

跨境电商出口 B2C 运营
职业技能等级标准

目 次

前言.....	1
1 范围.....	2
2 规范性引用文件.....	2
3 术语和定义.....	2
4 对应院校专业.....	4
5 面向工作岗位（群）	4
6 职业技能要求.....	4
参考文献.....	10

前 言

本标准按照 GB/T1.1-2009 给出的规则起草。

本标准起草单位：山东外贸职业学院、青岛跨境电商孵化基地有限公司、山东省跨境电子商务协会、山东省跨境电商产教联盟

本标准主要起草人：刁建东、秦长岭、张鹏刚、高腾飞、张国骥、于超、吕亚萍、亓春霞、郑永年、仇利克、巩向玮、李敏、耿卓、于子珍、孙文丽、肖文、牟力波

声明：本标准的知识产权和使用权归属于山东外贸职业学院、青岛跨境电商孵化基地有限公司，未经青岛跨境电商孵化基地有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准提出了跨境电商出口 B2C 运营职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于跨境电商出口 B2C 运营职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T1.1-2009《标准化工作导则》第1部分：标准的结构和编写

GB/T36311 电子商务管理体系要求

GB/T35408 电子商务质量管理术语

GB/T31232.1 电子商务统计指标体系第1部分：总体

GB/T31232.2 电子商务统计指标体系第2部分：在线营销

3 术语和定义

国家、行业标准界定的，以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 电子商务 E-commerce

通过信息网络进行产品和服务交易的经营活动。

3.2 跨境电子商务 Cross-Border Electronic Commerce

为分属不同关境的交易主体以互联网为手段，通过营销型平台、社会化平台及其他营销方式完成交易，并进行跨境支付与货物运输等进出口贸易的商业活动，以及通过一个或多个贸易环节衍生的相关服务。

3.3 跨境电子商务出口 Cross-border E-commerce Export

分属于不同关境的交易主体通过电子商务平台达成交易，进行支付结算，并

通过跨境物流送达商品，特指商品由我国境内销往境外其他地区的商业行为。

3.4 运营 Operation

与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称，包括对其过程的计划、组织、实施和控制。

3.5 电子商务运营 E-commerce Operation

为完成经营目标，通过信息网络围绕产品和服务交易开展的各项经营和管理工作的总称。

3.6 B2C Business-to-Customer

企业对消费者的电子商务形式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于网络销售平台和独立搭建网站开展在线销售活动，同时也是企业或品牌推广的一种新形式。

3.7 跨境电子商务 B2C B2C Cross-Border Electronic Commerce

B2C 跨境电子商务是境内企业与境外消费者或境外企业与境内消费者的电子商务活动。

3.8 跨境电子商务 B2C 运营 Operation in B2C Cross-Border Electronic Commerce

B2C 跨境电子商务应用企业基于运营进行的各项基础工作。

3.9 电子商务应用企业 Enterprises Using Electronic Commerce

通过营销型平台、社会化平台及其他营销方式完成交易的企业。

3.10 电子商务服务企业 Electronic Commerce Service Enterprise

基于互联网，为企业、机构或个人提供产品或服务交易及辅助服务的企业，既包括电子商务平台服务企业，也包括物流、支付、信用、营销等为电子商务交易提供辅助服务的电子商务支撑服务企业。

4 面向院校专业

中等职业学校：电子商务、跨境电子商务、网络营销、市场营销等专业。

高等职业学校：电子商务、跨境电子商务、市场营销、国际贸易实务、电子商务技术、国际商务、国际经济与贸易、商务英语、移动商务等专业。

应用型本科学校：国际经济与贸易、贸易经济、电子商务、商务英语、国际商务、市场营销等专业。

5 面向工作岗位（群）

【跨境电商出口 B2C 运营】（初级）：主要面向跨境电商出口 B2C 平台操作、客服、物流等岗位（群），完成跨境商品的上传与维护、日常订单管理、跨境客户问题处理、跨境物流相关问题的处理，具备平台基础操作能力、客户服务能力和跨境物流操作能力。

【跨境电商出口 B2C 运营】（中级）：主要面向跨境电商出口 B2C 平台运营、选品、推广等岗位（群），完成销售商品精细化选品、商品标题优化、关键词优化，详描优化，页面优化，站内和站外推广，具备选品能力，运营技巧及推广能力。

【跨境电商出口 B2C 运营】（高级）：主要面向跨境电商数据分析、营销等岗位（群），完成市场数据分析、销售数据分析、客户数据分析、供应链数据分析以及营销策略，具备数据分析能力和平台营销能力。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

跨境电商出口 B2C 运营职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 跨境电商出口 B2C 运营职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 平台基础操作	1.1 产品发布	<p>1.1.1 能够根据不同平台要求进行基本的产品编辑，包括标题、关键词、产品信息描述等，并根据不同平台对不同品类产品进行相关操作。</p> <p>1.1.2 能够根据平台对图片和视频的要求，拍摄、选择及准确上传图片 and 短视频。</p> <p>1.1.3 能够在防侵权的情况下，根据不同平台店铺运营方案，按照平台规则高效准确发布、售卖和下架产品。</p>
	1.2 订单处理	<p>1.2.1 能够根据物流单号进行店铺后台线上发货流程，核对订单。</p> <p>1.2.2 能够对后台订单进行处理，包括已发货订单、未发货订单和退款请求订单，并对订单报告进行分析。</p>
1. 跨境物流作业	2.1 境内物流作业	<p>2.1.1 能够完成仓库产品的验收、入库、码放、保管、盘点、对账等工作，做好相关记录，严格按照仓库 SOP 进行日常操作。</p> <p>2.1.2 能够完成产品的拣选、复核、打包、贴签、发货等工作，并进行物流费用核算。</p> <p>2.1.3 能够进行数据的统计、相关单证的存档及保管、账务和系统数据的录入，现场作业单及盘存日报填报。</p>
	2.2 境外物流跟踪	<p>2.2.1 能够对自发货出口订单以及海外仓储中心的订单进行跟踪，并处理跟单过程中涉及的各项工作内容。</p> <p>2.2.2 能够通过物流信息管理系统，远程操作海外仓储货物，对海外仓库存和本地配送的进行实时跟进。</p>
3. 客户服务	3.1 售前客户服务	<p>3.1.1 能够根据所售卖的产品信息，准确快速地解答客户提出的各种产品问题。</p> <p>3.1.2 能够根据所刊登的 listing 详情，包含价格、运输方式、发货时间、税务等信息，妥善解决客户对此类问题的咨询。</p>
	3.2 售中客户服务	<p>3.2.1 能够根据客户需求，进行更改地址、更换产品、取消订单等基本操作。</p> <p>3.2.2 能够将产品无法正常发货等异常情况及时反馈给客户，用专业客服语言发送邮件或站内信。</p> <p>3.2.3 能够追踪物流信息，及时跟进发货后、到达目的地国海关、到达当地邮局三个节点的物流信息，并将其发送给买家。</p>

	3.3 售后 客户服务	3.3.1 能够恰当处理客户提出的售后问题，如产品质量问题、退换货问题、未收到货问题等。 3.3.2 能够根据平台规则、产品货值、物流情况、合理地解决客户开启的未收到纠纷及退换货纠纷。
--	----------------	---

表 2 跨境电商出口 B2C 运营职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 产品选择与 采购	1.1 产品选择	1.1.1 能根据选品的原则，利用各种工具对产品进行市场容量分析、竞争者分析和消费者需求分析，形成选品调研报告。 1.1.2 能根据选品调研报告，进行目标消费市场分析和产品定位，确定目标产品。 1.1.3 能根据各大平台的规则，辨别是否产品符合平台要求，从而有效规避产品侵权和违规问题。
	1.2 产品定价	1.2.1 能根据定价的基本原理及产品定位，确定合理的定价策略。 1.2.2 能根据产品成本的构成，核算产品的利润。 1.2.3 能根据定价策略，确定定价模型，对商品进行定价。 1.2.4 能根据营销组合策略，制定针对不同营销活动和消费群体的价格组合。
	1.3 产品采购	1.3.1 能熟知供应商的来源，在相应的渠道寻找供应商。 1.3.2 能根据供应商评估标准，对各种渠道的供应商进行评估，确定合适的供应商。 1.3.3 能根据采购原则，综合考虑商品的价格、物流、产地和供应商品牌，制定合理的采购计划。 1.3.4 根据采购验收标准，对采购的商品进行验收，完成对供应商的绩效考核。
2. 平台运营	2.1 平台店铺建设	2.1.1 能够订阅开通店铺，完成店铺基本信息设置。 2.1.2 能够进行店铺分类设置，结合店铺运营、产品特点或促销活动设立产品分类。 2.1.3 能够根据平台要求、企业店铺定位和店铺活动制定店铺装修方案，拍摄制作店铺 Logo、宣传海报、主推产品宣传广告等，进行平台店铺装修。

	2.2 产品信息优化	<p>2.2.1 能够基于对商品、客户及各平台网站的分析及第三方关键词工具的使用，进行标题和关键词的深入挖掘和分析。</p> <p>2.2.2 能够基于建立的核心关键词词库汇总以及各平台的搜索算法要求，优化产品详细描述，从而加强产品展示页面的功能。</p> <p>2.2.3 能够准确提炼产品卖点，对店铺后台各个板块图片进行设计及制作，并不断优化活动图片设计。</p> <p>2.2.4 能够根据产品特性及产品卖点，进行视频拍摄和剪辑，并能及时优化和更新。</p>
	2.3 运营策划	<p>2.3.1 能够制定月度、季度和年度销售目标，能进行目标分解并完成目标。</p> <p>2.3.2 能够对产品进行布局和维护，策划产品活动和店铺活动，提高产品和店铺的点击率、浏览量和转化率。</p> <p>2.3.3 能够协助业务经理制定平台运营方案和策略规划，根据业务指标数据，协助调整运营方案。</p>
3. 推广运营	3.1 站内推广	<p>3.1.1 能够根据平台规则和流量工具设定，结合商品特性，使用优惠券、满减、秒杀和关联营销等基本的站内推广工具。</p> <p>3.1.2 能够根据站内工具的不同功能和流量分配，设定活动预算方案，制定站内活动推广方案。</p> <p>3.1.3 能够运用站内广告工具，筛选关键词，设定出价，创建广告，分析广告各项指标数据，优化广告运营，提升商品的推广效果。</p>
	3.2 社交媒体推广	<p>3.2.1 能使用 Facebook、Instagram、Twitter 等社交媒体进行策划内容、发布信息，从而为平台店铺引流。</p> <p>3.2.2 能进行 Facebook 主页装修、涨粉、群组、发帖等日常运营工作。</p> <p>3.2.3 能根据一些主流 Deal 网站用法和规则，结合定价方案，进行优惠券投放。</p> <p>3.2.4 能依据谈判技巧和合作流程进行红人营销，以及完成平台任务发布。</p>

	3.3 搜索引擎优化	<p>3.3.1 能够进行站内 SEO 的基本工作，网站 TDK 的编写以及站内关键词布局。</p> <p>3.3.2 能够进行 SEO 相关文章的采集、撰写、整理和发布，配合热点关键词信息推广。</p> <p>3.3.3 能够整合第三方网站流量 (WordPress、Reddit、Facebook、Quora、Wikipedia 等)，提高各平台店铺的曝光度和知名度。</p> <p>3.3.4 能够监控相关关键词排名变化，制定相关策略和优化方案，并维持关键词排名。</p>
--	------------	---

表 3 跨境电商出口 B2C 运营职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 数据分析	1.1 销售数据分析	<p>1.1.1 能从销售额、订单量等维度对销售数据进行分析，并根据分析结果发现店铺运营过程中存在的问题。</p> <p>1.1.2 能监控各项销售指标，定期进行店铺运营诊断，提供预测预警和有针对性的优化建议。</p> <p>1.1.3 能对店铺流量、推广等数据进行分析，并根据分析结果发现店铺营销推广过程中存在的问题，并能给出合理的营销推广优化建议。</p> <p>1.1.4 能对竞争对手的市场占有率、店铺定位、目标人群等进行对比分析，并据此确定店铺的定位。</p> <p>1.1.5 能对竞争对手的销售额、目标人群、畅销商品、活动形式等数据进行分析，并根据分析结果优化店铺营销策略。</p>
	1.2 用户数据分析	<p>1.2.1 能对用户行为数据、属性数据、消费数据等进行分析，明确店铺的用户画像和用户行为习惯。</p> <p>1.2.2 能针对用户画像和用户行为习惯预测用户需求，优化营销策略，提升用户黏性和满意度。</p> <p>1.2.3 能够对平台的用户行为路径做统计分析，设置转化目标，实时监控转化漏斗的各个环节，并且提出相对应的优化意见。</p>
	1.3 供应链数据分析	<p>1.3.1 能从购买记录、购买频次、浏览量、加购物车数等维度对消费者数据进行分析，并据此预测消费者需求，给出合理的采购建议。</p> <p>1.3.2 能从采购、物流、成本、时效等维度对供应链环节数据进行分析，并据此提出合理</p>

		<p>的供应链优化方案。</p> <p>1. 3. 3 能对店铺的资金使用数据进行分析, 并据此评价店铺的资金利用率。</p> <p>1. 3. 4 能对店铺的投入产出比、商品成本、销售费用等数据进行分析, 并据此优化店铺资金投入计划。</p>
2. 营销策略	2. 1 SNS 社媒营销	<p>2. 1. 1 能通过 Facebook、Instagram 等平台进行社媒广告后台操作, 分析 AM 的所有广告类型和投放策略。</p> <p>2. 1. 2 能够指导 Facebook 社群营销, 能够很好的策划群组营销活动。</p> <p>2. 1. 3 能够通过社交流量、线上流量、商业流量建立社媒体系的私域流量池。</p> <p>2. 1. 4 能够掌握联盟网站 ShareASale 等平台的规则和用法。</p>
	2. 2 SEM 营销	<p>2. 2. 1 能够借助谷歌和百度关键词分析工具, 选择相关关键词进行营销。</p> <p>2. 2. 2 能够精通 Google 系站外 SEO 策略, 外链建设以及博客论坛。</p> <p>2. 2. 3 能够熟练使用 Google 系 Keywords ad, Google shopping 以及 Video 等工具进行广告投放。</p> <p>2. 2. 4 能够运用站群营销和链轮策略进行引流。</p>
	2. 3 EDM 营销	<p>2. 3. 1 能掌握 EDM 营销策略, 通过 Mail chimp 等 EDM 工具进行营销推广。</p> <p>2. 3. 2 能够运用 WhatsApp、Skype、Message 等工具进行营销。</p>
	2. 4 Influencer KOL	<p>2. 4. 1 能够设计红人谈判价格体系, 根据不同等级红人做出适当价格调整。</p> <p>2. 4. 2 能够对红人数据进行分析, 能判断红人各方面数据指标的真实性并做出相应的合作计划。</p>

参考文献

- [1] 国家标准化管理委员会. 电子商务管理体系要求: GB/T 36311-2018[S]. 北京: 中国标准出版社, 2018.
- [2] 国家标准化管理委员会. 电子商务质量管理术语: GB/T35408-2017[S]. 北京: 中国标准出版社, 2017.
- [3] 国家标准化管理委员会. 电子商务统计指标体系第 1 部分: 总体: GB/T 31232. 1-2018[S]. 北京: 中国标准出版社, 2018.
- [4] 国家标准化管理委员会. 电子商务统计指标体系第 2 部分: 在线营销: GB/T31232. 2-2014[S]. 北京: 中国标准出版社, 2014.
- [5] 中华人民共和国教育部. 中等职业学校电子商务专业教学标准 (试行) [S]. 2019.
- [6] 中华人民共和国教育部. 高等职业学校电子商务专业教学标准[S]. 2019.
- [7] 中华人民共和国教育部. 高等职业学校网络营销专业教学标准[S]. 2019.
- [8] 中华人民共和国教育部. 高等职业学校商务数据分析与应用专业教学标准[S]. 2019.
- [9] 全国中高职衔接电子商务专业教学标准开发课题组. 中高职衔接电子商务专业教学指南[M]. 北京: 中央广播电视大学出版社, 2017.
- [10] 清华大学国家服务外包人力资源研究院. 中国跨境电子商务产业发展白皮书[M]. 北京, 2016.