|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **需求标题：** | 网络部详细业务流程 | | |
| **调查方式：** | ☑访谈 □电话 □邮件 □即时通讯 | | |
| **调查人：** | 丁洪源 | **调查时间：** | 2019/5/16 |
| **调查地点：** | 网络部办公室 | | |
| **参加人员：** | 劳柏森 | | |
| **调研内容：** | 一、竞价专员标准化和网络推广  1、负责搜索引擎的后台管理工作  1)打开所有搜索引擎平台后台，查找关键词排名，优化后台异常；  2)将关键词整理、分类、分组、统计，并在百度/神马等平台将关键词推广执行；  3)查看竞争对手在各搜索引擎上的广告投放，发现新的好的关键词记录下来增加到自己的投放库，在同行群里沟通协商，发现竞争对手投放了公司主体词要求其修改并检测结果  2、负责广告语提炼及标题、创意的撰写工作（根据实际情况调整推广方案，控制推广成本，确保咨询量）  3、实时关注广告效果分析报告（关注广告效果带来的咨询量,并分析相关数据）  4、负责各竞价平台的后台管理工作  1)查看优化昨天的数据情况，即查看关键词统计、优化关键词、汇报情况、创建新的投放计划（要否掉没用的关键词和IP、调整出价系数、确保夜间流量来避免浪费控制成本）  2)进行数据分析，即评估关键词质量度，并提出优化方案  3)确保广告投放金额，即根据每月预算按时申请竞价费用  5、参加网络部月度工作总结计划会（按《网络部月度总结计划汇报表》进行工作汇报，明确下月工作计划，调整工作方案）  二、网络咨询  1、负责网络咨询工作  1)了解、安装并测试商务通、微信、QQ三种在线咨询工具,其中商务通和微信也是付费工具；  2)在熟悉了学校情况、了解相关话术、掌握相关工具的前提下，进行在线咨询，将获得的对方联系方式等信息录入系统，并填写信息到《数据总表》发送给咨询助理;  3)在线咨询过程中不允许网上报价、介绍学习时间，有针对性的回答一至两个问题，不要过多解答问题，且时间不超过十分钟  2、负责网络招生工作  1)根据在线获取到的学员信息，进行电话联系，或者当有电话主动联系我们时，根据相关话术热情解答对方的相关问题，时间尽量控制在8-20分钟；  2)电话联系进行邀约时，详细记录咨询者上门时间，填写到客户信息系统，做好相关选项的记录;  3)定时查看系统学员上门情况，分析承诺上门而未上门者未上门的原因并找出解决方案且进行回访，回访时确认客户再次预约上门时间，提醒客户具体时间和地点，及时更改系统回访记录；  4)对于第一次回访未预约的再次回访，即在系统中导出回访未预约的学员信息，针对不同学员类型找出解决方案，抓住学员的心理，适时找机会确认学员预约上门  3、负责数据统计分析  1)每天工作结尾查看《网络咨询登记表》、网站统计后台和在线咨询工具后台管理的相关数据，并汇总数据填写到《阅读网络咨询监测表》，  2)每天分析数据对问题进行调整时，按以下指标分析：  a、在线咨询量与点击量比例：以确定宣传主题或网络推广方式是否存在偏离（比例低则存在问题，需要调整）  b、在线咨询转化率：以确定在线咨询员的咨询能力  C、在线咨询量上门率：以确定是否在线咨询中心误导了咨询者  3)每周一早将《月度网络咨询监测表》及调整结果上报给部门主任  三、活动策划  1、负责学院各项活动的策划工作  1)制定年度节日活动计划表  a、根据年度节日时间制定活动计划及制定假日时间表  b、每月月初制定当月活动计划方案，根据不同节日制定不同的活动方案  c、每月5号前将该表提交至部门主管  d、根据主任反馈的信息对活动方案进行修改  e、将修改后的方案再次提交至主任，审核完成后准备实施  2)策划市场线上线下品牌宣传活动  a、通过网站、杂志、各种宣传资料等不同渠道进行资料收集  b、根据收集的相关资料制定宣传活动  c、提交活动方案至部门主任  d、及时接收部门主任的反馈信息  e、再次提交至部门主任，审核完成后准备实施  3)组织实施学校宣传活动  a、查看活动计划表，确定好活动日期和参与活动的人员名单，并与参与活动人员沟通活动职责及活动注意事项  b、按活动计划表上的活动要求和时间进行活动实施  c、活动结束后下发活动反馈信息表至相关人员，收集好活动反馈信息  d、总结宣传活动经验，以便于下次活动的优化开展  2、负责新媒体创意拍摄  收集并构思抖音拍摄创意整理成拍摄提纲  根据拍摄提纲在拍摄前预约角色，时间，地点，角色需要准备的内容及穿着，按要求拍摄好之后将内容发送至文案  3、工作效果统计  当月活动结束后，进行数据分析，工作总结和汇报，问题解决情况，并整理成分析表  四、文案编辑  1、学校活动及会议的采访记录  按时间先后顺序接收到各部门重要会议/活动，统计好各项活动及会议的时间、地点、内容及相关设备，并备好所需设备  按时参加活动/会议，按要求进行文字记录，根据活动/会议的内容进行素材拍摄（照片、视频等），然后整理好素材，并保存到电脑指定的目录  2、更新微信公众号、网站和自媒体文章  根据素材内容编写文章，然后提交至主任审核，根据反馈进行文章修改，再提交至主任审核  二次审核完毕后，在微信公众号、网站、自媒体等平台上发布文章  将发布的文章发至职工群，号召员工共同推广  3、撰写宣传物料文案  统计部门需求、内容、时间，以学院市场等提供的相关物料进行文案撰写  提交文案至部门主任审核，然后按照主任要求进行文章修改  按照时间要求发送文案至所需部门后，将文案存档  五、美工（物料的设计、制作）  1、负责通负责线上线下物料制作  线上： 接收部门主任安排的网站广告制作要求，确定广告内容、广告的要求、上线时间，按要求进行设计广告内容  在距广告上线时间一星期时提交设计初稿至部门主任，然后根据部门反馈修改好广告内容，再次提交至部门主任  线下：接收线下物料制作需求，明确物料制作内容及标准，然后按照相关要求进行设计  在距提交时间一星期时提交设计初稿至部门主任，然后根据部门反馈修改好广告内容，再次提交至部门主任  2、负责洽谈印刷公司（暂时已经有合作的公司了）  通过网络搜索、查询网页等方式寻找印刷公司，按学院需求确定好候选印刷公司；  电话咨询候选公司的具体情况，如印刷公司的设计、供货周期和流程等，然后进行实地考察印刷公司进一步了解该公司是否符合学院的需求；  根据电话咨询与考察填写《候选（印刷）公司评比表》，提交至部门主任；  收到主任反馈，并确定好印刷公司后与其签订合同  3、其他日常工作  接收到申请者提交的《宣传品印刷申请单》后，与需求人沟通好宣传品印刷要求；  从总部提供的宣传模板光盘中选取相应的模板，若光盘中无需要的模板，组织广告公司进行设计，然后听取其他部门的建议并修改广告公司设计的稿件；  提交设计稿至部门主任，接收到反馈后进行调整；  提交确认后的设计稿件给印刷公司印刷宣传品；  在确认印刷公司按合同约定履行印刷后，填写好《费用审批单》然后去部门主任-部门校长签字审批  审批通过后交于财务申请付款，如果由于印刷公司的责任导致错误，根据合同规定及双方沟通结果扣除相应费用；  付款成功后将付款截图发至印刷公司或广告公司，并向其讲解扣款情况缘由；  整理照片文档：根据要求进行照片分类，并归档 | | |
| **取得的原始材料：** |  | | |
| **调查人签字：** |  | **客户代表签字：** |  |