



深圳市龙岗职业技术学校

网店运营基础

网店运营推广1+X证书制度系列

思维导图

专 业：跨境电子商务
负责人：常文芳 李林洁

目 录

Contents

一、理论部分

模块一 网店开设.....	01
单元一 网店开设准备.....	01
单元二 网店申请与开通.....	02
单元三 电子商务法律法规.....	02
模块二 网店装修.....	03
单元一 首页设计与制作.....	03
单元二 详情页设计与制作.....	04
单元三 自定义页设计与制作.....	05
模块三 网店基础操作.....	06
单元一 商品上传与维护.....	06
单元二 营销活动设置.....	07
单元三 日常订单管理.....	08
模块四 网店客户服务.....	08
单元一 客服岗前准备.....	09
单元二 客户交易促成.....	09
单元三 客户问题处理.....	10
单元四 客户关系维护.....	11
单元五 客服岗位进阶.....	12
模块五 运营数据分析.....	13
单元一 常用数据分析工具.....	13
单元二 客户评价分析.....	14
单元三 网店运营状况分析.....	15

二、实操部分

任务1 账号注册及设置.....	17
1.1 卖家账号注册及认证.....	17
1.2 网店基本信息设置.....	18
1.3 子账号管理.....	19
任务2 首页设计与制作.....	21
2.1 PC端首页设计与制作.....	21
2.2 移动端首页设计与制作.....	22

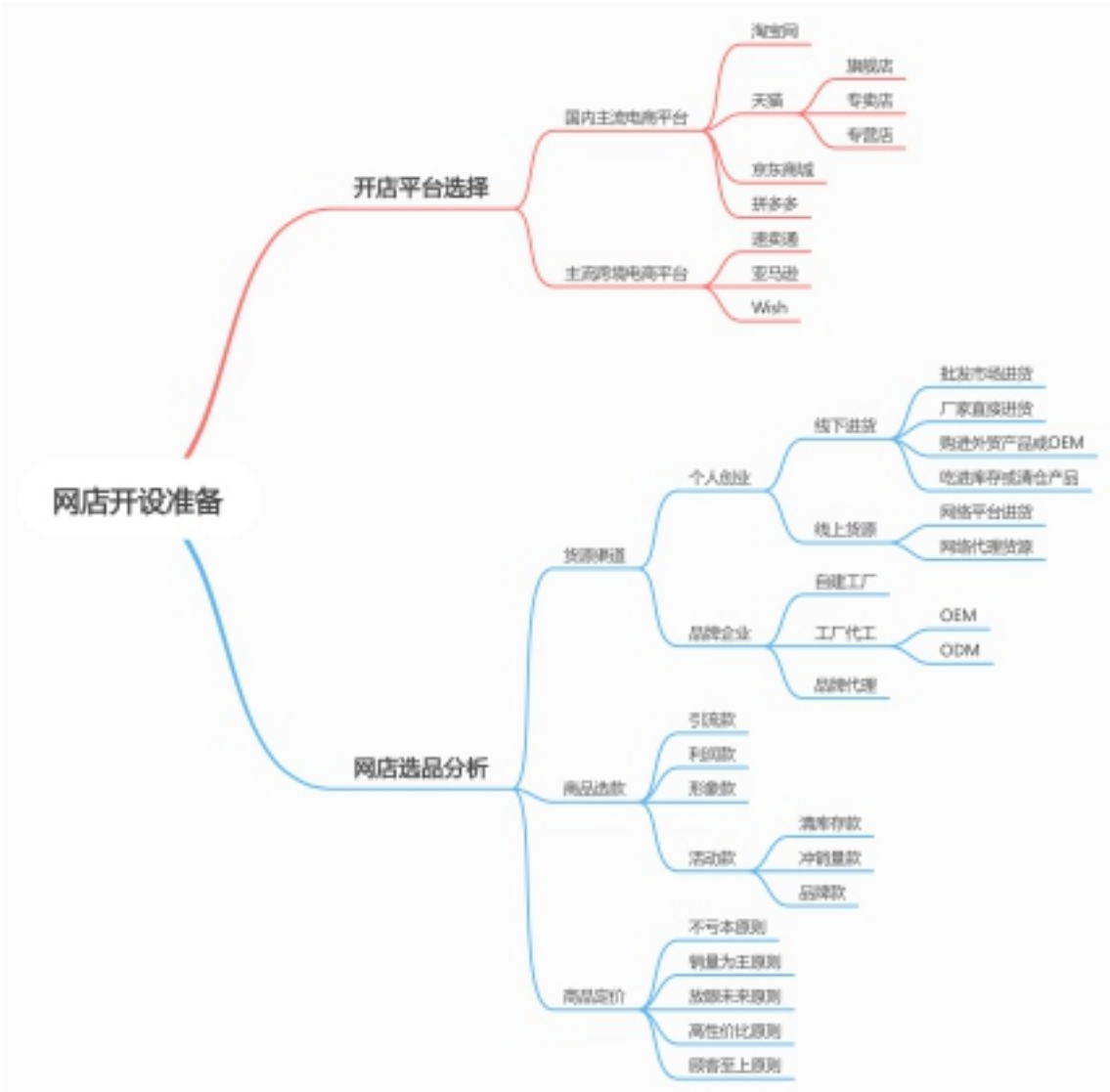
任务3 详情页设计与制作.....	24	10.1 售前商品咨询回复.....	61
3.1 PC端详情页设计与制作.....	24	10.2 售前物流咨询回复.....	62
3.2 移动端详情页设计与制作.....	25	10.3 售后商品问题处理.....	63
任务4 自定义页设计与制作.....	27	10.4 售后物流问题处理.....	64
4.1 品牌宣传页设计与制作.....	27	任务11 客户交易促成.....	66
4.2 促销活动页设计与制作.....	27	11.1 售前商品推荐.....	66
任务5 商品上传与维护.....	29	11.2 售前订单催付.....	67
5.1 产品分组设置.....	29	11.3 售后评价处理.....	68
5.2 尺码模板设置.....	30	任务12 智能客服知识库配置.....	69
5.3 运费模板设置.....	31	12.1 通用场景相关问题.....	69
5.4 服务模板设置.....	32	12.2 商品相关场景问题.....	69
5.5 #连衣裙#商品分布.....	33	12.3 物流相关场景问题.....	70
5.6 #牛仔裤#商品分布.....	34	12.4 退换货相关场景问题.....	70
5.7#衬衫#商品发布.....	36	任务13 客户关系维护.....	72
5.8#卫衣#商品分布.....	37	13.1 创建客户分组.....	72
5.9商品标题优化.....	39	13.2 客户画像分析.....	73
5.10商品上下架处理.....	40	13.3 客户场景营销-活跃老客户人群.....	74
任务6 营销活动设置.....	42	13.4 客户场景营销--加购人群.....	75
6.1 店铺满立减活动设置.....	42	13.5 客户场景营销-潜力访客.....	76
6.2 店铺优惠券活动设置.....	43	13.6 客户邮件营销.....	78
6.3 店铺限时限量折扣活动设置.....	44	任务14 店铺数据分析.....	79
6.4 店铺搭配活动设置.....	45	14.1 店铺运营数据分析.....	79
6.5 平台大促活动报名.....	46		
6.6 平台频道活动报名.....	47		
任务7 站内营销推广.....	49		
7.1 直通车推广.....	49		
7.2 钻展广告.....	50		
7.3 灵犀推荐广告.....	51		
任务8 日常订单管理.....	54		
8.1 订单线下发货处理.....	54		
8.2 订单线上发货处理.....	55		
8.3 订单退换货处理.....	56		
任务9 网店会话处置.....	58		
9.1 网店快捷回复短语设置.....	58		
9.2 网店自动回复设置.....	58		
任务10 客户问题处理.....	61		

理论部分

模块一 网店开设

通过介绍主流电商平台的优势及特点、网店选品主要货源渠道、网店选品的方法、网店商品定价的原则、主流电商平台网店申请与开通的方法以及网店运营相关的法律法规，让学生能够根据电商平台的特点及优势，结合自身情况，选择合适的电商平台开展经营，根据市场需求，结合店铺自身情况，对商品进行选品及定价；能够根据电商平台要求，完成店铺的申请及开通；在网店运营中树立遵纪守法、诚信经营的意识，在网店运营中培养爱岗敬业、精益求精的职业素养。

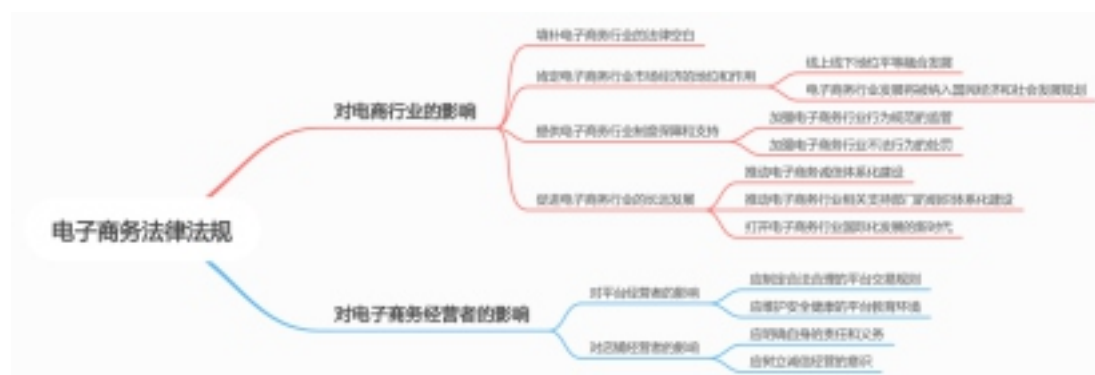
单元一 网店开设准备



单元二 网店申请与开通



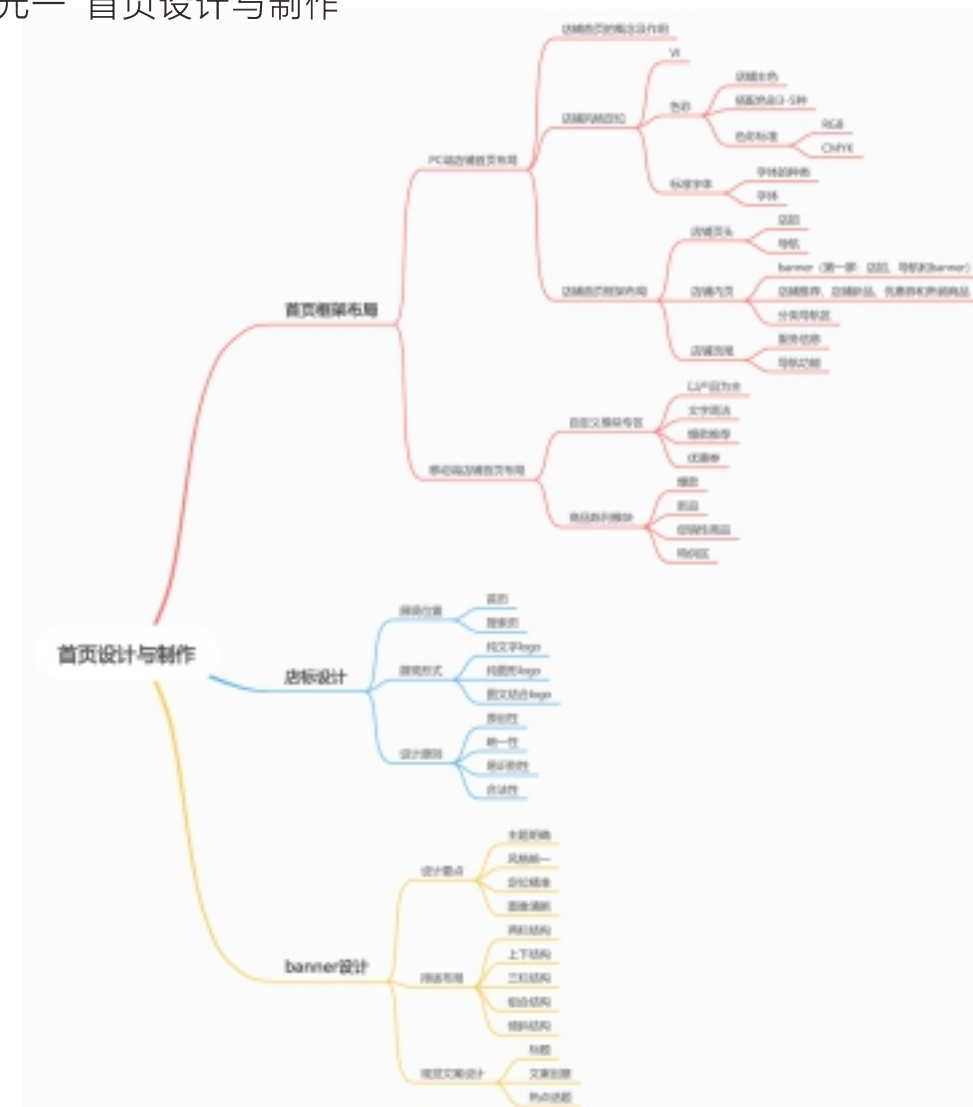
单元三 电子商务法律法规



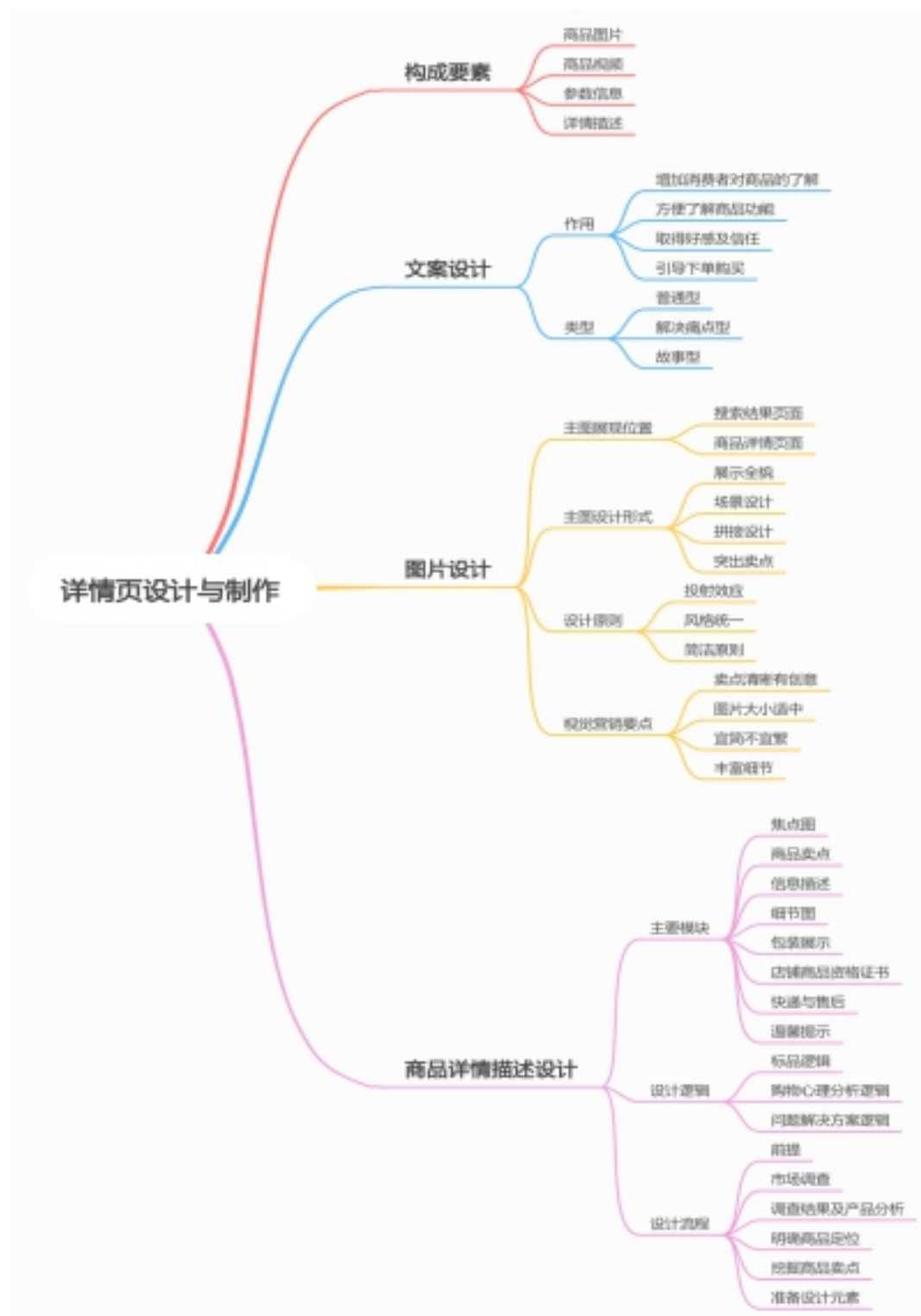
模块二 网店装修

了解网店装修设计包含的内容，熟悉网店首页框架布局的方式，掌握网店Logo和 Banner 的设计方法，熟悉详情页文案设计要点，掌握详情页图片设计方法，掌握详情描述设计的原则，了解网店自定义页的作用，熟悉网店自定义页的分类和设计内容；能够根据企业的经营理念及企业文化，设计并制作店铺Logo，根据店铺定位，结合视觉 V，设计并制作店铺首页，根据商品信息提炼卖点与特点，设计并制作商品详情页，根据店铺实际情况，设计并制作自定义页；树立积极向上、阳光健康的美学意识，培养追求卓越、守正创新的设计理念。

单元一 首页设计与制作



单元二 详情页设计与制作

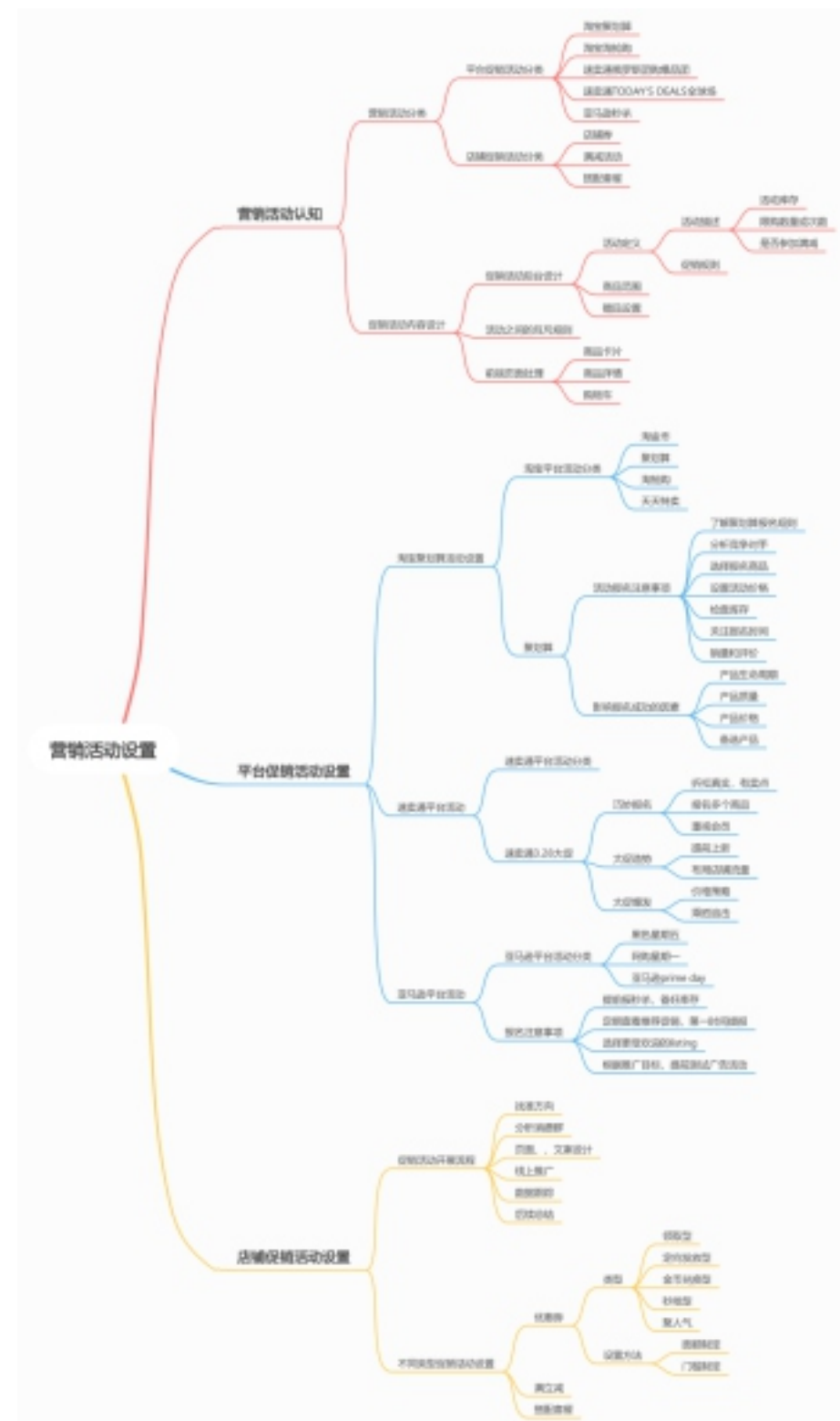


单元三 自定义页设计与制作



单元二 营销活动设置

单元一 商品上传与维护



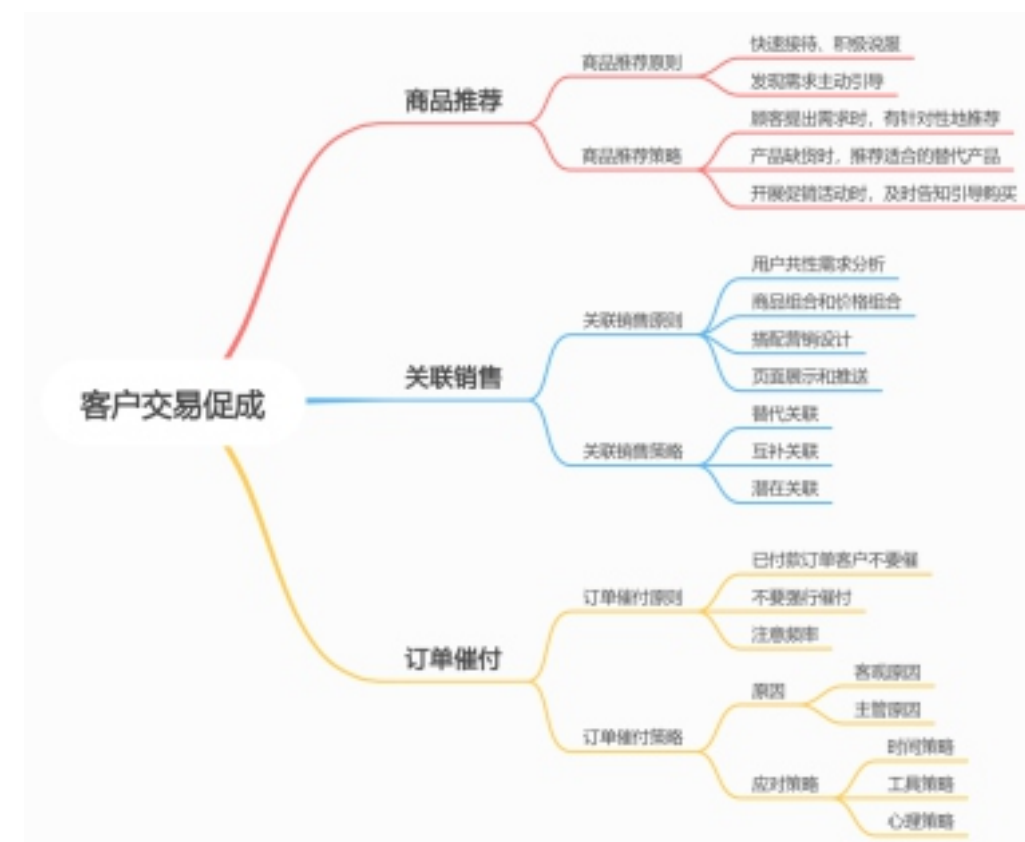
单元三 日常订单管理



单元一 客服岗前准备



单元二 客户交易促成



模块四 网店客户服务

了解平台交易的规则与流程、客服的行为规范、客户信息收集与分析的方法、客服岗位各阶段的职业规划；掌握商品推荐和关联销售的技巧、商品问题、支付问题和物流问题的处理方法掌握挽回流失客户的方法；熟悉智能客服机器人在客服工作中的应用、订单催付的原则与方式；能够根据不同场景要求解决客户的问题并分析客户未下单付原因，进行订单催付，分析客户流失原因，并进行客户挽回；培养洞察问题、解决问题的能力以及耐心、细心的沟通能力，树立良好的服务意识。

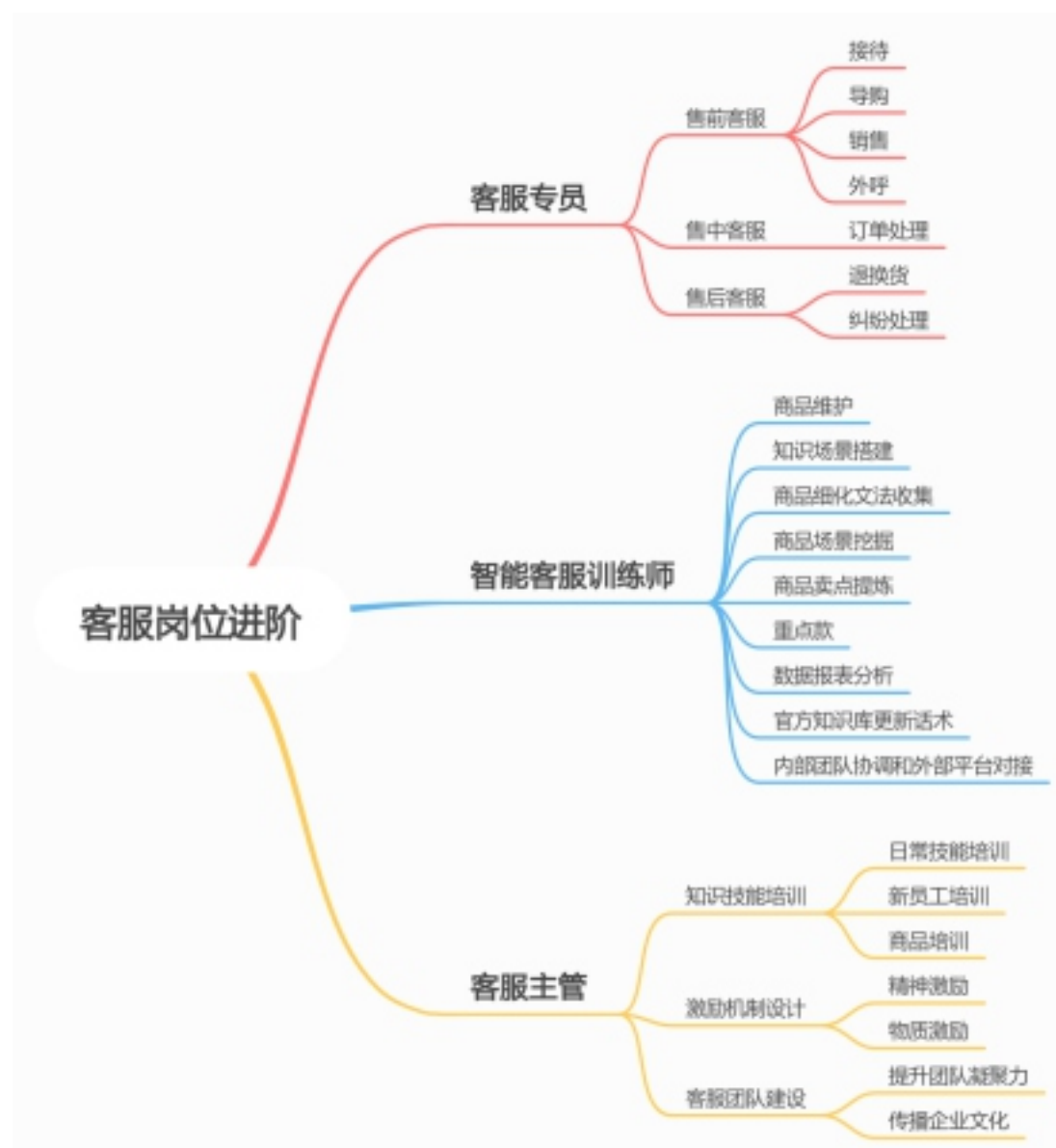
单元三 客户问题处理



单元四 客户关系维护



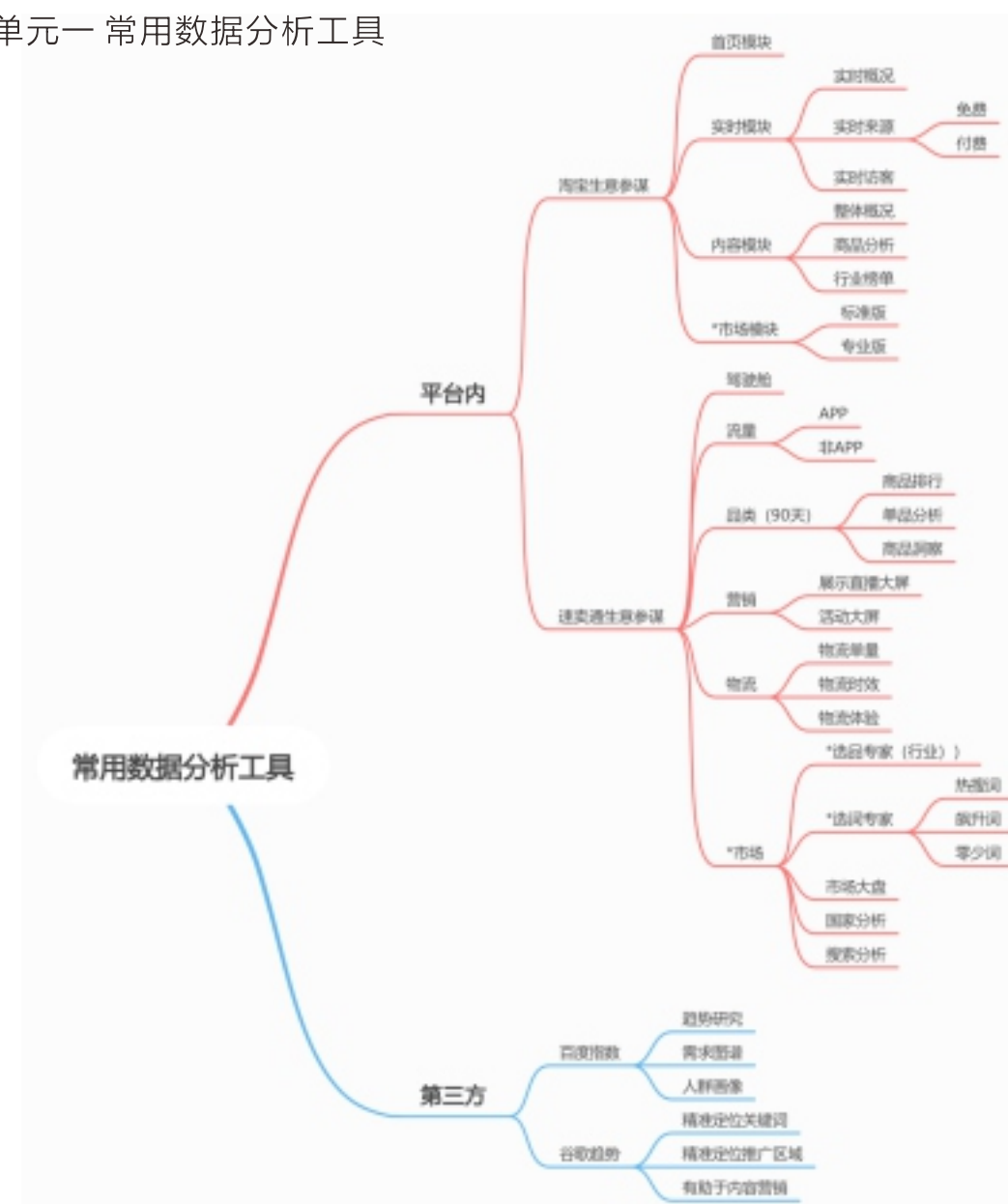
单元五 客服岗位进阶



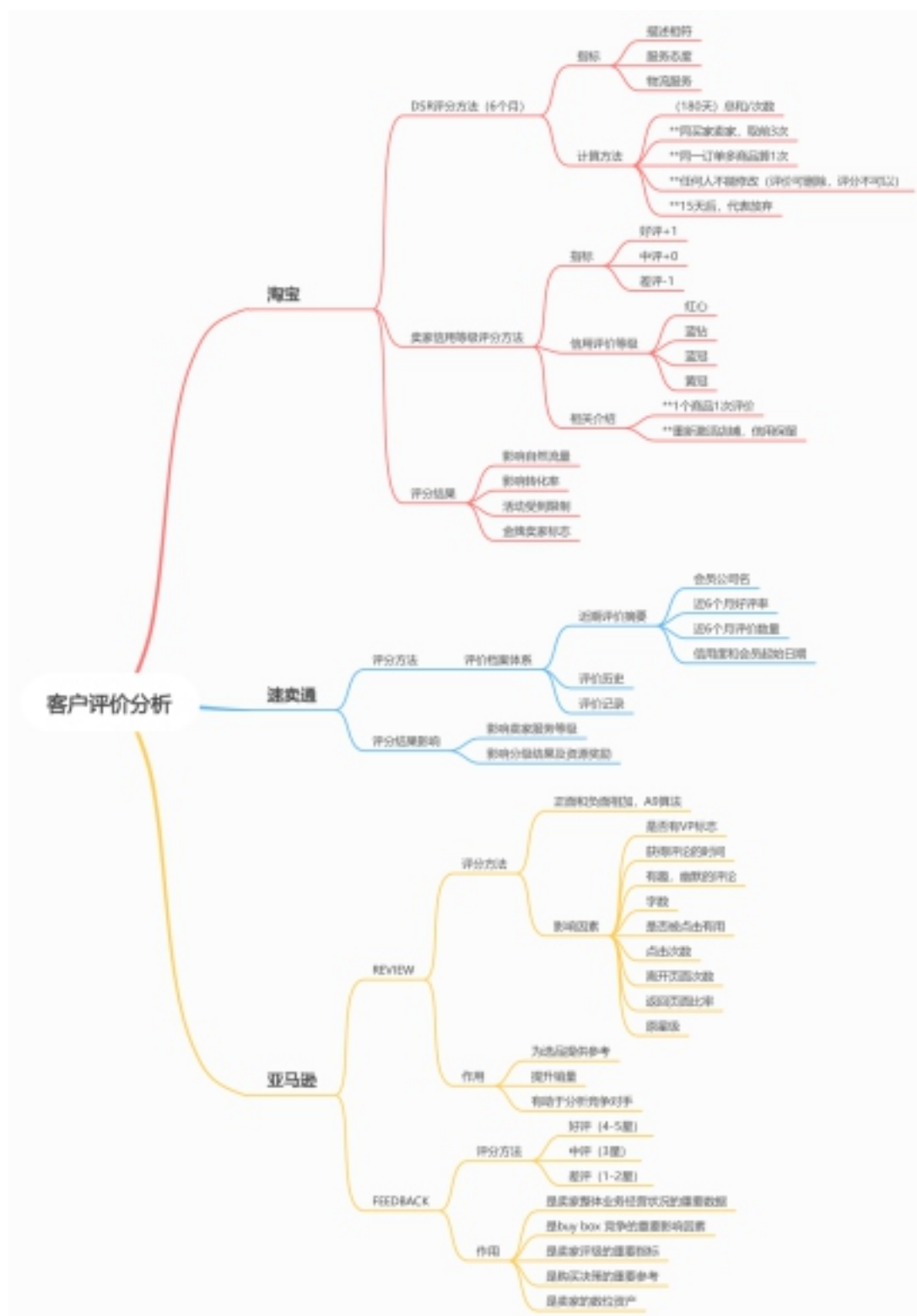
模块五 运营数据分析

了解常用的第三方数据分析工具、速卖通、亚马逊评价体系、单品运营分析的内容；掌握常用的平台内数据分析工具、淘宝评价体系、网店流量数据分析指标及方法、网店销售数据分析指标及方法；能够结合不同平台情况选取合适的数据分析工具并根据店铺需求获取所需数据，结合平台情况，对店铺运营状况进行分析；培养主动观察、积极思考的能力，树立市场意识、规则意识和竞争意识。

单元一 常用数据分析工具



单元二 客户评价分析



单元三 网店运营状况分析



实操部分

任务1 账号注册及设置

1.1 卖家账号注册及认证

任务目标

- 1.能根据平台要求，结合店铺资料，完成卖家账号注册；
- 2.能根据平台账号认证要求，完成卖家账号认证。

任务背景

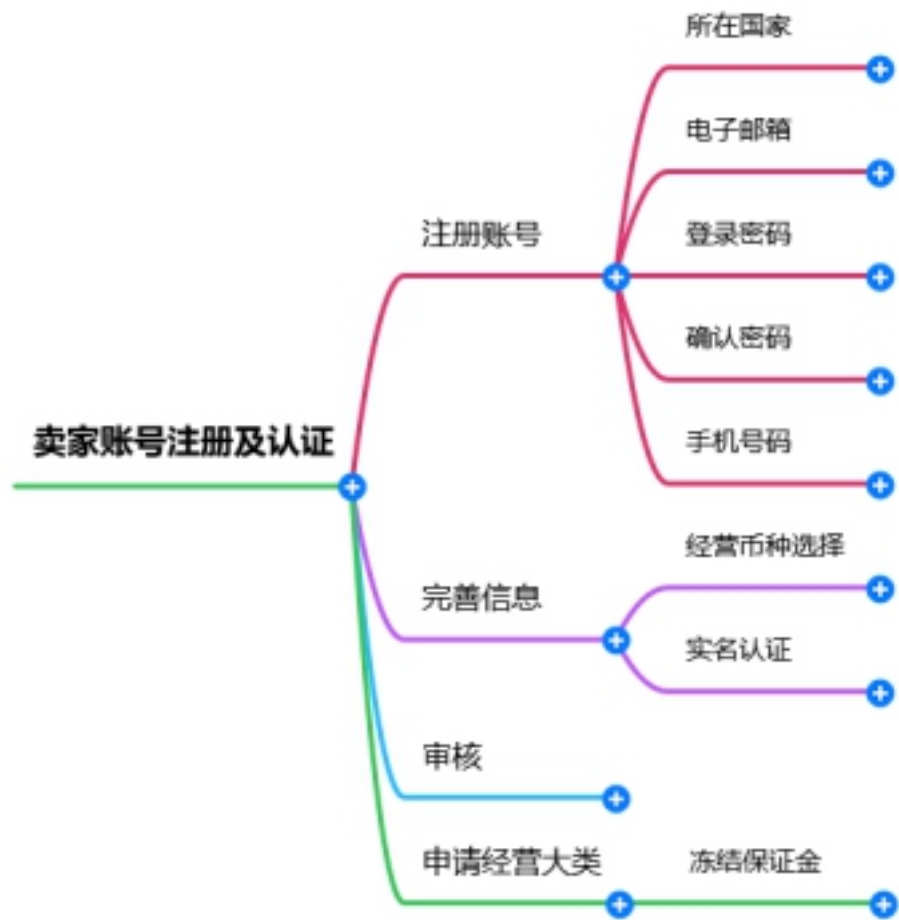
南京心语服饰有限公司，创建于2008年10月。是一家集服装设计、生产、销售、服务为一体的品牌运作化公司。自建立以来，心语（XINYU）品牌秉持“人人都能享受时尚之美”的理念，坚持在设计上给予服装足够的搭配空间，以满足现代都市女性注重独立个性、追求生活品质、关注新鲜时尚事物、以简单的方式表达时尚的特点。心语（XINYU）服饰采用线上线下相融合的经营模式，在淘宝等国内在线零售平台开设线上店铺10余家，年销售额突破20亿。随着国内市场占有份额的饱和，接下来准备通过跨境电商的方式开拓国际业务。

林峰，作为南京心语服饰有限公司新聘用的国际业务部负责人员，全面负责心语服饰跨境电商业务的开拓。接下来首要的工作是根据跨境电商平台入驻要求，准备跨境店铺账号注册所需资料，完成卖家账号的注册及认证。

姓名	林峰	英文姓名	Lin Feng
手机号	15423691226	邮箱	xinyu2008@126.com
联系地址	江苏省南京市栖霞区仙林大道 163 号		

任务要求

- 1.卖家账号注册：根据任务背景，按照注册流程，填写注册信息；
- 2.实名认证：使用“企业授权认证”进行实名认证；
- 3.申请经营大类：点击“立即申请”，选择跟店铺经营相关的经营大类；
- 4.冻结保证金：点击“立即缴纳”，确认冻结保证金，显示“成功冻结保证金，现在可以开通店铺发布商品”，点击“结束本次任务”即完成了本任务的所有内容。



1.2 网店基本信息设置

任务目标

能根据店铺资料，结合平台要求，完成网店基本信息设置。

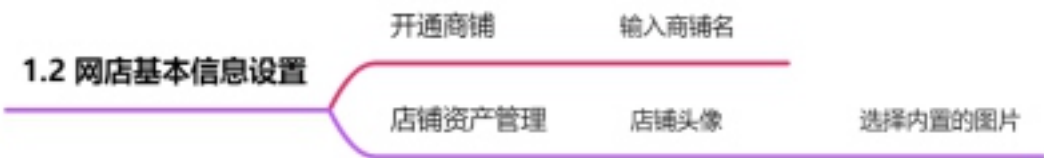
任务背景

卖家账号注册及认证成功后，接下来就可以开通店铺了。林峰根据店铺名称命名规范，结合店铺的性质，最后决定，将店铺名称修改为：XINYU Official Store。根据店铺头像要求的尺寸和格式，结合店铺头像示例，完成店铺头像的上传。

任务要求

- 1.开通店铺：点击“马上去开通店铺”—开通店铺—输入店铺名称；
- 2.上传店铺头像：根据店铺头像尺寸及格式要求，结合头像示例，完成店铺头像的上传。

1.2 网店基本信息设置



1.3 子账号管理

任务目标

能根据业务需求和人员信息，完成店铺子账号的设置。

任务背景

心语国际业务部门除了负责人林峰之外，还招聘了几个工作人员，帮助林峰一起开展跨境电商业务。不同的岗位具有不同的岗位职责，为了方便后期的监督管理和工作开展，结合店铺实际情况，林峰首先为店铺创建了以下3个工作岗位：

序号	岗位名称	岗位职责	岗位权限
1	运营专员	负责平台帐号管理，产品定价上架，维护和优化listing 页面，确保帐号安全。	商品、店铺、账号及认证、数据纵横、违规
2	客服专员	回复客户邮件，与客户沟通，处理客户售前售后的问题，维护与客户的良好关系。	商品、交易、违规
3	推广专员	负责店铺SEM 推广账户的搭建及维护；跨境店铺及商品的优化。	商品、营销、数据纵横

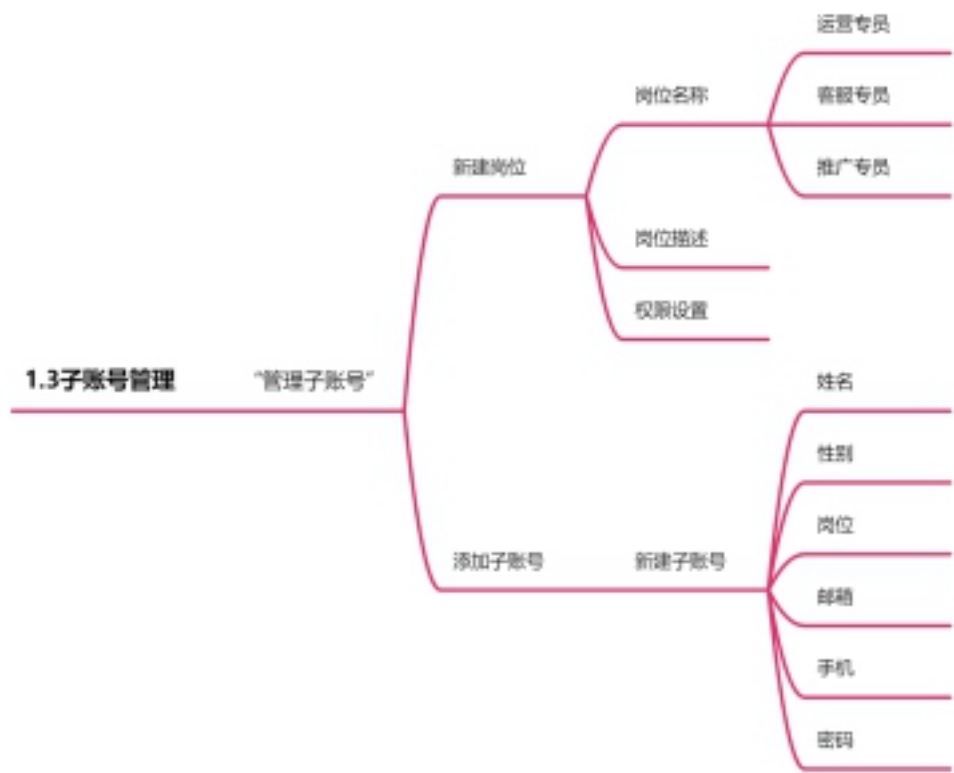
创建完店铺岗位后，林峰开始为招聘的入职人员创建独立的子账号，在给予的权限范围内有序开展工作。人员具体信息如下表所示：

姓名	性别	手机	邮箱	初始密码	岗位
张萌	女	15063680000	zhangmeng@163.com	zm123456	运营专员
宋毅	男	13966590000	songyi@126.com	sy123456	推广专员
李晴	女	13864720000	liqing@163.com	lq123456	客服专员

根据以上信息完成子账号的创建后，林峰选择发送用户名和密码到各位入职人员的邮箱中，告知其用户名及初始密码。

任务要求

- 1.新建岗位：点击“管理子账号”—新建岗位，完成运营专员、客服专员、推广专员三个岗位信息的添加；
- 2.添加子账号：点击“子账号管理”—新建子账号，完成三个子账号信息的添加。



任务2 首页设计与制作

2.1 PC端首页设计与制作

任务目标

- 1.能根据平台设计要求，设计与制作PC端店招；
- 2.能根据平台设计要求，设计与制作PC端店铺的Banner；
- 3.能利用PC端店铺首页装修页面编辑功能，制作并发布PC端店铺首页。

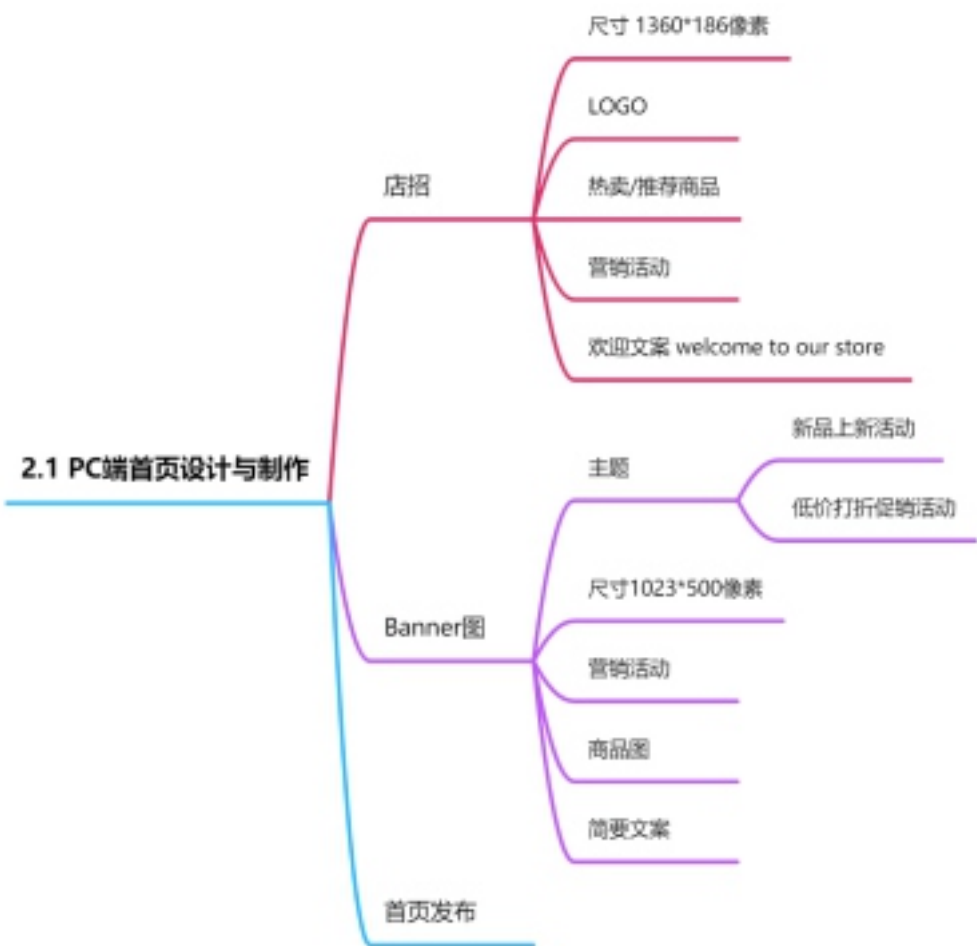
任务背景

心语服饰在6.18年中庆活动来临之前，网店运营人员准备对店铺首页重新进行装修，提前营造节日氛围。初步确定此次活动的主题有两个：一个是新品上市新促销活动；一个是商品低价打折促销活动。新品上新活动商品选取一款气质碎花连衣裙，低价打折商品选择一款销量不错的学院格子衬衫，回馈广大客户对店铺的关注，通过低价促销的方式为店铺引流。

活动主题和活动商品确定以后，运营人员准备为了6.18年中庆的节日氛围，以两款商品为基础，为每款商品设计1张Banner图。除此之外结合此次活动的主题和店铺首页配色，设计符合店铺商品定位的店招，增强买家对心语服饰的品牌意识。运营目标确定后，运营人员安排网店美工开始设计店铺的店招和Banner，并要求其设计完成后通过店铺后台店铺装修功能，将设计好的PC端店铺首页进行发布。

任务要求

- 1.制作1张店招：建议尺寸为1360像素*186像素；
- 2.制作2张Banner图：建议尺寸为：1023像素*500像素；Banner主题与店铺所经营的商品具有相关性；设计具有吸引力和营销向导；设计规格可以提升店铺整体风格；
- 3.首页发布：店招、Banner制作完成后，通过店铺首页装修页面编辑功能，完成PC端网店首页的制作与发布。



2.2 移动端首页设计与制作

任务目标

- 1.能根据平台设计要求，设计与制作移动端店招；
- 2.能根据平台设计要求，设计与制作移动端店铺的Banner；
- 3.能利用移动端店铺首页装修页面编辑功能，制作并发布移动端店铺首页。

任务背景

心语（XINYU）服饰在元旦活动来临之前，网店运营人员准备对店铺的首页重新进行装修，提前营造节日氛围。初步确定此次活动的主题是热销商品全年最低价，通过Banner图为店铺促销活动页商品引流。

活动主题和活动商品确定以后，运营人员准备为了迎合元旦的节日氛围，

以两款店铺爆款商品为基础，为每款商品设计1张Banner图。除此之外结合此次活动的主题和店铺首页配色，设计符合店铺商品定位的店招，增强买家对心语服饰的品牌意识。运营目标确定后，运营人员安排网店美工开始设计店铺的店招和Banner，并要求其设计完成后通过店铺后台店铺装修功能，将设计的移动端店铺首页进行发布。

任务要求

- 1.制作1张店招：建议尺寸为750像素*300像素；
- 2.制作2章Banner图，模板一建议尺寸为：310像素*110像素、模板二建议尺存为：750像素*1000像素；Banner主题与店铺所经营的商品具有相关性；设计具有吸引力和营销向导；设计规格可以提升店铺整体风格；
- 3.Banner制作完成后，通过店铺首页装修页面编辑功能，选择合适的移动端首页布局模板，完成移动端网店首页的制作与发布。



任务3 详情页设计与制作

3.1 PC端详情页设计与制作

任务目标

- 1.能根据设计要求，利用提供的商品素材，制作商品图片；
- 2.能根据设计要求，利用提供的商品素材，制作商品的详情描述图片；
- 3.能将制作好的商品图片和商品详情描述图片，上传到图片银行。

任务背景

心语（XINYU）服饰在春季来临之际，准备上新连衣裙、衬衫两款产品。网店美工收到工厂寄来的样品、商品参数以及拍摄的商品图片后，按照跨境电商平台详情页图片制作规范，开始制作这两款产品的商品详情页所需的商品图片和商品详情描述图片。制作完成后上传到店铺的图片银行，供商品管理人员在商品发布时使用。



任务要求

1.商品图片制作要求

每款商品分别制作6张商品图片，文件大小 5M以内 ；图片像素建议大于800*800 ；横向和纵向比例建议 1:1到1:1.3 之间，且保持比例一致。建议不要在商品图片上添加水印、牛皮癣等信息；

图片中商品主体占比建议大于 70% ；背景 白色或纯色 ，风格统一；如果有LOGO，建议放置在左上角，不宜过大。

2.详情描述制作要求

详情描述采用图文混排的方式，包含3个以上的模块，商品整体图、商品细节图、商品尺码图、商品场景图、售后服务、物流运输等。

3.图片上传要求

在图片银行中，将商品进行分组，并将制作好的商品图片和商品详情描述图上传到对应的分组中。

3.2 移动端详情页设计与制作

任务目标

- 1. 能根据移动端的设计要求，利用提供的商品素材，制作商品图片；
- 2. 能根据移动端的设计要求，利用提供的商品素材，制作详情描述图片；
- 3. 能将制作好的商品图片和商品详情描述图片，通过图片银行进行准确的上传。



任务背景

心语（XINYU）服饰在秋季来临之际，准备上新牛仔裤、卫衣两款产品。网店美工收到工厂寄来的样品、商品参数以及拍摄的商品图片后，按照跨境电商平台详情页图片制作规范，开始制作这两款产品的商品详情页所需的商品图片和商品详情描述图片。制作完成后上传到店铺的图片银行，供商品管理人员在商品发布时使用。

任务要求

1.商品图片制作要求

每款商品分别制作6张商品图片，文件大小5M以内；图片像素建议大于800*800；横向和纵向比例建议1:1到1:1.3之间，且保持比例一致。建议不要在商品图片上添加水印、牛皮癣等信息；

图片中商品主体占比建议大于70%；背景白色或纯色，风格统一；如果有LOGO，建议放置在左上角，不宜过大。

2.详情描述制作要求

详情描述采用图文混排的方式，包含3个以上的模块，商品整体图、商品细节图、商品尺码图、商品场景图、售后服务、物流运输等。

3.图片上传要求

在图片银行中，将商品进行分组，并将制作好的商品图片和商品详情描述图上传到对应的分组中。

任务4 自定义页设计与制作

4.1 品牌宣传页设计与制作

任务目标

能根据营销需求，结合品牌文化，完成品牌宣传页设计与制作

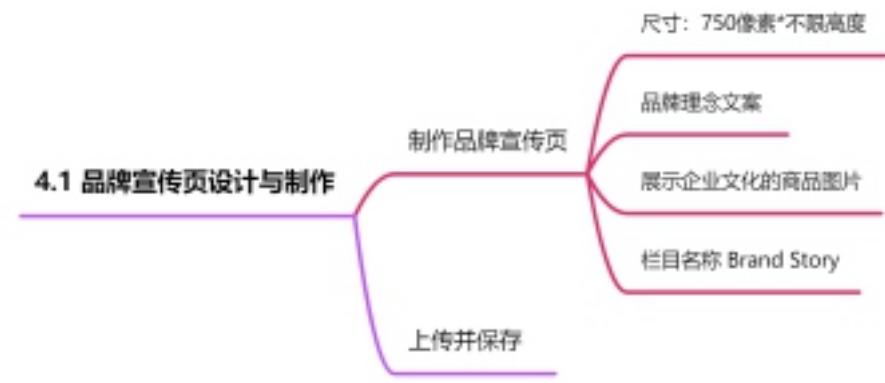
任务背景

买家选择一个商品会考虑品牌，品牌的重要性不仅仅体现在商品上，也能体现在店铺上。在网店装修中，一个品牌的塑造，可以提升店铺的形象，增加买家对店铺的辨识度。

林峰为了向客户传播心语（XINYU）品牌"everyone can enjoy the beauty of fashion"的理念，增加新老客户对店铺的信任，决定让美工设计一个品牌文化的宣传页，放置到店铺首页“Brand Story”栏目中，让更多用户了解心语（XINYU）品牌理念，喜欢心语（XINYU）品牌服饰。

任务要求

- 1.自定义页设计要求：建议尺寸宽750PX，高度不限；
- 2.自定义页面设计美观，品牌文化表达明确且具有吸引力。



4.2 促销活动页设计与制作

任务目标

能根据店铺营销活动需求，完成促销活动页设计与制作

任务背景

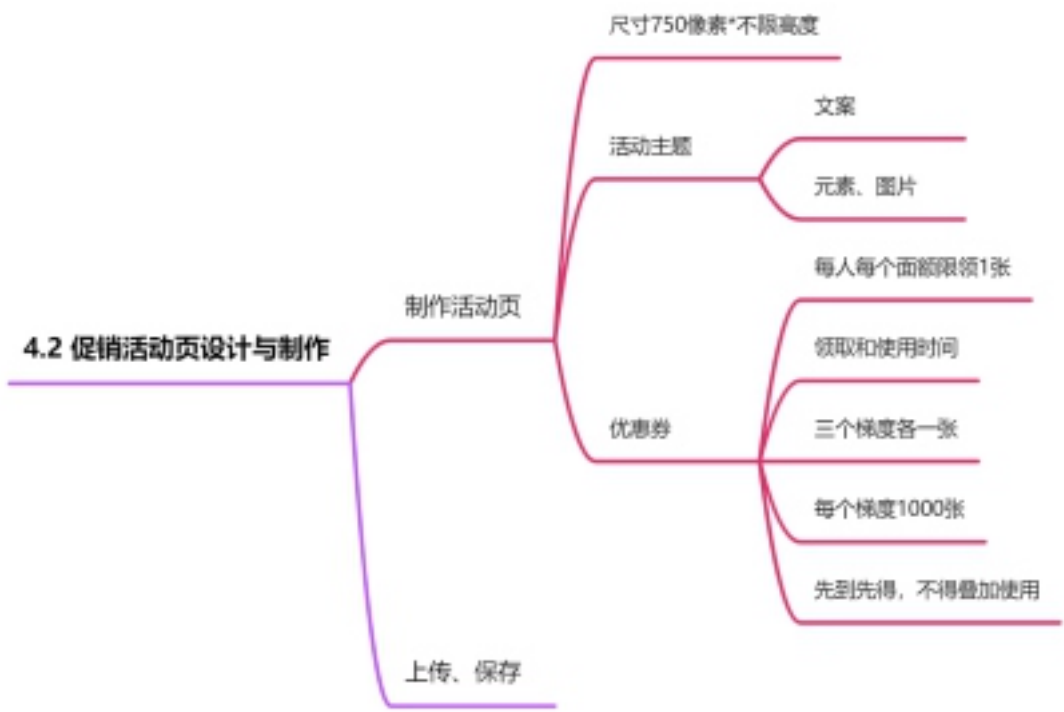
12.26圣诞节来临之际，林峰准备针对全店铺做一次优惠券促销活动。根据

近一个月的销售数据，确定了优惠券的面额和门槛。此次活动优惠券每人每个面额优惠券限领1张，为了制造活动的紧迫感，此次优惠券领取和使用的时间是：12.22-12.26日；优惠券分为3个梯度，门槛依次为\$100、\$200、\$300，对应的优惠券面额依次为：\$5、\$15、\$25。每个梯度发放数量1000张，先到先得，领完为止。一个订单只能使用一张优惠券，不可叠加使用。

全店铺优惠券的活动规则确定后，林峰告知网店美工，让其根据活动内容设置一个优惠券活动页面，让买家能够清晰地看到活动信息。

任务要求

- 1.促销活动页设计要求：建议尺寸宽750PX，高度不限；
- 2.促销活动页面设计美观，活动信息全面且准确。



任务5 商品上传与维护

5.1 产品分组设置

任务目标

能根据店铺销售商品明细，结合店铺营销需求，合理设置产品分组

任务背景

为了便于店铺商品的分类管理以及买家进入店铺后快速地搜索到自己需要的商品，可以针对店铺在售商品情况设置店铺分组，将同类商品发布到对应的分组下。

在进行店铺分组调整之前，运营人员调研了同类店铺产品分组情况，最终通过分析与比对，筛选出了OOTN Official Store、ELFSACK Official Store、GOPLUS Official Store等3家店铺的产品分组情况。结合这3家店铺的主分组及子分组情况，重新设置XINYU Official Store 的产品分组。

任务要求

- 1.分组整体原则：结合店铺在售商品，遵循销量优先、店铺粉丝数优先原则。3个店铺都有的主分组，在添加子分组时参考店铺粉丝数最多的店铺的描述方式；如无特殊说明，主分组按照本分组下所有商品销量从大到小的顺序依次添加；
- 2.主分组New Arrival设置规则：排在第一位，对应子分组参考店铺粉丝数最多原则；
- 3.主分组Hot Sale设置规则：店铺同类商品销量前3名的商品，作为此主分组的子分组，其余的商品按照分类规则放入其他对应的主分组；
- 4.子分组：同一个主分组下包含多个子分组时，子分组按照销量从大到小的顺序依次添加。



5.2 尺码模板设置

任务目标

能根据产品的尺码信息，通过平台完成尺码模板的设置

任务背景

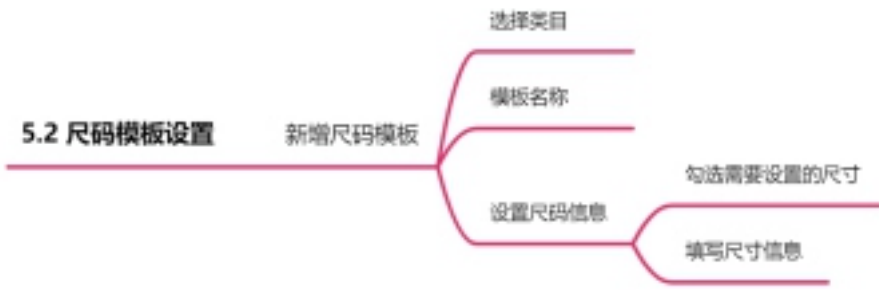
心语（XINYU）服饰计划上新一款女士连帽卫衣，收到工厂寄来的样品后，商品管理人员对此款卫衣进行了详细地测量。具体的测量数据如下表所示：

尺寸	胸围平铺 (cm)	肩宽 (cm)	衣长 (cm)	袖长 (cm)	身高 (cm)	体重 (kg)
S	96	43	65	61	160-170	45-55
M	100	45	67	62	165-175	55-60
L	106	47	69	63	170-180	60-70
XL	112	49	71	64	170-185	70-80
2XL	118	51	73	65	170-190	80-90
3XL	124	53	75	66	175-190	90-100

卫衣数据测量完成后，商品管理人员根据测量数据，通过平台尺码模板创建功能，完成名为“女士连帽卫衣尺码模板”的设置。

任务要求

- 1.创建尺码模板：点击“新增模板”，选择尺码模型和适用类目；
- 2.设置尺码信息：根据任务详情资料，勾选需要进行设置的尺寸，填写具体的尺寸信息。



5.3 运费模板设置

任务目标

- 1.能根据发货商品的重量和包装尺寸，核算物流运费成本；
- 2.能根据店铺发货情况，结合物流运费成本，利用运费模板设置功能，完成不同商品运费模板的设置。

任务背景

心语（XINYU）服饰长期以来采用中国邮政挂号小包、中国e邮宝、AliExpress无忧物流—标准进行发货。3种物流方式均采用标准运费减免10%的方式进行计费。近期以上3个物流公司由于受到疫情的影响，业务范围和费用都进行了调整。Cindy作为店铺运费模板管理人员，下载了新的完整版运费报价单，准备优先为店铺的一款热销连衣裙设置新的运费模板。

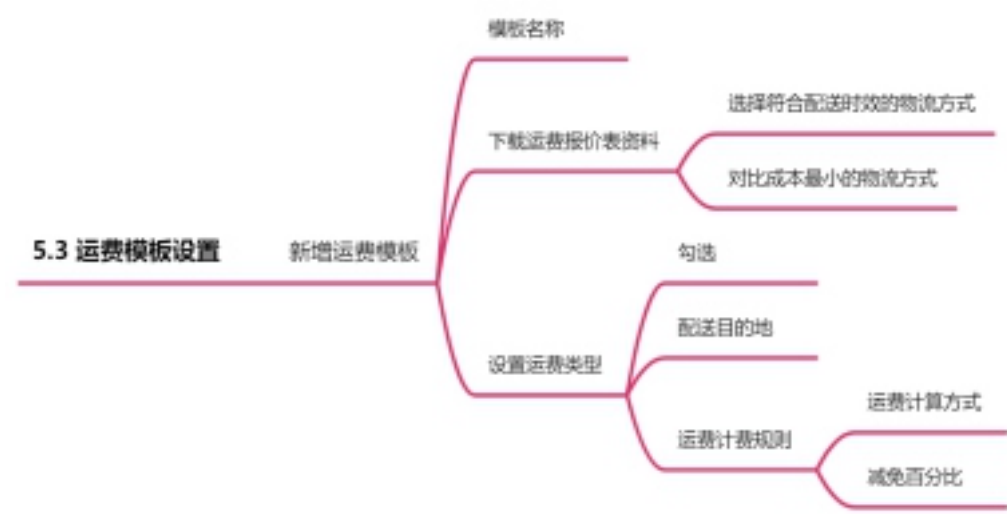
店铺承诺的运达时效是40天，此款连衣裙目前的发货国家包括：俄罗斯、美国、沙特阿拉伯、以色列、德国、意大利、丹麦、墨西哥、土耳其等几个国家。按照以往发货经验，单个包裹的重量平均约800g，包裹尺寸为：30cm*20cm*10cm。

Cindy根据以上连衣裙发货信息，结合最新的运费报价，核算运费成本，设置不同的运费组合，完成“连衣裙运费模板”的设置。

任务要求

- 1.新建运费模板：点击“新建运费模板”，输入模板名称；

- 2.选择物流方式：选择符合配送时效、成本最小的物流方式；
- 3.设置运费模板信息：设置运费类型、配送国家、运费计费规则，点击“创建模板”完成运费模板创建，点击右上角“结束本次任务”，完成此任务的提交。



5.4 服务模板设置

任务目标

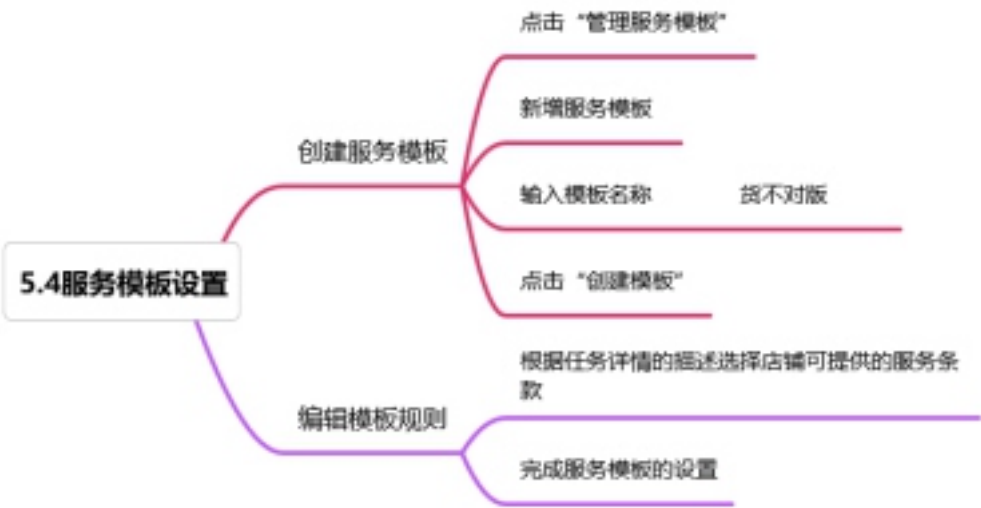
能根据店铺要求，结合平台规则，设置产品的服务模板。

任务背景

运营人员在设置好运费模板后，需要对产品的服务模板进行设置，林峰设置的模板名称为“货不对版”，买家发现商品与描述不符，发错货或者商品质量存在问题时，买家可以选择退货或者退款，退回运费由卖家进行承担。

任务要求

- 1.创建服务模板：点击“管理服务模板”—新增服务模板，输入模板名称，点击“创建模板”，完成服务模板的创建；
- 2.编辑模板规则：点击“编辑规则”，根据任务详情的描述，选择店铺可提供的服务条款，点击“保存”，完成服务模板的设置。



5.5 # 连衣裙#商品分布

任务目标

- 1.能根据商品信息，结合平台要求，提炼商品发布所需信息；
- 2.能根据平台商品发布规则，完成连衣裙这款商品的发布。

任务背景

XINYU OFFICAL STORE 目标用户群体是美国以及俄罗斯、德国、丹麦等欧洲国家年龄在25–35岁的女性。根据店铺去年夏季商品销售情况及买家反馈，结合竞店同类商品数据分析结果，今年夏季来临之前，店铺准备上新一款优化升级后的新款连衣裙。

Cindy作为商品管理负责人，仔细阅读了新款连衣裙的商品信息。根据平台商品发布要求，提炼商品发布所需信息，结合美工制作好的连衣裙详情图片和店铺付款减库存的要求，通过卖家中心“商品发布”功能，上架此款连衣裙。

任务要求

- 1.在任务详情中下载资源包，按照资源包中的商品信息填写商品发布所需内容。此任务采用完全匹配的判断方式，属性需要严格按照商品信息的内容进行填写，不要自行进行编辑或修改；
- 2.商品标题作为主观评价内容，需要根据商品信息结合标题撰写规范进行填写，标题内容建议在字符允许的范围内，包含品牌词、营销词、属性词、核

心词等多种词性的关键词；

3.对于商品发布页面没有带“*”且在提供的资源包中没有涉及的信息，可根据实际情况自主填写，仅作为流程。



5.6 #牛仔裤#商品分布

任务目标

- 1.能根据产品信息，结合平台要求，提炼商品发布所需信息；
- 2.能根据平台商品发布规则，完成牛仔裤这款商品的发布。

任务背景

XINYU OFFICAL STORE 目标用户群体是美国以及俄罗斯、德国、丹麦等欧洲国家年龄在25-35岁的女性。根据店铺去年春季商品销售情况及买家反馈，结合竞店同类商品数据分析结果，今年春季来临之前，店铺准备上新一款高腰牛仔裤。

Cindy作为商品管理负责人，仔细阅读了新款牛仔裤的商品信息。根据平台商品发布要求，提炼商品发布所需信息，结合美工制作好的牛仔裤详情图片和店铺付款减库存的要求，通过卖家中心“商品发布”功能，上架此款牛仔裤。

任务要求

- 1.在任务详情中下载资源包，按照资源包中的商品信息填写商品发布所需内容。此任务采用完全匹配的判断方式，属性需要严格按照商品信息的内容进行填写，不要自行进行编辑或修改；
- 2.商品标题作为主观评价内容，需要根据商品信息结合标题撰写规范进行填写，标题内容建议在字符允许的范围内，包含品牌词、营销词、属性词、核心词等多种词性的关键词；
- 3.对于商品发布页面没有带“*”且在提供的资源包中没有涉及的信息，可根据实际情况自主填写，仅作为流程。



5.7 #衬衫#商品发布

任务目标

- 1.能根据产品信息，结合平台要求，提炼商品发布所需信息；
- 2.能根据平台商品发布规则，完成衬衫这款商品的发布。

任务背景

XINYU OFFICAL STORE 目标用户群体是美国以及俄罗斯、德国、丹麦等欧洲国家年龄在25-35岁的女性。根据店铺去年秋季商品销售情况及买家反馈，结合竞店同类商品数据分析结果，今年秋季来临之前，店铺准备上新一款女士休闲宽松衬衫。

Cindy作为商品管理负责人，仔细阅读了新款衬衫的商品信息。根据平台商品发布要求，提炼商品发布所需信息，结合美工制作好的衬衫详情图片和店铺付款减库存的要求，通过卖家中心“商品发布”功能，上架此款衬衫。

任务要求

- 1.在任务详情中下载资源包，按照资源包中的商品信息填写商品发布所需内容。此任务采用完全匹配的判断方式，属性需要严格按照商品信息的内容进行填写，不要自行进行编辑或修改；
- 2.商品标题作为主观评价内容，需要根据商品信息结合标题撰写规范进行填写，标题内容建议在字符允许的范围内，包含品牌词、营销词、属性词、核心词等多种词性的关键词；
- 3.对于商品发布页面没有带“*”且在提供的资源包中没有涉及的信息，可根据实际情况自主填写，仅作为流程。



5.8 #卫衣#商品分布

任务目标

- 1.能根据产品信息，结合平台要求，提炼商品发布所需信息；
- 2.能根据平台商品发布规则，完成卫衣这款商品的发布。

任务背景

XINYU OFFICAL STORE 目标用户群体是美国以及俄罗斯、德国、丹麦等欧洲国家年龄在25-35岁的女性。根据店铺去年秋季商品销售情况及买家反馈，结合竞店同类商品数据分析结果，今年秋季来临之前，店铺准备上新一款女士休闲卫衣。

Cindy作为商品管理负责人，仔细阅读了新款卫衣的商品信息。根据平台商品发布要求，提炼商品发布所需信息，结合美工制作好的卫衣详情图片和店铺付款减库存的要求，通过卖家中心“商品发布”功能，上架此款卫衣。目前这

款卫衣在售的颜色主要有：白色、黑色、灰色、红色、黄色、粉色、蓝色等几种颜色。

任务要求

- 1.在任务详情中下载资源包，按照资源包中的商品信息填写商品发布所需内容。此任务采用完全匹配的判断方式，属性需要严格按照商品信息的内容进行填写，不要自行进行编辑或修改；
- 2.商品标题作为主观评价内容，需要根据商品信息结合标题撰写规范进行填写，标题内容建议在字符允许的范围内，包含品牌词、营销词、属性词、核心词等多种词性的关键词；
- 3.对于商品发布页面没有带“*”且在提供的资源包中没有涉及的信息，可根据实际情况自主填写，仅作为流程



5.9 商品标题优化

任务目标

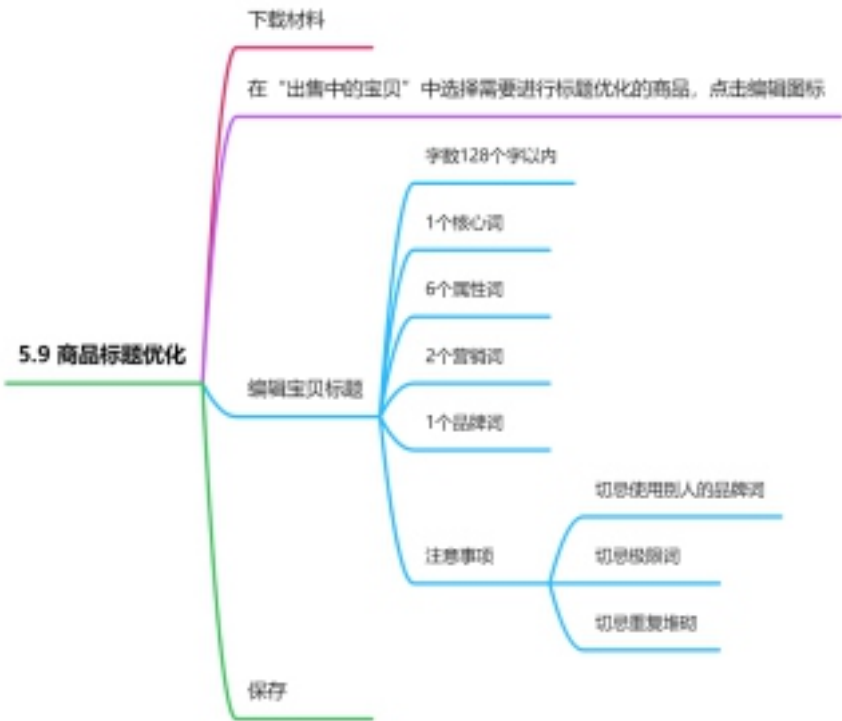
能根据标题撰写规范和商品信息，选取合适的关键词完成商品标题的优化

任务背景

网店中有4款商品近1月的销售表现非常差，运营人员通过分析网店运营数据发现，这4款商品具有一个相同的特点，点击率、转化率不错，但是展现量相较于店铺相似宝贝低很多。由于这四款商品都不是推广商品，所以流量主要来源于自然搜索。而影响商品展现的一个重要因素就是商品的标题，于是运营人员决定结合商品资料（系统内置资源包），对此4款商品进行标题优化，提高4款商品的展现量，进而提高商品的销售表现。

任务要求

- 1.在任务详情中下载完成此任务所需的资源包，在“出售中的宝贝”中选择需要进行标题优化的商品，点击“编辑宝贝标题”进行标题优化；
- 2.标题的字数控制在128个字以内；至少包括1个核心词、6个属性词、2个营销词以及1个品牌词；
- 3.切忌出现使用别人的品牌词、极限词以及关键词重复堆砌等现象。



5.10 商品上下架处理

任务目标

- 1.能根据运营需求，从“已下架”商品列表中，选择合适的商品，完成上架处理；
- 2.能根据运营需求，从“正在销售”商品列表中，选择合适的商品，完下架处理；

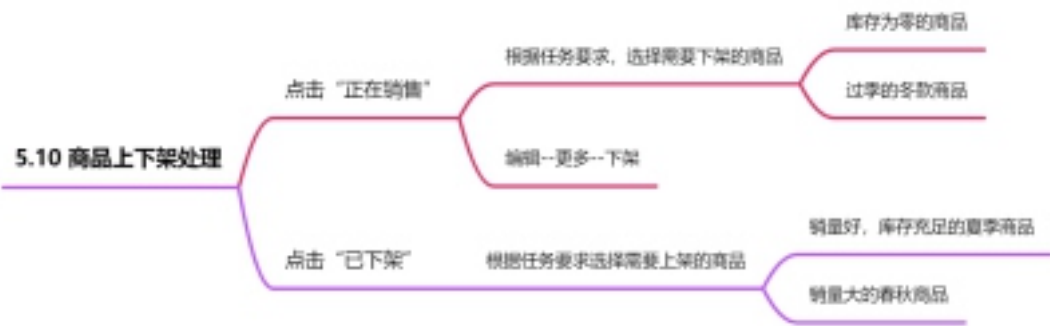
任务背景

商品上下架可以分为两种情况，一种是缺货情况下进行下架处理；另一种是虚拟下架，也就是说不是真正的下架，而是为了获得平台对于即将下架以及刚刚上架的商品给予的流量倾斜。

网店运营人员每天都要通过卖家后台密切关注店铺各个商品的销量情况。夏季来临之际，对于库存为零的商品以及过季的冬款商品要进行及时的下架处理。对于销量比较好（大于50件）且库存比较充足（大于20件）的夏季商品进行及时的上架处理。考虑到澳大利亚、阿根廷等目标国家与中国温度的差异性，对于销量大于200件的春秋商品进行上架处理。

任务要求

- 1.首先，在“商品管理”栏目，点击“正在销售”，根据任务背景的要求，选择需要进行下架的商品，点击“编辑”下面的“更多”，选择“下架”，完成相关商品的下架处理；
- 2.其次，在“商品管理”栏目，点击“已下架”，根据任务背景的要求，选择需要进行上架的商品，击“编辑”下面的“更多”，选择“上架”，完成相关商品的上架处理；
- 3.最后，商品的上下架处理完成后，点击“结束本次任务”完成次任务所有内容的提交。



任务6 营销活动设置

6.1 店铺满立减活动设置

任务目标

- 1.能根据营销目标，制定店铺满立减促销活动规则；
- 2.能利用店铺营销管理工具，按照促销活动规则，设置店铺满立减促销活动。

任务背景

XINYU Official Store秋季新品已经上线，针对店铺在售的过季夏款商品，为了缓解库存成本和资金压力，近期店铺准备策划一场为期3天（2021年8月10日上午九点至8月13日上午九点）的满立减活动，对滞销的夏款商品进行清仓处理。目前店铺的平均毛利润率是40%，商品参与满减活动之后，毛利润率要控制在10%以上。

立足于成本控制和流量引入两个角度，运营人员制定了3个不同的活动规则，如下所示：

满减活动规则一：单笔订单金额满\$59立减\$10；单笔订单金额满\$69立减\$20；单笔订单金额满\$79立减\$30；

满减活动规则二：单笔订单金额满\$59立减\$20；单笔订单金额满\$129立减\$50；单笔订单金额满\$219立减\$70；

满减活动规则三：单笔订单金额满\$99立减\$30；单笔订单金额满\$169立减\$50；单笔订单金额满\$269立减\$80。

店铺运营人员综合考量后，在以上3个满立减活动规则中选择一个最符合营销目标的促销活动规则，完成此次“夏款商品满立减活动”的设置，另外此次活动不可叠加优惠。

任务要求

- 1.创建满立减活动：点击“创建活动”，进入到活动信息填写页面；
- 2.填写活动信息：根据任务详情描述，完成活动基本信息、活动商品及促销规则等内容的设置；
- 3.提交任务：点击“提交”完成满立减活动信息的保存，然后点击“结束

本次任务”，完成此任务的提交。



6.2 店铺优惠券活动设置

任务目标

- 1.能根据营销目标，制定店铺优惠券促销活动规则；
- 2.能利用店铺营销管理工具，按照促销活动规则，设置店铺优惠券促销活动。

任务背景

XINYU Official Store周年店庆活动之际，为了回馈新老客户的厚爱，店铺准备开展一次优惠券发放的营销活动。本次活动的主要营销目标是，借势周年庆的节日氛围，通过领取型优惠券，限时3天内使用的方式，短时间内快速为店铺引流，提高客单价。

通过交易数据分析发现，店铺热销品的价格区间在\$18-\$25，人均成交件数1.2件。在引流的基础上，基于提高客单价的主要营销目标，运营人员制定了4个不同的优惠券活动规则，具体如下所示：

活动时间：2021年5月3日00:00--2021年5月10日00:00

规则一：设置\$2无门槛优惠券

规则二：设置满\$25减\$5元的优惠券活动

规则三：设置满\$45减\$8的优惠券活动

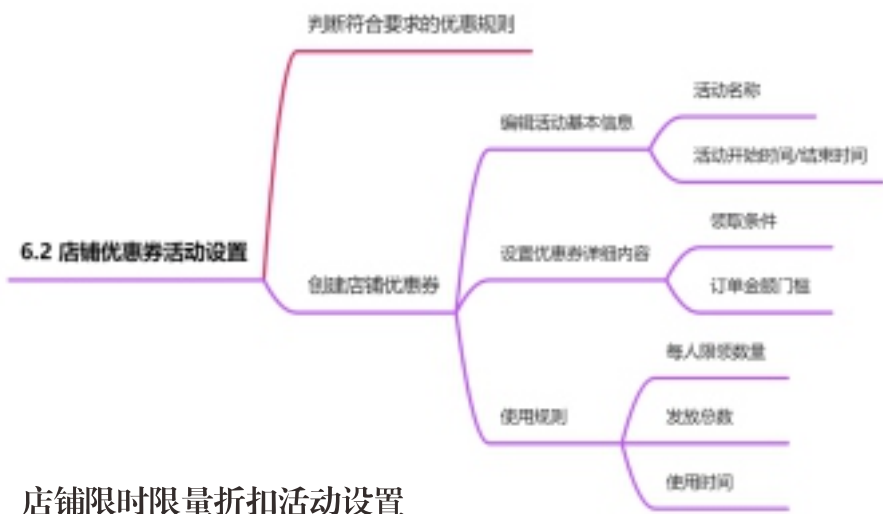
规则四：设置满\$100减\$10的优惠券活动

目前店铺的有效粉丝数是20000人，优惠券每人限领2张，覆盖率2%。运营人员在以上四个优惠券活动规则中选择一个最合理的，完成此次“周年庆店铺

优惠券活动”的设置。

任务要求

- 1.创建优惠券活动：点击“创建店铺优惠券”，进入到店铺优惠券活动设置页面；
- 2.填写活动信息：根据任务详情描述，完成活动基本信息、优惠券领取规则设置、优惠券使用规则设置等内容；
- 3.提交任务：点击“确认创建”完成店铺优惠券活动信息的保存，然后点击“结束本次任务”，完成此任务的提交。



6.3 店铺限时限量折扣活动设置

任务目标

- 1.能根据营销目标，制定店铺限时限量折扣活动规则；
- 2.能利用店铺营销管理工具，按照促销活动规则，设置店铺限时限量折扣活动。

任务背景

春夏换季时节，针对店里一款新品连衣裙，上新一段时间后曝光、展现及转化数据都不理想。通过数据分析发现，同类店铺相似商品都在开展打折促销活动。于是运营人员，准备针对此款连衣裙开展限时折扣的促销活动。初步确定的活动时间是2021年8月7日00:00–8月10日23:59。同类店铺促销活动折扣在6折左右，为了争夺更多的流量，运营人员准备在不亏本的情况下（毛利率10%盈亏平衡），在全站和手机端以尽可能低的相同折扣，拿出500件商品进

行限时打折促销，提高此款商品的交易数据。

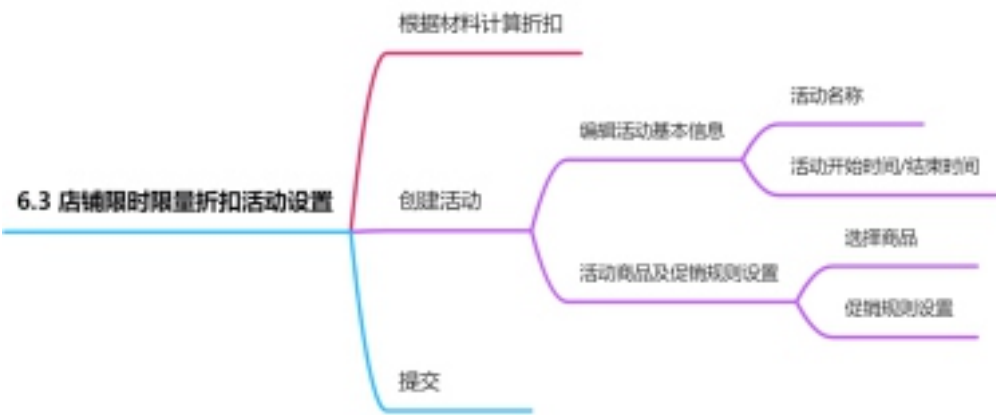
此款连衣裙售价为\$37.5，平均客单量为2件。下表为连衣裙的主要成本构成（其余成本忽略不计）：

进货成本	包装成本	物流成本	推广成本	平台佣金
\$10/件	\$4/包裹（个）	\$8/包裹（个）	\$2/件	10%

为了确保店铺正常运营，此次限时促销活动规定每人限购2件。运营人员需要结合营销目标及以上描述完成“连衣裙限时限量折扣活动”的设置。

任务要求

- 1.创建限时限量折扣活动：点击“创建活动”，进入到店铺限时限量折扣活动设置页面；
- 2.填写活动信息：根据任务详情描述，完成活动基本信息、活动商品选择、折扣率等内容设置；
- 3.提交任务：点击“确认创建”完成限时限量折扣活动信息的保存，然后点击“结束本次任务”，完成此任务的提交。



6.4 店铺搭配活动设置

任务目标

- 1.能根据营销目标，制定店铺搭配活动规则；
- 2.能利用店铺营销管理工具，按照促销活动规则，设置店铺搭配活动。

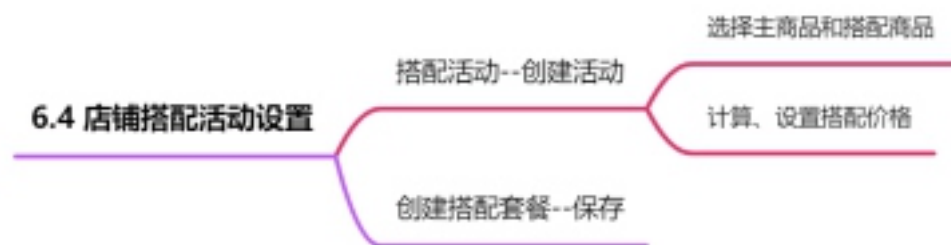
任务背景

在秋季来临之际，店铺上新了一款紫色连帽卫衣，经过一段时间的运营后，

此款卫衣口碑和销量都非常好。为了缓解店铺资金流转和库存费用的压力，运营人员准备以此款卫衣为主推商品，关联搭配两款夏季滞销的商品。如果买家一次性购买这3款商品，享受新品9折的优惠，滞销的两款夏季商品以进货成本价加1美元的价格进行销售。已知夏款商品定价采用的是进货成本加成60%的定价方法，结果保留2位小数。

任务要求

- 1.创建搭配活动：在“搭配活动”栏目下，点击“创建活动”，进入到店铺限时限量折扣活动设置页面；
- 2.创建搭配套餐：根据任务详情描述，选择主商品和搭配商品，并完成搭配价格设置；
- 3.提交任务：点击“创建搭配套餐”完搭配套餐活动信息的保存，然后点击“结束本次任务”，完成此任务的提交。



6.5 平台大促活动报名

任务目标

能够在店铺中选择合适的商品，准确设置商品的折扣率及库存，完成平台大促活动的报名。

任务背景

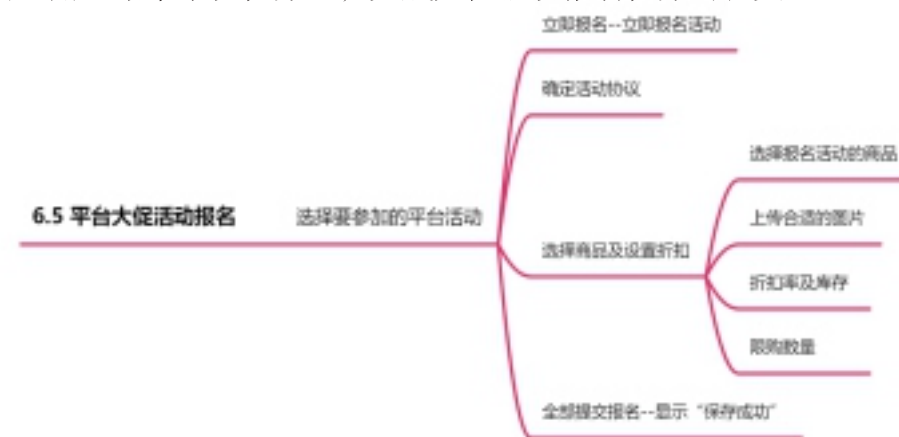
参加平台大促活动是店铺及商品引流的一种非常重要的方式，通过店铺运营数据分析发现最近店铺流量同比有所下降，近期，连衣裙作为当季主打的商品，深受广大消费者喜爱，运营人员决定选择连衣裙参加平台大促活动。商品库存为2000件，为了确保活动的效果，全站折扣为8折，手机专享折扣设置为7折。

选择一张符合平台要求的商品模特图作为大促活动的活动图片，心语服饰

作为一个国产品牌，在品牌建立之初受到了国内20-35女性群体的追捧，为了回馈粉丝们的厚爱，此次活动每个ID限购2件。

任务要求

- 1.平台活动报名：选择要参加的平台活动，点击“立即报名”—“立即报名活动”，进入到平台活动报名信息设置页面；
- 2.设置活动信息：选择活动报名的商品，上传适合的活动图片，完成折扣率及库存、限购数量等内容的设置；
- 3.活动报名信息提交：点击“全部提交报名”，显示“保存成功”，最后点击右上角“结束本次任务”，完成大促活动报名任务的提交。



6.6 平台频道活动报名

任务目标

能够在店铺中选择合适的商品，准确设置商品的折扣率及库存，完成平台频道活动的报名。

任务背景

新版Flash Deals（含俄罗斯团购）频道爆品团日常招商活动，Flash Deals（含俄罗斯团购）是平台的爆品中心，参加平台频道活动可以帮助店铺打造爆品以及规模化拉新。运营人员决定选择卫衣参加此次平台频道活动。商品库存为500件，为了确保活动的效果，全站折扣7.5折，手机专享折扣设置为7折。

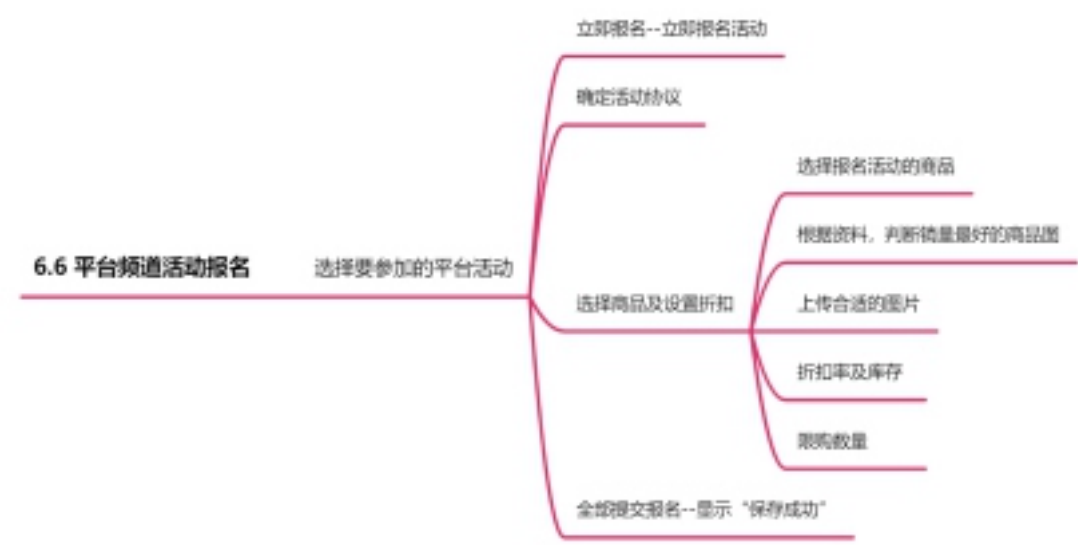
选择一张符合平台要求且销量最好的商品图作为此次活动的活动图片，心语服饰为了回馈粉丝们的厚爱，此次活动每个ID限购5件。

上半年此款商品的销售数量明细如下表所示：

Color	S	M	X	XL	XXL
Khaki	50	25	26	32	68
Black	45	56	35	68	20
White	80	45	15	20	30
Green	26	32	26	16	45
Purple	65	39	35	46	24

任务要求

- 1.平台活动报名：选择要参加的平台活动，点击“立即报名”—“立即报名活动”，进入到平台活动报名信息设置页面；
- 2.设置活动信息：选择活动报名的商品，上传适合的活动图片，完成折扣率及库存、限购数量等内容的设置；
- 3.活动报名信息提交：点击“全部提交报名”，显示“保存成功”，最后点击右上角“结束本次任务”，完成大促活动报名任务的提交。



任务7 站内营销推广

7.1 直通车推广

任务目标

- 1.能根据店铺直通车推广目标，创建直通车推广计划；
- 2.能根据平台要求，结合推广方案，设置推广详情，完成直通车推广投放。

任务背景

XINYU Official Store上新了四款商品，店铺推广人员准备选取其中一款连衣裙面向俄罗斯、美国、日本三个目标市场进行重点推广（采用建议溢价），争取将其打造为店铺的爆款商品。此款连衣裙目前售价120元，利润率为30%，根据以往同类商品面向本店收藏过商品的访客和本店加过购物车的访客采用建议溢价，首页右侧展示，推广后的数据预测此款商品的转化率为2%。推广人员根据商品特性和推广计划制定了如下推广方案：

商品推广组名称：连衣裙新品重点推广

推广目标：收支平衡、5天内获得20000次点击

目标位置：主搜区

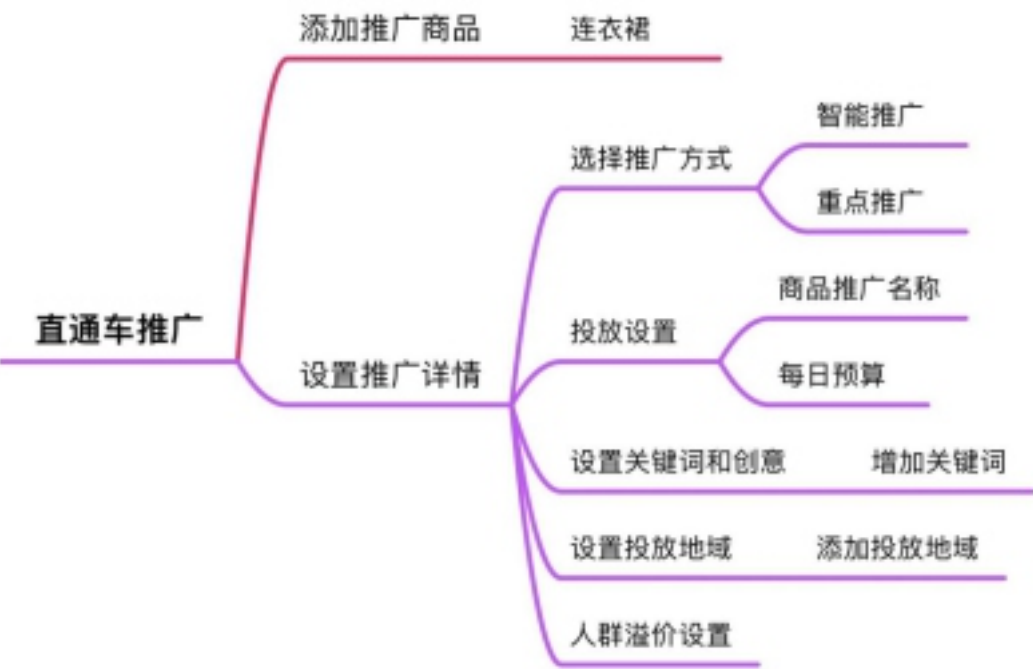
前提条件1：溢价的部分只做设置，不考虑在具体的预算之内；

前提条件2：默认关键词搜索热度高于20000，按照市场均价*130%进行出价有机会排到主搜区。但是，为了有效避免亏损，剔除单个关键词的出价高出最高平均点击出价20%的关键词。

任务要求

- 1.新增推广计划：点击右上角的“新增推广计划”，进入到添加推广商品页面；
- 2.添加推广商品：选择计划进行推广的商品，点击“下一步”将进入到推广详情设置页面；
- 3.设置推广详情：选择推广方式，设置商品组推广名称、每日预算、添加关键词、设置关键词出价、设置投放地域、设置人群溢价，点击“提交，开始推广”进入到推广计划详情页面；

4.创意管理：在商品列表页，点击推广商品对应的“查看详情”—“创意管理”—“添加创意标题”，选择商品展示图片，添加商品标题，点击“确定”完成创意的添加。（每个推广商品最多可以添加2个创意）



7.2 钻展广告

任务目标

- 1.能根据店铺推广目标，创建钻展广告计划；
- 2.能根据平台要求，结合推广方案，设置钻展广告内容，完成钻展投放。

任务背景

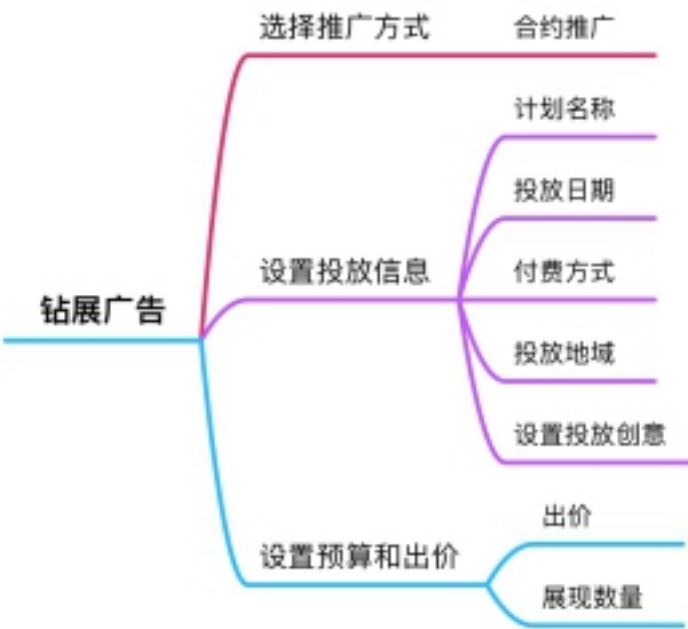
XINYU Official Store其中一款紫色卫衣点击率和转化率都高于店铺平均值，但是展现量无论怎么优化都低于店铺平均值，因此造成了3000件的库存积压。基于这种情况，推广人员计划通过钻展广告搭配限时促销活动的方式进行强曝光，提高商品的曝光量，进而提高商品的转化量，缓解库存压力，提高资金的周转率。根据以往钻展广告数据结合卫衣的商品表现，预测此款卫衣的点击率为9.6%，转化率为2.5%。推广人员根据商品特性和推广计划制定了如下推

广方案：

- 计划名称：女士卫衣钻展广告
- 投放日期：黑色星期五期间（2021-11-25—2021-11-28）
- 推广目标：广告能优先充分展示，提高销量，完成库存清理
- 投放地域：相关类目偏好的国家

任务要求

- 1.新增钻展广告：点击“新增钻展广告”，进入到钻展广告内容设置页面；
- 2.设置投放信息：填写计划名称、设置投放地域、设置投放创意；



7.3 灵犀推荐广告

任务目标

- 1.能根据店铺推广目标，创建推荐广告计划；
- 2.能根据平台要求，结合推广方案，设置灵犀推荐广告内容，完成灵犀推荐投放。

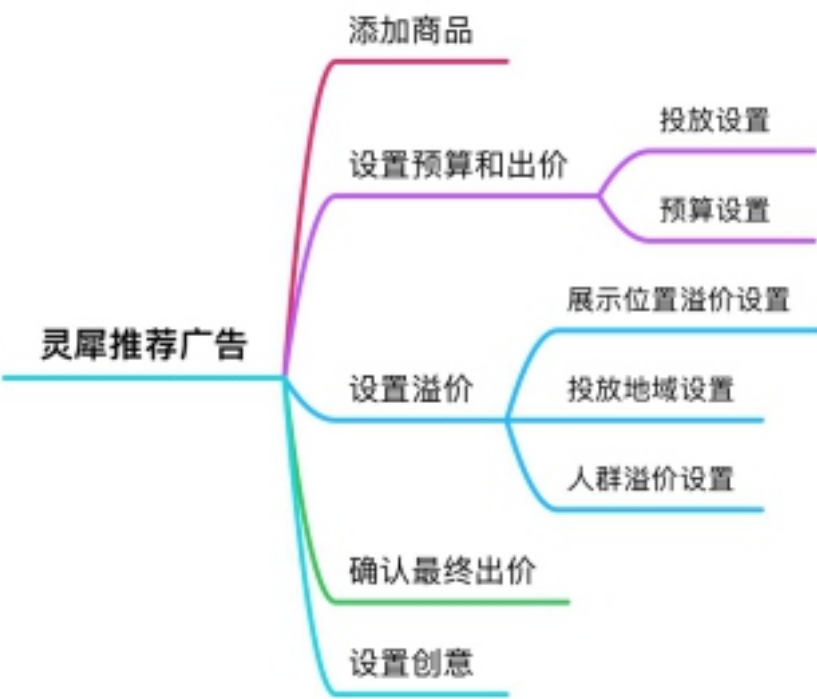
任务背景

XINYU Official Store通过客户数据分析和市场调研，开发了一款新品毛衣，并计划将此款商品作为店铺今年打造的爆款，参与当年平台大促活动，为店铺其他利润款商品进行引流。由于报名平台大促活动，对商品的销量和表现有一定的要求。所以，推广人员需要通过付费推广方式，快速为此商品积累人气和销量。经过一段时间的直通车推广之后，这款毛衣的曝光量较低，但点击量比较高。结这一现状，推广人员准备再进行灵犀推荐投放，从搜索流量和商品推荐投放两个渠道全面提高商品的曝光量和转化量。初步确定的灵犀推荐投放方案如下所示：

- 计划名称：毛衣灵犀推荐投放
- 推广目标：以引流为主，预算不设限
- 出价策略：PC端以建议价格上限进行出价，APP端在上限的基础上溢价120%
- 溢价策略：包括营销位置溢价、投放地域溢价、人群溢价
 - （1）营销位置溢价：PC端场景不进行溢价，APP购后场景不溢价，购中和购前使用建议溢价；
 - （2）投放地域溢价：灵犀推荐仅面向俄罗斯和美国两个国家进行投放，俄罗斯使用建议溢价，美国不溢价；
 - （3）人群溢价：对于本店人群使用建议溢价，其他人群不溢价。
- 创意策略：制作2张创意图片，使用商品全景白底图，营销信息突出新品、促销等卖点。

任务要求

- 1.新增推荐广告：点击“新增推荐广告”，进入到灵犀推荐广告内容设置页面；
- 2.设置广告投放内容：添加商品——设置预算和出价（设置预算、PC\App点击出价）——设置溢价（营销位置溢价、投放地域溢价、人群溢价）——确认最终出价——设置创意（点击“开始制作”，选择需要的创意图片）——完成并提交——点击“结束本次任务”。



任务8 日常订单管理

8.1 订单线下发货处理

任务目标

- 1.能根据买家需求，结合订单状态，完成线下发货；
- 2.能根据订单物流状态，结合买家要求，完成延长收货时间设置。

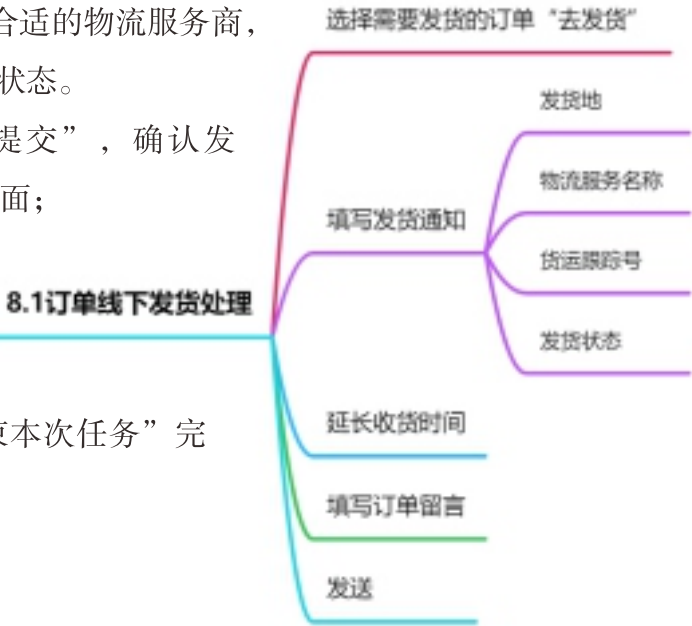
任务背景

店铺参加平台“3.28活动”，活动非常成功，订单暴增，库存紧张。同时，作为店铺发货物流出现了爆仓，导致了揽收业务出现延迟。无奈之下，林峰与已付款未发货的买家进行商议延长10天收货时间，并将多给买家一些赠品作为补偿。

一位连衣裙买家对于此次发货时间延迟表示了强烈的不满，为了安抚此买家，店铺决定选择快速类物流：UPS全球快捷，进行线下全部发货。获取物流单号LP00039810400872后，及时填写发货通知，告知买家已发货，并给买家留言“Sorry for the inconvenience”，向买家表达店铺的歉意。

任务要求

- 1.线下发货：选择需要进行线下发货的订单，点击“去发货”，进入到订单线下发货处理页面，填写订单留言；
- 2.填写发货通知：选择合适的物流服务商，填写货运跟踪号、选择发货状态。
- 3.确认发货：点击“提交”，确认发货，返回到延长收货时间页面；
- 4.延长收货时间：点击“延长收货时间”，填写延长时间，点击“确认”，最后点击“结束本次任务”完成订单线下发货处理任务。



8.2 订单线上发货处理

任务目标

能根据买家需求，结合订单状态，完成订单线上发货处理。

任务背景

订单生成后，店铺运营人员要认真审核订单的状态。对已付款未发货的订单进行及时的处理。心语服饰通常情况下默认使用e邮宝进行线上发货，使用快递公司发送至海外仓，目的地国投递失败选择退回。通过订单状态筛选出需要进行发货的订单，然后结合不同商品的库存情况以及买家要求，选择合适的物流方式进行发货。

结合以上情况，符合线上发货条件的是库存充足的紫色卫衣订单，运营人员准备优先处理此订单。线上发货获取物流单号AL3899487000849后，填写发货通知，告知买家已发货。并根据与客户的协商结果，为客户延长10天的收货时间。

任务要求

- 1.线上发货：选择需要进行线上发货的订单，点击“去发货”—“线上发货”，进入到订单线上物流方案选择页面；
- 2.选择物流方案：选择合适的物流，点击“下一步，创建物流订单”，填写相关信息，点击“提交发货”，返回到发货通知填写页面；
- 3.填写发货通知：根据发货信息，填写发货通知，点击“提交”，将发货通知发送给买家，告知其已完成发货，点击“结束本次任务”完成此任务的提交。



8.3 订单退换货处理

任务目标

能根据买家退换货申请，结合平台退换货政策，完成订单退换货处理。

任务背景

店铺收到一封来自买家的站内信，表示自己购买的是一款白色针织毛衣，然而却收到了一款白色卫衣，并且断定XINYU Official Store是虚假发货，要求退货。店铺经过调查发现是仓库在发货环节出现了差错，导致错发商品。经过与买家沟通无果，为了避免引起纠纷，决定接受买家的退货申请，并承诺返给买家\$5优惠券以表歉意：We accept your refund application and apologize for our mistake.Thanks for shopping with us. Here's a \$5 coupon to show our apology

XINYU Official Store 退货信息			
姓名	林峰	英文姓名	Lin Feng
性别	男	邮箱	linfeng@163.com
手机号	15423691226	传真电话	0086-769-43312000
身份证号	320100199709276678	证件有效期	2032 年8 月7 日
联系地址	163 Xianlin Avenue, Qixia District,Nanjing, Jiangsu Province, China		
邮编	210000		

任务要求

- 1.接受退货：选择需要进行退货处理的纠纷订单，点击“退货”，进入到退货信息填写页面；
- 2.设置退货地址：根据任务详情内容，完成退货地址相关信息的填写；
- 3.发送订单留言：根据任务详情内容，填写订单留言，点击“发送”，发送给买家；
- 4.退款：点击“确认收到退款”，完成退货退款处理，点击“结束本次任务”，完成此任务的提交。



任务9 网店会话处置

9.1 网店快捷回复短语设置

任务目标

能根据商品资料及店铺服务，结合话术库，完成快捷回复短语设置。

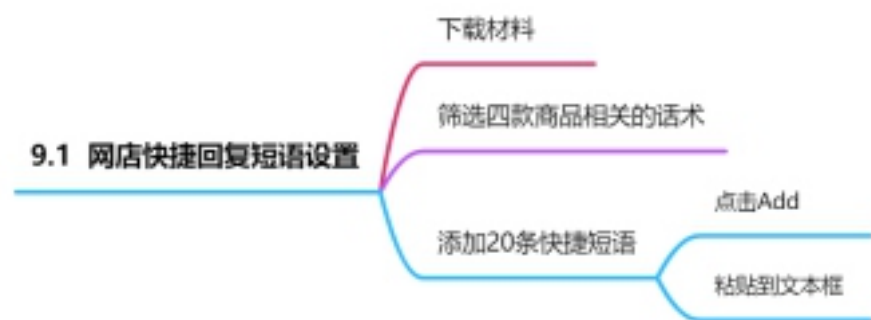
任务背景

XINYU Official Store运营了一段时间之后，运营人员收集了大量的买家问题。李晴，作为XINYU Official Store的客服人员，主要负责女士衬衫、连衣裙、女士牛仔裤、女士卫衣等4款商品的售前咨询及售后问题处理。

为了高效回复买家的问题，李晴决定结合运营人员提供的买家常见问题数据和自己负责的4款商品具体资料，完成网店快捷短语的设置。

任务要求

1. 点击“Add”，在出现的文本框中，输入从话术库中筛选出来的话术内容；
2. 下载任务对应的资源包，根据话术库，结合商品及店铺服务资料，添加20条快捷短语。



9.2 网店自动回复设置

任务目标

1. 能根据买家首次进店咨询场景，完成自动回复文本内容的设置；
2. 能根据买家咨询，确定高频问题关键词，完成关键词及关键词相应回复内容的设置。

任务背景

XINYU Official Store运营了一段时间之后，运营人员收集了大量的买家问

题。李晴，作为XINYU Official Store的客服人员，主要负责女士衬衫、连衣裙、女士牛仔裤、女士卫衣等4款商品的售前咨询及售后问题处理。

由于跨境电商买卖双方所在国家存在一定的时差，为了避免首次进店买家因咨询回复不及时造成的客户流失，李晴决定结合买家首次进店咨询场景和店铺商品及服务情况，设置自动回复文本内容、添加四个高频关键词及相应的回复内容。

任务要求

1. 内容要求

(1) 在商品相关、物流相关、售后相关、聊天互动4种沟通场景中，选择最符合的1条内容作为买家首次进店咨询的自动回复文本内容；

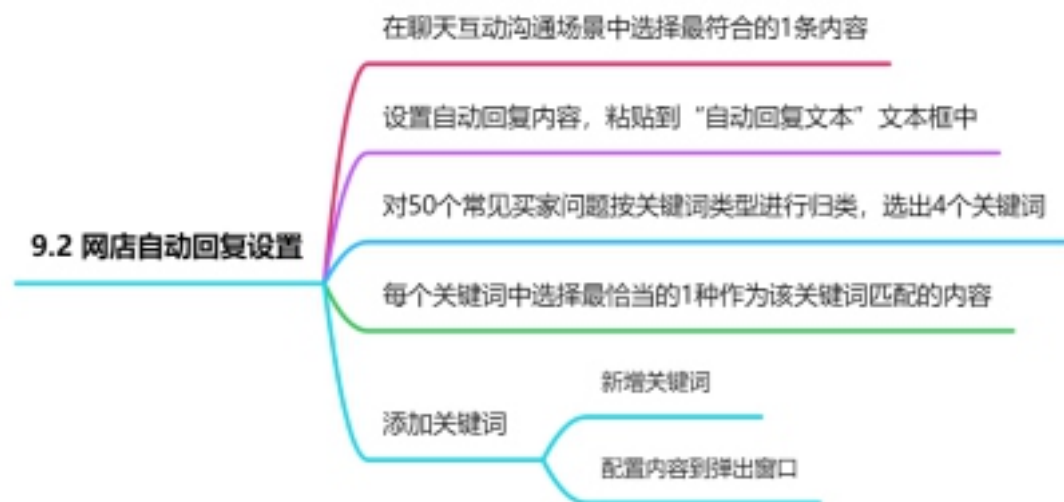
(2) 对50个常见买家问题按照关键词类型进行归类，选出4个买家问题最多的4个关键词；

(3) 每个关键词提供了4种表达方式，选择最为恰当的1种作为该关键词匹配的内容。

2. 操作要求

步骤1：开启自动回复：点击“自动回复”右侧的开启按钮，此按钮变红色即代表自动回复功能已开启；

步骤2：设置自动回复内容：在“自动回复文本”下面的文本框中，编辑自动回复时显示的文本内容，右侧的文本框中同步显示已设置的自动回复文本内容；



步骤3：添加关键词：点击“新增关键词”，在弹出的窗口中输入“关键词”，并配置相应的回复内容。

任务10 客户问题处理

10.1 售前商品咨询回复

任务目标

- 1.能根据买家咨询，分析买家问题，识别买家的真实需求；
- 2.能根据买家需求，结合店铺商品信息及店铺服务，回复买家商品相关的咨询。

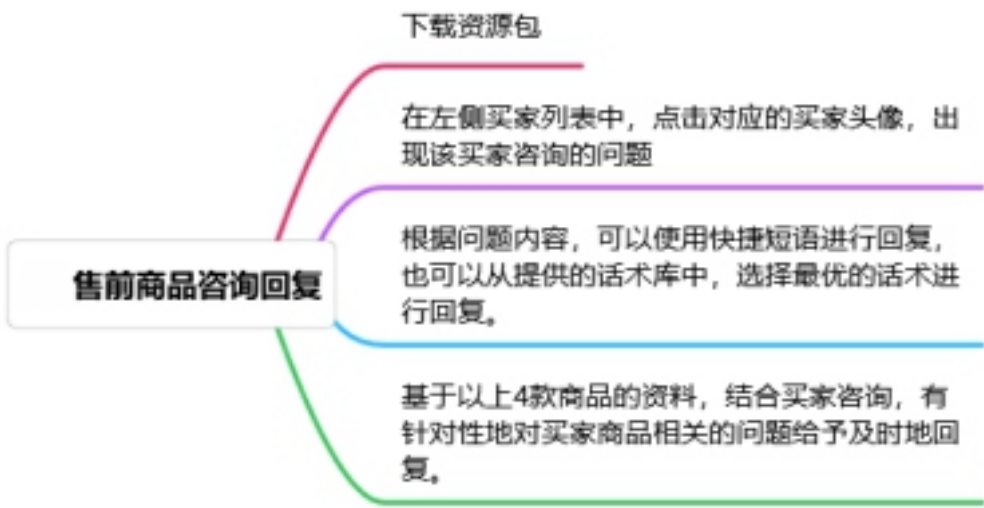
任务背景

李晴，作为XINYU Official Store的客服人员，主要负责以下4款商品的运营：

序号	商品名称	商品简介	商品价格
1	女士衬衫（Blouse）	休闲宽松秋季女士衬衫，S/M/L3个尺码，粉色、浅黄色、象牙白3种颜色	\$29
2	连衣裙（Dress）	印花大摆V领夏季连衣裙，S/M/L/XL3个尺码，绿色、红色、黄色3种颜色	\$11.53
3	女士牛仔裤（Jeans）	修身高腰丹宁材质女士牛仔裤，S/M/L3个尺码，蓝色、深蓝、浅蓝3种颜色	\$25.9
4	女士卫衣（Hoodie）	女士宽松连帽卫衣，纯棉面料，S/M/L/XL/2XL/3XL 5个尺码，黑色、白色、红色等多种颜色	\$39

基于以上4款商品的资料，结合买家咨询，有针对性地对买家商品相关的问题给予及时地回复。（商品详细资料参考任务配套资源包）

任务要求



- 1.在左侧买家列表中，点击对应的买家头像，出现该买家咨询的问题；
- 2.根据问题内容，可以使用快捷短语进行回复，也可以从提供的话术中，选择最优的话术进行回复。

注意：此任务为系统评分，所以回复内容要与提供的话术库中的表达完全一致。

10.2 售前物流咨询回复

任务目标

- 1.能根据买家咨询，分析买家问题，识别买家的真实需求；
- 2.能根据买家需求，结合店铺物流服务，回复买家物流相关的咨询。

任务背景

XINYU Official Store为了提升买家的购物体验，店内所有商品付款后承诺7天内发出，所有订单均采用线上发货的方式，除经济类物流外，其他物流方式包裹可追踪。店铺支持的发货物流如下所示：

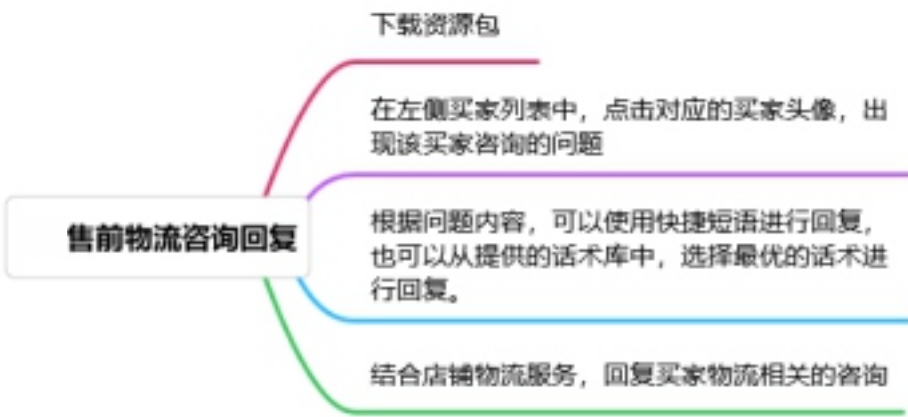
物流类型	合作发货物流	使用条件
经济类	全部	在满足时效和发货国范围的前提下，以成本最小作为物流方式选择标准。
简易类	全部	
标准类	AliExpress 无忧物流一标准、中国邮政挂号小包、e 邮宝、139 俄罗斯专线、菜鸟专线一标准、韩国邮政	
快速类	全部	
备注	中国邮政挂号小包所有发货国家均包邮，其他方式参考具体运费方案。	

基于以上店铺物流服务相关资料，结合客户咨询，有针对性地对买家物流相关问题给予及时地回复。（物流服务详细资料参考任务配套资源包）

任务要求

- 1.在左侧买家列表中，点击对应的买家头像，出现该买家咨询的问题；
- 2.根据问题内容，可以使用快捷短语进行回复，也可以从提供的话术中，选择最优的话术进行回复。

注意：此任务为系统评分，所以回复内容要与提供的话术库中的表达完全一致。



10.3 售后商品问题处理

任务目标

- 1.能根据买家咨询，分析买家问题，识别买家的真实需求；
- 2.能根据买家要求，结合商品及店铺售后服务，处理售后商品相关问题。

任务背景

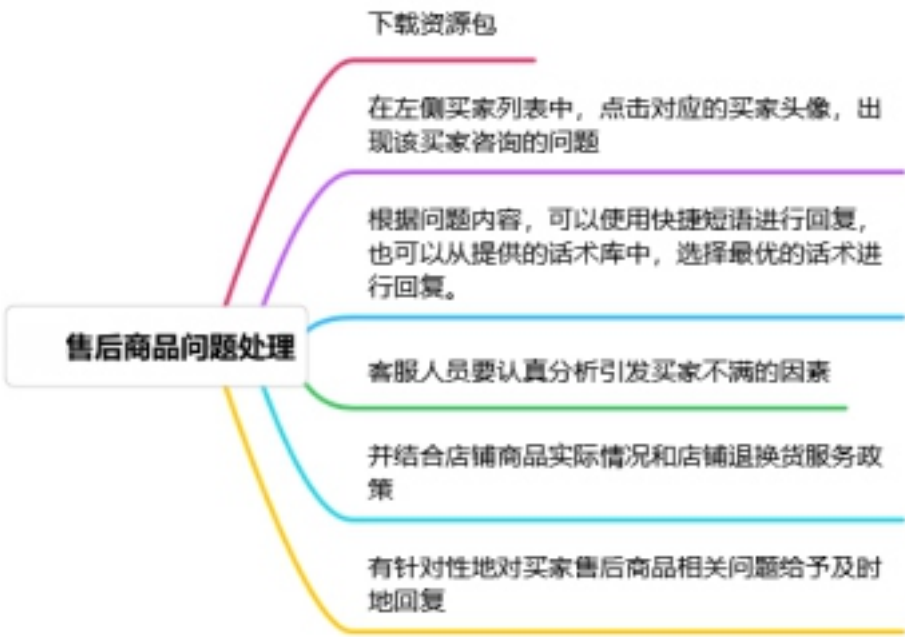
XINYU Official Store的售后服务理念是“快速响应、准确服务、尽心尽力、做到最好”。对于以服装作为经营大类的店铺，买家收到商品后，可能会因脏污、掉色、版型不对、尺寸不符等质量问题，色差、尺寸大小、面料等非质量问题引发退换货纠纷。

基于以上情形，客服人员要认真分析引发买家不满的因素，并结合店铺商品实际情况和店铺退换货服务政策，有针对性地对买家售后商品相关问题给予及时地回复。

任务要求

- 1.在左侧买家列表中，点击对应的买家头像，出现该买家咨询的问题；
- 2.根据问题内容，可以使用快捷短语进行回复，也可以从提供的话术中，选择最优的话术进行回复。

注意：此任务为系统评分，所以回复内容要与提供的话术库中的表达完全一致。



10.4 售后物流问题处理

任务目标

- 1.能根据买家咨询，分析买家问题，识别买家的真实需求；
- 2.能根据买家要求，结合订单物流状态，处理售后物流相关问题。

任务背景

跨境电商的运输时间较长，运输环境复杂，因此对于物流方面，买家会存在各种各样的问题。从买家付款到买家收到货物这段时间，很容易因物流问题引起买家的不满，造成不良的购物体验。

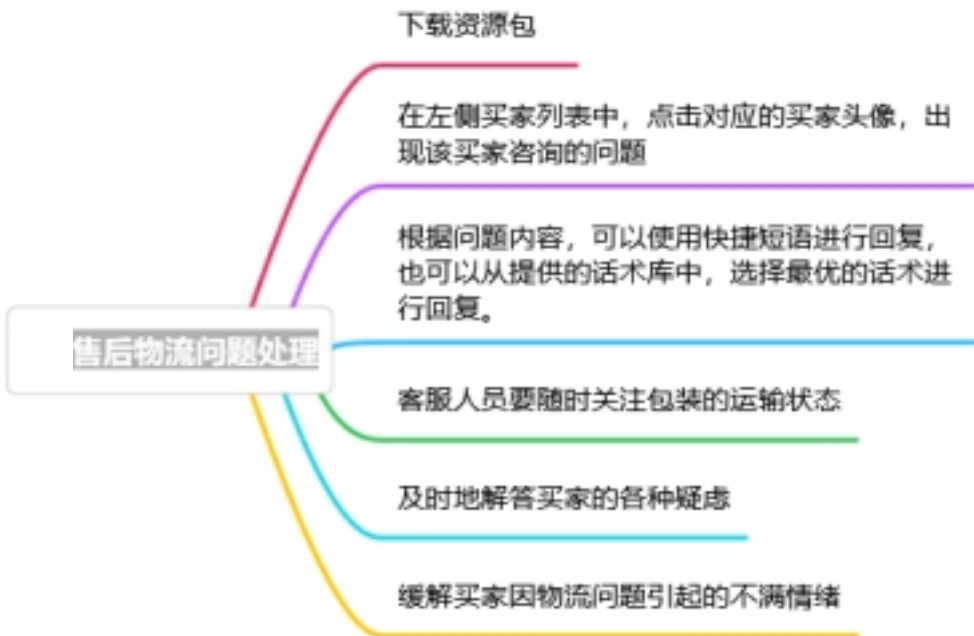
基于以上情形，客服人员要随时关注包装的运输状态，及时地解答买家的

各种疑虑，缓解买家因物流问题引起的不满情绪。

任务要求

- 1.在左侧买家列表中，点击对应的买家头像，出现该买家咨询的问题；
- 2.根据问题内容，可以使用快捷短语进行回复，也可以从提供的话术中，选择最优的话术进行回复。

注意：此任务为系统评分，所以回复内容要与提供的话术库中的表达完全一致。



任务11 客户交易促成

11.1 售前商品推荐

任务目标

- 1.能根据买家咨询，分析买家问题，识别买家的潜在需求；
- 2.能根据买家需求，结合店铺商品特点，推荐适合的商品给买家。

任务背景

XINYU Official Store运营人员通过分析店铺交易数据，发现近期李晴负责的几款商品的咨询转化率明显低于店铺其他商品。以下为李晴与买家的会话记录片段：

买家：Hello,do you have light blue colour of this dress?

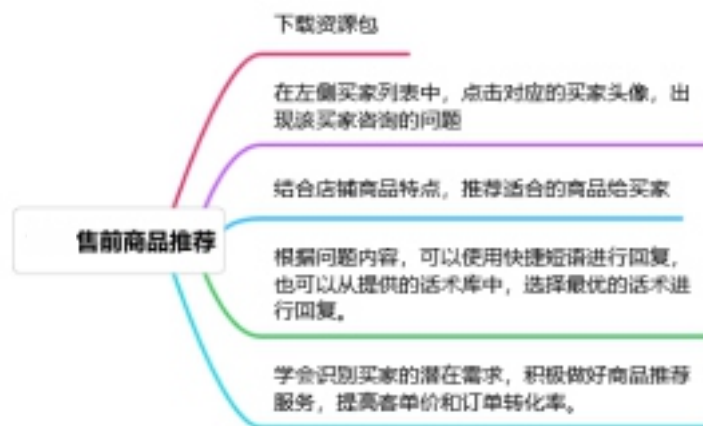
李晴：Sorry,dear,no.

在与买家沟通的过程中没有很好地抓住买家的需求并给予及时地推荐，造成了客户的流失。了解了问题所在后，李晴认真学习商品推荐相关知识，深入了解商品推荐触发的场景，学会识别买家的潜在需求，积极做好商品推荐服务，提高客单价和订单转化率。

任务要求

- 1.在左侧买家列表中，点击对应的买家头像，出现该买家咨询的问题；
- 2.根据问题内容，可以使用快捷短语进行回复，也可以从提供的话术中，选择最优的话术进行回复。

注意：此任务为系统评分，所以回复内容要与提供的话术库中的表达完全一致。



11.2 售前订单催付

任务目标

- 1.能根据订单状态，结合会话记录，分析买家未付款原因；
- 2.能根据未付款原因，撰写催付话术，进行售前订单催付。

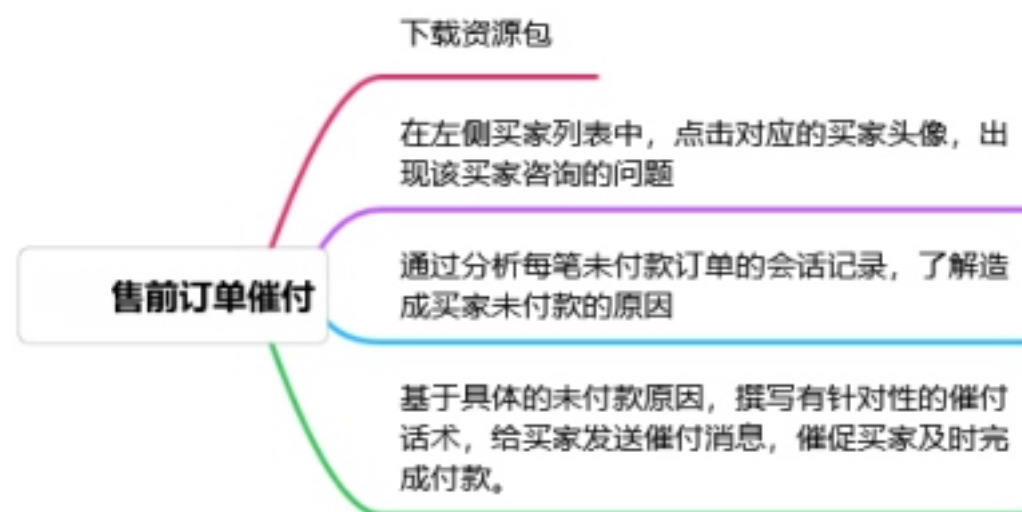
任务背景

李晴，在卖家中心的订单管理模块，通过订单状态查询，搜索到几笔“等待买家付款”的订单。通过分析每笔未付款订单的会话记录，了解造成买家未付款的原因。然后，基于具体的未付款原因，撰写有针对性的催付话术，给买家发送催付消息，催促买家及时完成付款。

任务要求

- 1.在左侧买家列表中，点击对应的买家头像，出现该买家咨询的问题；
- 2.根据问题内容，可以使用快捷短语进行回复，也可以从提供的话术中，选择最优的话术进行回复。

注意：此任务为系统评分，所以回复内容要与提供的话术库中的表达完全一致。



11.3 售后评价处理

任务目标

- 1.能根据订单状态，结合商品及买家特点，邀请买家进行评价；
- 2.能根据买家评价内容，有针对性地给予评价回复。

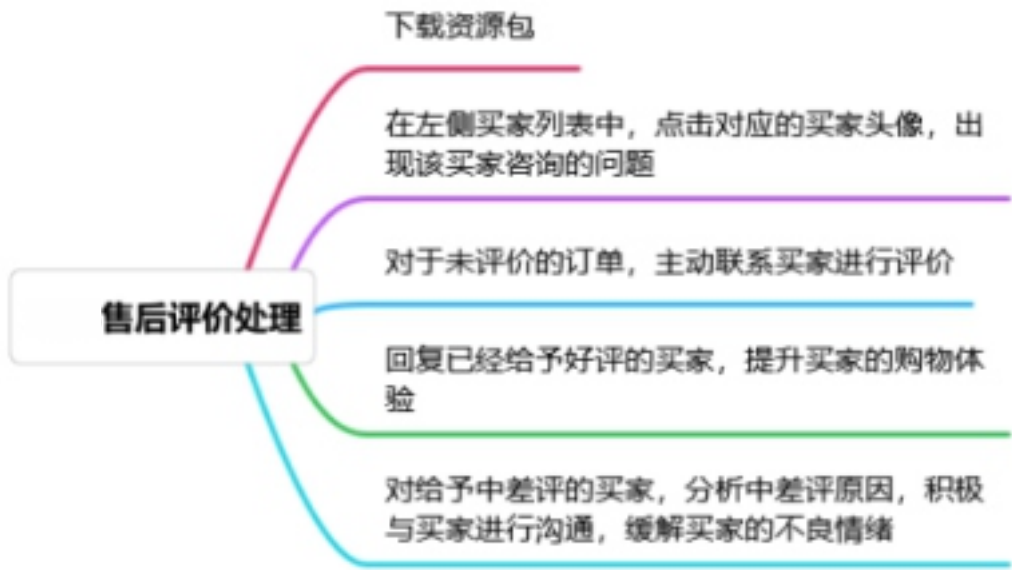
任务背景

李晴，在卖家中心的订单管理模块，通过评价管理查询，搜集近一周的订单评价情况，对于未评价的订单，主动联系买家进行评价；回复已经给予好评的买家，提升买家的购物体验；对给予中差评的买家，分析中差评原因，积极与买家进行沟通，缓解买家的不良情绪。

任务要求

- 1.在左侧买家列表中，点击对应的买家头像，出现该买家咨询的问题；
- 2.根据问题内容，可以使用快捷短语进行回复，也可以从提供的话术中，选择最优的话术进行回复。

注意：此任务为系统评分，所以回复内容要与提供的话术库中的表达完全一致。



任务12 智能客服知识库配置

12.1 通用场景相关问题

任务目标

能根据通用场景相关问题描述，立足买卖双方角度进行通用场景买家问题识别和回复。

任务背景

由于跨境电商面向的是多个国家的客户，不同国家客户的风俗、文化及语言习惯都有所不同。所以能否准确地识别客户的问题，不仅影响客户咨询回复的效率，而且还影响订单的转化率。通过同一场景下问题的识别，深入了解客户需求。通过基于场景下的最优回复选择，掌握不同的通用场景情况下问题回复的技巧。



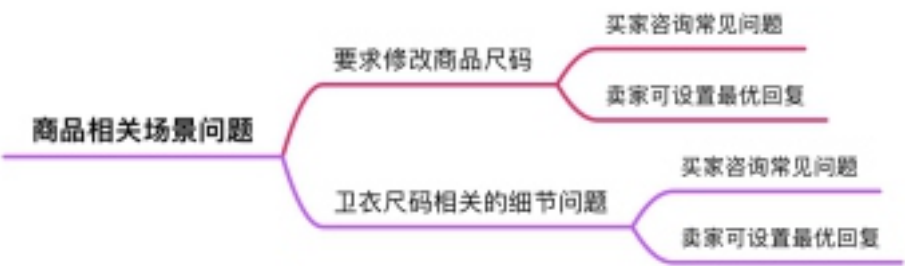
12.2 商品相关场景问题

任务目标

能根据商品相关场景问题描述，立足买卖双方角度进行商品相关场景买家问题识别和回复。

任务背景

由于跨境电商面向的是多个国家的客户，不同国家客户的风俗、文化及语言习惯都有所不同。所以能否准确地识别客户的问题，不仅影响客户咨询回复的效率，而且还影响订单的转化率。通过同一场景下问题的识别，深入了解客户需求。通过基于场景下的最优回复选择，掌握不同的商品相关场景情况下问题回复的技巧。



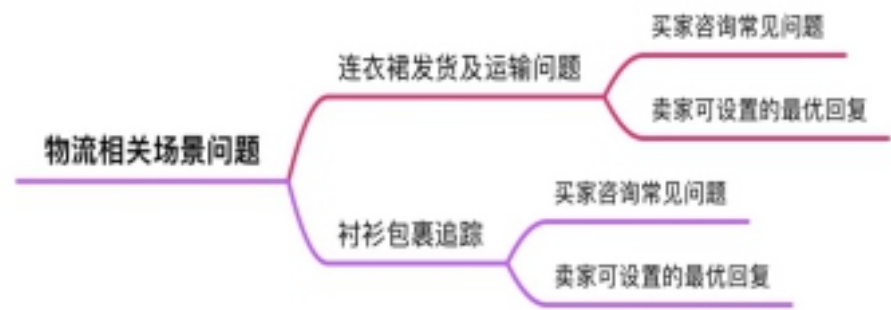
12.3 物流相关场景问题

任务目标

能根据物流相关场景问题描述，立足买卖双方角度进行物流相关场景买家问题识别和回复。

任务背景

由于跨境电商面向的是多个国家的客户，不同国家客户的风俗、文化及语言习惯都有所不同。所以能否准确地识别客户的问题，不仅影响客户咨询回复的效率，而且还影响订单的转化率。通过同一场景下问题的识别，深入了解客户需求。通过基于场景下的最优回复选择，掌握不同的物流相关场景情况下问题回复的技巧。



12.4 退换货相关场景问题

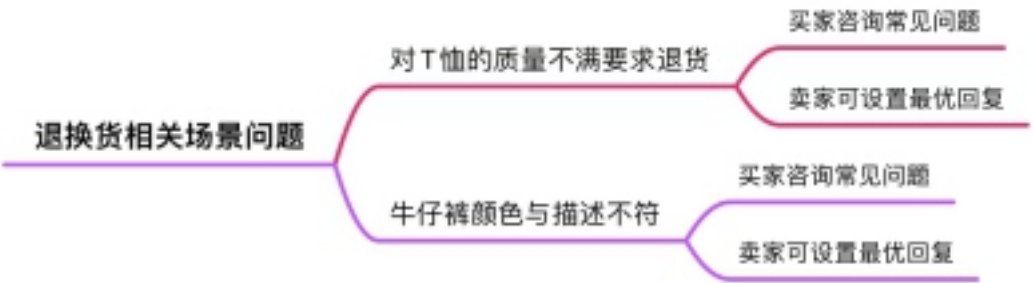
任务目标

能根据退换货相关场景问题描述，立足买卖双方角度进行退换货相关场景买家问题识别和回复。

任务背景

由于跨境电商面向的是多个国家的客户，不同国家客户的风俗、文化及语

言习惯都有所不同。所以能否准确地识别客户的问题，不仅影响客户咨询回复的效率，而且还影响订单的转化率。通过同一场景下问题的识别，深入了解客户需求。通过基于场景下的最优回复选择，掌握不同的退换货相关场景情况下问题回复的技巧。



任务13 客户关系维护

13.1 创建客户分组

任务目标

能根据客户分组规则，通过客户管理工具，创建客户分组。

任务背景

XINYU Official Store经过一段时间的运营之后，沉淀了一定数量的客户数据。为了方便针对不同客户实施不同的营销策略，运营人员准备根据客户对于企业的忠诚度的不同对近半年的客户进行分组管理。具体的分组规则如下所示：

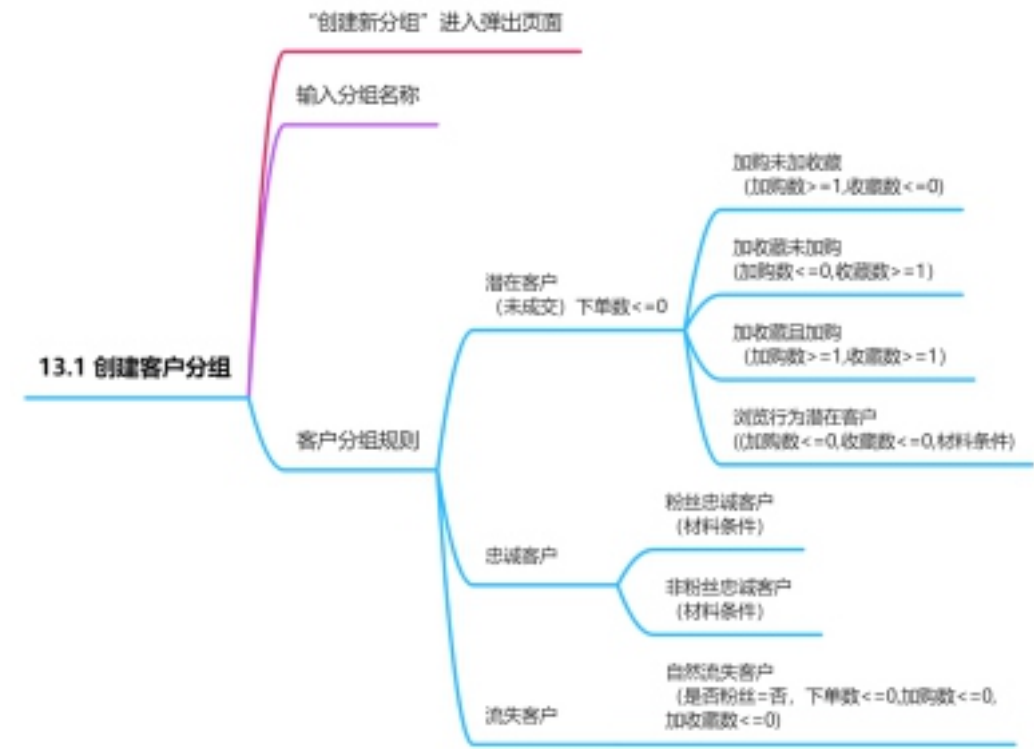
客户类型	客户分组名称	客户分组规则
潜在客户 (未成交)	加购未加收藏客户	近半年加购未加过收藏的客户
	加收藏未加购客户	近半年加收藏未加购过的客户
	加收藏且加购客户	近半年加收藏且加购过的客户
	浏览行为潜在客户	近半年仅浏览未产生加购、加收藏等行为，浏览过商品页面≥3，停留时长≥100
忠诚客户	粉丝忠诚客户	店铺粉丝，近半年订单数量≥3，下单金额≥500
	非粉丝忠诚客户	不是店铺粉丝，近半年订单数量≥2，下单金额≥300
流失客户	自然流失客户	非店铺粉丝且近半年内未产生过任何交易、加购、加收藏行为的客户

根据以上制定的客户分组规则，运营人员开始创建客户分组。

任务要求

- 1.创建新分组：点击“创建新分组”，进入到创建分组条件筛选页面；
- 2.设置分组内容：根据任务背景，输入分组名称，在对应的指标项下输入筛选条件，点击“确定”完成客户分组；
- 3.筛选条件填写规则：例如，下单数≥1，则只需要在下单数指标前面的文

本框中输入1，后面不输入。例如，下单数≤1，则只需要在下单数指标后面的文本框中输入1，前面不输入。



13.2 客户画像分析

任务目标

- 1.能根据分析目标，确定客户筛选条件，筛选出要进行分析的目标客户
- 2.能针对筛选出来的目标客户，根据分析因子，进行客户画像分析。

任务背景

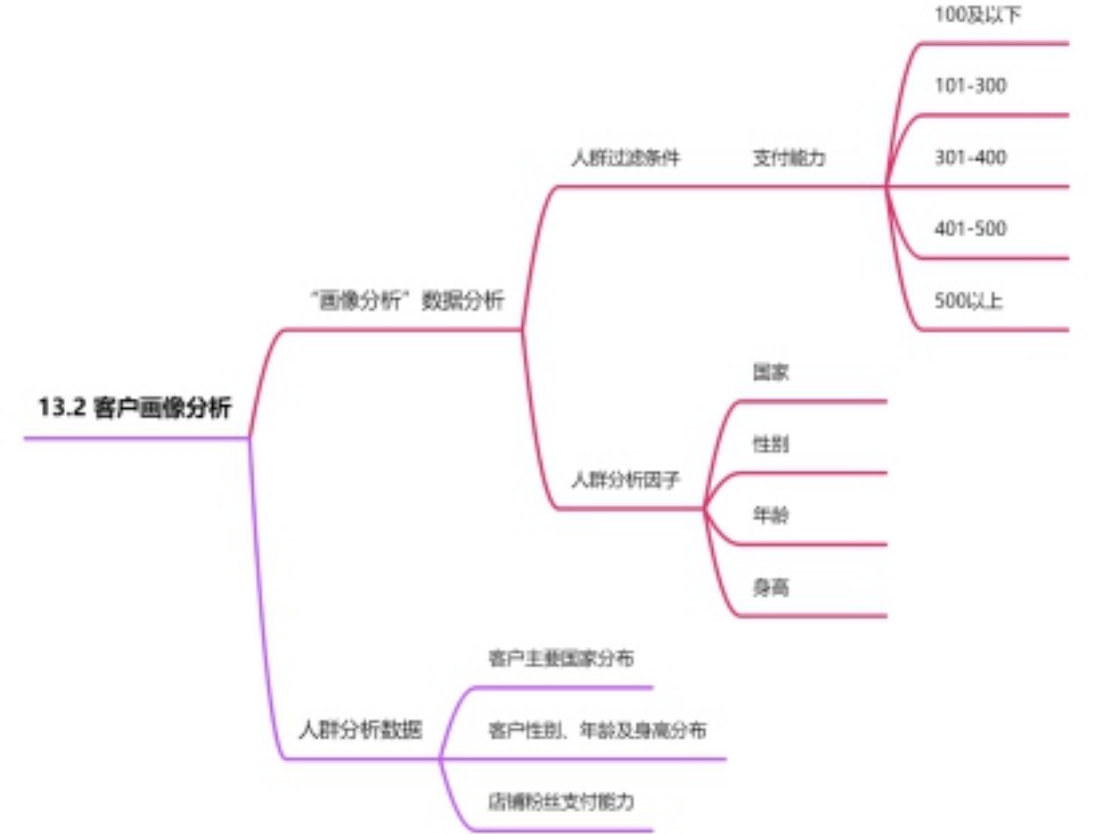
XINYU Official Store为了更好地迎合目标市场节日需求，近期准备开发几款新的产品。在开发新品之前，运营人员需要先对近半年店铺客户数据进行画像分析，详细了解客户的主要分布国家、客户性别、身高及年龄构成、店铺粉丝的支付能力等。基于这些分析结果，再进一步确定新品的定位、价格区间以及新品的规格等要素。

任务要求

- 1.点击右上角的“画像分析”菜单，在弹出的页面中，选择人群过滤条件

和人群分析因子，点击“开始分析”，出现分析结果；（跟数字相关的筛选条件，仅支持整数）

2.将得到的分析结果，填入客户画像分析表对应的位置，所有内容填写完成后，点击“保存”——“结束本次任务”。



13.3 客户场景营销-活跃老客户人群

任务目标

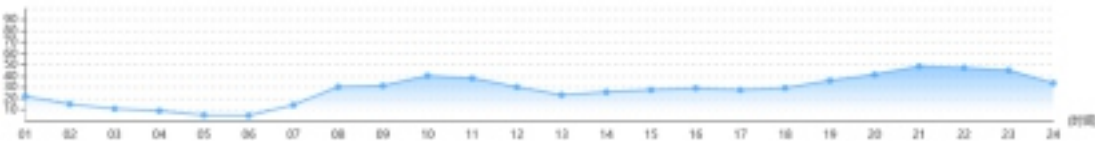
- 1.能根据营销目标，筛选营销人群；
- 2.能根据筛选人群特征，设置营销内容，完成老客户定向营销。

任务背景

XINYU Official Store目前的主要目标市场是俄罗斯，针对俄罗斯国家近15天内访问过店铺且对促销敏感的粉丝人群，运营人员准备做一次定向优惠券营销活动，告知店铺老客户优惠活动信息，激发老客户的购买欲望。

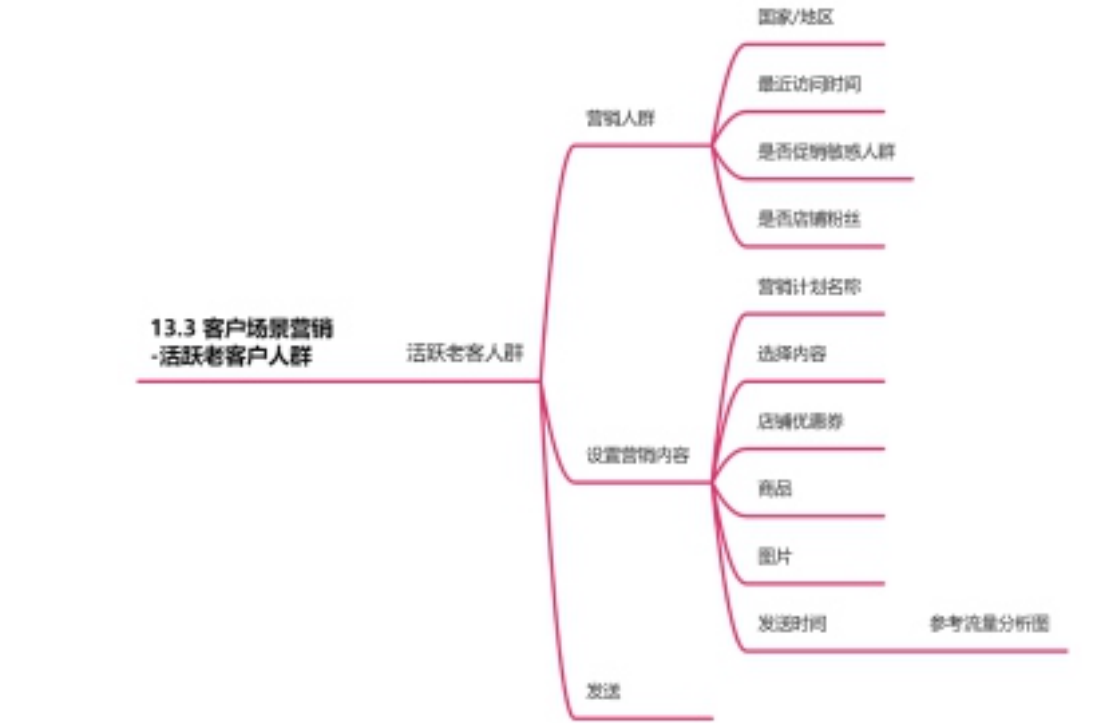
凡是近15天访问过店铺的活跃老客户均可获得一张满100减5美元的优惠券。商品选择店铺热销单品连衣裙，商品展示图片选取一张具有较好营销效果的模

特展示的商品全貌图。确定6月3日进行发送，为了触达更多的目标用户，运营人员参考流量分析图，选择1天内流量最高的时间点进行定时发送。



任务要求

- 1.选择营销场景：点击推荐营销场景列表中的“活跃老客户人群”；
- 2.设置营销内容：筛选营销人群，设置营销内容，完成发送时间设置并发送。



13.4 客户场景营销--加购人群

任务目标

- 1.能根据营销目标，筛选营销人群；
- 2.能根据筛选人群特征，设置营销内容，完成加购人群定向营销。

任务背景

XINYU Official Store 在美国黑色星期五来临之际，准备针对美国市场最近7天加购过店铺一款圣诞节热销毛衣，对促销敏感的店铺粉丝客户进行一次定向的营销。此次定向营销活动的策略是借势节日氛围，热销品配合优惠券组合使用，唤起客户的购买欲望，提高转化率。

通过促销活动关联意向商品的方式，告知客户店铺近期的促销活动、提醒客户曾加购过该商品，并表达此时购买可享受更多优惠，唤醒客户记忆，用利益驱动的方式加速客户的购买决策。营销内容设置完成后，立即发送给筛选的人群。

任务要求

- 1.选择营销场景：点击推荐营销场景列表中的“加购人群”；
- 2.设置营销内容：筛选营销人群，设置营销内容，完成发送时间设置并发送。

13.5 客户场景营销-潜力访客

任务目标

- 1.能根据营销目标，筛选营销人群；
- 2.能根据筛选人群特征，设置营销内容，完成潜力访客定向营销。

任务背景

XINYU Official Store计划针对近15天访问过店铺、非店铺粉丝的潜力人群，借势双十一购物节开展一次推荐新品的营销活动。此次活动的主要目的是面向潜力人群，推荐店铺销量、评价都很好的一款紫色卫衣，激发潜在客户的购买欲望。



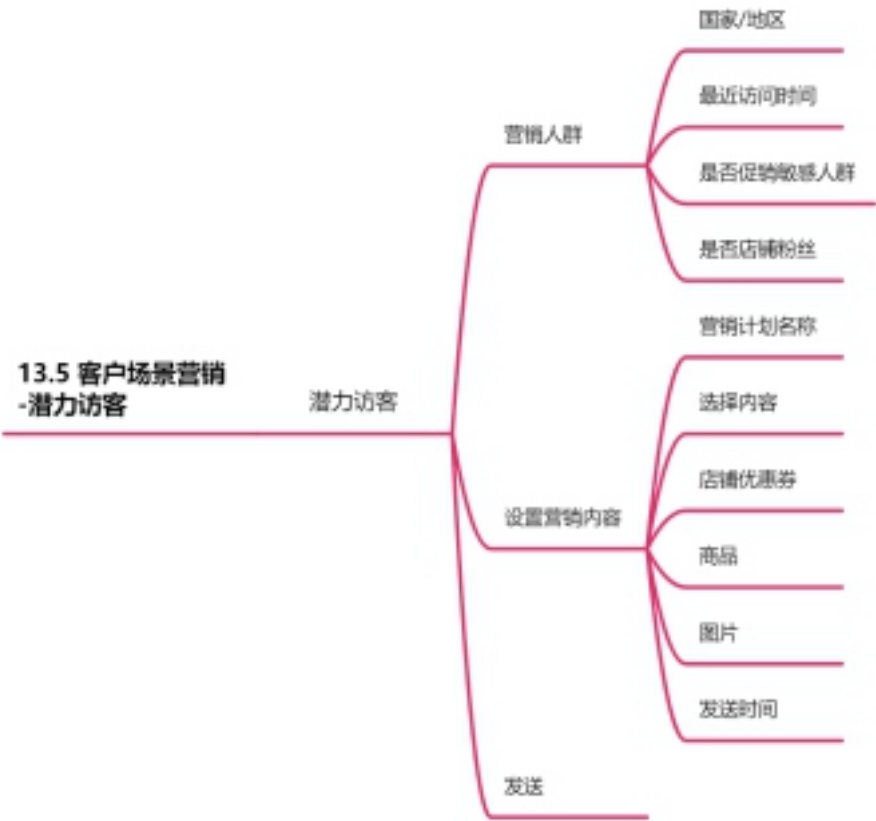
除此之外，为了确保营销活动的效果，营造活动的紧迫感和利益感，运营人员针对此次潜在客户场景营销，发放一部分仅限节日期间使用的无门槛优惠券。

确定了发送日期后，为了触达更多的目标用户，运营人员参考店铺流量分析图，选择流量最高的时间点进行定时发送。



任务要求

- 1.选择营销场景：点击推荐营销场景列表中的“潜力访客”
- 2.设置营销内容：筛选营销人群，设置营销内容，完成发送时间设置并发送。



13.6 客户邮件营销

任务目标

- 1.能根据营销目标，选择营销商品和邮件营销客户；
- 2.能根据客户和商品特点，撰写邮件标题和邮件内容，并完成营销邮件的发送。

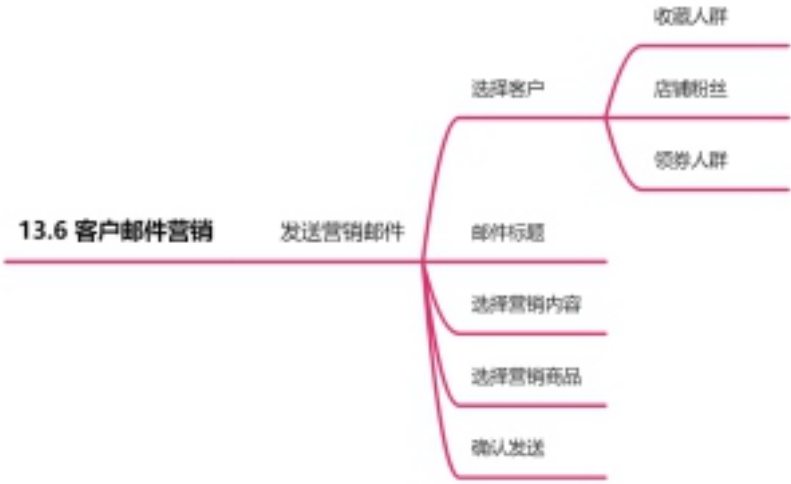
任务背景

XINYU Official Store在美国黑色星期五购物节期间，面向对促销敏感且加购过的店铺粉丝人群发放了一批节日期间使用的优惠券。发放一周后，根据后台客户营销数据显示，有60%的客户领取了优惠券，20%的客户使用了优惠券进行了购买。

临近优惠券使用期限截止之前，为了提高优惠券的使用率，提高该部分客户的订单转化率，运营人员准备通过邮件的方式对最近7天来访过店铺的领券人群进行提醒，以店铺热销款毛衣作为营销商品，激发客户的购买兴趣。告知客户所领取的优惠券很快就要到期，催促其尽快使用。

任务要求

- 1.选择客户：点击“选择客户”，选择营销客户人群，选择客户人群标签；
- 2.填写邮件主题：根据营销目标，选择主题鲜明且有吸引力的邮件主题；
- 3.撰写邮件内容：根据营销目标，选择表达明确且说服力强的邮件内容；
- 4.选择营销商品，点击“确认发送”，完成营销邮件的发送。



任务14 店铺数据分析

14.1 店铺运营数据分析

任务目标

- 1.能利用店铺后台数据分析工具，采集相关分析数据；
- 2.能根据采集的数据，分析店铺运营状况，并提出优化建议。

任务背景

经过一段时间的付费推广之后，XINYU Official Store店铺的多项数据指标都有所提升。为了确保9月份店铺各项数据能够稳步提升，运营人员准备对店铺8月份的流量进行全面的分析。通过流量看板分析，了解店铺流量整体情况，并且从店铺指标、商品指标、转化指标三个维度，对店铺整体运行情况进行分析；通过店铺来源分析，了解页面来源趋势和页面来源构成，确定流量来源的主要页面；通过商品来源分析，了解不同商品的具体表现，优化店铺的商品结构。

