**兴安盟产业数字化运营中心**

**暨科右前旗产业电商运营服务项目**

**工作说明书**

一、项目名称

1.1项目名称

兴安盟产业数字化运营中心暨科右前旗产业电商运营服务项目

1.2项目目的

围绕兴安盟产业数字化运营中心项目及科右前旗产业电商服务建设要求，提升兴安盟产业电商服务及运营水平，重点推动科右前旗草地羊肉、大米、沙果等特定产业升级、创新。通过政策创新、模式创新、产品创新，不断丰富兴安盟农畜产业业态，创新发展模式，加快形成农业产业链和科技创新的深度融合，推动一二三产融合，助力区域经济高质量发展。

1. 服务内容

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **一级服务项** | **二级服务项** | **具体工作内容** | **备注** |
| 1 | 产业运营中心运营 | 产业运营中心运营升级版 | ①产业电商体系建设方案  A、产业运营中心分区体系建设（各功能分区职能、各功能发分区的管理办法）  B、产业运营中心服务体系建设（服务内容、服务规范、服务流程）  C、产业运营中心标识体系建设（应用范围、应用标准）  D、产业运营中心管理体系建设（入驻管理体系、综合管理体系）  ②产业运营中心日常运营  A、运营服务中心  A-1 智慧空间服务（入驻主体管理、公共资源管理、智慧办公、物业管理）  A-2 资源聚合服务（阿里平台资源对接、第三方平台资源对接）  A-3 电商主体服务（业务支持、主体管理）  A-4 矩阵传播服务（媒体矩阵搭建、内容采编输出、媒体发布汇编）  B、电商培训中心  B-1招生管理（线上触达、线下走访、定向邀约）  B-2创业指导（社群运营、商家分层、资源对接、商家汰换）  B-3商家培训（基础课程、进阶课程、大促课程、直播课程）  B-4诊断咨询（整体看板、流量分析、商品分析、竞品分析、访客分析）  C、电商供货中心  C-1 供端建设（适销选品、供应商招募、供应商管理、增值服务）  C-2 销端建设（素材库管理、网商和营销主体招募、网商和营销主体管理）  C-3 样品展厅管理 |  |
| 2 | 电商培训 | 1天线下课-县域 | 形式：课前体系化视频预习课+正课1天线下培训+课后直播复习  内容：针对电商人才开展的专享培训，提升学员电商方面能力,并做好跟踪服务，助力电商创业。 |  |
| 3 | 网货新品孵化（羊肉单SKU） | 网货新品策略制定 | 根据电商需求与消费趋势，对产品线上发展情况、市场竞争格局、产品消费人群的进行全方位数据分析，结合本地实情，强化产品卖点和定位产出适销对路的产品策略、规格价格策略等成体系的商品网货化设计方案。具体包括但不限于：   * 消费者画像分析 * 网货定位及卖点 * 网货定价及规格建议 |  |
| 网货销售素材设计 | 针对核心产品，开发适合电商销售的商品素材（包括包装、图片、视频、海报），为网商提供网货销售素材服务。具体内容包括但不限于：   * 网货内外包装设计 * 交易网站销售素材设计 |  |
| 4 | 整合营销 | 定制化整合营销 | 基于当地产业和时令特点，举办整合营销活动，阿里提供平台资源，如频道专题营销页、创意策划、直播等，同时结合政府端资源导入，携手本地优质商家，共同开展营销活动，提升当地产业的综合影响力。  1、制定并实施适合当地农畜产品销售的营销推广方案；  2、手机淘宝内产地专属页面，在手机淘宝内搭建产地专属会场页面，会场页面将展示代表性产品，以及特色商家的关键信息、商家及优惠权益等。会场将配合关键词搜索功能，手淘搜索相关关键词直达会场页面。  3、主办不少于1场产地溯源直播活动，搭建直播矩阵，邀请明星主播或大V主播，为产地优质产品进行直播带货。通过线上专题推广和线下活动资源的配合，打造大声势、多样化的线上线下事件营销。 |  |
| 5 | 码上放心正品溯源服务 | 基础溯源建设 | 建立产品全链路溯源系统，赋予每个产品唯一的身份编码，实现从产品源头到终端消费者全链条追溯，打通生产企业和消费者的沟通渠道，实现对C端的直接触达。  A、商家管理后台：溯源码量数据使用情况总览。  B、5家店铺&商品管理：与淘宝天猫体系商品管理打通  C、溯源码服务：申请、激活溯源码，数字码量不限。  D、消费者溯源查询页面管理：个性化配置，商品信息、溯源信息、营销信息管理。  E、系统管理：账户管理、菜单管理、权限管理等。 |  |
| 溯源运营服务 | A、搜索溯源心智标签；  B、商品详情页面溯源心智标签以及一个溯源扫码介绍页面；  C、消费者溯源查询页面。 |