

T/CCFA

中国连锁经营协会团体标准

T/CCFAGS 046—2023

智慧零售全域人才岗位标准

Personnel position standard for smart retail omni-operation

2023 - 11 - 03 发布

2023 - 11 - 15 实施

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语、定义和缩略语	1
4 岗位设定	1
5 岗位职责及能力要求	2
5.1 小程序商城运营师	2
5.2 用户运营师	2
5.3 会员运营师	3
5.4 数字导购	3
附录 A（规范性） 智慧零售全域人才岗位及等级要求描述	5

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国连锁经营协会提出并归口。

本文件起草单位：中国连锁经营协会、腾讯智慧零售、深圳市零售智能信息化行业协会、天虹数科商业股份有限公司、报喜鸟控股股份有限公司、孩子王儿童用品股份有限公司、上海臻敬实业有限公司、妍丽化妆品（中国）有限公司、深圳市灵智数字科技有限公司、零一数科（深圳）科技有限公司、上海微盟企业发展有限公司。

本文件主要起草人：张林晶、梅婷、徐康、彭建真、徐灵娜、田芮丰、徐颖、王泽辉、张芳、沈进超、钟汝轩、黄艳丽、朱建、杨修成、单卫钧、吴涛、王子伊、魏鉴锋、翁依纯、白龙飞。

智慧零售全域人才岗位标准

1 范围

本文件规定了智慧零售全域人才岗位设定、岗位职责及能力要求。
本文件适用于零售企业全域运营相关人才的岗位设定、人员聘用、能力提升、考核与评价。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语、定义和缩略语

下列术语、定义和缩略语适用于本文件。

3.1

全域 omni

全域,是对零售企业围绕消费者进行一系列经营活动场域的统称,可包括线上与线下、公域与私域。

3.2

全域经营 omni-operation

全域经营,是零售企业以数字化手段建立的,以消费者为中心,整合线上线下场景,整合公域和私域触点的一体化经营模式。

3.3

小程序商城运营 mini program store operation

基于小程序商城进行的商品体系搭建、用户引流、营销策划等一系列的经营举措。

3.4

用户运营 user operation

以用户为中心,遵循用户需求,制定运营战略与目标,设置运营活动与规则,严格控制实施过程与结果,以达成预期目标的动作过程。

3.5

会员运营 membership operation

根据会员购买频次、购买金额等,对会员进行层级划分,并对每个层级会员设置运营活动与规则,制定相应的运营策略与运营目标,匹配商品、价格、服务等权益,控制实施过程与结果,以达成预期目标的动作过程。

3.6

数字导购 digital sales advisor

掌握数字化的工具和运营方法,具备从顾客到店、离店再到闭店的全链路多场景服务顾客能力和营销能力的导购群体。

3.7

GMV: 商品交易总额 (Gross Merchandise Volume)

3.8

SOP: 标准作业程序 (Standard Operating Procedure)

3.9

LTV: 生命周期总价值 (Life Time Value)

4 岗位设定

智慧零售全域人才岗位包括但不限于小程序商城运营师、用户运营师、会员运营师、数字导购等。

5 岗位职责及能力要求

5.1 小程序商城运营师

5.1.1 岗位职责

负责搭建小程序商城，合理规划商品体系；打通各触点，运用活动、直播等手段转化客户；利用数据指导商城优化，结合会员积分体系以及会员精细化运营，打造GMV的有效增长模式。通过科学设计购物路径、优化商城视觉，实现数据化运营商品；利用公私域联动流量裂变技巧，对会员进行生命周期运营；并通过赋能运营目标与规划，主导品牌私域生意持续增长。

5.1.2 岗位能力

5.1.2.1 初阶能力

- 小程序商城定位分析
- 小程序商城框架搭建
- 卖点挖掘及文案包装
- 商品基础运营
- 活动商品规划
- 品牌内部资源盘活
- 社交触点激活
- 社交分享活动规划
- 日常活动运营
- 私域活动运营 SOP
- 会员精细化运营
- 会员积分营销
- 运营数据分析
- 店铺运营优化

5.1.2.2 进阶能力

- 商城视觉管理与调优
- 购物路径设计与优化
- 商品数据化运营
- 直播活动运营
- 异业合作
- 小程序社交分享活动设计
- 线上线下联合营销
- 会员生命周期运营
- 数据反哺运营目标制定
- 其它能力

5.2 用户运营师

5.2.1 岗位职责

负责通过用户标签、用户分层等手段洞察用户，建设私域用户运营阵地；围绕用户全生命周期进行运营设计，规划流量链路、社群运营SOP、群活动；并借助数据复盘精细化运营用户，沉淀企业自有私域用户池。搭建私域用户运营体系，制定差异化用户运营策略；通过社群IP建设、社群营销、客诉体系等精细化运营手段，分析用户数据并持续挖掘用户价值；高效利用互联网生态用户运营能力，激活品牌自有用户，实现转化、口碑分享及复购。

5.2.2 岗位能力

5.2.2.1 初阶能力

- 私域用户运营场景认知
- 私域用户运营阵地定位
- 用户洞察
- 用户标签建设
- 用户分层
- 用户全生命周期运营设计
- 用户群类型与角色定位
- 流量链路设计
- 社群运营 SOP 制定及优化
- 用户群活动规划
- 用户群内容互动
- 数据能力搭建与应用
- 用户数据认知与分析

5.2.2.2 进阶能力

- 私域用户运营组合应用
- 差异化用户运营策略制定
- 用户生命周期价值提升
- 用户群客诉体系搭建
- 用户群 IP 定位
- 用户群营销转化
- 用户群数据分析
- 异业合作引流
- 业务增值空间挖掘
- 其它能力

5.3 会员运营师

5.3.1 岗位职责

负责规划和完善企业会员管理体系，分解会员运营目标，并通过搭建数据标签体系，搭建会员积分体系，实施会员分层及会员生命周期管理；在此基础上，通过对相关数据的追踪与复盘，利用大数据的方法，对现有会员运营模式进行优化与迭代，从而获取新会员，提升会员活跃度、复购率及单客产值。

5.3.2 岗位能力

5.3.2.1 初阶能力

- 会员运营策略认知
- 会员生命周期识别、会员生命周期指标拆解
- 会员生命周期分阶段运营重点/技巧/策略
- 会员积分、成长、权益体系设计与优化
- 付费会员体系
- 会员洞察
- 会员活动分类、策划及落地
- 会员数据指标体系的认识与搭建
- 其它能力

5.4 数字导购

5.4.1 岗位职责

负责利用线上服务顾客的数字化工具，发现并激活顾客；通过社群等方式进行客户管理与维护；通过全场景、顾问式服务，达成业绩增长目标。

5.4.2 岗位能力

5.4.2.1 初阶能力

- 常用工具应用
- 导购基础数据认知
- 流量发掘
- 客户激活
- 导购社交平台内容创作
- 客户一对一沟通及维护
- 客户群建立与规划
- 客户群运营技巧应用
- 销售前期规划
- 销售转化提效

5.4.2.2 进阶能力

- 销售数据拆解
- 大促群客户邀约
- 客户维护与激活
- 客户维护与分层
- 客户成交管理
- 售后客诉处理
- 商品营销
- 直播规划
- 其它能力

附录 A (规范性)

智慧零售全域人才岗位及等级要求描述

A.1 智慧零售全域人才岗位及等级要求描述，见表 A.1 和表 A.2

表A.1 智慧零售全域人才岗位初阶岗位能力描述

岗位	能力模块	初阶能力	岗位能力描述
智慧零售-小程序商城运营师	商城策划	小程序商城定位分析	熟知商城定位的原型框架逻辑，快速完成商城定位及商城框架的搭建。
		小程序商城框架搭建	掌握官网类、电商类、品宣类、清仓类等小程序商城框架搭建逻辑，学会快速搭建商城框架的方法。
		卖点挖掘及文案包装	利用竞品分析、客户分析、产品分析，挖掘产品卖点；通过文案包装技巧，明确受众，选择策略，加入销售因子，帮助消费者决策。
	商品搭建	商品运营	掌握制定商品运营体系和定价策略的具体流程与方法，包括商品规格规划、商品物流规划、商品库存规划、商品类目规划、商品定价规划等。
		活动商品规划	熟知商品品类构成因素及产品结构拆解；掌握活动商品规划技巧，如：引流品设计、爆款品设计、利润品设计、品类营销策略制定等。
	流量布局	品牌内部资源盘活	熟知品牌自有资源池，学会挖掘品牌公私域流量价值；能够搭建内部流量入口。
		社交触点激活	熟知各类生态触点，如：自有线上触点、导购社交触点、自有线下触点、公域触点；能够运用私域触点、工具，快速触达用户。
		社交分享活动策划	熟知社交分享活动的要素、社交分享增长流量的要点，掌握社交分享活动的进阶玩法和技巧。
	活动运营	日常活动运营	熟知基础活动运营全链路，如：活动目标规划、活动选品、预热渠道选择、活动爆单、活动数据复盘等。
		直播活动运营	了解直播运营完整链路，掌握做好直播运营的具体技巧，如：主播赋能、主播演绎、直播后台支持、直播数据复盘、直播策略优化等。
		私域活动运营SOP	掌握全链路私域活动运营技巧，包括引流期、运营期、活动期、复盘期的实操技能，如：线上线下引流、社群运营与裂变、客户转化活动设计、私域活动复盘等。
	会员运营	会员精细化运营	能够实现会员数据采集、会员数据管理、会员精细化营销，掌握私域会员精细化运营、挖掘用户全生命周期价值的方法。
		会员积分营销	学会打造小程序会员积分营销体系，培养用户对品牌的忠诚度，延长用户终身价值；掌握积分体系框架设定、积分商城配置的方法与技巧。
	数据管理	运营数据分析	熟知日常运营需要关注的的数据维度，掌握常用的数据分析方法。
		店铺运营优化	掌握日常运营报表模板、报表搭建的逻辑与方法、数据化指导运营步法拆解，学会如何通过数据及时调整店铺运营策略。
智慧零售-用户运营师	用户运营阵地建设	私域用户运营场景认知	熟知社群及个人号场景在私域用户运营中的核心价值；熟知用户运营各角色间的区别；熟知用户群运营在私域中的优势。
		私域用户运营阵地定位	建立小程序、公众号和导购场景的认知，进一步提升运营师对私域触点的认知深度；熟知小程序、公众号场景的作用；能够运用线上线下导购场景形成合力。

表A.1 (续)

岗位	能力模块	初阶能力	岗位能力描述
智慧零售-用户运营师	用户洞察与分层	用户洞察	学会如何厘清用户需求，精准定位用户层级。
		用户标签建设	掌握用户标签建设的方法。
		用户分层	熟知客群分层的维度及选项，掌握客群分层的具体方式方法，学会呈现客群分层。
	用户运营策略设计	用户全生命周期运营设计	熟知私域中影响LTV的主要因素；掌握如何通过提升LTV，提高转化效率和留存率的方法。
	私域用户精细化运营	用户群类型与角色定位	熟知主题活动群、日常服务群、福利转化群、VIP专属群等用户群特点，掌握社群角色配置与分工的步骤和方法。
		流量链路设计	掌握流量链路设计的注意事项及方法技巧。
		社群运营SOP制定及优化	熟知社群运营SOP的先决条件及考量因素，掌握社群运营SOP制定、迭代的步骤及方法。
		用户群活动规划	熟知活动的各个环节，包括活动规划、活动预热、活动执行、活动复盘等；掌握做好一场活动的方法技巧。
		用户群氛围营造	能够定义社群氛围的“良好”与否，掌握处理社群负面情绪的方法，学会根据关键词与敏感词，把控社群氛围。
	用户价值挖掘	数据能力搭建与应用	掌握社群运营基础数据的维度梳理、社群运营关键数据的指标确立、不同社群关注数据的重点区分、品牌社群数据库的搭建、社群里程碑数据选取的步骤和方法。
		用户数据认知	熟知用户日常接触的“数据世界”，掌握如何从数据中“挖掘价值黄金”的方法技巧，掌握数据分析需具备的基础设施。
		用户数据分析	掌握数据分析的方法，进一步深化数据分析、挖掘等能力。
	会员运营策略设计	会员运营策略认知	掌握会员运营的核心策略与技巧，了解会员运营在不同行业的应用与实践。
		会员生命周期识别与规划	熟知会员生命周期的划分方式与用户分层方法论，能够拆解会员运营各目标，掌握拉新-激活-留存各环节指标。
		会员生命周期分阶段运营	熟悉生命周期各阶段的运营技巧与精细化运营策略，能够运用多种触点与运营手段达成各阶段会员运营目标。
	会员体系搭建	会员成长体系设计	掌握会员标签规划与管理技巧，完成会员成长体系设计与搭建，管理会员等级与积分，持续提升会员复购。
		付费会员体系	熟知付费会员的价值、发展与类型，掌握付费会员的适用场景。能够完成付费目标用户洞察，管理付费权益预期，设计付费权益。
	会员活动策划	会员洞察	掌握对会员群体的分析与利益点设计方法。
		会员活动分类及策划	熟知全域视角的会员活动类型、活动策划原则，洞察会员群体需求，设计活动利益点，利用线上渠道与线下门店的联动、门店活动的策划推广与执行等方式，针对不同生命周期阶段用户，制定对应的会员活动策划。
		会员活动落地拆解	熟知会员活动落地各环节SOP，掌握从会员活动规划到落地实施的设计方法及实施细节。
	数据分析与体系优化	会员数据指标体系的认识与搭建	掌握会员数据标签体系搭建与运营方法论，监测生命周期各阶段数据指标，对会员消费行为进行拆解，解读会员消费行为与特点。
		会员体系优化与应用	学会研究会员数据，搭建会员数据分析模型，通过数据复盘做好会员体系优化。

表A.1 (续)

岗位	能力模块	初阶能力	岗位能力描述
智慧零售-数字导购	数字化工具与数据认知	常用私域工具应用	了解导购常用工具,了解应用场景及配套功能,能够使用直播工具。
		导购基础数据认知	熟知数据对导购的意义和价值,熟知导购常用基础数据和解析方法,掌握数据比较方法。
	私域流量挖掘	私域流量发掘	熟知门店客户引流、会员管理系统会员引流、线上好友引流、线下公域场景引流的操作流程,掌握流量挖掘的步骤、策略和方法。
		私域客户激活	掌握私域新客接待、打标、客户需求匹配等各种激活私域客户的具体方法和注意事项。
	私域客户管理	导购朋友圈内容创作	熟知打造超级朋友圈的要素,熟知基于客户分类的朋友圈发圈目的与内容,掌握朋友圈内容创作方法。
		客户群建立与规划	掌握客户群建立后要做的具体事项,以及群维护的步骤和注意事项,如:群基础设置、新客加群引导、新群日常运维等。
		客户群运营技巧应用	掌握客户群运营的技巧,包括群类型规划、群名称规划、群昵称规划、欢迎语规划、群公告规划等。
	私域销售技巧	私域销售前期规划	熟知私域销售前期准备工作,掌握相关工具的使用技巧,如:形象定位规划、活动销售链路规划、活动销售话术运用、活动下的群工具设置等。
		私域销售转化提效	掌握私域运营变现提效的方法技巧,包括:客户资产盘点、私域销售活动预热、群活动发布、朋友圈活动发布、一对一私聊转化等。

表A.2 智慧零售全域人才岗位进阶岗位能力描述

岗位	能力模块	进阶能力	岗位能力描述
智慧零售-小程序商城运营师	商城策划	商城视觉管理与调优	掌握小程序商城视觉管理与调优的维度、要点和技巧,包括:店铺视觉管理、店铺视觉调优、活动文案塑造等。
		购物路径设计与优化	掌握小程序商城购物路径设计与优化的方法,包括:商城活动也规划、客群购物路径规划等。
	商品搭建	商品数据化运营	掌握商品数据化运营管理技巧,学会洞察业绩增长的发力点,如:商品运营链路规划、商品数据报表制作、商品数据报表分析等。
		流量布局	异业合作
	小程序社交分享活动设计		熟知社交分享活动定义、活动制定步法拆解,以及活动后的案例复盘。
	活动运营	线上线下联合营销	掌握线上线下营销通道打通、利用线上公域流量导流门店实现全域经营的策略和技巧,如:门店导流活动规划、到店活动规划。
	会员运营	会员生命周期运营	掌握会员调研与分析的要领,学会如何实现针对会员不同生命周期的“千人千面”精准营销,积累忠诚会员的归属感和身份感。
	数据管理	数据赋能运营目标制定	熟知数据目标制定和拆解,掌握用数据思维看待目标,利用数据分析制定增长路径。
		数据赋能行业趋势洞察	学会行业宏观趋势分析和细分领域微观分析,包括市场数据获取、市场分析报告制作、市场分析报告解读,掌握对未来发展趋势的预判能力的方法。
	智慧零售-用户运营师	用户运营阵地建设	私域用户运营组合应用
用户洞察与分层		差异化用户运营策略制定	学会内部不同群的差异化运营、对比同类竞品的群差异化运营,掌握用户分层与精细化运营的核心能力。

表A.2 (续)

岗位	能力模块	进阶能力	岗位能力描述
智慧零售-用户运营师	用户运营策略设计	用户生命周期价值提升	掌握精准定位用户需求的方法，帮助品牌做好用户和业绩增长。
	私域用户精细化运营	用户群客诉体系搭建	熟知客诉产生原因，掌握标准客诉体系搭建步骤和方法，学会如何完善处理机制。
		用户群IP定位	掌握用户群IP定位方法，如：行业、品牌特点分析，用户画像分析，品牌IP定位，品牌IP完善等。
		用户群营销转化	掌握用户群营销转化的策略技巧，包括：转化策略制定、转化场景挖掘、转化工具运用、转化节奏把控、转化数据复盘。
		用户群数据分析	掌握用户群数据分析的环节、步骤、方法，包括：数据相关性分析、数据倒查纠正、数据分析方法及工具应用、数据分析通用流程搭建、社群运营数据指标优化等。
		异业合作引流	掌握异业合作引流的策略和方法，学会如何制定异业合作战略，做好异业合作社群运营。
	用户价值挖掘	业务增值空间挖掘	熟知在私域场景内与用户共建的重要性，掌握用户共建的核心技能。
智慧零售-数字导购	数字化工具与数据认知	销售数据拆解	掌握社群大促的业绩目标规划、流量目标规划及业绩达成技巧。
	私域流量挖掘	大促群客户邀约	掌握大促背景下，如何通过邀请进群、裂变、朋友圈邀请等形式，迅速建立顾客群，为后续私域大促中诸多活动，提供重要传播链接。
		新客维护	熟知新客入群接待、群氛围营造、新客售后维护，掌握新客成交的运营方法。
		老群激活	学会老群查缺补漏、社群定位完善、群领袖激活、老群快速激活，掌握老客户成交管理的策略方法。
	私域客户管理	私域客户维护与分层	掌握私域客户维护、分层的方法技巧。
		客户成交管理	掌握新老客户成交管理的区别，及相应策略方法。
	私域销售技巧	私域商品营销	熟知门店选品策略规划、商品推荐节奏把控、商品营销素材策划、数据赋能商品推荐，掌握私域商品营销方法。
私域直播规划		熟知直播前期准备、直播中要点，能够通过直播后复盘，将经验转化为能力。	