

网店运营推广 职业技能等级标准

目 次

前 言.....	2
引 言.....	3
1 范围.....	4
2 规范性引用文件.....	4
3 术语和定义.....	4
4 面向工作岗位（群）.....	6
5 面向院校专业领域.....	6
6 职业技能等级标准.....	6
参考文献.....	14

前 言

本标准按照 GB/T1.1-2009《标准化工作导则》第 1 部分：标准的结构与编辑给出的规则起草。

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、李孝臣、刘敬敬、刘廷梅、房瑜、吴杰杰、李友强、刘洪顺等。

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。

引 言

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》，积极推动学历证书+若干职业技能等级证书制度，进一步完善相关行业技术技能专业标准体系，为技术技能人才教育和培训提供科学、规范的依据，北京鸿科经纬科技有限公司依据当前相关行业发展的实际情况，联合行业、企业、院校，组织有关专家编写了《网店运营推广职业技能等级标准》（以下简称“标准”）。

本标准的编制以人才需求为依据、针对企业岗位（群），结合了《高等职业学校电子商务专业教学标准（征求意见稿）》、《中等职业学校电子商务专业教学标准（试行）》和《电子商务类教学质量国家标准》，体现了行业企业新技术、新模式，借鉴了国际先进标准，考虑了学生个人发展需求，符合《中华人民共和国电子商务法》，反映了典型岗位（群）所需的职业素养、专业知识和职业技能。

本标准的编制遵循了科学性原则、系统性原则、层次性原则、甄别性原则，采用了典型工作任务分析法（BAG），既体现了以职业活动为导向、以职业能力为核心的特点，又保证了标准体例的规范化，模块化的结构便于根据行业发展进行灵活调整，以符合培训和评价工作不断发展的需要。

本标准将网店运营推广职业技能等级分为初级、中级、高级三个等级。其中，初级证书持有者具有网店开设装修、客户服务能力，中级证书持有者具有网店推广能力，高级证书持有者具有网店规划、运营能力。

1 范围

本标准提出了网店运营推广职业技能的等级、工作要求及职业技能要求。

本标准适用于网店运营推广职业技能等级的考核与评价，网店运营推广从业人员的聘用、教育和职业培训可参照使用。

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。

B/T 1.1—2009 《标准化工作导则》第1部分：标准的结构和编写

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文件。

3.1 电子商务

经济活动主体之间利用现代信息技术和互联网开展的商务贸易活动。

3.2 电子商务平台

电子商务平台是一个为企业或个人提供网上交易洽谈的平台。

3.3 网店

网店是指由企业或者个人在淘宝、天猫、京东等电子商务平台上开设的网络店铺。

3.4 订单处理

对订单所进行的核实、分类、备货、发货、收款等各项工作的总称。

3.5 受众定向

受众定向是指通过对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用户的过程。受众定向通过人群划分来售卖广告。

3.6 活跃用户

在一定的时间周期内有消费或者登录行为的用户。

3.7 客户服务

以某种形式满足客户需要的有偿或无偿活动。

3.8 用户

互联网商品或服务的使用者。

3.9 视觉营销

通过用户视觉体验来达到商品营销或品牌推广目的的活动。

3.10 搜索引擎优化 (SEO)

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,从而在搜索引擎结果页面中获得更好的自然排名的活动。

3.11 搜索引擎营销 (SEM)

通过改变企业网站或商品页面链接在搜索结果页面出现的位置,利用搜索引擎推广商品和服务的营销活动。

3.12 信息流广告

在社交平台动态或资讯媒体推荐内容中,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。

3.13 电子商务经营者

通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人或非法人组织,包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

3.14 电子商务平台经营者

在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。—本标准所称平台内经营者，是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

4 面向工作岗位（群）

《网店运营推广》职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级。

《网店运营推广》初级职业技能：主要面向网络编辑、网店美工、网店客服等岗位（群），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，具备网店开设与装修、客户服务能力。

《网店运营推广》中级职业技能：主要面向搜索引擎推广、信息流推广等岗位（群），完成关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、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》高级职业技能：主要面向商品运营、活动运营、内容运营、店铺运营等岗位（群），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、推广效果分析与优化、营销转化策略制定与实施、营销转化效果分析与优化、客户服务数据分析、客户画像分析、财务数据分析等工作任务，具备网店规划、运营能力。

5 面向院校专业领域

中职：电子商务、跨境电子商务、网络营销、移动商务、客户服务、市场营销等专业。

高职：电子商务、移动商务、网络营销、商务数据分析与应用、国际商务、市场营销、汽车营销与服务等专业。

应用型本科：电子商务、国际商务、市场营销。

6 职业技能等级标准

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，三个等级为逐次递进关系，即高等级职业技能应覆盖并满足低等级职业技能。

6.2 职业技能等级标准描述

网店运营推广职业技能初级、中级、高级标准分别如表1、表2、表3所示。

表1 网店运营推广（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 电子商务平台操作	1.1 商品上传与维护	1.1.1 能根据商品资料，提取相关信息，在电子商务平台上完成商品基础信息、销售信息的设置。 1.1.2 能根据商品详情页的设计逻辑，与页面设计成员合作，完成商品的图文描述设置。 1.1.3 能根据不同的收货地址、商品规格、运输成本，完成不同的物流模板设置。 1.1.4 能根据店铺的运营策略，完成售后服务设置。
	1.2 营销活动设置	1.2.1 能根据店铺的营销需求，完成不同类别促销活动的设置。 1.2.2 能根据店铺的品牌策略，完成品牌推广内容的编辑与发布。 1.2.3 能根据电子商务平台的要求，完成不同类别促销活动的报名。
	1.3 日常订单管理	1.3.1 能根据订单情况，在承诺的发货有效期内，完成线下发货并上传物流单号。 1.3.2 能根据订单情况，完成线上发货。

工作领域	工作任务	职业技能要求
		1.3.3 能结合商品本身的特性、货值以及收货地，按照电子商务平台退换货政策，与买家达成退换货协议，完成退换货处理。
2. 网店装修	2.1 首页设计与制作	2.1.1 能根据店铺定位，对店铺首页进行视觉营销设计。 2.1.2 能根据店铺的经营理念和文化特色，制作一个高辨识度的Logo。 2.1.3 能根据店铺的营销目标、商品卖点，制作主题明确、风格统一的Banner。
	2.2 详情页设计与制作	2.2.1 能根据网络用户的消费心理和浏览习惯，对商品详情页进行视觉营销设计。 2.2.2 能够根据商品信息，提炼卖点与特点，并制作完整的文案。 2.2.3 能够根据商品定位和目标人群，完成商品主图、商品细节图、商品营销图的设计与制作。
	2.3 自定义页设计与制作	2.3.1 能根据企业文化、品牌故事，对企业品牌宣传页进行视觉营销设计。 2.3.2 能根据店铺的营销需求，设置自定义活动页。
3. 网店客户服务	3.1 客户问题处理	3.1.1 能够根据业务发展需求，不断完善话术库。 3.1.2 能按照客户服务原则，处理客户提出的与商品相关的问题。 3.1.3 能按照客户服务原则，处理客户提出的与物流相关的问题。
	3.2 交易促成	3.2.1 能够根据与客户的交谈情况，适时进行商品推荐。 3.2.2 能够选择合适的促成方式，促使客户下单。 3.2.3 能够根据实际情况，对未支付订单进行催付。
	3.3 客户关系维护	3.3.1 能够采用网络客户信息管理工具，对网络客户的信息进行收集、整理、分析。 3.3.2 能够根据对客户信息的分析，将客户分类，为不同类型的

工作领域	工作任务	职业技能要求
		客户提供差异化的服务。 3.3.3 能够分析客户流失的原因，采取短信问候、活动推送等措施挽回流失的客户。

表 2 网店运营推广（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. SEO 优化	1.1 关键词挖掘与分析	1.1.1 能根据搜索引擎的工作原理和商品关键词常用挖掘策略，通过对商品和用户的分析，拆解关键词词根，完成商品关键词的挖掘工作。 1.1.2 能根据关键词分类方法与规范，通过数据分析，对挖掘的关键词进行分类，建立关键词词库。
	1.2 商品标题制作	1.2.1 能根据建立的商品关键词词库，依据选词和组词策略，制作合适的商品标题。 1.2.2 能根据 SEO 规则，通过数据分析，完成商品标题的优化。
	1.3 详情页优化	1.3.1 能根据商品资料和行业经验，完善商品详情页的基本参数。 1.3.2 能根据商品资料和受众特点，提炼商品的卖点，并将卖点转化成详情页创意。
2. SEM 推广	2.1 搜索推广策略制定	2.1.1 能根据任务背景，拆解任务目标，选择合适的推广计划类型，完成推广资金分配，并制定合理的推广计划出价策略，推广地域、日期策略。 2.1.2 能根据制定的推广计划策略，结合具体的推广任务目标，制定选词与出价、人群定向、推广创意策略。 2.1.3 能根据制定的关键词选词策略，挖掘合适的关键词，建立 SEM 关键词词库。
	2.2 搜索推广账户搭建	2.2.1 能根据制定的推广策略，以及平台规则、相关法律法规，熟练、准确地完成不同类型推广计划的搭建。 2.2.2 能根据制定的推广组策略，

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>熟练、准确地完成推广组的搭建。</p> <p>2.2.3 能根据制定的关键词策略，熟练、准确地完成关键词的选择与出价、匹配类型设置。</p> <p>2.2.4 能根据制定的推广创意策略，熟练、准确地完成推广创意的制作。</p> <p>2.2.5 能根据制定的人群定向策略，熟练、准确地完成人群的精准定向。</p>
	2.3 搜索推广账户优化	<p>2.3.1 能根据平台反馈数据，优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略、地域策略、日期策略等。</p> <p>2.3.2 能根据平台反馈数据，调整优化关键词的选词与出价、匹配类型。</p> <p>2.3.3 能根据平台提示，优化推广创意和定向人群，提高广告点击率和转化率。</p>
3. 信息流推广	3.1 信息流推广策略制定	<p>3.1.1 能根据任务背景和任务目标，制定店铺、宝贝、直播、短视频等信息流广告推广策略。</p> <p>3.1.2 能根据任务背景，精准分析广告受众，制定受众定向策略。</p> <p>3.1.3 能根据推广策略，拆解任务目标，制定相应的推广计划策略、推广组策略、推广创意策略、落地页策略。</p>
	3.2 信息流推广账户搭建	<p>3.2.1 能根据制定的推广策略，以及平台规则、相关法律法规，熟练、准确地完成不同类型推广计划的搭建。</p> <p>3.2.2 能根据制定的推广组策略，熟练、准确地完成推广组的搭建。</p> <p>3.2.3 能根据制定的受众定向策略，熟练、准确地完成受众的精准定向。</p> <p>3.2.4 能根据制定的推广创意策略，熟练、准确地完成推广创意的制作。</p> <p>3.2.5 能根据制定的落地页策略，熟练、准确地完成落地页的制作。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	3.3 信息流推广账户优化	<p>3.3.1 能根据平台反馈数据，优化受众定向方式、广告预算、出价策略等，提高广告推广效果。</p> <p>3.3.2 能根据受众定向报表，优化受众人群，提高受众精准度。</p> <p>3.3.3 能根据平台提示，优化推广创意和落地页，提高创意点击率和落地页转化率。</p>

表3 网店运营推广（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 能根据相关政策、行业大盘、第三方报告等资料，对相关的行业数据进行分析，明确行业的发展现状和趋势。</p> <p>1.1.2 能够根据平台公开数据，围绕目标市场走势，分析行业热销产品、营销手法、行业消费群体、行业店铺的经营现状，完成目标市场的数据分析。</p>
	1.2 网店定位	<p>1.2.1 能够根据市场数据分析，对市场进行细分，确定网店的经营类目。</p> <p>1.2.2 能够根据市场数据分析，总结归纳行业消费人群的人口特征、使用习惯、需求心理，确定网店的目標消费人群。</p> <p>1.2.3 能够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。</p>
	1.3 网店运营策略制定	<p>1.3.1 能根据网店定位结合不同电子商务平台特点，选择合适的电子商务平台进行开店。</p> <p>1.3.2 能够针对不同平台的不同店铺，制定不同的网店运营策略。</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，对品类进行分工，为不同的品类赋予不同的角色与衡量指标。</p> <p>2.1.2 能根据品类发展趋势评估指标，对店内商品品类的发展趋势进行评估并制定品类目标。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>2.1.3 能根据品类角色与目标选择合适的品类策略。</p> <p>2.1.4 能根据上一级的品类策略，为次品类进一步分解合适的品类策略。</p> <p>2.1.5 能根据象限分析法、80/20集中度分析法、ABC分析法等方法，对商品结构进行分析并建立淘汰及引进的标准。</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 能根据采购原则，收集目标商品及相应供应商的信息，选择合适的供应商。</p> <p>2.2.3 能根据经营需求，对与供应商的合作情况进行分析，建立淘汰及新增标准。</p>
	2.3 商品价格制定	<p>2.3.1 能根据定价的基本原理以及企业所处的市场类型（竞争行业、垄断行业），制定合理的商品定价策略。</p> <p>2.3.2 能够根据制定的商品定价策略，并结合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。</p> <p>2.3.3 能根据在商品不同生命周期对其制定的不同策略，对商品的价格进行优化。</p>
3. 流量获取	3.1 推广策略制定与实施	<p>3.1.1 能根据推广需求，制定并实施电子商务平台活动参与策略。</p> <p>3.1.2 能根据推广需求，制定并实施站内付费推广策略。</p> <p>3.1.3 能根据推广需求，制定并实施站外付费推广策略。</p>
	3.2 推广效果分析与优化	<p>3.2.1 能对电子商务平台活动参与效果进行分析，并根据分析结果优化电子商务平台活动参与策略。</p> <p>3.2.2 能对站内付费推广效果进行分析，并根据分析结果优化站内付费推广策略。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		3.2.3 能对站外付费推广效果进行分析, 并根据分析结果优化站外付费推广策略。
4. 营销转化	4.1 营销转化策略制定与实施	4.1.1 能根据店铺运营需求, 制定并实施店铺内营销活动策略。 4.1.2 能根据店铺运营需求, 制定并实施视觉营销策略。 4.1.3 能根据店铺运营需求, 制定并实施服务策略。
	4.2 营销转化效果分析与优化	4.2.1 能对店铺内营销活动策略效果进行分析, 并根据分析结果优化店铺内营销活动策略。 4.2.2 能对视觉营销策略效果进行分析, 并根据分析结果优化视觉营销策略。 4.2.3 能对视觉营销策略进行分析, 并根据分析结果优化服务策略。
5. 网店运营分析	5.1 店铺动态评分分析	5.1.1 能结合成本及客户满意度对物流服务商进行分析并评估。 5.1.2 能根据客服考核指标, 对客户服务情况进行分析并优化客户服务情况。
	5.2 客户画像分析	5.2.1 能根据推广数据、订单数据进行客户相关数据分析, 明确客户画像。 5.2.2 能根据客户画像, 优化运营策略。
	5.3 财务数据分析	5.3.1 能够对企业的资金进行分析, 着重对资金的来源、使用、结构、利用效果等进行分析。 5.3.2 能够对企业的成本、费用进行分析, 着重对商品成本、人员薪资、销售费用等进行分析。 5.3.3 能够对资产负债表、利润表等财务报表进行分析, 着重对企业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, 评价企业的经营成果。

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（征求意见稿）[S]. 2018.
- [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.