

初级理论题：

一、网店开设

1、网店开设准备

- 1、中国最大的第三方品牌及零售平台是（**天猫**）
- 2、下列店铺中不属于速卖通平台店铺类型的是（**自营店**）
- 3、个人创业货源渠道主要包括线下进货和线上货源两种方式。其中，线上货源又包括（**网络平台进货；网络代理货源**）
- 4、针对 POP 商家的第三方零售平台，店铺类型有（**专营店；专卖店；旗舰店**）
- 5、针对拼购兼社交渠道“玩家”的惊喜平台，店铺类型有三种，分别是（**旗舰店；专卖店；专营店**）
- 6、淘宝网的店铺类型有（个人店铺和企业店铺）
- 7、个人创业货源渠道主要包括线下进货和线上货源两种方式。其中，线下进货方式又包括（**厂家直接进货；批发市场进货**）
- 8、商品定价要掌握的原则是（**高性价比原则；不亏本原则；销量为王原则**）
- 9、引流款的特点包括（**主推的、转化率高、毛利率趋近于中间水平**）
- 10、商品选款即企业根据目前市场需求变化情况，确定市场需求商品基本的类目、风格、规格、型号等。商品款式划分

主要有（活动款；形象款；引流款；利润款）

11、针对京东自营供应商的自营零售平台，店铺类型为（京东自营店）

12、根据活动目的不同，活动款可以划分为（清库存款；冲销量款；品牌款）

2、网店申请与开通

1、一个身份证可以创建（1）个淘宝店铺。

2、自主申请入驻京东的商家，默认经营模式为（SOP）。

3、针对国内零售市场，京东提供了（3）类入驻平台。

4、在亚马逊平台，未处理的订单又称挂单，出现挂单的原因主要有（银行问题；买家问题；物流问题）。

5、想要增加获得 Buy Box 的几率必须要做好以下几个方面（使用 FBA 发货；提高客户满意度；产品平均评价 4 星以上）。

6、以美国站点为例，亚马逊针对个人卖家的平台费用是（0 月租）。

7、速卖通入驻要求不包括（缴纳平台使用费）。

8、针对国内网络零售市场，京东提供了三类入驻平台，分别是（第三方零售平台；自营零售平台；京喜拼购平台）

9、想要获得 Buy Box 的基础条件有（高卖家评价；商品有库存，不能为二手货；账号为专业卖家账号）。

10、支付宝实名认证包括（个人认证、商家认证）。

11、以美国站点为例，亚马逊平台专业卖家的月租费为（39.99）美元。

12、淘宝网个人开店要求年满（16）周岁。

3、电子商务法律法规

1、《电子商务法》对店铺经营者影响是（应明确自身的责任和义务）。

2、《电子商务法》于（2019）年1月1日起正式实施。

3、下列选项哪个是《电子商务法》促进电子商务行业长远发展？（推动电子商务诚信体系建设）

4、下列属于《电子商务法》对平台经营者影响的是（应制定合法、合理的平台交易规则；应维护安全、健康的平台交易环境）。

5、《电子商务法》出台了相关规定，除了传统电商平台外，将（微商；个人海外代购）等过往界定模糊的经营行为纳入了电商经营领域。

二、网店装修

1、首页设计与制作

1、店标的展现形式丰富，根据其内容的不同从视觉上可以分为很多种形式，其中以具象或抽象的图形，结合品牌名称制作而成的 Logo 是（图文结合 Logo）

2、卖家想向消费者展示更多的东西，就需要做成一个流量的循环，这个循环不包括（商品页）

3、以下关于移动端店铺首页描述正确的是(移动端的屏幕通常较小,一般都是从上向下浏览;移动端店铺优惠券的发送方式、营销角度、视觉角度等方面在设计上都会与PC端有所不同;移动端首页第一屏一般展示爆款信息;移动端店铺文案以简洁为主)

4、Banner 文案中的信息主要包括(主标题;副标题;附加内容),有些Banner 还会添加商品卖点和促销等信息。

5、店标主要通过造型简单和意义明确的视觉符号,将企业的经营理念、企业文化、经营内容、企业规模和产品特性等要素传递给消费者,它可以代表店铺的风格、品味,但是不具有宣传作用。(错)

6、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里的设计元素是(色彩),视觉营销理论认为,它会直接影响消费者的心理,进而影响他们的购买行为。

7、自定义模块专区的要求不包含(引流商品)。

8、店标设计原则有哪些(合法性;易识别性;原创性;统一性)。

9、天猫电商平台 APP 的内容区分为(评价;商品;详情)

10、Banner 指的是网店页面的横幅广告,也是店铺风格最直观的展示位置,对于营造氛围起着巨大的作用。(对)

11、(店标)主要是通过造型简单和意义明确的视觉符号,将企业的经营理念、企业文化、经营内容、企业规模和产品特

性等要素传递给消费者。

12、移动端首页构成分为两部分，分别是（自定义模块专区；商品陈列模块）

13、三栏结构的布局方式应对了视觉心理学中的（位置效应）

14、标志本身就是一种（视觉符号）。

15、从表现形式上看，Banner 通常是由（背景；文案；商品图片；图形）构成。

16、设计分类导航区可以起到分流的作用，因此在设计时要特别注意它的导流功能。（对）

17、店铺首页作为店铺分流和导流的交通枢纽，其中（导航条）是通道最集中的模块，能够提供通往不同商品分类和页面的入口。

18、页尾一般使用自定义区域，提供（服务信息）和导航功能两个方面的内容。

19、视觉识别体系中的视觉呈现元素主要有（字体；色彩；标志）

20、VI 主要是以（标志）、标准色彩、标准字体为核心展开的完整的视觉传达识别体系。

21、以下关于店标设计的注意事项描述正确的是（店标要符合目标人群的定位；店标要符合相关法律法规；店标应该简单易识别；店标的设计要具有原创性）。

22、一般情况下，网店的字体数量不宜超过（5）种。

2、详情页设计与制作

1、当人的心理状态和预期状态与画面中塑造的任务的原型相吻合的时候，达到（**投射效应**）最大化。

2、一个完整的产品概念是立体的，包括核心产品、形式产品、延伸产品 3 个层次。延伸产品是指（**产品的附加价值**）。

3、商品详情描述一般包括（**快递与售后；商品细节图；商品整体图；商品包装展示**）

4、详情页模块的排序是对前期产品分析、定位、核心卖点、品牌信息、服务体系、好评、卖家秀等信息分类、重组，并且进行有序、有条理的排列，常见的详情页排序的方法包括（**购物心理分析逻辑；问题解决方案逻辑；标品逻辑**）。

5、普通型商品详情页文案通常从商品核心卖点出发，站在消费者角度，将商品卖点转化为利益点，不断加强消费者购买商品信心，为了让消费者全面的了解商品卖点，要求我们要尽可能详尽的描述出商品的特色。（**错**）

6、淘宝平台 PC 端详情页视频大小不能超过（**2G**）。

7、一个完整的产品概念是立体的，包括核心产品、形式产品、延伸产品 3 个层次。核心产品是指（**产品的使用价值**）。

8、以下关于商品图片视觉营销要点的描述，正确的是（**通过放大细节提高主图的点击率，也可以在主图上添加除标题文本外的补充文本；由于消费者搜索主图时浏览的速度较快，因此传达的信息越简单、明确就越容易被接受；卖点清晰是**

指让买家即使眼睛一扫而过，也能快速明白商品的优势是什么；商品的大小要适中，商品过大则显得臃肿，过小不利于表达细节，不利于突出商品的主体地位)

9、一般来说，商品详情页主要包括（商品图片；商品详情描述；商品参数信息；商品视频）

10、普通型商品详情页要给出消费者立刻购买的理由，制造紧张感、稀缺感，进行明确的购买引导。（错）

3、自定义页设计与制作

1、活动及流量入口页面的主题新颖独特，才吸引消费者的注意力与兴趣，依据（活动性质）不同，活动及引流入口页呈现的诉求点也不同。

2、下列属于引流入口页的是（自主访问入口）。

3、自定义页在店铺中起到非常重要的作用，它信息全面，展示商品灵活方便，而且用户体验也非常好。下列属于自定义页类型的是（产品型；事件型；主题型；说明型）。

4、下面（钻石展位；直通车；淘宝客）是付费引流入口。

5、引流入口页面呈现的效果就是在短暂的时间内迅速抓住消费者的眼球，在视觉暂留时间 1-2 分钟之内刺激消费者，进而产生点击行为。（错）

6、售后服务页面一定要展示（退换货流程图）

7、品牌管理要素中最核心的部分是（品牌价值），也是该品牌区别于同类竞争品牌的重要标志，是提升商品溢价空间的

核心要素，可以让消费者认为值得购买。

8、通常情况下，淘宝直通车的图片视觉优化最重要的部分就是商品的首图，它不但是卖家了解商品的“开始”，也是直通车推广该商品的唯一“入口”，因此在设计时要注意哪几点？（提炼文字信息；要将商品的卖点作为重点展现；懂得突出商品与背景的色彩差异）

9、自定义页在店铺中起到非常重要的作用，它信息全面，展示商品灵活方便，而且用户体验也非常好。（对）

三、网店基础操作

1、商品上传与维护

1、速卖通平台标题栏最多允许输入（128）个字符。

2、在商品标题撰写中，做好了商品的选词，就可以结合关键词组合公式撰写商品标题，标题组合公式为：销售关键词+意向性关键词+属性卖点词+类目关键词+长尾关键词，以下选项中属于营销关键词的是（正品）

3、在进行标题优化时，一般标题不建议经常改动，也没必要每个宝贝标题都优化，一般7天后再优化效果会比较好，因为（有个时间段观察效果；改的太频繁会被降权）

4、下列属于标题优化技巧的是（适当分词；主推词分析；主推词前置；属性词齐全）。

5、商品上下架时间卡位的目的是通过对商品上下架时间正确规划与安排，实现免费流量最大化，所以尽量在每个月的

固定时间统一上架商品。(错)

6、以下哪种行为属于“违规发布广告商品”？(在商品标题中出现：招商、代理、批发等广告字样)

7、网店中的商品发布是运营人员在卖家后台按照平台(商品发布)规则和流程，通过文字和图片的形式将商品发布到自己的店铺中。

8、撰写标题时要注意标题的相关性、适用性和规范性，关于标题的适用性说法正确的是(适用于搜索引擎；适用于买家；适用于当前店铺基础)

9、下列属于类目优化影响因素的是(收藏数、店铺评分；主营占比；商品的标题)

10、在标题的优化中要迎合用户体验，按照客户的心理可以适当夸大产品的功能，这样才能吸引客户，起到标题的作用。(错)

11、商品发布时，类目的选择非常重要，类目选择不当会损失掉很大一部分流量，小李经营一家饰品店，想卖黄金手链，那么他应该放在哪个类目下呢？(黄金类目下)

12、如果只有一个核心关键词，通常把核心关键词放在标题的(开头)位置。

13、商品发布的过程中，不同平台略有差异，但核心内容主要包括(商品卖点提炼；商品属性填写；商品标题撰写；商品图片优化)。

- 、标题的空格会对搜索结果有影响。(错)
- 15、以下不属于商品属性填写应注意事项的是(属性词的填写不一定要和标题描述一致)。
- 16、通过数据分析得知,网购交易高峰期一般出现在(下午1:00-4:00;晚上7:00-9:00;上午9:00-12:00)
- 17、通常情况下撰写标题需要注意以下事项(适用性;相关性;规范性)。
- 18、撰写商品标题的要考虑诸多要素,包括店铺当前的实际情况、类目的实际情况、是否大促活动时期等。(所有关键词保持高度相关性)是保证流量的精准性、进而保证转化率的关键要素。
- 19、商品标题是由关键词组成,关键词主要包括核心词、类目词、属性词以及长尾词四种类型。其中类目词是指(商品类目)。
- 20、利用好商品上下架技巧可以获得大量精准流量,实现免费增长店铺流量及成交率,以下属于商品上下架技巧的是(按商品标签精细化;上下架效果监控;竞争对手分析)
- 21、对于爆款商品的标题,它已经有强大的人群标签,标题在其整个权重里的占比相对新品来说会降低。(对)
- 22、以下不属于宝贝标题优化原则的是(精细化原则)。
- 23、商品上下架在日常运营中作用很大,利用好宝贝(上下架时间),可以带来短期排名提升。

、好的商品标题通常是由不同类型的关键词构成，这些关键词的类型主要有（**类目词；核心词；长尾词；属性词**）。

25、下列哪些属于标题优化原则（**权重原则；分词原则；排序原则**）。

26、在宝贝标题中成交的关键词就是有权重的，淘宝会给这类词加分，如果这类词被分成两个词，那么同样的分数会分给两个词，若分成三个词，则分数将分给三个词以此类推。

（**对**）

27、在撰写商品标题时，每个平台的商品要求不同，以下亚马逊平台标题撰写要求错误的是（**每个单词的首写字母必须大写**）。

28、阿里系卖家经常使用（**数据纵横；生意参谋；直通车；阿里指数**）等工具进行选词。

29、标题撰写中哪些词不能使用（**极限词；别人的品牌词**）

30、一个词是否是权重词，可以用搜索来检验，一般在同行中找到标题中打分最高的就是权重词。（**对**）

31、以下关于标题撰写的注意事项描述不正确的是（**促销信息类的词不会有人搜索，标题中不能放**）。

32、（**标题属性词**）影响着一件商品在搜索中的排序和点击率，一般当卖家在商品的标题中体现属性词的时候，系统会认为这个标题比较正规，信息比较丰富，品质比较优秀。

33、关键词的分词对于标题优化没有影响。（**错**）

、营销活动设置

、店铺周年庆发放 100 元优惠券给顾客，数量有限，送完为止，消费者的侥幸心理会促使他们尝试点击“领取”优惠券，再想办法使用这张优惠券。消费者的目的是将优惠券兑换成商品，店铺经营者的是在提升转化率的同时（降低店铺跳失率）

2、店铺促销活动中（满减活动）应用场景非常广泛，对于大单价商品来说可以促进商品的转化率，尤其对于小单价商品来说，可以促进店铺的整体转化率并提高客单价。

3、优惠券的类型包括（定向发放型优惠券；领取型优惠券；秒抢型优惠券；金币兑换型优惠券）。

4、定向发放型优惠券是通过特定的渠道进行发放的，并非所有的买家都可以领取，以下属于定向发放型优惠券的发放形式的是（通过二维码进行发放；对曾经浏览过店铺、收藏过商品、加过购物车、下过订单的买家发放）。

5、店铺促销品和新品相比更能给我们带来利润的是促销品，而新品能帮我们带来更多流量。（错）

6、后台编辑促销活动时，主要分为三大模块。包括（活动定义）、商品范围、赠品信息。

7、淘宝活动包括淘宝官方活动和第三方活动，以下属于淘宝官方活动的是（聚划算）。

8、促销活动的描述包括：活动时间、活动库存、限购数量/

是否参加满减等，其中限购数量/次数从限购的角度分
(针对订单限购；针对商品限购)。

9、促销活动是店铺提高销售业绩的重要手段，大型活动能迅速提高企业及品牌的知名度、美誉度和影响力。我们在后台编辑促销活动时，主要分为(活动定义；商品范围；赠品信息)三大模块。

10、在设置促销活动时，针对店铺新老客户可以设置不同价格，老客户价格不能过高，新客户可以在赠送优惠券的基础上适当提高价格。(错)

11、(聚划算)是淘系规模和爆发力最强的营销平台之一，也是卖家快速打造爆款及累计用户群的重要营销平台之一。

12、下列不符合参加天天特价活动基本条件的是(卖家信用等级三钻及以上)。

13、聚划算、天天特价、淘金币、淘抢购活动都是店铺活动。
(错)

14、下列属于活动策划技巧的是(增加产品曝光；做好产品供应链工作；提升产品转化率)。

15、目前淘宝平台官方后台支持的优惠券面额分为 3、5、10、20、30、50 和 100 元等。(对)

16、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(平台促销活动)。

17、搭配套餐是将几种商品组合在一起设置成套餐进行销售，

搭配套餐的设置是建立在上商品之间存在内在联系的；卖家需要成功订购旺铺才能对商品设置搭配套餐；一个商铺最多只能设置 4 个搭配商品)

18、Prime Day 当天需要 (500) \$刊登费。

19、参加 Weekend Deal 活动的要求是 (店铺等级要求新店-五冠)。

20、主流的平台促销活动主要有 (淘宝聚划算、速卖通俄罗斯团购爆品团；亚马逊秒杀；淘宝淘抢购)。

21、聚划算活动对卖家进入有一定的门槛要求，卖家在报名时需注意的事项是 (报名商品的选择要具有代表性；在报名前要了解聚划算规则；活动价格的设置可以比平时低一些)

、日常订单管理

1、加入亚马逊 FBA 会有诸多好处，以下不属于加入 FBA 好处的是 (能够使用特瞬送服务)。

2、目前 ERP 信息系统可以分成两种类型，一种是第三方平台提供服务，另一种是 (自行研发)。

3、E3 系统的订单类型分为未确定、延迟确定、已确定、(预售；无效；完成；挂起) 等几种类型。

4、下列关于不同电商平台的退换货规则说法正确的有 (速卖通平台买卖双方达成退款协议，买家在 10 天内填写发货通知，30 天内卖家未确认收货且卖家未提出纠纷的，速卖通根据退款协议执行；淘宝 7 天无理由退换货时间是以签收日第

；速卖通平台买卖双方达成退款协议后，
买方应在 10 天内完成退货并填写发货通知)。

5、京东的特快送是为客户提供同城最快半小时达、跨城当日达的极速快递服务。(错)

6、订单管理流程是从订单的创建到完成的整个流程，分为审核订单、订单确认、通知配货和发货四个阶段，同时涉及到支付管理和(库存管理)。

7、亚马逊 FBA 是亚马逊提供的物流配送业务，在亚马逊商品退换货规则中，下列哪些情况不予办理退货(已使用过的影响销售的商品；非正常使用及保管导致出现质量问题的商品；不是由亚马逊出售或配送的商品)。

1、客服岗前准备

1、“您好，您刚才咨询的商品有货，现在正好有活动，非常优惠哦”属于(咨询对话)。

2、作为一个训练有素的网店客服人员，要做到响应速度快，客户首次到访的客户响应时间不能超过(15 秒)，回答客户问题如果答太长需分次回答。

3、客服在与买家的沟通过程中，不同的情景都有相应的话术规范格式，其中纠纷处理话术的基本格式中包括(致歉；问候；解决方案)。

4、网店客服作为全店唯一能和顾客直接接触的岗位，应该具

备的知识有（交易规则；商品知识；物流知识；话术知识）

5、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致歉，不管问题出在哪一方。（对）

2、客户交易促成

1、关于订单催付，以下说法不正确的是（要给客户承诺）。

2、关联营销是一种建立在双方互利互惠的基础上的营销，在（交叉营销）的基础上，在事物、产品、品牌等所要营销的东西上寻找关联性，实现深层次的多面引导。

3、合理的催付可以有效提高客户体验，更可以挽回订单，下列订单催付属于主观原因的是（对商品存在疑虑；对店铺服务有意见；对价格有异议）。

4、提高付款转换率最有效的方法就是催付，客服人员在进行订单催付要遵循以下（注意频率，不要重复催付；有已付款订单的客户不要催；不要强行催付，不要用生硬的语言催付）原则。

5、关联销售是一个静态的过程，店铺运营部门设置的关联很难做到面面俱到，而客服作为面向客户的第一线，在实际工作和总会遇到一些客户提出的新需求。（错）

6、在日常生活中，我们经常见到像满*送*，满*减*等各式各样的搭配销售方式，以下哪项原则是做任何优惠活动都要遵守的基本原则？（优惠要有感知度）

7、下列不属于订单催付主观原因的是（忘记密码）。

8、客服观察客户是为了更好的做销售，所以一定要促成交易。

(错)

9、所谓的替代关联是指主推产品和关联产品可以(完全替代)。

10、商品推荐过程中，客服要注意“(三分问、七分听)”，尽量站在客户的角度，提出有针对性的推荐方案，让顾客感受到专业的客服服务。

11、下列属于订单催付工具的是(以上都是)。

12、客服工具、短信、电话都可以作为催付手段，一般以客服工具发送即时催付消息为主，优点是免费、不限字数、可使用表情等，那缺点是(消息太多可能有遗漏；客户静默下单，可能不看消息)。

13、订单催付的时间要把握好时机，根据客户的下单时间来决定，如果客户是在下午三点下的单，那么催付时间最好是(当日17点前)。

3、客户问题处理

1、对物流问题的风险界定，货物在收货人或者得到收货人授权的签收人、签收地签收之前，货物风险由(卖家)承担。

2、下列问题由卖家因素导致的问题是(发错货问题)。

3、售前商品问题处理是客服必备的技能，下列属于售前问题处理技巧的是(强调价格的合理；强调完善的服务；分析自己店铺商品的优势；取得客户的信任)。

4、处理客户投诉时采取的策略包括(认真耐心的听取投诉并记录细节;积极回应,及时做出解释;及时道歉,安抚客户情绪)。

5、当买家提出未收到货,作为卖家需要通过物流跟踪信息来判断货物风险到底属于卖家还是买家,而货物风险转移的关键就在于收货人是否签收。(对)

6、售后商品咨询问题类型一般分为与商品有关问题和(与平台有关)。

7、在网店交易的各个环节中,由于(物流问题)受多方面因素的影响,是卖家无法控制的,所以产生的纠纷很多,也是客户投诉最多的环节。

8、在处理投诉的过程中,始终以维护店铺(品牌)的形象、挽救客户的满意度为前提,要有换位思考的意识,服务过程中坚持(避免升级;语言得当;合理调解;及时安抚)的原则进行。

9、国内电商平台物流环节遇到的问题通常由卖家因素、物流公司因素和不可抗力因素组成,其中属于卖家因素造成的问题是(多发商品;质量问题)。

10、当交易出现纠纷时,为维护店铺的品牌形象,避免承担不合理的责任,一定要和客户把投诉的问题讲明白,让客户明白谁对谁错。(错)

11、投诉相关的问题是指客户对(产品质量)、产品数量等不

满，对店铺或者平台提出投诉。

12、售后处理是客服每天最繁忙的工作内容，也是客服的主要工作之一。处理客户投诉时采取的策略包括（积极回应，及时做出解释；及时道歉，安抚客户情绪；认真耐心的听取投诉并记录细节）。

13、亚马逊平台可供买家选择的物流模式有 FBA 和自发货两种，若买家选择自发货物流模式，当物流遇到问题时，会通过（邮件）联系卖家客服。

14、在处理客户投诉的过程中，要始终以（挽救客户的满意度；维护店铺形象）为前提，要有换位思考的意识，服务过程中要坚持“及时安抚、语言得当、避免升级、合理调解”的原则。

15、国内电商平台物流环节遇到的问题通常由卖家因素、物流公司因素和不可抗力因素组成，其中属于物流公司因素造成的问题是（显示签收但买家未收）。

16、下列属于售后关怀话术的是（亲，你的快递已到达~ 在使用的过程中有任何问题可以随时联系我们哦，祝您生活愉快）。

17、在商品问题处理中，行为坦诚、语言真诚，并且表现得敢于负责的时候，往往很容易取得客户的信任，让客户相信客服所说的话。（对）

4、客户关系维护

1、卖家通过客户分类后主要针对忠诚客户与流失客户提供差异化服务，针对流失客户使用的营销方法是（情感关怀挽回法）。

2、新春来临之际，XXX旗舰店对所有客户发送了一条客户关怀信息亲爱的会员*先生/女士，预祝春节快乐，阖家幸福！现送上200减50优惠券，7天有效，前500名还有赠品哦，先到先得。。HTTP://T.CN/**** 请问，该信息属于客户关怀的哪种类型（节日关怀）

3、客户分为忠诚客户和流失客户，以下选项中属于忠诚客户的是（近期新客户，购物频繁，消费能力强；消费能力强，但很久没来过；经济能力有限，但对本店产品很热衷）。

4、在主要交易过程中，结合CRM的“宝贝关怀”功能，及时提醒并引导客户完成交易环节，从而减小客户的流失。宝贝关怀主要包括：（回款提醒、退款关怀；下单关怀、催付提醒；二次催付、物流提醒；宝贝关怀、付款关怀）、评价关怀、手动订单提醒等功能。

5、下面那种客户属于忠诚客户（经济能力有限，但对本店产品很热衷；近期新客户，购物频繁、消费能力强，须做好长期客情维护的准备；消费能力强，但很久没来，得抓紧维护）。

6、“亲爱的会员王敏女士，祝您生日快乐，幸福安康！感谢有你，一路同行，常回店看看。”以上话术属于哪种关怀方式？（情感关怀）

7、用户画像是通过（通过客服信息收集分析买家的购买行为，生成用户画像）分析生成的。

8、当客户满意度下降时，客服的挽回方法包括（建立阶梯会员制度，让忠诚客户享受更大折扣；划分商品矩阵，把利润商品更多的用于会员权益；为升级会员购买频率提供层级性的最高优惠政策）。

9、店铺可以借力多维平台的沟通渠道，结合 CRM 系统针对忠诚客户可以实现的差异性营销有（支付宝红包营销；优惠券营销；场景营销；短信营销）。

10、以下客户信息收集工具中属于免费工具的是（Capillary 会员管理工具）。

11、客户流失的原因分为交易过程与客户自身两种，下列客户流失的原因中属于自身流失的是（客户可选择的太多）。

5、客服岗位进阶

1、小美开了一家淘宝店铺，生意越来越红火，她一个人忙不过来，听说可以使用客服机器人承担一部分工作，下列不适合交给客服机器人来回答的问题是（店铺的经营情况）？

2、在客服主管的职责中，操作规则与技巧培训、大促前的集中培训、任务安排和活动实施规划等内容属于（日常技能培训）。

3、为提高网店客服的效率，建立店铺的品牌，客服需（归类同类问题），建立（每个店铺的话术库），并可在客服培训或

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/277054013001006040>