

T/GXDSL

团 体 标 准

T/GXDSL 000—2024

南宁老友粉互联网+营销与服务模式指南

2024 - 00 - 00 发布

2024 - 00 - 00 实施

广西电子商务企业联合会 发布

目 次

前 言	II
一、前言	1
二、基本要求	1
1. 总体目标	1
2. 适用范围	1
三、互联网+营销策略	1
1. 新媒体营销	1
2. 电商平台运营	2
3. 线上线下融合	2
四、服务模式创新	2
1. 客户关系管理	2
2. 个性化服务	2
五、文化传播与品牌建设	3
1. 文化传播	3
2. 品牌建设	3
六、培训与指导	3
1. 人员培训	3
2. 技术支持	4
七、评价与改进	4
1. 效果评估	4
2. 标准化管理	4

前 言

本文件依据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。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广西产学研科学研究院提出。

本文件由广西电子商务企业联合会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

南宁老友粉互联网+营销与服务模式指南

一、前言

本标准旨在为南宁老友粉产业提供系统的互联网+营销与服务模式指导，通过科学合理地利用互联网及相关数字技术，提升南宁老友粉的市场竞争力和品牌影响力。此标准的制定基于对新媒体环境下消费者行为变化及市场需求的深入分析，并结合南宁老友粉产业的实际情况。

二、基本要求

1. 总体目标

- 推动南宁老友粉产业的数字化转型。
- 提高南宁老友粉在国内外市场的知名度和占有率。
- 保护和传承南宁老友粉的传统技艺和文化。

2. 适用范围

本标准适用于南宁老友粉生产、销售企业及个人经营者，包括实体店和线上平台。

三、互联网+营销策略

1. 新媒体营销

- 社交媒体运营：定期更新微信、微博、抖音等社交平台的内容，发布有关南宁老友粉的历史、文化、制作过程及顾客评价。
 - 示例：每周至少3次在微信公众号发布内容，包括但不限于推广活动、顾客反馈、文化故事等。
- 短视频营销：利用抖音、快手等短视频平台，展示老友粉的制作过程和特色，吸引年轻消费者。

- 示例：每月上传不少于 4 个短视频，内容包括店内现场制作过程、顾客评价采访等。
- 直播带货：通过淘宝直播、抖音直播等平台进行实时销售和推广。
 - 示例：每月至少进行一次直播活动，介绍产品特色、回答观众提问并进行互动游戏。

2. 电商平台运营

- 多平台布局：进驻淘宝、天猫、京东等主流电商平台，开设官方旗舰店或授权店铺。
 - 示例：在淘宝、天猫设立官方旗舰店，并通过京东平台扩展销售渠道。
- 数据分析与优化：利用电商平台提供的数据分析工具，持续优化产品页面、关键词搜索及广告投放策略。
 - 示例：每季度进行一次关键词优化，确保主要搜索词位于搜索引擎结果的前三位。

3. 线上线下融合

- O2O 模式：通过线上预约点单、线下体验取货的方式，提升用户体验。
 - 示例：开发自有小程序或借助美团、饿了么等平台，实现在线点餐及线下配送一体化服务。
- 活动策划：定期举办线上优惠活动、线下体验活动，增加用户粘性。
 - 示例：每年举办“南宁老友粉文化节”，邀请全国美食达人参与评选，同时开展线上投票活动。

四、服务模式创新

1. 客户关系管理

- 会员制度：建立会员体系，提供积分兑换、专属折扣等增值服务。
 - 示例：会员每消费 1 元积 1 分，积分可用于兑换礼品或代金券。
- 顾客反馈机制：通过在线调查问卷、电话回访等方式收集顾客意见，及时改进服务。
 - 示例：每季度进行一次顾客满意度调查，针对反馈问题进行整改。

2. 个性化服务

- 定制服务：提供口味定制、包装定制等个性化服务，满足不同消费者的需求。

- 示例：推出“个性定制套餐”，顾客可根据个人偏好选择配料和调味料。
- 智能推荐系统：利用大数据分析技术，根据用户购买历史和偏好，自动推荐相关产品。
 - 示例：开发智能推荐算法，用户打开 APP 后即可看到个性化推荐商品。

五、文化传播与品牌建设

1. 文化传播

- 品牌故事：通过品牌官网、公众号等渠道，讲述南宁老友粉的历史渊源和文化背景。
 - 示例：在官方网站设立“文化故事”专栏，定期发布有关南宁老友粉的历史、传说及制作工艺的文章。
- 文化活动：组织或参与各类美食展览、文化交流活动，推广南宁老友粉文化。
 - 示例：每年参加至少一次国内外的的美食展览，并在现场进行老友粉制作演示。

2. 品牌建设

- 品牌形象设计：统一规范品牌标识、包装设计，提升品牌辨识度。
 - 示例：聘请专业设计公司设计 LOGO 和包装，确保所有产品的视觉形象一致。
- 品牌宣传：通过媒体合作、跨界合作等形式，扩大品牌影响力。
 - 示例：与知名美食博主合作，邀请其进行探店体验并在其平台上分享；与其他品牌联名推出限量版产品。

六、培训与指导

1. 人员培训

- 内部培训：定期组织员工参加新媒体营销、客户服务等方面的培训课程。
 - 示例：每年安排不少于 4 次内部培训，涵盖新媒体运营技巧、客户服务理念等内容。
- 外部交流：鼓励员工参加行业会议、研讨会，学习先进经验。
 - 示例：每年支持不少于 2 名员工参加全国性的行业展会或论坛。

2. 技术支持

- 技术服务平台：建立统一的技术服务平台，为企业提供技术支持和服务。
 - 示例：搭建一个集数据分析、营销策划、客户管理于一体的综合性服务平台。
- 创新实验室：设立创新实验室，鼓励企业进行新技术新产品的研发和应用。
 - 示例：与高校合作建立创新实验室，共同研发新型食品加工技术和智能化生产设备。

七、评价与改进

1. 效果评估

- 定期评估：每半年进行一次全面的营销效果评估，包括销售额增长、品牌知名度提升等方面。
 - 示例：每半年委托第三方机构进行全面评估，并出具详细报告。
- 持续改进：根据评估结果，调整营销策略和服务模式，确保持续改进。
 - 示例：针对评估中发现的问题，制定改进计划并在下一轮实施中加以解决。

2. 标准化管理

- 标准更新：定期审查和更新本标准，确保其符合最新的市场和技术趋势。
 - 示例：每年召开一次标准修订会议，邀请行业专家和企业代表参与讨论。
 - 监督执行：成立专门的监督小组，负责本标准的实施监督工作。
 - 示例：由行业协会牵头组建监督小组，定期检查各企业的执行情况并提交报告。
-