体系。</p> <p>5.2.2 能使用数据分析方法，从战略层面准确分析主营产品在总收入中的占比、各区域销售额在总收入中的占比、各渠道销售额在总收入中的占比。</p> <p>5.2.3 能通过公开合法渠道收集数据，从运营层面准确分析网店流量状况、转化状况、客户人群</p>

		<p>状况、核心商品状况以及竞争对手状况。</p> <p>5.2.4 能针对销售数据分析中诊断出的问题，提出合理的优化建议，进一步增加网店的销售额。</p>
	<p>5.3 客户数据分析</p>	<p>5.3.1 能使用客户信息处理方法，对客户的性别、年龄、地域、消费层级、客户偏好等进行分析，明确客户基本信息画像。</p> <p>5.3.2 能使用 RFM 模型，从购买时间、购买频率、消费金额等维度对客户价值和创利能力进行分析，明确客户消费信息画像。</p> <p>5.3.3 能根据客户画像，优化客户管理策略，从把握客户期望、降低商品获取成本、提升客户感知价值等方面提高客户满意度和忠诚度。</p> <p>5.3.4 能根据商品生命周期有针对性地采取客户管理方法，通过客户激励、客户维护等提升客户的留存率。</p>
	<p>5.4 财务数据分析</p>	<p>5.4.1 能根据网店的运营状况，对网店的资金来源、使用、结构、利用效果等进行分析，有效提高网店的资金利用率。</p> <p>5.4.2 能根据网店的运营状况，选择合适的资金筹集渠道，进行资金筹集，提高网店的运营效率和</p>

		<p>规模。</p> <p>5.4.3 能根据网店的运营状况,对网店的商品成本、人员薪资、销售费用等进行分析,有效控制网店的成本。</p> <p>5.4.4 能对资产负债表、利润表等财务报表进行分析,着重对网店的流动资产变现能力、短期偿债能力以及长期偿债能力进行分析,评价网店的经营成果,据此对网店运营策略提出优化建议。</p>
	<p>5.5 竞争数据分析</p>	<p>5.5.1 能合法合规地使用市场数据,分析市场中同行业的卖家行为,明确直接竞争对手。</p> <p>5.5.2 能够对竞争对手的网店定位、目标人群进行对比分析,找出差异点,并优化网店的运营策略,提高网店的竞争力。</p> <p>5.5.3 能够对竞争对手的销售额、市场占有率、畅销商品等数据进行分析,并据此对商品的运营策略提出优化建议,提高商品的市场占有率。</p> <p>5.5.4 能够合法地使用市场数据,分析竞争对手的推广策略和营销转化策略,并据此优化网店的运营策略,提高网店的竞争力。</p>

参考文献

- [1] 中华人民共和国教育部. 高等职业学校电子商务专业教学标准[S]. 2019.
- [2] 中华人民共和国教育部. 中等职业学校电子商务专业教学标准（试行）[S]. 北京：高等教育出版社，2015.
- [3] 中华人民共和国电子商务法. 北京：法律出版社，2018.
- [4] 全国电子商务职业教育教学指导委员会. 电子商务类教学质量国家标准[S]. 2018.
- [5] GB/T 38652-2020 电子商务业务术语
- [6] 中华人民共和国广告法
- [7] 中华人民共和国消费者权益保护法
- [8] 中华人民共和国价格法