



淘宝大学电子商务
人才能力实训 (CETC系列)



CETC 认证书

网店运营、
美工视觉、
客服

淘宝大学 / 编著



中国工信出版集团

电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.ph.ei.com.cn

淘宝大学电子商务
人才能力实训 (CETC系列)

C E T C 认 证 书 籍

网店运营、 美工视觉、 客服

淘宝大学 / 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

中国电子商务经过逾20年发展至今已有相当规模,行业规模急速扩张,企业却陷入用人难困境。目前,整个行业对专业人才的需求缺口高达400多万,人才总量不足、专业人才缺乏的情况严峻。为了缓解企业电商人才短缺的现状,淘宝大学特别推出了CETC电商人才能力认证体系,针对不同层级和专业的电商人员提供学习和能力认证,培养电商实战人才。

在全套三本书籍中,《淘宝大学电子商务人才能力实训(CETC系列)——网店运营、美工视觉、客服(入门版)》,也就是本书,是针对电子商务零基础人员及预备创业人员的,以知识、理念普及和创业引导为主。另外两本,《淘宝大学电子商务人才能力实训(CETC系列)——网店运营(提高版)》和《淘宝大学电子商务人才能力实训(CETC系列)——网店美工视觉与客服(提高版)》是针对电子商务行业基层从业人员的,以提升岗位实操技能为主。

本套书籍由淘宝大学组织20余名淘大认证讲师和行业专家,依托淘宝大学与美的、森马、三只松鼠等11家电商标杆企业共同制定的电商人才能力标准及知识体系,历时近一年的时间完成。本套书籍可作为CETC启蒙级、初级学员及高校电商专业学生和电商企业基层人员的学习教材。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网店运营、美工视觉、客服:入门版/淘宝大学编著. —北京:电子工业出版社,2018.1
(淘宝大学电子商务人才能力实训.CETC系列)
ISBN 978-7-121-32632-5

I. ①网… II. ①淘… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第215704号

策划编辑:张彦红

责任编辑:葛 娜

印 刷:北京千鹤印刷有限公司

装 订:北京千鹤印刷有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本:787×980 1/16 印张:15.25 字数:241千字

版 次:2018年1月第1版

印 次:2018年1月第1次印刷

定 价:59.80 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888,88258888。

质量投诉请发邮件至zltz@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式:(010)51260888-819,faq@phei.com.cn。

(按姓氏音序排列, 排名不分先后)



· 郭晋蒲 ·

2005年起从事互联网, 参与CETC电商人才能力考试一、二级课程共创, 运用多年积累的互联网营销经验与电商相结合, 帮助商家实现业绩突破, 提升品牌知名度。个人擅长农村电商、电商农产品规划、电商客服等方向。



· 李 垒 ·

淘宝大学认证讲师, 农村淘宝认证讲师, 从2005年起从事电商至今, 擅长县域电商新思路、农产品上行、电商客服等方向。



· 李 琼 ·

淘宝大学认证讲师, 曾任淘宝大码女装卖家MSSHE旗舰店销售总监, 服务过SALUS莎露斯官方海外旗舰店、playboy卡姿专卖店、心欣旗舰店、姿彦丽儿服饰旗舰店、要要旗舰店等天猫店铺。现任星游娱乐COO助理, 负责网红的平台转型变现等工作。



· 孙 蒙 ·

淘宝大学认证讲师, 2006年开始接触电子商务, 2011年成为淘宝大学认证讲师, 曾荣获淘宝大学2014年度最高荣誉“春蚕丝雨”奖、淘宝大学爱心公益讲师等称号。



· 谭丽丽 ·

淘宝大学认证讲师, 现代文学博士, 淘宝千万级卖家。



· 吴 军 ·

淘宝大学认证讲师, 拥有十年电商经验, 专注电商客服团队的搭建与培训, 擅长客服数据诊断与提升。目前就任于盈客电子商务有限公司CEO, 带领200人的客服团队服务于各类目TOP商家。做客服, 我们是认真的!



· 王小建 ·

淘宝大学认证讲师，拥有13年互联网从业经验，10年电商从业经验，专门研究传统企业转型电商运营、视觉营销、店铺运营、店铺活动规划、员工绩效等。为线上线下100多家企业提供咨询顾问服务。多次获淘宝大学最高荣誉“春蚕丝雨”奖。



· 王晓琳 ·

淘宝大学认证讲师，阿里巴巴数据学院讲师，淘宝大学首批五年陈讲师。杭州慧皓文电子商务有限公司创始人。擅长品牌定位、CRM管理及营销、团队管理、数据化客服转化提升等。

淘宝大学内容电商重磅作品

图文、短视频、直播，全新的内容运营知识，
激发您的运营新思路！



本书策划编辑：张彦红
通用ID@出版喜洋洋
邮箱：zhanghong@phei.com.cn
欢迎电商读者反馈交流
欢迎准作者写书投稿

序 言

中国电子商务经过逾 20 年的发展,网络零售总额已占到中国社会消费品零售总额的 15% 以上(2016 年),商务部印发的《商务发展第十三个五年规划纲要》中更是预计,到 2020 年中国电子商务交易规模将达到 43.8 万亿元。行业规模急速扩张,企业却陷入用人难困境。目前,整个行业对专业人才的需求缺口高达 400 多万,人才总量不足、专业人才缺乏的情况严峻。电子商务从业人员的供需不平衡和从业人员的能力不足已经成为制约行业发展的重要因素,尤其是有一定专业认知和经验的基层电商人才的短缺,导致大量的电子商务中小企业出现无人可招的困局。同时,大中型企业的基层电商人员在内部培养中也出现无标准可循、知识体系更新不及时的问题。

另一方面,作为培养行业基础人才的高校,部分高校的电子商务专业的专业定位、教材中教学内容与社会实践所需都有较大的差异。这也导致了企业运作中许多从学校招聘的基层人员能力达不到预想的技能要求。

为了推动解决企业电商人才的短缺及实战能力的提升问题,淘宝大学特别推出了 CETC 电商人才能力认证体系,针对不同层级和专业的电商人员提供学习和能力认证,培养电商实战人才。淘宝大学为该认证制定了四大体系:能力标准体系、四级知识体系、混合学习体系、考试认证体系。本套书籍依托淘宝大学与美的、森马、三只松鼠等 11 家电商标杆企业共同制定的电商人才能力标准及知识体系,由淘宝大学 20 余名认证讲师和行业专家历时近一年的时间完成内容编写和多轮修订,是 CETC 启蒙级、初级学员及高校电商专业学生和电商企业基层人员学习提升的首选资料。

在全套三本书籍中，《淘宝大学电子商务人才能力实训（CETC 系列）——网店运营、美工视觉、客服（入门版）》是针对电子商务零基础人员及预备创业人员的，以知识、理念普及和创业引导为主。《淘宝大学电子商务人才能力实训（CETC 系列）——网店运营（提高版）》和《淘宝大学电子商务人才能力实训（CETC 系列）——网店美工视觉与客服（提高版）》是针对电子商务行业基层从业人员的，以提升岗位实操技能为主。全套书籍有两个突出特点：

一、知识体系完备。本套书籍中包含了电子商务运营、视觉、客服三大专业线的基础知识。全书从基本的电商概述、电商视觉概述、电商客服概述讲起，涵盖了以阿里巴巴为代表的电商平台网店的店铺基础知识，包含店铺基础运营要求、店铺日常运营要求、流量介绍、店铺活动介绍、页面认知、图片规则规范、平台规则、消费者权益、购物流程数据分析等要点，逻辑清晰，内容丰富。

二、实践指导性强。本套书籍非常重视实践操作技能的落地，引用了大量案例和操作流程的图示，包括店铺日常维护、搜索优化、付费推广、促销工具、店铺活动、图片获取、店铺首页的制作、店铺详情页的制作、后台操作方法、售前销售和售后服务流程、交易安全、投诉处理等内容，帮助学员和读者通过本套书籍的学习在实践中学以致用。

随着“新零售”时代的到来，需要更多懂得全渠道运营的零售人才的涌出，行业对电子商务人才的需求不但没有弱化，还会更加迫切和多元化，希望有志于从事电商行业的人士能够从本套书籍中获得更多的收益，提升在实践中落地的能力。

阿里巴巴集团五新委员会委员、淘宝大学校长 王帅

目 录

第 1 篇 运营

第 1 章 电商概论.....	2
1.1 电商岗位.....	3
1.1.1 运营——全局掌控者	3
1.1.2 美工——视觉设计大师	3
1.1.3 客服——最伟大的销售员	4
1.1.4 推广——广告推送操盘手	4
1.2 常用电商术语.....	5
1.3 电商模式.....	6
1.3.1 模式名称与含义	6
1.3.2 各种模式的应用	7
1.3.3 个人店铺	7
第 2 章 店铺模式.....	14
2.1 企业店铺.....	15
2.2 天猫店铺.....	17
第一阶段：入驻申请	18
第二阶段：审核	19
第三阶段：完善店铺信息	20
第四阶段：开店	20

第 3 章 平台规则.....	22
3.1 交易规则.....	23
3.2 评价规则.....	30
3.3 晋级规则.....	34
3.4 处罚规则.....	36

第 2 篇 视觉

第 4 章 电商设计常用名词解释.....	38
4.1 图片格式.....	39
4.2 视频格式.....	41
第 5 章 电商设计工具 PS 介绍.....	44
5.1 常用菜单栏功能介绍.....	45
5.1.1 “文件”菜单.....	45
5.1.2 “编辑”菜单.....	48
5.1.3 “图像”菜单.....	55
5.1.4 “图层”菜单.....	63
5.2 工具栏功能介绍.....	66
5.2.1 选择工具.....	67
5.2.2 裁剪和切片工具.....	68
5.2.3 测量工具.....	69
5.2.4 绘图工具.....	70
5.2.5 修饰工具.....	71
5.2.6 绘图和文字工具.....	73
5.2.7 导航工具.....	75
5.3 常用控制面板功能介绍.....	76
5.3.1 “颜色”面板.....	77
5.3.2 “色板”面板.....	77
5.3.3 “字符”面板.....	77

5.3.4 “段落”面板	78
5.3.5 “图层”面板	78
5.3.6 “通道”面板	79
第 6 章 电商设计店铺页面装修介绍	80
6.1 店铺界面介绍	81
6.2 无线端和 PC 端的店铺装修介绍	84
6.3 店铺装修步骤	87
第 7 章 电商后台设计名词解释	96
7.1 页面管理	97
7.2 功能区域	99
7.3 页面操作	100
7.4 旺铺版本	102
7.5 装修模板	104
7.6 图片空间	105

第 3 篇 客服

第 8 章 客服认知	108
8.1 客服概述	109
8.2 客服的价值和心态	110
8.2.1 客服的价值	110
8.2.2 客服的心态	114
8.3 客服的岗位认知	114
第 9 章 学习规则	120
9.1 平台规则	121
9.2 活动规则	128
9.2.1 店铺自有活动	128

9.2.2 官方平台活动	133
9.3 消费者权益	138
9.4 交易安全规范	146
第 10 章 平台交易流程	154
10.1 买家购物流程	155
10.2 买家支付方式	171
10.2.1 快捷支付	171
10.2.2 蚂蚁花呗	173
10.2.3 余额宝支付	175
10.2.4 信用卡支付	175
10.2.5 支付宝余额支付	177
10.2.6 网上银行	178
10.2.7 货到付款	179
10.2.8 找人代付	180
10.3 卖家交易流程	182
10.3.1 登录卖家中心	182
10.3.2 查找订单	183
10.3.3 等待买家付款	190
10.3.4 等待发货	194
10.3.5 已发货订单	197
10.3.6 退款中订单	199
10.3.7 已完成订单	204
10.4 退换货流程	206
第 11 章 千牛的应用	210
11.1 电脑版千牛	211
11.2 手机版千牛	225

第1篇

运营

第1章 电商概论

第2章 店铺模式

第3章 平台规则

第1章

电商概论

经营网店和经营线下实体店大致相同，也分为不同的工作职责，需要专人对接相应的工作内容；在电商行业，有很多专业术语，只有了解了这些术语，才算是真正开始了解电商行业。现在在网上经商的都统称为电商，电商又有很多不同的运作模式。下面介绍一下电商行业概况。

电商岗位：运营、美工、客服、推广。

常用电商术语：PV、UV、点击率、转化率、客单价、人均浏览量、加购件数、收藏次数、平均停留时长、跳失率。

电商模式：B2B、B2C、C2C、O2O。

1.1 电商岗位

1.1.1 运营——全局掌控者

运营主要负责店铺全盘运作和规划，就像实体店的店长、公司的CEO一样，负责整个店铺以及各个工作岗位的人员工作协调，监控店铺里的各项数据指标和全年的规划方案推进，做好店铺的问题诊断医师，及时优化并解决店铺存在的问题；还要负责店铺内的各项活动内容策划、实施；同时需要不断挖掘店铺新产品，保持店铺新品更迭；时刻关注市场动态，及时调整店铺运营策略，每日监控竞争对手店铺数据及变更细节；把控店铺库存深度，及时调节库存并补货。

1.1.2 美工——视觉设计大师

美工主要负责店铺的视觉装修、整体的格调布局、色调搭配、品牌形象定

位。美工需要具备很强的专业知识技巧，熟练掌握作图软件，例如 Photoshop、Dreamweaver、CAD、Adobe Illustrator 等，深入熟悉产品特性，罗列产品卖点，并用图片结合文字的手法展现出来；还需要具备良好的审美素养，以及自己的设计理念、文案基础功底，并结合运营所需要体现的产品特点风格，更好地把产品展现给客户。美工同时还要兼顾店铺产品上新发布，以及店铺海报制作、装修美化、推广图片修改优化和描述模板设置等。

1.1.3 客服——最伟大的销售员

客服是最前沿的与客户沟通的职位。这个职位非常重要，直接影响店铺业绩。客服需要具备很好的耐心、良好的客户沟通能力，以及强烈的销售意识与服务意识。客服负责接待客户的订单咨询，熟悉产品的卖点，以专业的产品知识回答客户提出的疑问，同时要保持亲和力，具有飞快的打字速度，婉转拒绝客户还价、引导消费的技巧。客户不满意或者犹豫时，需要及时引导客户，做好店内其他产品推荐，帮助客户做决定，促成成交。针对购买后客户的物流信息查询，以及售后退换货问题的处理，客服都要熟练掌握，并且搜集客户反馈问题，每周递交给运营人员做数据分析。客服还要同时兼顾店铺中差评的处理、回复，优化店铺的动态评分，降低售后退款率等各项指标数据。

1.1.4 推广——广告推送操盘手

推广主要是配合运营的整体目标规划，并针对规划内的业绩目标进行操作。推广人员需要熟练使用推广工具直通车、钻展、淘客等进行引流，同时不断地优化账户的广告投入花费，控制好预算，把整体账户的投入产出比调整到最优状态，让每一分广告费真正地花得物有所值；同时负责店铺的站内外活动报名，联系淘宝达人、直播、店铺推广等新型的推广方式，不断地提升自我推广技巧，

监控店铺的推广效果报表，并及时做出调整。

1.2 常用电商术语

PV：店铺或商品详情页被访问的次数。

UV：访问店铺页面或宝贝详情页的人数。

点击率：点击量 / 展现量，可直观表示宝贝的吸引程度，点击率越高，说明宝贝对买家的吸引力越大。

转化率：支付买家数 / 访客数，即来访客户转化为支付买家的比例。

客单价：支付金额 / 支付买家数，即平均每个支付买家的支付金额。

人均浏览量：店铺所有页面被访问的次数。

加购件数：在统计周期内，买家加入购物车的商品件数之和。

收藏次数：宝贝被来访者收藏的次数。

平均停留时长：店铺的所有访客总的停留时长 / 访客数，单位为秒。

跳失率：访问店铺浏览量为1的访客数 / 店铺总访客数，即在访客数中，浏览量为1的访客数占比。

DSR 动态评分：描述相符动态评分、服务态度动态评分、物流服务动态评分。

1.3 电商模式

1.3.1 模式名称与含义

1. B2B: 企业与企业之间的电子商务

B2B (Business-to-Business 的英文缩写, 也有写成 BTB 的) 是指企业与企业之间通过专用网络或 Internet 进行数据信息的交换、传递, 开展交易活动的商业模式。这种模式将企业内部网和企业的产品及服务, 通过 B2B 网站或移动客户端与客户紧密结合起来, 通过网络的快速反应, 为客户提供更好的服务, 从而促进企业的业务发展。

2. B2C: 企业与消费者之间的电子商务

B2C 是 Business-to-Consumer 的英文缩写, 其中文简称为“商对客”。“商对客”是电子商务的一种模式, 即通常所说的直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。这种模式的电子商务一般以网络零售业为主, 主要借助互联网开展在线销售活动。企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境——网上商店, 消费者通过网络进行购物、支付等。

3. C2C: 消费者与消费者之间的电子商务

C2C 即 Customer (Consumer) to Customer (Consumer), 是消费者个人间的电子商务行为。比如一个消费者将一台电脑通过网络出售给另外一个消费者, 此种交易类型就称为 C2C 电子商务。