



跨境电子商务多平台运营
职业技能等级证书

跨境电子商务多平台运营 职业技能等级证书 培训指导方案 (中级)

厦门优优汇联信息科技股份有限公司

2022 年 4 月 25 日

目录

| | |
|---------------|----|
| 一. 培训目标..... | 2 |
| 二. 培训概述..... | 2 |
| (一) 培训对象..... | 2 |
| (二) 培训内容..... | 2 |
| (三) 培训方式..... | 2 |
| (四) 培训时长..... | 2 |
| 三. 培训大纲..... | 3 |
| 四. 教学方法..... | 9 |
| 五. 培训师资..... | 9 |
| 六. 培训环境..... | 10 |
| 七. 教材选用..... | 10 |

一. 培训目标

通过理论培训,全面提升培训学员对跨境电子商务理论知识理解与实践操作能力,使其具备考取跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书的知识储备。同时,配备实操培训,使培训学员能够具备解决跨境电子商务多平台运营实际问题的能力,从而提高跨境电子商务岗位就业竞争力。

二. 培训概述

(一) 培训对象: 全国中职、高职及本科院校符合专业面向的各专业在校生; 从事及拟从事跨境电商运营的社会人员

(二) 培训内容:

《跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书》的中级培训, 主要围绕跨境电子商务平台运营专员、选品专员、站外推广专员、数据分析专员、客服主管等岗位(群)所需要的技能知识, 使学员具备完成竞品数据采集分析及链接优化、店铺健康数据指标采集分析、店铺业绩数据指标采集分析、活动方案执行、站内推广执行、站外推广执行、客户服务信息分析、客户服务异议问题处理、客户服务质量优化等工作任务的相关知识与技能, 能够胜任数据采集分析与选品、店铺活动策划与执行、站内/外营销推广执行、客服管理等工作领域。

(三) 培训方式: 线上+线下结合的方式。线下进行理论讲授及实操演练, 线上通过智慧云平台的数字化资源进行学习。

(四) 培训时长: 总时长 96 课时, 其中, 理论 46 个课时, 实训 50 课时, 具体课时分布如下表所示:

| 学习项目 | 总学时 | 理论课时 | 实践课时 |
|---------------------------|-----|------|------|
| 项目 1：数据采集分析与选品 (3 个任务) | 20 | 8 | 12 |
| 项目 2：店铺活动策划与执行 (2 个任务) | 18 | 10 | 8 |
| 项目 3：站内营销推广执行 (2 个任务) | 18 | 10 | 8 |
| 项目 4：站外营销推广执行 (4 个任务) | 24 | 10 | 14 |
| 项目 5：客服管理 (4 个任务) | 16 | 8 | 8 |
| 合计 | 96 | 46 | 50 |

三. 培训大纲

| 项目 | 任务 | 学习要点 | 课时 | 实践活动 | 课时 |
|-----------|--------|---|----|--------------------------|----|
| 数据采集分析与选品 | 竞品数据分析 | 使用第三方数据采集工具，按周期采集竞品销量、库存量、评价数量与分数等数据，分析竞品销售趋势，为选品提供参考依据 | 3 | 根据选品方向，完成 2 款热销竞品的数据采集分析 | 4 |
| | | 使用第三方数据采集工 | | 挖掘出 3 | |

| | | | | | |
|-------------------|----------------|--|---|---|---|
| | 数据 化选 品 | 具，按周期采集平台产品 访客数、加购率、转化率 等数据，分析产品趋势， 为产品定位提供判断依据 | 3 | 款产品， 并对选品 做销售潜 力分析、 建立选品 清单并录 入产品采 购信息 | 4 |
| | 产品 链接 优化 | 根据平台规则及要求撰写 产品标题、关键词、产品 属性、产品描述信息内容 | 2 | Listing 优化 | 4 |
| 店铺活 动策划 与执行 | 店铺 活动 策划 | 根据平台活动规则或店铺 活动主题，结合店铺产品 线信息、活动周期和时间， 估算活动利润，设定店铺 活动规则，制定站内日常 活动策划方案 | 2 | 完成活动 利 润 估 算、活动 规 则 设 定、制定 | 4 |
| | | 根据社交平台和站外促销 网站的规则，结合店铺产 品线，确定活动主题、活 动时间和频次，估算活动 利润，制定站外活动策划 | 3 | 活 动 主 题、规划 活动产品 与周期 | |

| | | | | | |
|------------------|--------------------------|---|---|-----------------------------|---|
| | | 方案 | | | |
| 店铺 活动 执行 | | 根据平台活动相关规则及店铺促销活动方案，完成满减、秒杀、限时折扣等促销活动的提报与设置 | 2 | 完 成 促 销、活动 信息站外 发布 | 2 |
| | | 使用平台和第三方数据采集工具，采集并统计活动期间的销售额、访客数、转化率等数据，提供与活动相关数据报告 | 3 | | |
| | | 据活动目标与实施效果的差异对比，调整推广方案，并根据最终效果，对后续活动方案提出优化建议 | | | 2 |
| 站内营 销推广 执行 | 站内 推广 方案 制定 | 根据平台特点、目标人群、店铺产品线及竞品，选择推广渠道，编制预算，对站内外推广进行 SWOT | 2 | 制 定 1 份 合 理 的 推 广 方 案 | 4 |
| | | 根据店铺整体推广策略，制定包含客户画像、产品、关键词、推广预算、推广工具、推广周期等内容的 | 3 | | |

| | | | | | |
|----------|----------|--|---|----------|---|
| | | 店铺站内推广方案，达到提升利润、站内搜索权重的目标 | | | |
| | PPC 广告投放 | 根据店铺推广方案，完成选择推广产品、筛选关键词、设置关键词出价等操作，选择推广产品，设置关联广告 | 2 | 广告投放 | 4 |
| | | 根据店铺推广方案和执行效果的差异对比，提出推广产品选择、关键词和关键词出价优化等相关建议，达到提升产品投放排名和优化广告投入产出比的效果 | 3 | | |
| 站外营销推广执行 | 站外推广方案制定 | 根据社交平台和站外促销网站的规则，结合店铺产品线，确定活动主题、活动时间和频次，估算活动利润，制定站外活动策划方案 | 2 | 撰写站外推广方案 | 2 |
| | Googl | 根据店铺推广方案，按照 | 3 | Ads 广告 | 2 |

| | | | | | |
|------|-----------|---|---|-------------------|---|
| | e ads 推广 | GA 广告的平台规则，发布推广活动 | | 投放并优化 | |
| | SNS 推广 | 根据店铺推广方案，按照 Facebook、Tik Tok、Twitter 等社交平台规则，通过设置折扣、发布与产品相关的视频、外链、软文等信息进行站外推广 | 2 | 在社交媒体平台展开内容推广工作 | 5 |
| | Deal 网站推广 | 根据店铺推广方案，按照 Slickdeal、Hotukdeals、Dealsplus 等站外促销网站的规则，通过与红人合作、设置折扣等方式进行推广 | 3 | Deal 网站推广 | 5 |
| 客服管理 | 客户信息收集与管理 | 根据平台规则，使用客户信息管理工具，对客户 ID、姓名、性别、年龄、地域、购买商品、购买金额、购买单价、复购次数等信息进行收集整理 | 1 | 制作客户信息文档并完成客户维护工作 | 2 |
| | | 根据客户咨询过程产生的问题，进行产品、服务、 | 1 | | |

| | | | | | |
|--|----------|--|---|-------------------------|---|
| | | 物流等信息收集，对异常情况及时上报 | | | |
| | 客户服务信息分析 | 根据平台规则，对客服人员的咨询回复与产品推荐、订单跟踪与反馈、退换货与评价处理的回复内容进行监督和分析，提出改进建议 | 1 | 客户服务信息监督与分析 | 2 |
| | | 根据客服接待人数、销售额、询单转化率、响应时间等指标进行监督和分析，提出改进建议 | 1 | | |
| | 客户异议问题处理 | 根据客服人员上报的物流时效、退换货、退款等异议问题，帮助客服人员分析并提出更为有效的解决方案 | 1 | 解决物流时效/退换货/退款/客户投诉等异议问题 | 2 |
| | | 针对平台的客户投诉，根据平台交易规则进行有效申诉，提供交易、供应链、知识产权等有效证据，以保证双方权益 | 1 | | |

| | | | | | |
|--|----------------------|---|---|-----------------------|---|
| | 客户 服务 质量 优化 | 根据客服人员的咨询回复与产品推荐、订单跟踪与反馈、退换货与评价处理的回复内容,不断补充完善客户服务手册中的问答案例、销售话术等内容 | 1 | FAQ、客服 工作流程 的制定 | 2 |
| | | 根据客服接待人数、销售额、询单转化率、响应时间等数据指标,不断补充完善客户服务手册中的工作准则和流程 | 1 | | |

四. 教学方法

培训实施以理论讲授及实操演练为主,通过理论与实操结合的方式,加深培训学员对于跨境电子商务专业知识的理解吸收掌握。理论讲授需按照循序渐进的原则,由浅入深、由简到繁。可采用案例分析、问题教学的教学方式。实操演练需按照从入门到精通的原则,设置实操课程的难易程度。可采用现场演示教学、角色模拟的教学方式。

五. 培训师资

1. 具备培训师的基本要求,思路清晰,普通话标准,具备顺畅的表达能力;

2. 具备一定的跨境电商专业能力,能够通过跨境电子商务多平

台运营职业技能等级初级的技能考核，具备对应的专业技术能力，获得优优汇联颁发的《跨境电子商务多平台运营职业技能等级证书培训师》中级证书。

六. 培训环境

建议在跨境电商电子商务实训室里进行教学，应具备多媒体实训教学的教学条件，能提供 40 个以上实训机位，满足一个班学生进行自主学习和实训。

配备建议：40 台电脑、1 套教学投影设备、1 套跨境电商多平台运营教学平台、Internet 网络及其他教学必备用品等。

七. 教材选用

厦门优优汇联信息科技股份有限公司依据教育部《职业技能标准开发指南》的相关要求开发的跨境电子商务多平台运营 1+X 证书制度系列教材：《跨境电子商务多平台操作》（中级），能够满足培训要求，教材出版 ISBN 号为：978-7-300-30360-4，教材订购方式详见：<https://mp.weixin.qq.com/s/3rzZ02IjDlCG0vkPCJRLoQ>。

此外，本教材配套的数字化资源包含：课件 1 套，微课视频 1 套，实训指导书 1 套，教案 1 套、教学大纲 1 套、教学标准 1 套、习题 1 套、试卷 1 套。