**2020年河北省高等职业院校移动电子商务技能大赛**

**竞赛规程**

**一、竞赛试题**

竞赛包括微店设计与装修、微信公众号运营和企业移动商务运营三大模块。至少于开赛1个月前公布赛题，微店设计与装修、微信公众号运营和企业移动商务运营分别建立至少5套赛卷的赛题库。正式赛卷于竞赛当日，经赛卷随机排序后，在监督组的监督下由裁判长指定相关人员抽取正式赛卷与备用赛卷。

竞赛样卷详见附件一。

**二、评分标准制定原则、评分方法、评分细则**

（一）评分标准的制定原则

评分标准由赛项专家组制定，全部公开。严格按照《全国职业院校技能大赛成绩管理办法》中规定的评分方法实施。

（二） 评分标准

1.成绩评定：竞赛分为三部分：微店设计与装修、微信公众号运营和企业移动商务运营。模块权重分别为20%、35%、45%，其中：

微店设计与装修得分=系统评分\*50%+评委评分\*50%；

微信公众号运营得分=系统评分\*50%+评委评分\*50%；

企业移动商务运营得分为系统评分。

2.成绩复核：为保障成绩评判的准确性，监督组将对赛项总成绩排名前30%的所有参赛队的成绩进行复核；对其余成绩进行抽检复核，抽检覆盖率不低于15%。如发现成绩错误以书面方式及时告知裁判长，由裁判长更正成绩并签字确认。复核、抽检错误率超过5%的，裁判组对所有成绩进行复核。

3.赛项最终得分：按100分制计分，最终成绩经复核无误，由裁判长、监督人员和仲裁人员签字确认后公布。

（三）评分细则

1.微店设计与装修系统评分

|  |  |
| --- | --- |
| **评分要求** | **得分** |
| **首页设计与装修 31分** | |
| 图片尺寸 | 10分 |
| 店铺招牌 | 6分 |
| 竖图广告 | 3分 |
| 底部导航 | 12分 |
| **商品展示与销售 28分** | |
| 首页商品 | 6分 |
| 详情页商品 | 19分 |
| 海报页商品 | 3分 |
| **店铺营销与推广 33分** | |
| 店铺动态 | 18分 |
| 活动海报 | 9分 |
| 营销推广 | 6分 |
| **App生成与设置 8分** | |
| App生成 | 4分 |
| App设置 | 4分 |

2.微店设计与装修评委评分

（1）店铺招牌 10分

店铺名称与行业及主营商品关联，读起来朗朗上口，容易被记住 3分

Logo具有创意和寓意，与店铺名称具有关联性，容易产生品牌/商品联想 3分

背景图片设计美观、简洁，体现店铺特色 3分

店铺招牌整体设计和谐统一，各元素之间相互呼应 1分

（2）竖图广告 10分

竖图广告文案围绕“上新”展开，内容具有创意 5分

图片设计具有艺术感和层次感，整体色调、风格与店铺一致，有较强的视觉冲击力 5分

（3）商品展示 20分

首页的主推商品具有明确标识，与普通商品有明显区分 4分

详情页商品标题信息传递准确，能够吸引点击 4分

详情页商品主图突出商品卖点，主图比例恰当、文字与商品协调 4分

详情页商品辅图既包含商品展示也包含商品细节呈现，让顾客能够放心购买 4分

详情页商品详情信息全面，包含商品展示、商品细节、包装信息、参数信息、物流信息、售后信息、顾客好评等 4分

（4）店铺动态 20分

头部轮播图，至少有2张，一张展示店铺优惠活动，包含活动主题、优惠力度等信息；另一张展示促销商品，突出商品卖点 6分

图文动态，至少发布2条，文案围绕主推商品、买家秀、促销活动等内容展开，图片与文案相关、链接与内容相匹配、话题与文案主题相关 5分

文字动态，至少发布2条，文案有新意，包含活动预热、店长密语等内容，话题具有讨论性 5分

页面整体色调统一、布局合理、内容丰富，能够完整呈现店铺的动态 4分

（5）活动海报 15分

海报主题突出，广告及商品右上角带有主题标签 5分

海报内图文穿插，突出主题活动的优惠力度，能够吸引顾客进店购买 5分

海报整体风格与店铺风格协调，具有良好的视觉体验 5分

（6）独立App 10分

App简介与功能介绍编写恰当，能够吸引用户下载使用 5分

启动页色彩搭配与店铺风格统一，与首页过渡和谐 5分

（7）整体效果 15分

装修风格和色彩搭配符合主营行业特性和商品特色 5分

整体布局合理，功能区搭配及位置摆放符合用户使用习惯 5分

店铺整体装修效果突出，吸引顾客二次进店 5分

3.微信公众号运营系统评分

|  |  |
| --- | --- |
| **评分指标** | **得分** |
| **公众号基础建设 14分** | |
| 公众号定位 | 4分 |
| 底部导航菜单设置 | 6分 |
| 关注时回复与帮助 | 4分 |
| **内容规划与设计 34分** | |
| 微网站搭建 | 10分 |
| 推文管理 | 12分 |
| 海报场景 | 12分 |
| **推广与运营23分** | |
| 调研表单 | 15分 |
| 促销管理 | 4分 |
| 活动管理 | 4分 |
| **客户服务 29分** | |
| 客服基础设置 | 6分 |
| 客服测速 | 5分 |
| 咨询处理 | 12分 |
| 客户关系管理 | 6分 |

4.微信公众号运营评委评分

（1）公众号整体规划15分

公众号名称容易识别；logo设计有寓意；描述与企业或品牌等内容相关 6分

底部导航菜单分类明确，结构合理，一级导航与二级导航间具有包含关系 5分

自动回复语句亲和，向用户提供有效信息，并能起到一定的引导作用 4分

（2）微网站设计20分

界面展示简洁优美，与行业特色相符合。5分

图片清晰美观、不压缩变形，视觉传达效果较好。5分

网站内容突出产品分类、热销榜单、新品上新、活动特惠等信息。10分

（3）营销文案策划 30分

必须包含以下三种类型文案，缺少一项，则该项不得分。

商品导购文案：文案内容可通过导航菜单获取；采用图文结合的方式，排版美观。标题具有吸引力，能够吸引消费者点击；内容包含用户购买场景、产品信息、关注或购买引导等 10分

品牌故事文案：文案内容可通过导航菜单获取；采用图文结合的方式，形式新颖。标题有创意，能够将用户带入故事情境；内容能够凸显品牌的特点，体现品牌态度和理念；且突出情感色彩 10分

活动促销文案：场景文案可通过导航菜单获取；视觉传达效果好。文案内容包含“6.18”、“双11”、“双12”、“圣诞节”等电商节庆的相关活动信息和元素，体现促销力度；能够传递产品卖点信息；并引导用户购买 10分

（4）运营方案设计 35分

展现形式：方案内容可通过导航菜单获取；方案排版简洁大方，内容布局合理 5分

内容设计：运营方案必须包含公众号定位、内容规划、推广策略以及实施过程四部分。公众号定位结合行业情况进行分析，内容详实，具有指导作用；内容规划和推广策略结合公众号现有内容进行阐述，能为目标用户提供合适的内容，并能吸引大量粉丝；实施过程步骤清晰，目的明确 20分

内容创新度：内容设计在以上要求外有拓展，拓展内容观点明确，思路清晰，表述详细且合理，可依据方案内容酌情评分 10分

5.企业移动商务运营评分

企业移动商务运营得分全部采用系统评分，体现出其真实、客观和公正性，具体评分指标与权重参见下表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **权重** | **二级指标** | **权重** |
| 运营 | 35% | 商品价格竞争力 | 30% |
| 流量 | 30% |
| 成交转化率 | 40% |
| 营销 | 15% | 营销互动率 | 30% |
| 营销质量度 | 70% |
| 客户 | 10% | 市场份额 | 50% |
| 客户满意度 | 50% |
| 财务 | 40% | 销售额 | 40% |
| 利润率 | 40% |
| 预算控制 | 20% |

**三、技术规范**

（一）教学标准：

基于高等职业教育“专业标准”“课程标准”为基本范围和基本要求。

（二）技术规范：

赛项竞赛内容符合国家工商管理业务技术规范，竞赛软件平台采用相同的技术标准、业务流程、业务规范设计。

1. B/S架构

竞赛平台采用B/S结构，能支持远程应用，可通过局域网或互联网连接登录使用。由竞赛技术支持单位提供技术支持。

2.三层结构

软件的设计包括数据库层、应用服务器层、操作层。系统扩展能力强，可以满足数千人同时竞赛。

3.数据库

软件后台采用SQL Server专业数据库系统，数据安全性高。

4.软件知识产权

软件具有独立知识产权，拥有软件著作权证书。

**附件一：竞赛样卷**

竞赛包括微店设计与装修、微信公众号运营和企业移动商务运营三大模块。题库中所有题目均为公开赛题，正式赛题于比赛当日，在现场监察委员会的监督下，由监察人员随机抽签决定。

**（一） 微店设计与装修**

考试题目：以xx行业为背景，围绕界面规划、图片美工、元素设计、活动策划、店铺动态、海报设计等任务，完成微店设计与装修。

考试要求：根据主营行业特性及商品特色，选取恰当的装修风格装饰店铺，注重视觉引导和用户体验。

**1.整体要求**

（1）店铺整体色彩和谐，色调及风格符合行业特点及商品特色。

（2）功能布局合理，组件位置、排序符合用户浏览及购物习惯。

（3）上传的图片符合系统尺寸要求，图片清晰，不压缩或拉伸变形。

**2.店铺首页**

（1）店招：具备店铺名称、logo、背景图三个要素，设计具有高度概括力和吸引力，能够反映经营特色，引起顾客兴趣，易宣传，便记忆。

（2）竖版广告：选用合适的组件展示竖版广告，符合手机端用户竖屏阅读的习惯。广告主题为店铺商品的上新情况，要包含新品特色、新品活动等信息。

（3）主推商品：选取2-4个商品作为店铺主推商品，商品图中加“主推商品”的标识，点击可查看商品详情。

（4）营销推广：同时开展满减优惠和推广活动，设计并展示至少2张优惠券；策划一场促销活动，选取商品进行推广。

**3.商品详情页**

（1）商品标题：字数不宜过多，尽量采用“卖点+商品名称+基本属性+规格”的命名方式。

（2）商品主图：商品占主图比例不能过小，50%-90%为佳；主图背景干净，突出商品主体；图中文字精简，字的大小、摆放位置与商品协调。

（3）商品辅图：每个商品至少包含4张辅图，既有商品展示图，也要有商品细节图。

（4）商品详情描述：详情描述用图片或图文混排，至少包含5张图片，文字描述尽量简洁，避免使用连续200字以上的大段文字；详情描述需包含商品展示、包装信息、参数信息、物流信息、售后信息等，也可以插入顾客好评截图，增加产品口碑效应。

（5）关联销售：商品详情描述后，挑选并放置2个店铺推荐商品，以促进可能产生的关联销售。

**4.店铺动态**

（1）利用自定义页面，完成店铺动态的页面设计，具有向买家展示店铺活动、商品、买家秀等信息的功能，页面命名为“店铺动态”。

（2）店铺动态头部以轮播图的形式展示店铺活动或者促销商品：提供至少2次轮播，一张图片展示店铺优惠活动、一张图片展示促销商品，活动广告要包含活动的主题、优惠力度等信息，商品广告要突出商品卖点。

（3）至少发布2条图文动态、2条文字动态。图文动态可围绕主推商品、买家秀、促销活动等内容展开，图片需包含有效链接；文字动态可围绕店长密语、活动预热等内容展开。发布的动态中可包含相应的话题，以方便顾客讨论。

**5.活动海报**

（1）从“6.18”、“双11”、“双12”、“圣诞”等网络促销日中选定主题，利用自定义页面，完成促销活动海报设计，要求主题醒目、活动力度诱人。页面命名为“活动海报”。

（2）海报中至少包含1张广告图片、2件促销商品，广告及促销商品右上角都必须带有海报的主题标签。

**6.底部导航**

（1）具备四个一级导航，每个一级导航下均设二级导航，且至少2个。导航菜单的名称与图标尽量保持一致，且所有二级导航可打开均不重复的页面。

（2）底部导航中需包含“店铺动态”、“活动海报”两项导航名称，且链接到对应的自定义页面中。

**7.独立App**

（1）将装修完成的店铺，一键生成同名App，满足Android和IOS两类系统的使用需求。

（2）完成App的名称、图标、简介、功能介绍、启动画面等内容的设置，需要与店铺设置及装修风格对应，便于用户在应用市场查找。

**（二） 微信公众号运营**

考试题目：以XX行业为背景，围绕公众号基础建设、内容规划与设计、推广与运营、客户服务等核心任务，完成公众号搭建与运营

**考试要求：**

**1.公众号基础建设**

（1）公众号定位：公众号名称与行业相关，易记且易识别；LOGO设计醒目，有寓意，与公众号名称相匹配；公众号描述能够向用户提供有效信息。

（2）底部导航菜单：底部导航分类准确，每个一级导航菜单下均设有二级导航菜单，二级导航菜单下均为有效链接，可跳转不同页面；能够为用户提供方便、准确的交互入口。

（3）关注时自动回复：关注时自动回复设计友好、语气亲和，能够为用户提供有效信息，具有引导性。

**2.内容规划与设计**

（1）网站搭建：基于商城型网站，搭建移动端网站，要求突出产品分类、热销榜单、新品上新、活动特惠等信息，以此宣传企业的产品和服务。

（2）商品导购文案：借助图文回复工具，撰写不少于300字的商品导购文案，且文案内容可通过底部导航菜单获取。文案要求以用户需求为出发点，标题具有吸引力，以“利”诱人，指明产品能给消费者带来的利益；内容包含用户购买场景、商品信息、关注或购买引导等内容。

（3）品牌故事文案：借助图文回复工具，撰写不少于300字的品牌故事文案，且文案内容可通过底部导航菜单获取。文案要求以品牌诞生过程为切入点，标题新颖，以“情”动人，能把消费者带入情景中；文章情感色彩突出，凸显品牌特点，体现品牌态度和理念，促进消费者主动分享与传播。

（4）活动促销文案：利用海报场景，设计不少于6张宣传页面的活动促销文案，且文案内容可通过底部导航菜单获取。要求场景文案促销活动主题明确，包含“6.18”、“双11”、“双12”、“圣诞节”等电商节庆关键词；文案内容能够体现促销力度，展示商品信息和核心卖点，并引导用户购买。

**3.推广与运营**

（1）用户需求调研：借助调研表单工具，针对目标用户的产品消费情况设计一份调研问卷，要求问卷正文至少包括被调查者的信息收集和产品消费情况调查两部分。明确调查目的和内容，保证问卷的时效性，语言措辞选择得当，问题数量合理，尽量控制在10-15题以内。

（2）游戏营销推广：为用户提供2个互动的小游戏，吸引粉丝的关注，以此带动公众号的活跃度。

（3）促销活动推广：选择2款热销产品，分别参与限时拼团和微降拍促销活动，吸引粉丝的参与，提高品牌的知名度和影响力。

**4.客户服务管理**

（1）客服基础设置：开启客服状态，完成智能机器人和人工客服的基础信息设置。

（2）客服技能测试：快速并准确的完成客服打字练习，并确保打字速度在60字/分钟以上。

（3）客户咨询处理：开启人工客服接待客户的同时，启用智能机器人客服，并预设客户的常见问题及回复内容，节省人工客服的成本，提升客户满意度。

（4）客户关系管理：以客户为中心，从用户属性、行为偏好等角度，将客户进行分组管理。

**5.运营方案设计**

（1）借助图文回复工具，提交公众号的整体运营方案，要求方案排版简洁大方，字数不少于800字，且方案内容可通过底部导航菜单获取。

（2）方案内容包括公众号定位、内容规划、推广策略以及实施过程等。公众号定位需结合行业内相关公众号的运营情况进行分析；内容规划和推广策略需结合公众号现有内容进行详细阐述，内容规划能够满足用户需求，推广策略能够吸引大量粉丝；实施过程步骤清晰，目的明确。

（3）方案不仅限于上述内容，若有更多想法或创意，可自由发挥。

**（三） 企业移动商务运营**

参赛团队经营一家以移动商务业务为核心的公司，经营之初，公司拥有一笔200万的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发管理部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务管理部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。

虚拟公司将经历3个经营周期，围绕4种可选商品，完成若干决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。最终依据运营指标、营销指标、客户指标和财务指标这四个维度进行运营成果整体评判，按得分高低进行竞争名次排序。

**1.无线运营管理**

（1）业务战略定位

根据运营背景、市场竞争、本企业资金等情况，在无线店铺、独立APP和微信商城三大业务中进行定位选择，确定企业经营方向，进行有效配置资源。

（2）数据选品

参照各商品的市场交易热度数据，细分商品市场，分析各商品的竞争激烈程度，预估市场前景、市场销量和市场份额，作出选品决策。

**2.移动应用开发管理**

（1）移动应用规划

依据企业的业务定位，进行App开发和微信二次开发等应用规划。App开发规划主要涉及开发模式、开发系统以及开发的预算评估；微信二次开发规划主要包含公众号类型的规划以及开发的预算评估。

（2）移动应用开发

依据开发的规划，进行App的开发和微信公众号的开发。App开发主要进行功能组合开发以及App的打包生成；微信二次开发则主要进行移动应用开发和公众账号开发，并进行自定义导航的设置以及内容设置。

（3）移动应用维护

对上一期开发的App和微信公众号等移动应用进行功能维护，并进行功能维护的预算评估。

**3.无线店铺运营**

（1）商品采购

依据选品决策和市场预估，权衡超额采购单位成本降低与剩余库存保管费增加的对冲效果，确定商品采购量。

（2）基础设置

围绕主营商品的特色特点，设计并完成无线店铺名称、logo和简介信息；开启本店铺支持的支付方式和物流方式。

（3）店铺装修

参照范本提供的页面布局，判断范本使用组件及其样式，利用软件素材库提供的素材，进行图片美工处理，完成店铺首页设计与装修。

（4）商品管理

添加已采购的商品，完善商品标题、关键词、价格、运费等信息。已采购的商品，若未添加，则该商品无订单生成。

（5）营销推广

 提供关键词优化、活动策划、优惠券和短信提醒四种手段，合理选择并设置，达到提升店铺流量，进而促进订单转化的效果。

（6）客户服务

 具备服务设置和模拟客服咨询处理两类业务，选择智能机器人等级，设置人工客服人数和咨询回复时间，开启退换货服务机制，模拟人工客服角色，回答系统随机问题。模拟咨询环节每期提供10道不重复的问题，回答正确率将计入客服满意度指标。

（7）订单发货

根据订单收货地、订单所含商品数量，以及商品库存情况，选择合适的物流方式进行发货。已完成发货的订单，其实际金额才计入销售收入范畴。

**4.移动营销管理**

（1）营销预算规划

依据市场状况和企业现状，进行营销预算的综合规划，确认本年度各营销渠道的营销预算。

（2）App营销

可将企业自主研发的App进行市场推广，通过展示广告和自选搜索关键词推广等方式抢占App市场，快速获取更多下载量和市场好评，从而增强用户黏性。

（3）微信营销

借助微信社交平台进行微信营销推广，实现朋友圈广告的自主投放和宣传，利用品牌活动推广、移动应用推广、公众号推广以及卡券推广等多种朋友圈推广方式，实现企业公众号在朋友圈的营销和推广。

（4）微博营销

借助微博社交平台进行微博营销推广，可通过编辑微博创意和宣传文案实现微博推广和移动应用推广，进行微博营销，并按照粉丝关系、人群属性以及社交兴趣的选择构建用户的人群画像，扩大微博营销的影响力。

（5）微淘营销

微淘作为无线淘宝营销工具，支持移动端微淘的粉丝营销，可围绕商品、广播、资讯、活动等主题进行多样化的微淘推广，从而获取更多的流量。

（6）二维码营销

二维码作为一种新型的营销方式，能够引导用户通过[二维码](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%8C%E7%BB%B4%E7%A0%81" \o "二维码)获取[相关](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%9B%B8%E5%85%B3" \o "相关)产品资讯、商家推广活动的最新信息，刺激[用户](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85" \o "消费者)的[购买行为](http://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%AD%E4%B9%B0%E8%A1%8C%E4%B8%BA" \o "购买行为)。

（7）H5营销

H5营销可设置不同主题的场景内容，实现H5场景一键分享至微博或者微信等社交平台进行同步式推广，从而以新颖的内容、有趣的互动，增加营销深度和效果。

（8）营销监测

实时监测企业各种不同新媒体营销渠道的动态以及行业营销动态，及时调整各渠道的营销投放策略。

**5.人力资源管理**

为企业各业务部门制定绩效考核指标，完成绩效考核，履行薪酬福利发放。

**6.财务管理**

查看企业财务状况，包含收支明细、雷达图、资产负债表、损益表和现金流量表等。企业运作过程中，若资金不足，支持向银行贷款。

**7.营销互动**

现金加油区集成应用市场、微博、微信、微淘等主流移动营销渠道，并引入“流量互换”机制，激励用户的点赞、分享、评论、关注等社交互动行为，形成“社交流量-口碑推广-电商流量”的移动商务新模式，体现移动商务的社交营销和分享经济理念。

**8.数据分析**

自动生成各类运营数据，包括企业整体数据、业务数据、营销数据、商品数据和市场数据等，要求根据数据结构，分析诊断企业运营优劣势，进而及时调整经营策略，优化企业经营决策。