

选送单位	
------	--

姓名	
----	--

参赛编号	
------	--

地区	
----	--

此线过准题答生考

中华人民共和国第二届职业技能大赛甘肃省选拔赛
互联网营销竞赛操作技能考核试卷

注 意 事 项

- 一、本试卷试题如无特别注明，则为全省通用；
二、请考生仔细阅读试题的具体考核要求，并按要求完成操作或进行笔答或口答；
三、操作技能考核时要遵守考场纪律，服从考场管理人员指挥，以保证考核安全顺利进行。

试题一：网络（含直播）销售项目

1. 背景资料

刘方所在的村子是电子商务先进村，家家户户都在经营着各式各样的淘宝店铺，刘方利用自家种植大棚的先天优势，开了一家生鲜店铺，主要销售蔬菜水果等生鲜产品。即将就要99大促了，这也是双十一前最大力度的一次促销，刘方想抓住这次机会，带来销量的突破。为此刘方开通了店铺直播，打算在9月9日当晚进行店铺首场直播。

本场直播是一场宠粉直播，所以不仅商品价格要低，还要保证产品的质量，同时还应满足粉丝对商品有需求，刘方需要根据市场数据分析，选择5款本次直播的商品（其中需包含本次直播指定的2款商品）策划并实施一场完整的直播。在直播间装修时，需要突出本场直播指定的2款商品以及直播福利活动的剧透。

两款商品的介绍如下：

1.1 石榴

石榴是一种老少皆宜的水果，酸甜可口，果实中含有多种人体所需的营养成分，具有美容养颜、延缓衰老、保护心脏、软化血管、补血养气、保护眼睛的功效。

1.2 草莓

草莓又叫红莓、洋莓、地莓等，色、香、味俱佳，而且营养价值高，含丰富维生素C，有帮助消化的功效，所以被人们誉为“水果皇后”。草莓外观呈心形，鲜美红嫩，果肉多汁，酸甜可口，且有特殊的浓郁水果芳香，因此备受人们的喜爱。

2. 具体考核要求

根据背景资料要求，进行数据分析，选出直播所需商品，并进行采购与定价。

根据背景资料要求，对直播主题、时间等进行规划，并据此策划直播脚本。

根据背景资料要求，创建直播，确定直播的封面、栏目、简介等信息。

根据背景资料要求，对直播间进行装修，设置相关直播信息。

根据背景资料要求，为直播做推广，提高直播间的流量。

根据背景资料要求，对直播间观众的行为数据、商品数据等进行分析。

直播时长要达到10分钟。

讲解的商品正确关联商品链接。

直播画面始终围绕主播或竞赛商品，画面清晰明亮；直播过程中没有10秒以上的卡顿、冷场。

直播开场包含问好、自我介绍、本次直播计划、促销活动四项内容。

有商品属性、特色、卖点的介绍，有商品日常价格、直播促销价的说明，有商品的特写

中华人民共和国第二届职业技能大赛甘肃省选拔赛 互联网营销竞赛操作技能考核试卷

展示。同时，要回答弹幕中出现的相关问题。

结尾需要包含引导关注、感谢语等内容。

试题二：数字营销推广

1. 背景资料

请在给定的推广资金范围内，在相同的竞争环境下，为同一家企业通过媒体平台进行图文预告等图文内容的推广和商品介绍等视频内容的推广。选手需要结合推广资金及投放对象，根据给定的背景资料，分析图文内容和视频内容，确定目标受众群体，通过人群标签圈定目标受众，以付费推广方式获得图文、视频在不同广告位置的强势展现机会，增加展现量和点击量，将信息传递给目标受众，促进商业价值变现。

1.1 企业介绍

特维斯创立于 1997 年，是品质家电领导品牌。二十余年来，特维斯秉承健康、创新的核心文化，倡导科技打造美好生活的产品理念。如今，特维斯旗下有数百种的产品，包括大家电、厨电、小家电三条主要产品线，为用户提供便利生活，改善生活品质。为迎接互联网经济下新型家电发展业态，公司准备实行以大家电销售为核心，厨电与小家电产业线推动发展的产品战略。公司针对年轻人的品味与需求进行产品设计与开发，刺激新的产业增长活力。目前，特维斯主要提供热水器、空调、冰箱、洗碗机、榨汁机、电磁炉、热水壶、扫地机器人、吹风机、电风扇等产品。

618 家电节临近，为了进行品牌宣传与产品销售，集团市场部策划了几场直播活动，并策划制作了图文预告、品牌故事图文、产品介绍视频、品牌介绍视频等多种形式和营销目的的内容素材，交予数字营销推广人员进行推广预热。

1.2 企业产品介绍

集团拥有大家电、厨电和小家电三条产业线，不同产品线下又有不同类型的产品。

1.2.1 大家电产业线

大家电产业线产品类型丰富，此次营销活动重点选取了热水器、空调、冰箱、洗碗机四款产品，配合市场活动。

1.2.2 厨电产业线

此次市场活动重点选取了厨电产业线的榨汁机、电磁炉、热水壶三款产品。

1.2.3 小家电产业线

此次市场活动重点选取了小家电产业线扫地机器人、吹风机、电风扇三款产品。

大家电产业线是特维斯的重点产业线，为了配合此次营销活动，大家电产业线的产品主要针对北京、天津、上海、广东、山东等消费大省进行销售。此次厨电产业线的营销目标是开拓华东、华中与华南市场，增加品牌在此地域内的知名度。小家电产品线的产品主要针对华北、华中、东北地域进行推广。

中华人民共和国第二届职业技能大赛甘肃省选拔赛 互联网营销竞赛操作技能考核试卷

1.3 图文介绍

数字图文内容是最常见的形式，包括纯文字型、纯图片型、图文型等多种类型，可以出现在企业官网、媒体平台等诸多渠道中。为了达到更好的营销效果，企业规划系列图文提高影响力，以图文为形式，以内容为载体，涉及直播预告、品牌宣传等多种营销目的。

1.4 视频介绍

视频可以出现在电视、电影、视频平台、直播平台、自媒体等诸多渠道中，是近年来成长最快的内容类型，为了达到更好的营销效果，企业规划系列视频提高影响力，以视频为形式，以内容为载体，涉及产品介绍、品牌宣传等多种营销目的。

参赛选手根据企业介绍、企业产品和图文内容、视频内容，结合推广资金，制定并实施数字营销推广策略。通过人群标签圈定目标受众，以付费方式获得不同广告位置网页信息的强势展现机会，并带来更多的展现量和点击量，将信息传递给目标受众，促进商业价值变现。包括设置广告组、设置广告计划、设置创意、推广效果数据分析与优化等操作。

2.1 设置广告组

设置广告组主要包括选择推广目的、设置账户日预算、设置广告组名称。推广目的包括图文推广和视频推广，需要根据推广对象选择；设置账户预算包括不限和指定预算两种，不限是指不限制广告组的最高预算，消耗最高额度为给定的推广资金，指定预算是指限制广告组的最高预算，消耗最高额度为设置金额，最高不超过给定的推广资金，广告组达到设置的账户预算则停止投放；设置广告组名称是指为广告组命名，方便识记即可，不影响推广效果。

2.2 设置广告计划

设置广告计划包括选择投放的视频或图文、设置广告受众、设置广告预算和出价、设置广告计划名称。

2.2.1 选择投放的视频或图文

选择投放的视频或图文主要是图文、视频投放对象的选择。为了进行营销活动，企业制作了多个不同营销目的的图文、视频内容，选手需要根据营销目的选择图文、视频进行推广，图文、视频内容不同，营销目的不同，对应的目标受众不同。

2.2.2 设置广告受众

设置广告受众是指从地域、性别、年龄、兴趣分类、兴趣关键词、平台、APP 行为定向、手机品牌、网络、运营商等不同维度定位目标受众，当使用多种定向时，视频或图文内容会获得在同时满足所有定向条件的目标受众面前展现的机会，具体是否展现还要看目标人

中华人民共和国第二届职业技能大赛甘肃省选拔赛 互联网营销竞赛操作技能考核试卷

群是否相关、预算、出价、投放时段等其他方面的设置。

2.2.3 设置广告预算和出价

设置广告预算和出价包括设置广告预算、投放时段、投放目标、付费方式和出价。

2.2.4 设置广告计划名称

设置广告计划名称是指为当前广告计划命名，方便识记即可，不影响推广效果。

2.3 设置创意

设置创意包括投放位置设置、制作创意、设置创意分类和标签等，投放位置设置是选择选择广告展示的位置；制作创意主要是创意标题的设置等；设置创意分类和标签是指为当前创意选择分类及编辑创意标签。

2.4 推广效果数据分析与优化

完成所有广告组、广告计划、创意的设置后，可以完成一个周期的推广活动，不同广告组、广告计划、创意的设置带来不同的展示数和点击数，为了获得更好的推广效果，可以对广告效果数据进行分析，并利用预算余额再次进行推广，当预算余额为“0”或不满足最低余额设置限额时，不可再次进行推广。具体推广活动与上相同，包括新建广告组、广告计划、创意等，并完成推广活动，获得一定的展示数和点击数，最终获得的展示数和点击数是两个周期获得展示数之和和点击数之和。