**《网店运营基础》** **同步测试习题及答案**

**模块一：** **网店开设**

**一** **、单项选择题**

1. 电商法于 2019 年开始实施，法规要求淘宝店必须要办营业执照吗？ ( A ) 。

A.需要办理

B.不需要办理

C.是否需要办理取决于经营类目

D.是否需要办理看卖家的个人意愿

2. ( B ) 面向目标客户中的大众客户，是主推的 、 转化率高的 、毛利率趋于中 间水平的商品。

A.利润款

B. 引流款

C.形象款

D.活动款

3. 以下属于 C2C 电商交易平台的是？ ( A )

A.淘宝

B.京东

C.亚马逊

D.天猫

4.速卖通个体工商户或企业身份均可开店吗？ ( A )

A.可以开店

B.仅企业

C.仅个体工商户

D.都不可以

5.下面不属于商品定价原则的是 ( C ) 。

A.不亏本原则

B.销量为王原则

C.着眼现在原则

D.高性价比原则

**二** **、** **多项选择题**

1.个人创业的货源渠道主要包括 (AB) 。

A.线下进货

B.线上货源

C.工厂代工

D. 品牌代理

2. 以下属于《电子商务法》 的出台对电商行业的影响有 (ABD) 。 A.填补了电子商务行业的法律空白

B.肯定了电子商务行业市场经济的地位和作用

C. 明确店铺经营者自身的责任和义务

D.促进了电子商务行业的长远发展

3. 目前在京东平台， 商家可以采用的经营模式包括 (ABCD) 。

A.SOP

B.SOPL

C.FBP

D.LBP

4.下列哪种商业行为受《中华人民共和国电子商务法》 制约 (ABCD) 。 A.微商

B.代购

C. 网络直播

D.平台店铺

5.根据《电子商务法》，线上店铺经营者需要做到 (ABC) 。

A.办理 、公示营业执照信息

B. 自觉开具发票

C.依法缴税纳税

D.建立健全信用评价制度

**三** **、** **判断题**

1.形象款是高品质 、 高调性 、低客单价的商品 。 (×)

2. 电商法实施之后，淘宝个人店也要像实体店的个体户一样，办理营业执照。( √ ) 3.入驻京东的京喜拼购平台时， 商家不强制要求具备企业法人资质 。(×) 4.《电子商务法》规定店铺经营者应当为消费者营造安全、健康的交易环境 。(×) 5.亚马逊跟卖时，产品必须完全一致，包括产品本身、包装 、品牌、赠品 、功能、 数量等 。(√ )

**四** **、** **案例分析题**

张晶大学所学专业是服装设计，毕业后想回家乡河北保定，她决定在网上开 店进行创业，手里有 2000 元的启动资金 。她该如何选择开店平台，如何选择货

源 ，如何选品?

**模块二：** **网店装修**

**一** **、单项选择题**

1.在视觉传达设计的各种元素中，最直观 、最容易影响消费者心理的设计元素是 ( B ) 。

A.文字 B.色彩 C. 图形 D.符号

2.视觉识别系统的简称是 ( C ) 。

A.MI B.CI C.VI D.BI

3.文字的排版会直接影响整体设计，一般情况下， 网店的字体数量 ( D ) 。

A.可任意使用字体 B.只能使用 2 种字体

C.超过 5 种及以上 D.控制在 5 种以内

4. ( D ) 的布局方式减少了文案的占用面积， 用更多的篇幅展示商品，相对来 说更适合用于促销活动海报。

A.两栏结构 B.三栏结构 C.上下结构 D.组合结构 5.优秀的店标设计，除了应具备店标基本功能—— ( C ) 外 ，还应具备原创性、 统一性和合法性。

A.普识性 B.介绍性 C.易识别性 D.传播性

**二** **、** **多项选择题**

1.Banner 常见的构图方式包括 (ABCD) 。

A.两栏结构 B.三栏结构 C.上下结构 D.组合结构

2. 以下属于纯图形 Logo 优势的是 ( BCD) 。

A.图文并茂 B.更加直观

C.易于识别 D.富有感染力

3. 以下属于 Banner 设计要点的是 (ABCD) 。

A.主题明确

B.风格统一

C.定位精准

D.图像清晰

4. 品牌文化页面常用的设计模块包括 (ABCD) 。

A. 品牌背书 B. 品牌价值 C. 品牌发展 D. 品牌愿景

5. 以下关于商品详情页文案的说法不合理的是 ( D ) 。

A.可以运用情感营销引发共鸣

B.对于卖点的提炼要简短易记

C.运用好 FAB 法则，根据用户需求考虑商品文案

D.商品详情页文案的好坏对转化率没有影响

**三** **、** **判断题**

1.店标一旦确定下来，就不应随意改动 。 因为店标是网店形象传递过程中应用最 广泛 、出现频率最高的视觉元素。长期使用固定店标有利于店铺的宣传，加深消 费者对店铺的印象 。 ( √ )

2.在设计商品详情页文案时，描述商品的文字要尽量详细，让用户能够清楚的了 解商品的所有特点 。 ( × )

3.设计商品主图时，尽量在图片中展示更多的卖点， 以此来吸引用户 。 ( × ) 4. 自定义页在店铺中起到提升消费者黏度 、提高店铺转化率 、降低店铺跳失率的

作用 。 ( √ )

“海尔”页面

5.商品主图的展现位置主要有两个，一个是搜索结果页面，另一个是商品详情页

页面 。 ( √ )

**四** **、** **案例分析题**

1.“海尔”创立于 1984 年，是一家全球领先的美好生活解决方案服务商，在持 续创业创新过程中，海尔集团始终坚持“人的价值第一”的发展主线，是家电领域

内具有竞争力和影响力的企业之一。

图 2-75 中的页面结合暖心感恩月的活动，展示了海尔旗下不同的产品 。 请

从配色和布局两个方面分析“海尔”店铺的视觉设计。



图 2 -75

2.本案例为某品牌的女装所设计的商品详情页 (见图 2 -76) ，试着从购物心 理分析的逻辑来分析该案例中的设计思路。

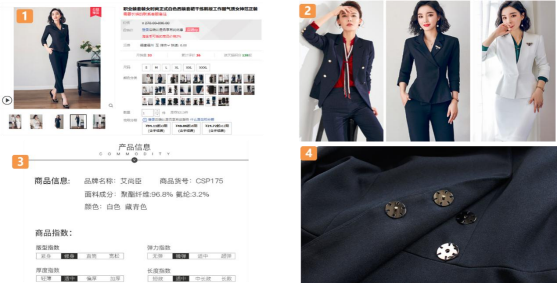




图 2-76 某品牌女装商品详情页

**模块三：** **网店基础操作**

**一** **、单项选择题**

1.商品上下架时间原理，是指商品在上架后，需要选择 ( D ) 的重复下架和上

架周期。

A.7 天 B.14 天

C.7 天和 14 天 D.7 天或 14 天

2. 电商营销活动多种多样，从促销活动的范围来看，分为店铺促销活动和 ( B ) 。 A.淘宝促销活动 B.平台促销活动

C.亚马逊促销活动 D.速卖通促销活动

3.Prime Day 是 ( C ) 平台常用的促销活动。

A.淘宝 B.速卖通

C.亚马逊 D.京东 4.订单管理流程是从订单的创建到完成的整个流程，分为 ( D ) 、订单确认 、通 知配货和发货四个阶段。

A.记录订单 B.分析订单

C.整合订单 D.审核订单

5.后台编辑促销活动时， 主要分为三大模块： ( A ) 、 商品范围 、赠品信息。

A.活动定义 B.活动名称

C.活动描述 D.活动规则

**二** **、** **多项选择题**

1. 以下关于商品标题说法正确的有 (ABCD) 。

A. 同一商品在不同推广阶段，标题发挥的作用不一样

B.对爆款商品而言，标题在其整个的权重里占比会降低

C.标题可以向买家介绍商品的特征，传达商品有效信息

D.标题会提供给搜索引擎进行检索

2.标题撰写时以下哪几种情况需要避免 ( ABC ) 。

A.滥用关键词 B.使用极限词

C.使用别人的品牌词 D.使用类目词

3.优质商品属性所具备的特质包括 ( AB ) 。

A.真实有效 B.尽量完整

C.适当夸张 D.与标题无关

4. 以下属于常见的淘宝平台活动的是 (ABC) 。

A.淘金币 B.天天特卖

C.聚划算 D. 网购星期一

5. 以下关于商品标题的作用说法正确的是 ( ABCD ) 。

A.告诉潜在买家商品是什么

B.告诉搜索引擎商品是什么

C.影响商品流量精准引入

D.影响商品自然搜索排名

**三** **、** **判断题**

1.某些活动需要设置赠品，如将赠品单独做sku，在前端显示时只显示赠品名称， 不会有单独的详情页 。 ( ×)

2.一般标题在进行优化时，建议在 7 天内进行优化，减少流量不好的标题对商品 的影响 。 ( × )

3.包邮 、特价 、正品 、活动促销等都属于营销关键词 。 ( √ )

4.宝贝标题只给搜索引擎看 。 ( × )

5.关键词的分词对于标题优化没有影响 。 ( × )

**四** **、** **案例分析题**

1.一个主营运动鞋的淘宝卖家，最近有 149 个热卖宝贝被屏蔽了，经调查发 现是因为标题中故意放了多个品牌词，如把李宁、安踏等品牌放在了同一个宝贝

标题里。案例中的热卖宝贝被淘宝屏蔽是基于什么样的规则？ 撰写标题注意事项 有哪些？

2. 某商家经营家具类目天猫旗舰店五年，主要经营的是家用电脑桌和商务电 脑桌两类商品，客单价在 500 元左右，该商家的店铺在运营方面一直没得到较大 的提升，看到同行有的店铺每个月有几十万元的营业额，而自己的店铺每月只有 几万元的营业额，商家很苦恼。请根据店铺运营情况为该商家撰写一份平台活动 策划方案。

**模块四：** **网店客户服务**

**一** **、单项选择题**

1. 以下哪种是售后客服处理客户投诉时不应该采取的沟通策略？ ( A ) A.与客户明确确认问题出现的过错方

B.安抚客户情绪

C.分析问题出现原因

D.保持心平气和的沟通素养

2. 以下客户基本信息中属于行为数据的是？ ( C )

A.客单价

B.累积购买金额

C.好评率

D.优惠券使用情况

3. 网店经营者可以通过 ( A ) 系统收集客户的基本数据 、消费数据 、行为数据、 营销数据。

A. CRM B. Windows C. QQ D.邮箱

4. 客户流失的原因有很多，当客户满意度下降时，客服的挽回方法不包括 ( D) 。

A.建立阶梯会员制度，让忠诚客户享受更大折扣

B.为提升会员购买频率提供层级性的更高优惠政策

C.划分商品矩阵，把利润商品更多的用于会员权益

D.把签到有礼等营销活动和新品调整 、新品上架相结合

5. 以下商品组合中属于替代关联的是 ( C ) 。

A.毛衣和羽绒服

B.衬衫和连衣裙

C.印花口罩和纯色口罩

D. 口红和唇膏

**二** **、** **多项选择题**

1.科科是美妆专营店的售前客服，很多人喜欢跟科科讨价还价，针对此类喜欢议 价的买家，科科应该怎么做才能保证既可以促成交易又可以让买家得到更好的服 务？ (ABCD)

A.告诉买家如果成交的话有赠送优惠券 、赠品

B.告诉买家店铺有活动满减 、满送

C.价格分解法：这一款产品每天用二次，平均下来才 1.3 元/次

D.与买家沟通，用产品的本身价值去打动消费者

2.在进行订单催付时，需要遵循的原则有？ ( ABC)

A.有已付款订单的客户不要催

B.不要强行催付

C.不要重复催付

D.下午下单的顾客在第二天 10 点后进行催付

3.如果主推商品是 T 恤， 以下商品中可以作为互补关联商品的是 (AB) 。 A.裤子 B.裙子

C.毛巾 D.护手霜 4. 当客户因平台原因而无法支付时，客服可以采取的操作有 (ABCD) 。 A.安抚客户情绪，避免纠纷升级

B.检查自身原因，是否存在库存短缺

C. 引导客户在订单支付期限内尝试错峰支付

D. 引导客户重新下单

5. 以下属于智能客服训练师的主要职责的有 (ABCD) 。

A.商品细化问法收集

B.商品场景挖掘

C.知识库答案整体排查及话术更新

D.商品 FAB 卖点提炼

**三** **、** **判断题**

1.售后客服的绩效考核中，都会涉及首次响应时间，主要原因在于咨询售后问题 的客户更迫切地希望快速解决问题，一旦拖延将会引起投诉升级 。 ( √ ) 2.消费者咨询一款面膜，客服科科直接向他推荐店铺最热卖的产品，她认为热销 产品更容易成交，可以提高自己的咨询转化率 。 ( × ) 3. 当顾客对客服的话语和服务不满意时，客服需要及时向顾客道歉，不管问题出 在哪一方 。 ( √ )

4.将 T 恤和裤子进行搭配销售的关联方式，属于潜在关联 。 ( × ) 5.买家在首次下单后，卖家基本上可以收集到客户的 ID 、姓名 、联系电话 、收货 地址 、成交金额 、购买商品 、数量等基本信息 。 ( √ )

**四** **、** **案例分析题**

1.客户:你帮我把这些麦片退掉吧。

客服:您好，这些麦片有什么问题吗?

客户:没有，就是不想要了，你帮我退掉吧。

客服:对不起，如果商品没有质量问题，是不能退换的。

客户:我买它确实没用， 因为我是一个糖尿病患者， 是不能吃含糖食品的 。 我在 买的时候没有仔细看，买回去才发现的。我家里也没有别的人，买回去就只能浪 费 ，所以你还是给我退了吧。

客服:哦，这么说您买它确实没用，那我就破例给您退了吧。

客户:谢谢你，你真通情达理!

客服：不客气，建议您以后买食品的时候看一下商品详细描述，就知道是否含糖 了。

( 1) 分析客服与客户交流的过程是否得当？

( 2) 通过案例分析总结， 当与顾客交流过程中出现问题时，应该如何解决？ 2. 以图书的销售为例，对比分析京东 、天猫等平台在图书销售方面有哪些优势和 劣势。假如自己是运营相关类目的网店店主，请考虑应该从哪些方面着手提高网 店转化率以及客户服务水平， 并做出相应调整计划。

**模块五** **：运营数据分析**

**一** **、单项选择题**

1.生意参谋中 (A) 以店铺实时动态数据为切入点，提供实时数据的查询与分析。 A.实时模块 B.首页 C.经营分析 D.市场行情 2.亚马逊评价体系中 ( B) 的好坏，可以直接影响到该条 Listing 的曝光和排名。

A. Feedback B. Review C.DSR D.SR

3.淘宝 DSR 以 ( C) 为一个评分周期。

A.1 年 B.90 天 C.6 个月 D.30 天

4.下面不属于速卖通评价档案体系要素的是 ( D) 。

A.评价摘要 B.评价历史

C.评价记录 D.买家级别

5.亚马逊 Review 的星级评分根据 ( D) 算法进行加权平均，最后得出星级数字。

A. A8 B.A6 C.A7 D.A9

**二** **、** **多项选择题**

1.下面属于平台内数据分析工具的是 (AB) 。

A.速卖通生意参谋 B.淘宝生意参谋 C.百度指数 D.谷歌趋势

2.淘宝 DSR 动态评分指标包括(ABC)。

A.描述相符

C.物流服务

B.卖家服务态度

D. 回应速度 DSR

3. 以下属于速卖通生意参谋模块的是 (ABD) 。

A.市场模块 B.驾驶舱 C.实时模块. D. 品类模块

4.关于 Feedback 的作用， 以下说法正确的是 (ABCD) 。

A. Feedback 为卖家的整体业务表现提供了非常有价值的数据

B. Feedback 评级会影响 Buy Box 的竞争

C.如果卖家的平均 Feedback 评级低于亚马逊的标准，他们的店铺可能会被暂停 销售甚至直接关店，从而严重损害卖家声誉

D. Feedback 为客户的购买决策提供重要的参考信息

5.单品运营分析主要包括 (ABCD) 。

A.销售分析 B.促销分析 C.访客特征分析 D.流量来源分析

**三** **、** **判断题**

1.亚马逊的评价体系只包含 Review 。 (×) 2.下单转化率 、 收藏人数 、 支付转化率都是网店常用的销量分析指标 。 (×) 3.Feedback 是考核亚马逊卖家账户表现的指标之一 。 ( √ )

4.PV 、 UV 代表店铺及商品的受欢迎程度，所以这些数值越高，代表店铺及商品 越受欢迎，店铺的知名度越高 。 ( √ )

5.Feedback 是亚马逊用户对产品 Listing 本身做出的评价 。 (×)

四 、 案例分析题

1.现有一饰品类目淘宝店铺，该店为九年老店，有坚实的粉丝基础，2021 年 初开始接手钻石展位推广，现阶段在饰品/流行首饰/时尚饰品新类目第五层级， 该店铺每日平均成交额为 1.3 万元左右，最近 30 天平均流量 7000 人左右。该店 铺实时概况数据如图 5 -33 所示。



图 5 -33 某店铺实时概况数据

以该店铺为例，分析该店铺的各项运营数据，并提出改善店铺运营情况的具 体措施。

2.有卖家爆料称：“自 2 月 3 日开始，发现亚马逊 Review 又更改了排序规则， 最新的 Review 很多自动跳动 Top Review，甚至出现点不走的现象……”

卖家 1：“同样遇到类似的情况，没有点赞的也跑到 Top 了 ，是不是亚马逊检 测到这类的留评账号比较好， 内容更真实呢？ ”

卖家 2：“差评点几个 yes 就上来了， 而好评点了几十个 yes 都无动于衷， 只 能靠刷好评覆盖了 。 ”

卖家 3：“这两天集中的去顶一个产品评论很多次，却发现 Review 只显示了 5

个 ，即便是这 5 次，也并没有使评分与位置发生任何变化，换了不同的买家账号 操作也是同样的结果……”

对于上述所提案例，卖家们纷纷使出浑身解术 。 其中亚马逊卖家 Abby 经过 实测结果后解释说：“有一个点了 35 个 yes 就上去了，差评的点了 25 个 no 才最 终下去 。 ”

也有卖家坦言：“如果 Review 排序无法人为控制，那么对依赖于刷单来维持销 量的卖家来说无疑是致命的打击， 而对于无需刷单的卖家来说， 也许是喜忧参

半 ……”该卖家还表示，也许是亚马逊检测到有人操纵了 Review 排序， 为了强化 Review 的真实性，严重打击刷单等虚假评价，便出台了这一政策。

对于亚马逊 Review 规则，分析卖家该如何应对？