

**毕 业 论 文**

**题目**： **广州若羽臣科技店铺代运营营销推广研究**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **学生姓名：** | **陈海哗** | **学号：** | **202102050139** |
| **专业班级：** | **A21市场营销3班** | | |
| **指导教师：** | **张闪闪** | | |
| **企业导师：** | **李淑仪** | | |
| **二级学院：** | **工商管理学院** | | |

学位论文原创性声明

郑重声明：所呈交的学位论文《广州若羽臣科技店铺代运营营销推广研究》， 是本人在导师的指导下，独立进行研究取得的成果。除文中已经注明引用的 内容外，本论文不包他个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本文的 研究做出贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到 本声明的法律后果，并承诺因本声明而产生的法律结果由本人承担。

学位论文作者：

日期：2023 年



 月  日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同 意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论 文被查阅和借阅。本人授权广东白云学院将本学位论文的全部或部分内容 编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和 汇编本学位论文。

本学位论文属于

保 密 ，在\_\_年解密后适用本授权书。

不保密团。

学位论文作者签名：



指导教师签名：



日期：2023 年 月 日 日期：2023 年 月 日

广州若羽臣科技店铺代运营营销推广研究

摘 要

随着国家经济的大力发展，电商代运营模式在电子商务行业的地位越来越重要，在这行业的生态环境下，如何在短时间集聚各大品牌，同时与其加强合作，在未来起到关 键作用。

本文选择广州若羽臣科技店铺代运营营销推广研究作为研究对象，通过问卷调查、 总结分析出企业代运营营销推广过程中存在的问题，比如：企业在营销推广方面未实行精准市场细分策略、依赖于品牌自带的效益、店铺广告引流效率低等问题。以广州若羽臣科技店铺为本文研究对象，根据梳理出来的问题，在店铺的营销推广规划，提出适合的推广策略。在代运营营销推广的发展过程中，应该尽快的找准市场的定位，建立自己在电子商务行业的核心竞争力，帮助运营的企业获得更高的收益。同时结合历史数据， 找出问题的原因，运用子商务学科的知识，从建立精准的市场细分推广策略、重视品牌效益的二次扩大、根据产品特性精准引流等策略对广州若羽臣科技店铺代运营营销推广进行优化，有效解决在营销推广中存在的问 题。为企业的发展带来更大的经济效益。

关键词:电子商务； 电商代运营；营销推广；

**GUANGZHOU** **RUOIYUCHEN** **TECHNOLOGY** **STORE**

**AGENCY** **OPERATION** **MARKETING** **PROMOTION**

**RESEARCH**

**ABSTRACT**

With the vigorous development of the national economy, the mode of e-commerce agency operation is becoming more and more important in the e-commerce industry. Under the ecological environment of this industry, how to gather major brands in a short time and strengthen cooperation with them will play a key role in the future.

In this paper, the research on the marketing promotion of Guangzhou Ruoyuchen Technology Store is selected as the research object, and the problems existing in the marketing promotion process of enterprises are summarized and analyzed through questionnaires and interviews, such as the lack of competitiveness of enterprises in marketing promotion, the low competitiveness of the company's own brands, and the single marketing promotion method. Taking Guangzhou Ruoyuchen Science and Technology Store as the research object of this paper, according to the problems sorted out and the promotion planning of the store, the suitable promotion strategy is put forward. In the process of development of agent marketing promotion, we should identify the market position as soon as possible, establish our core competitiveness in the e-commerce industry, and help the operating enterprises get higher profits. At the same time, combined with historical data, the causes of the problems are found out, and the knowledge of sub-business disciplines is used to optimize the marketing promotion of Guangzhou Ruoyuchen Technology Store's agency operation from establishing accurate market segmentation promotion strategy, optimizing self-operated brand promotion strategy, optimizing store agency operation promotion, strengthening promotion service system construction strategy and information technology application strategy, thus effectively solving the existing problems in marketing promotion. Bring greater economic benefits to the development of enterprises.



广州若羽臣科技店铺代运营营销推广研究

**Key** **words:**E-commerce;E-commerce agency operation;Marketing promotion;

目 录

[1 绪论 1](#_bookmark1)

[1.1 研究背景及意义 1](#_bookmark2)

1.2 相关理论及文献综述 [1](#_bookmark3)

[1.3 研究内容 2](#_bookmark4)

[1.4 研究方法 3](#_bookmark5)

[2 公司代运营营销推广现状 5](#_bookmark6)

[2.1 公司概况 6](#_bookmark7)

[2.2 公司代运营营销推广情况 6](#_bookmark8)

[2.3 公司代运营营销推广的问卷调查分析 7](#_bookmark9)

[3 公司代运营营销推广存在的问题分析 11](#_bookmark10)

[3.1 营销推广未实行精准市场细分策略 11](#_bookmark11)

[3.2 依赖于品牌自带的效益 11](#_bookmark12)

[3.3 店铺广告引流效率低 13](#_bookmark14)

[3.4 缺乏营销推广人才 14](#_bookmark15)

[4 公司代运营营销推广优化策略 15](#_bookmark16)

[4.1 建立精准的市场细分推广策略 15](#_bookmark17)

[4.2 重视品牌效益的二次扩大 15](#_bookmark18)

[4.3 根据产品特性精准引流 16](#_bookmark20)

[4.4 培养营销推广人才 17](#_bookmark21)

[5 总结 19](#_bookmark22)

[参考文献 20](#_bookmark23)

[致谢 21](#_bookmark24)

[附录 A 广州若羽臣科技店铺代运营营销推广现状调查问卷 22](#_bookmark25)

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 宏观背景

随着新世纪的到来，互联网行业得到了快速发展，信息技术的加持使得电子商务经 济占据了市场经济重大份额。很多有经济实力的企业纷纷成立电商运营部，同时也是有 非常多的企业通过第三方委托的方式对电商代运营店铺进行营销管理授权，代运营的企 业会帮助委托方进行全面规划商品的经营管理从而获得销售业绩。

电子商务代运营服务公司，主要服务的客户是需要开拓电商平台的企业，为委托企 业提高规范的经营管理服务。通过高效专业的代运营服务帮助委托公司减低运营的成 本，从而帮助公司获取更大的盈利空间，电商代运营服务公司为营销推广需要的公司拓 宽电商领域起到了保驾护航的作用。

综上所述，从宏观的背景上来看，互联网时代给电商代运营服务公司获得了快速发

展，电商代运营服务的市场规模不断扩大。广州若羽臣科技店铺以代运营服务发展的公 司在这种各大电商代运营服务激烈的市场竞争环境下，需要综合自身产品的目前盈利情 况出发，推出可实行的营销推广策略，实现店铺长期稳定的发展。代运营服务企业发展 是电商产业生态链中不可缺少的服务流程，因此研究广州若羽臣科技店铺代运营营销推 广具有重大意义。

1.1.2 企业背景

广州若羽臣科技店铺 (简称：若羽臣) 成立于 2011 年，是全球优质商品消费品牌 服务的电子商务综合服务供应商，为产品提供电商代运营的系统服务。公司总部位于广 州，主要业务是线上代运营服务、渠道分销、品牌策划等服务。广州若羽臣科技店铺的 服务宗旨是：为世界优质品牌，链接每个中国家庭。若羽臣目前已获得包括强生、合生 元、善存、钙尔奇、美赞成等八十多个全球知名品牌在中国的正品授权，通过提供品牌 定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理、消费者价值管理、用 户体验管理及消费者关系管理等全方位的电商综合服务实现对店铺的精细化运营。 目 前，广州若羽臣科技店铺非常的重视企业的营销推广，营销推广将店铺的品牌推向消费

者，可以提高产品的运营转化率，提升产品的市场占有率与地位。本课题主要针对广州 若羽臣科技店铺的代运营营销推广研究，通过营销推广提升店铺产品的运营知名度和经 济效益的增长。

1.1.3 研究意义

本文以广州若羽臣科技店铺为研究对象，展开对代运营营销推广的相关研究，这不 仅是对企业的自身发展具有重要的意义，更是对当前电商代运营服务经营有着借鉴意 义。

从理论意义上来看，本文研究意义在于通过研究代运营营销推广的市场关键影响因

素，总结归纳出店铺代运营营销推广的经营经验，为电子商务代运营营销推广提高借鉴 意义。

从现实意义来看，本文希望通过研究店铺代运营营销推广当前现状，给予建设性策

略，帮助公司实现营销顺畅，更好的做好合作产品的推广，从而为公司带来更大的经济 效益。

1.2 相关理论及文献综述

1.2.1 市场营销

市场营销的概念包括两种含义：一种是企业从事有关营销的活动；一种是关于企业 营销的研究。菲利普 ·科特勒认为市场营销是指个人或者集体通过目标市场销售产品或 者服务，完成利益交换的一个过程。菲利普 ·科特勒对市场营销更加强调的是价值的取 向。格隆罗斯认为市场营销是交易的双方通过交易完成自我需求的一个过程，更加强调 的是双方关系的维护过程[1]。

在 2005 年，市场营销的概念进行了调整，美国的市场营销协会非常明确的指出市 场营销主要表现在商品在服务或者交换的过程中形成的价值观念的集中表现。商品的价 值表现有利于维系生产者与消费者之间的关系。关于市场营销理念的解读如下：第一， 市场营销是企业实现自身利益，从而采取的一系列商业行为。第二，消费者是市场营销 的中心，消费者是商品或者服务的接受者。第三，企业需要精细化市场，确认目标消费 群体。

1.2.2. 营销推广

营销推广是指企业通过不同方法进行市场营销推广的行为，企业向目标的消费群体

进行传递产品以及服务品牌信息。营销推广最终的目的是确保企业的产品和服务的品牌 第 2 页 共 24 页

名声可以在目标市场打开，从而提高产品与服务在客户心中的知名度。营销推广使目标 消费群体对企业的产品和服务产生消费的兴趣，激发潜在消费者的购买产品的欲望，在 对产品和服务了解的过程中产生对品牌的忠诚度，通过这一系列的化学反应，最终提升 产品的销量。

营销推广中的关系营销：企业和客户在进行深度的沟通与联系之后，两方建立了良 好的信任度，最后达成长期且稳定的合作关系。

营销推广中的文化营销：文化影响是公司在发展过程中形成自己的企业文化，通过 不同渠道以及形式进行宣传与消费者产生情感共鸣，提升消费者对企业的认可度。

营销推广中的客户营销：通过产品、价格、促销等方式进行营销，掌握客户的消费 心理，了解消费者的实际需求，在激烈的市场竞争中获得更多消费者的支撑。

营销推广中的品牌营销：企业通过产品的品牌进行合理定位，通过营销推广的过程 中积极的推广品牌，保证品牌在消费者的心目中留下好印象，促进产品和服务在推广的 过程中可以顺利。

1.2.3. 国外研究文献

国外对营销创新的研究起步较早，理论研究较为丰富深入。熊彼特以“创新理论” 在《经济发展理论》一书中提出“创新理论”形成了“创新理论”为基础的独特的理论 体系。“创新理论”的最大特色，就是强调生产技术的革新和生产方法的变革在经济发 展过程中的至高无上的作用[2]。

由于国外与国内市场环境不同，不同的市场环境对电子商务代运营的发展是不一样

的，因此对电子商务代运营服务行业营销策略的研究较为缺乏。

1.2.4.国内研究文献

电子商务代运营服务随着这几年国家经济不断的发展而得到资本的重视，同时有着 很多文献进行相关的研究。邓李 (2022) 在《小微企业电商代运营模式分析》中认为电 子商务得到了爆发式的发展, 电子商务发展成为市场经济中的重要组成部分[3] 。王佳 (2021) 在《电商代运营行业存在的问题及对策研究》提出大量电商从业者的涌入，为 市场注入了新鲜活力[4] 。同时在王佳的研究中可以看出大部分小微电商对于第三平台的 运作规则不够了解，并且难以抓住热点创新运营形式，缺乏运营推广的相关资源，或无 法快速有效整合资源。周玉涛 (2021) 在《电商代运营，存在即合理》提出“全民上网” 已成既定现实,与此呼应的新媒体时代已经成功启幕,电商代运营的重要性只会有增无

减[5],市场供求关系决定,周玉涛研究提出电商代运营或将在更加激烈的社会争议声中前 第 3 页 共 24 页

行。何倩 (2023) 在《被抛弃的电商代运营》谈及品牌方为何纷纷与代运营电商说再见， 其中利益分配是让很多品牌方选择自己成立电商运营部门的原因 [6] 。“随着代运营商将 品牌的线上渠道进行研究，品牌委托方和代运营企业之间的利益分配就会发生改变，代 运营企业抽佣的比例逐渐变高，品牌委托方的利润则不断被压榨。”这也是下文提及到 的代运营服务目前遇到的瓶颈问题。汪慧 (2022) 在《薇诺娜营销推广策略研究》提到 在新媒体时代背景下，互联网科技的快速发展，信息传递变得更加高效，从而使广大消 费者的消费和决策过程也变得更快。而电子商务的快速发展，为广大消费者提供了更加 方便的交流平台。微博互动营销、短视频营销及明星代言等营销推广策略，所覆盖的消 费群体呈现逐渐扩大的趋势[7]。

综上所述电商代运营服务的发展的市场环境整体是好的，同时也提出了在这个市场 环境中我们所面临的一些困局，这也是广州若羽臣科技店铺在发展过程中所遇到的。同 时新媒体时代，也给代运营模式的店铺发展带来了非常好的技术支持，可以让产品推广 得到了更多的可能性。

1.3 研究内容

本课题具体研究思路及内容如下:

第一章：首先介绍本文的研究背景，同时确定研究思路以及研究方法 第二章：介绍了本文运用的相关理论概述。

第三章：提出州若羽臣科技店铺代运营营销推广存在的问题。

第四章：本文的重点章节。基于店铺代运营营销推广的当前状态提出了有助于优化 营销推广的措施策略。

第五章：则为总结部分，提出课题的总结与展望。

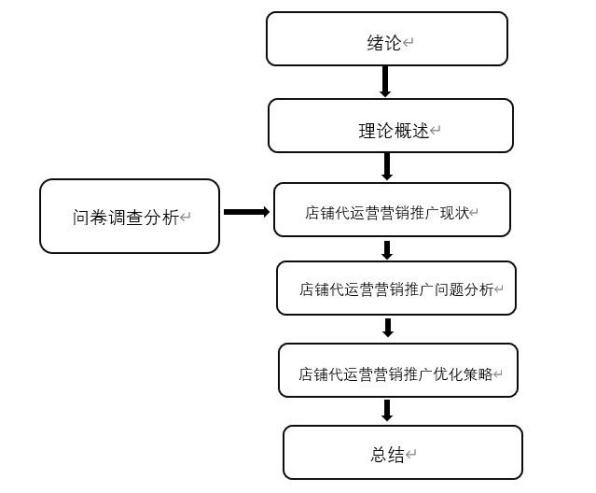


图 1.1 研究思路图

1.4 研究方法

1.4.1 文献研究法

基于对广州若羽臣科技店铺代运营营销推广研究的课题，本文通过图书馆查阅书籍 收集代运营营销推广发展的历程及方法论，并借助互联网搜狗等平台了解电子商务代运 营行业发展趋势，为课题研究的开展奠定基础。

1.4.2 问卷调查法

为了掌握研究课题的第一手真实资料，深入了解广州若羽臣科技店铺代运营营销推 广经营现状，本文以广州若羽臣科技店铺的核心群体—消费者作为研究对象，通过发放 以及回收电子问卷的形式围绕店铺代运营营销推广方面展开问卷调查，并对收回的电子

问卷的数据进行分析，继续展开本课题的研究。

2 公司代运营营销推广现状

2.1 公司概况

广州若羽臣科技店铺成立于 2011 年，是面向全球优质消费品牌的电子商务综合服 务供应商。广州若羽臣科技店铺为宝洁、Swisse、拜耳、美赞臣和特仑苏等超百个国际 和国内知名品牌提供了数字化服务。 目前公司运营着保健品、母婴和食品等类目商品， 服务遍布全球 30 多个国家和地区。若羽臣深耕电商行业十余年，在店站运营、整合营 销、数据挖掘和供应链管理等方面有着深刻的积累和洞察，服务能力覆盖了淘系、京东、 拼多多、抖音和快手等多个平台市场，致力于为企业提供全链路、全场景、全渠道的数 字化服务。

本课题针对广州若羽臣科技店铺作为研究对象，研究公司在代运营服务中为品牌方 提高竞争力方面的营销推广研究， 坚持锐意进取为客户生意增长盈利价值。

2.2 公司代运营营销推广情况

2.2.1 公司代运营产业基本结构

广州若羽臣科技店铺是电子商务服务商，与品牌方的商品进行完美的对接，将产品 完美地呈现给消费者。其中，广州若羽臣科技店铺为品牌方提供线上代运营服务，从品 牌打造、品牌推广以及线上渠道分销等全程化的电商代运营服务。广州若羽臣科技店铺 在运营层面，为品牌方提供平台的流量和服务专业度运营，同时开展线上运营，打开电 商渠道。代运营提供开发性、全球性的特征，打破空间的隔阂，连接品牌方和消费者。 现阶段，广州若羽臣科技店铺需要电商平台打破品牌营销推广壁垒，为消费者提供丰富 的商品和服务，提升品牌方在电商平台的知名度和盈利。

2.2.2 企业代运营现状

广州若羽臣科技店铺为品牌方在天猫、京东、拼多多、抖音等第三方电商平台运营 品牌旗舰店，对于部分品牌，公司基于代理商的授权在特定电商平台运营专营店铺，公 司提供品牌定位、店铺运营、整合营销、数据挖掘、供应链管理等服务。线上代运营业 务根据结算方式不同，分为零售模式和服务费模式，两种模式下公司提供的服务内容基 本一致。

广州若羽臣科技店铺作为快消品电子商务网络平台综合服务商，其中代运营是公司 业务的主要核心。根据公司的内部数据 2019 年，如图 2.1 所示，代运营占主营业务收

入占比是 49.3%， 占主营业务毛利润66%，是公司主要盈利的来源。线上的代运营中零 售模式营收占比远大于运营服务模式，截至 2019 年，零售模式收入占比达 74.7%。根据 代运营盈利的数据来看，广州若羽臣科技店铺代运营是处于电子商务代运营服务行业的

水平中的较高水平。



图 2.1 若羽臣线上代运营收入

2.3 公司代运营营销推广的问卷调查分析

2.3.1 调查目的及过程

本文针对已经在广州若羽臣科技店铺进行消费的顾客展开了线上问卷调查活动，对 消费者在若羽臣店铺进行购买过商品的体验调查，更能直接有效的挖掘其中存在的问 题，以便后续公司在代运营模式上的营销推广策略优化。本次问卷调查以广州若羽臣科 技店铺的消费者作为调查对象，共计发放回收有效问卷 100 份，为课题研究的开展提供 了丰富的样本数据。

2.3.2 调查问卷分析

(1) 消费者占有分析

问卷的 1-2 题是针对在若羽臣科技店铺进行消费的年龄段以及性别进行研究，主要 目的是想了解若羽臣的消费客户的具体群体。如图 2.2 和 2.3 所示，经过调查发现，在

若羽臣科技店铺进行消费的女性占比是60%，男性占比是40%，未具备消费能力的 18 岁 的消费者占比 10%，18 岁到 50 岁的消费者占比 60%，50 岁以上的消费者占比是 30%。以 上的数据反应了女性的消费者更加的倾向于若羽臣科技店铺的消费，具备消费能力的消 费者是店铺的主要消费主体，在营销推广的需要更加侧重 18 岁到 50 岁的消费的女性群 体，同时要把握好中老年的消费者群体，营销适合的产品，有助于消费数据的增长，给

公司带来更多的盈利空间。

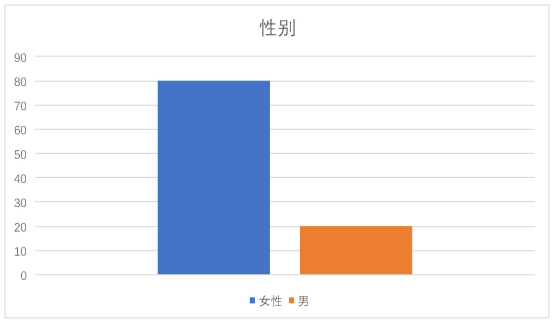


图 2.2 消费群体性别占比

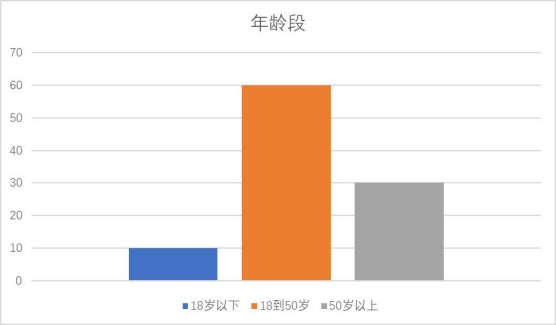


图 2.3 消费群体年龄占比

(2) 消费者对若羽臣消费倾向分析

问卷的 3-5 题针对消费者在广州若羽臣科技店铺购买的商品的意愿进行分析，根据 调查的反馈数据，如图 2.4 所示，消费者在店铺进行消费看重店铺产品的品牌效益占比 80%，看重产品的质量占比 70%，根据以往的顾客购买量影响占比60%，看重店铺的商品 品类齐全占比是 30%。根据数据的反馈可以从中看出消费者更加的看重若羽臣店铺的品 牌效益，同时对店铺的质量是持有认可度的，同时存在着购买跟风的想象以及反馈店铺

的商品种类需要进行不断的完善，只有不断发现问题和解决问题才能促进店铺的发展。

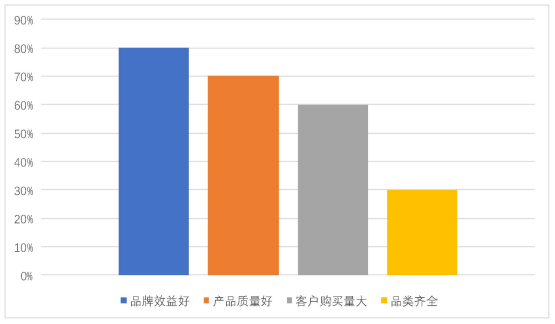


图 2.4 消费购买产品考虑因素

(3) 消费者对若羽臣产品购买分析

问卷的 6-8 题针对消费者在广州若羽臣科技店铺主要购买的产品进行分析，如图 2.5 所示，在问及消费者在店铺主要购买哪类型产品的时候，对于美妆个护的产品选择 高达89%，对于店铺的其它产品分别占比是：母婴占比66%、保健产品占比 50%、食品占 比 30%。在问卷调查的数据可以明显的了解到消费者对广州若羽臣科技店铺的的美妆产 品的认可度，同时也反应了若羽臣店铺在产品的营销推广的力度是不均衡的，存在某一 件产品的关注度高其它产品的反应度低，产品的推广力度会直接反馈品牌代运营服务的 成功与否，长期会影响其它产品的影响推广，导致代运营的产品推出店铺。

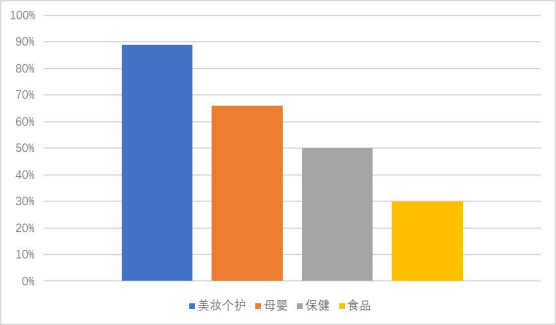


图 2.5 渠道信息传递效果

(4) 消费者对若羽臣认可度分析

问卷的 9-10 题主要针对消费者对广州若羽臣科技店铺的产品认可度进行分析，消 费者对产品的认可度会影响着店铺对产品的影响推广的投入，若羽臣为各大品牌提供代 运营服务，更加关注消费者的信息反馈，作为调整服务的一手资料。由图 2.6 可知，消 费者对若羽臣的销售的产品的认可度是很高的，同时也存在着有待提高的问题，在营销 推广方面需要更加注重认可度低的问题思考，提高消费者对店铺的产品认可度才能使产

品可以更加健康的发展。

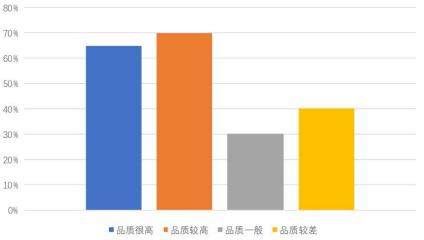


图 2.6 影响单店卖力关键因素的重要程度分析

3 公司代运营营销推广存在的问题分析

3.1 营销推广未实行精准市场细分策略

广州若羽臣科技店铺代运营营销推广的过程中，对每个商品的推广把控力度不足， 对比直营的店铺呈现出弱势。

若羽臣的目前的利润来源普遍和大品牌绑定，公司前五大客户销售占比超过 40% , 存在使公司出现客户集中度高的风险。大品牌虽然拥有足够的预算以及线上业务快速增长的潜力 ，能保证代运营公司实现更快的收入增长，但—旦存在合作品牌出现的变动，会导致产品消费者的流失，如果这段时间没有及时的有新品牌进行补给，这批客户将会流失，从而导致公司业绩受到波动。导致广州若羽臣科技店铺代运营的模式陷入了盈利增长的瓶颈。

3.2 依赖于品牌自带的效益

广州若羽臣科技店铺缺乏对营销推广创新的投入。人员、时间、精力、资金都没有 投到营销推广创新上来，没有把“好钢”用在“刀刃”上，营销推广创新的资金投入严重不足。广州若羽臣科技店铺在营销推广方式的创新问题上，存在着重品牌固有的影响力，忽视了再次营销推广的重要性。广州若羽臣科技店铺缺乏对营销推广的投入，相比国外企业用于市场调研、策划设计、营销推广等方面 的投入，而广州若羽臣科技店铺把钱几乎都投到店铺的搭建上了，等到营销和宣传推广时没有更多资金进行支撑。由于营销推广方面缺乏必要的投入，造成了广州若羽臣店铺虽然有知名品牌的产品，营销推广还是依赖于品牌自带的影响力，没有进行品牌影响力二次扩大，与品牌方所期待的相差甚远[11]。

据 2021 年财经报道，若羽臣的主要营业收入是来自美妆个人护肤单品类，其次是母婴产品。根据财 经报道显示美妆个人护肤单品类的营收为 5.52 亿元，占总营收的 45.98%，相比上年同期营收比重提升了 4.41%。根据表格 3.1 数据的显示，美妆个护品类为若羽臣带来的营业收入 ，远远的高于其它服务的商品。

若羽臣在服务代运营的产品里面 ，更加倾向于品牌自身所带来的效益，美妆个护类 的商品本身具有非常大的品牌效益，可以通过品牌自身的号召力给品牌带来流量减少了 代运营带来的成本。对于其它自生品牌薄弱的产品，若羽臣同时采用品牌推广的战略 ， 没有很好的考虑到品牌自身打造的问题，由于营销推广的单—性，导致很多产品在价格、

效用上存在可替代性，导致客户的流失。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 品类 | 销售收入 (万元) | 销售占比 |
| 美妆个护 | 55,184.50 | 45.98% |
| 母婴 | 27,060.16 | 22.54% |
| 保健 | 23,139.98 | 19.28% |
| 食品 | 7,210.21 | 6.01% |
| 家清 | 6,068.61 | 5.06% |



广州若羽臣科技店铺代运营营销推广研究

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 其他 | 1,357.89 | 1.13% |
| 合计 | 120,021.35 | 100% |

表格 3.1 若羽臣店铺品类营收情况

3.3 店铺广告引流效率低

广州若羽臣科技店铺出现当运营好一个或者某部分产品的时候，就会出现“一招鲜， 吃遍天”的情况”，理解就是一套推广引流模式会同时被套用在多个品牌上。从而导致店铺广告引流效率低。广州若羽臣科技店铺在内部的组织架构上主要分为销售部和运营部。销售部主要是为了获取更大的利益，店铺会接入大量的品牌。销售部是对各个产品的销量进行负责，主要工作内容是对市场进行开拓、寻找品牌客户与消费者。而运营部主要是为品牌方进行个性化服务，专注于为品牌方提供视觉设计以及通过不同的新媒体渠道进行引流。

若羽臣科技店铺内部一个运营工作人员，有可能会对接几十家到上百家的品牌产品，这样会对运营的产品大打折扣，对客户个性化需求以及产品的特征理解不到位。由于对赋予在产品上面的特征了解不足，所以就出现了拿捏不住直通车关键词，目标受众不够精准，超过广告投放的黄金时段等问题。这样就存在了营销推广的方式很难就行创新，虽然节省了营销推广的成本，但是对品牌方是直接早成了难以将产品深刻的植入到消费者的心中，造成消费者的流失量严重，最终导致品牌方商品亏损甚至退出市场[10]。

广州若羽臣科技店铺存在与多个品牌合作的情况下，未将各个品牌分周期进行店 铺的营销推广引流，不同周期主打的营销产品是一致的。

3.4 缺乏营销推广人才

广州若羽臣科技店铺在推广方面缺乏思路和 手段，营销推广是一门学问，既需要专业功底，更需要经验和智慧，若羽臣缺乏营销推 广方面真正的人才，又不善于找专业的公司合作，所以缺乏好的推广思路。现在网络时代，新媒体会对营销推广起到促进作用，广州若羽臣科技店铺的运营部没有设立一个专门的品牌推广组。现在很多企业都办有自媒体，进行公司的品牌宣传以及对产品与其他 新媒体渠道取得合作。不借助媒体，推广的范围和速度难以理想。古人云“上下同欲者

胜”，企业没有对员工进行营销推广创新教育和宣传，员工根本不关心创新的事情，更 不可能集思广义，上下同心，营销推广创新成了领导和个別人的事，广州若羽臣科技店 铺就是缺乏营销推广创新的激励机制。没有调动大家的积极性，企业营销推广创新的力 量激发不出来。

广州若羽臣科技店铺缺乏营销推广创新人才。有不少企业，由于企业机制落后，难 于吸引和留住人才，特别是营销推广创新的人才，没有人才去支撑，虽有好的企业愿景， 但营销推广的策略总是无法落地。

企业为了更好的发展，企业之间的竞争最后都会体现在人才的竞争上。广州若羽臣 科技店铺要在发展中获得稳中求进，就必须在人才竞争中占据优势。广州若羽臣科技店 铺要在众多代运营店铺中脱颖而出，就必须具备自身的营销推广人才。互联网市场，线 上的营销渠道越来越受到企业的重视，广州若羽臣科技店铺现在最缺乏的就是线上营销 推广的人才。线上营销推广人员与传统线下营销人员有着很大的区别，传统线下营销推 广人员进行营销方式主要靠的是自己已有人际关系和勤奋努力，对从业人员的文化知识 没有过高的要求。只要从业人员熟悉产品性能，同时工作积极，以及具备一定的交流沟 通能力，就可以做好营销工作。但线上营销推广人员除了基本职业素养之外，还要熟悉 线上营销推广相关的理论基础知识，同时专业知识素养要过硬，对市场营销理念有一定 的了解，才能才为一名合格的线上营销推广人员，才能成为做好营销推广。

4 公司代运营营销推广优化策略

4.1 建立精准的市场细分推广策略

在新的消费时代背景下，企业品牌想要留住更多的消费者，就要不断的研究消费者 的新的消费需求、消费动机、审美方式等多方研究后制定与众不同的营销策略，从而留 住客户。广州若羽臣科技店铺想要突出品牌的独特风格，需要品牌方的产品迎合消费者 的细分化需求，需要运用全链路、全渠道、全场景的电子商务综合服务能力，将优质的 产品让消费者认识[12]。广州若羽臣科技店铺可以依托于强大的技术和数据团队，以消费 者为核心，不断探寻当下时代下的新人群、新需求、新渠道以及新产品变化趋势，为品 牌方输出针对性的用户运营方案，并基于全域运营视角，在营销推广上持续创新，源源 不断地为品牌创造出新价值。中国的消费市场正迎来全面革新的新时代，细分人群的细 分化需求应该被品牌方倾听，越来越懂消费者的品牌才会长久的生存。广州若羽臣科技 店铺在基于对消费趋势的深刻洞察，持续提升专业能力，助力更多的品牌方在新消费赛 道上站稳脚跟，不断提升企业的盈利。

4.2 重视品牌效益的二次扩大

广州若羽臣科技店铺在代运营产品的营销推广方面，更多的是基于产品的自带的品 牌影响力进行推广，缺乏了对品牌推广的可执持续性。在电子商务代运营服务不断完善的情

况下，广州若羽臣科技店铺需要考虑到长期发展的问题，需要进行营销推广长远发展就 必须改变以往的营销思路。

购买者对商品或服务的喜欢都会在终端的营销推广中去呈现，无论企业的资金是否 充足或者资金有限的条件下都需要保障营销推广的资金投入得到强化，从而确保营销推 广的效果可以最大程度发挥出来。广州若羽臣科技店铺在所服务的产品要以企业营销推 广战略为活动策划的依据，在视觉的呈现上要要形成整体统一性。广州若羽臣科技店铺 在进行营销推广活动的时候需要寻找消费者对产品的喜爱点，然后采取一定的心理战术 促使消费者产生购买行为。同时线下的店铺设计也非常的重要，如专柜的设立、陈列处 产品品质以及档次对消费者购买意愿都会产生一定影响。在营销推广方面需要整合品牌方、生产方，为品牌方提高电子商务代运营 服务整体的营销推广方案，根据公司先进的技术从本职上帮助品牌方与消费者，提供全程的链条服务。

广州若羽臣科技店铺在代运营的产品营销推广策略中可充分发挥广告活动的作用。 广告需要遵循 “精准营销”的理念,衡量与分析消费者行为并与消费者构建传播沟通体 系，促进营销推广活动获得良好的效果。母婴产品是若羽臣最有优势的品牌，需要构建母婴品牌综合服务平台， 充分利用公司的市场数据分析，规范品牌的宣传运营，提高营销推广在各个层级的质量效率，降低在品牌在营销推广方面的误差，总结日常店铺在营销推广存在的问题，为品牌提高高效的推广为宗旨[15]。

4.3 根据产品特性精准引流

广州若羽臣科技店铺在产品营销推广方式上，广州若羽臣科技店铺要加强产品的终端营销推广工作，根据产品的特性不同而组建独立的运营团队。广州若羽臣科技店铺可以从品牌市场的调研，营销方案策划、店铺装修 都围绕着一个企业的产品来进行策划，高度专注度有利于网店快速、高效地建立，推广引流与运营。广州若羽臣科技店铺在店铺推广策略方面可以开创平台持续升级战略，根据品牌方的产品性质，持续进行研究升级，满足消费者的个性化要求，让个性化消费者成为目标客户[14] 。

广州若羽臣科技店铺面对业务类型不一样的品牌，可以改进同 一个员工服务多个企业的方式，采取小组合作的方式，成立专门为该企业提供服务的设 计成员、营销成员以及运营成员的小组，根据该品牌的差异性，为提供精细化的营销推广引流策略。直通车简单来讲，就是花钱买曝光。直通车能影响的流量,就两种,一种是搜索流量,一种是推荐流量。这两种流量,都是为了让你的产品展现在客户的眼前，计划组内关键词的数量越多,越贴合行业及网民的搜索习惯的时候,展现自然会增加。拿捏住广告投放的时间也很重要，抓住黄金的投放时间，能够达到事半功倍。比如:增加投放时段,当别的同行都是5点下线,当你推到9点时,在5~9点这个时间段的竞争力会更小,展现机会也会更高拓宽投放地域,自然就增加了更多的展现机会,会被更多潜在客户看到,所以转化可能会更好。预算越高,意味着投放时间越长, 不会因为钱花完就提前下线,对应的展现就越多。

广州若羽臣科技店铺在代运营保健、母婴等产品需要找准产品在市场差异化服务方

面，需要以客户的消费需求为推广标准，同时挖掘客户消费背后的原由，做好差异化服 务。若羽臣做好消费者的数据分析，及时收集消费者的消费诉求，致力于建立一个开发 安全、稳定的消费平台。通过在前期代运营成功的产品中总结积累的经验细分化服务内容，然后可以根 据自身店铺的能力为品牌方提供营销策划服务，也可以提供产品美工、产品摄影以及产 品配套的物流服务。广州若羽臣科技店铺把品牌运营的某一块业务专业化，从而即帮助 了其他企业更好的地运营产品，提高自身的经济效益。

4.4 培养营销推广人才

广州若羽臣科技店铺在营销推广的人才储备中需要重视重新团队的培育，一个公司 的业务发展离不开一个不断创新发展的团队，离不开每一个努力耕耘的人才。若羽臣在 营销推广人才中，需要完善公司的员工晋升机制以及营销激励机制，吸引电子商务技术 的复合型人才。同时鼓励在职的员工持续的学习电子商务综合服务知识，若羽臣全面制 定专业人才的培养规划，助力公司在营销推广的体系更加完善，公司稳步持续发展[16]。 广州若羽臣科技店铺需要加大对营销推广人才的招聘力度。广州若羽臣科技店铺要通过 各种途径抓紧招募营销推广人才，公司可以与相关的猎头公司合作，对营销推广高端人 才进行网罗。广州若羽臣科技店铺也可以在招聘网站上发布招聘信息，通过面试获取公 司需要的营销推广人才。同时，建立广州若羽臣科技店铺的营销推广人员信息库，储备 人才。

广州若羽臣科技店铺可以根据公司的发展模式进行培养营销推广人才。在进行营销 推广员招募之前，可以和公司的人事部进行制定岗位的职责以及后续的培养方向。同时

广州若羽臣科技店铺需要提升已经招聘的营销推广人员，健全公司的人才培养计划，通 过开展营销推广知识技能培训，从而加强员工的营销推广理论知识。在营销推广人才招 聘渠道方面，广州若羽臣科技店铺可以和各大高校进行合作，为专业对口的学生，提供 就业岗位，这样可以招聘到对应专业的人才。同时也可以邀请高校的任课老师到企业的 营销推广人员进行培训，提升他们的营销推广的知识和技能[17]。广州若羽臣科技店铺也 可以选派公司的员工去相关专业的培训机构或者营销推广论坛会进行学习相关的技能， 通过系统的学习可以形成营销推广的手册。广州若羽臣科技店铺可以定期的举行公司内 部的营销推广培训会，让有丰富的营销推广经验的员工进行分享自己成功的营销案例。 营销推广培训会不但可以提高内部员工的营销技能，同时也可以起到榜样的作用，先进 带动后进，在公司内部形成学习的氛围，提升公司整体的营销推广水平。

广州若羽臣科技店铺同时要完善营销推广人员的激励制度，如果没有建立规范的营 销推广有效的业绩考核标准和奖励制度，会影响营销推广人员的工作的积极性。营销推 广人员作为公司盈利非常重要的一环，需要及时建立健全营销推广人员的薪资制度，维 护营销推广人员的稳定性是公司可持续健康发展的重要因素。最后,应注重管理机制的 不断完善。可在制定传播策略或销售政策方面鼓励营销推广人员参与其中，并保证营销 推广人员在与消费者联系过程中能够及时将有价值的信息反馈到企业中。另外,也可在 管理过程中构建相应的奖惩制度确保区域市场营销推广战略能够落到实处。

5 总结

综上所述，本文结合理论与实际，指出广州若羽臣科技店铺代运营营销推广模式存 在的一些问题：代运营全球品牌导致自身公司在营销市场上手段落后未实行精准市场细 分策略，其次是若羽臣更多是依赖于品牌自带影响力，最后是若羽臣代运营的品牌的营销推广产品引流效率低问题。针对广州若羽臣科技店铺代运营营销推广存在的问题进行优化策略：首先广州若羽臣科技店铺建立精准的市场细分，不断的研究消费者的 新的消费需求、消费动机、审美方式等多方研究后制定与众不同的营销策略，从而留住客户；同时站在消费者的角度，注重品牌效益的二次推广；制定可持续的营销推广引流策略，强化数字赋能，持续推进营销和运营 管理能力的升级迭代；培养营销推广人才，完善公司的员工晋升机制以及营销激励机制， 从而使企业在营销推广精细化中长足发展。

最后，在渠道终端采取创新促销发展的策略，以此达到整体优化现代渠道运营的效

果，使企业在渠道的精耕细作中长足发展。

参考文献

[1] Forest Daniel D. [Training the next generation of operators: AFPM immersive lear](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail/RedirectScholar?vpn-0&flag=TitleLink&tablename=GARJ2021_2&filename=SJWD5E2E80AF3FE5EA15D79EA264D1E5A9EB) ning [J]. Process Safety Progress,2021．

[2]Bernat Tomasz,Flaszewska Sylwia,Lisowski Bartłomiej,Lisowska Renata,Szyma ń ska Katarzyna. Facing Environmental Goals for Energy-Efficiency Improvements in Micro and Small Enterprises Operating in the Age of Industry 4.0 [J]. Energies,2022．

[3]邓李. [小微企业电商代运营模式分析](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sfield=fn&QueryID=0&CurRec=26&recid=&FileName=ZFSD201811118&DbName=CJFDLASN2018&DbCode=CJFD&yx=&pr=CJFU2018;&URLID=) [J].致富时代,2022.

[4]王佳．[电商代运营行业存在的问题及对策研究](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sfield=fn&QueryID=0&CurRec=12&recid=&FileName=LZHP202107031&DbName=CJFDLAST2021&DbCode=CJFD&yx=&pr=&URLID=) [J] [老字号品牌营销](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Navi?vpn-0&DBCode=CJFD&BaseID=LZHP)， 2021． (02)

[5]周玉涛．[电商代运营，存在即合理](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sfield=fn&QueryID=0&CurRec=7&recid=&FileName=YDZZ202109017&DbName=CJFDLAST2021&DbCode=CJFD&yx=&pr=CJFY2021;&URLID=) [J] ．中国药店，2021.

[6]何倩．被抛弃的电商代运营[N] ．北京商报，2023．

[7]汪慧. 薇诺娜营销推广策略研究 [J]. 经营与管理,2022.

[8] [唐建国](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sdb=CMFD&sfield=%e4%bd%9c%e8%80%85&skey=%e5%94%90%e5%bb%ba%e5%9b%bd&scode=000037650955&acode=000037650955). [RYH 公司电商代运营竞争战略研究](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sfield=fn&QueryID=0&CurRec=31&FileName=1017212063.nh&DbName=CMFD201801&DbCode=CMFD) [D].广西师范大学,2021.

[9]赵小米. 美妆代运营的转机在内容电商[J].中国化妆品,2023.

[10] [邢阿洵](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sdb=CMFD&sfield=%e4%bd%9c%e8%80%85&skey=%e9%82%a2%e9%98%bf%e6%b4%b5&scode=000008869514&acode=000008869514). [基于电商代运营的供应链渠道策略选择研究](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sfield=fn&QueryID=0&CurRec=17&FileName=1020717523.nh&DbName=CMFD202001&DbCode=CMFD) [D]. [浙江工商大学](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Navi?vpn-0&DBCode=CMFD&BaseID=GHZHC),2020.

[11]徐有富.王老吉凉茶营销渠道管理研究[D].华南理工大学,2020. [12]高玉冰. 企业自建直播 or 代运营[J]. 中国眼镜科技杂志,2022.

[13]刘彦滋.店小二外卖代运营公司营销策略研究[D]. 吉林大学,2021.

[14]高萍萍. [杭钢电商平台推广策略研究](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sfield=fn&QueryID=13&CurRec=17&recid=&FileName=GFJM201501024&DbName=CJFDLAST2015&DbCode=CJFD&yx=&pr=&URLID=) [J].北方经贸,2022.

[15]何涛. P 公司饮料产品在现代渠道 (K/A) 的促销策略研究[D].华东理工大学,2021.

[16]梁海龙.面对营销渠道变革的 MN 液态奶营销策略优化研究[D].天津大学,2021.

[17]吴黎明. [SH 公司分销渠道管理研究](https://webvpn.baiyunu.edu.cn/webvpn/LjIwNi4xNzEuMjE4LjE2NC4xNjY=/LjIwOS4xNjUuMjE3Ljk4LjE1MC4yMTIuMTU1LjE2MC4xNDUuMTY2LjE1OC4xNzM=/kns8/Detail?vpn-0&sfield=fn&QueryID=0&CurRec=34&FileName=1021167082.nh&DbName=CMFD202202&DbCode=CMFD) [D].中国地质大学,2021.

致谢

首先感谢学校的 1+1 教学模式，让我们能够在激烈的竞争社会中提前以实习生的身 份步入社会，在学生与社会人的角色转换中磨练意志，提升自我。尽管日后离开校园， 也不敢忘却母校的培育之恩。

其次，我要感谢在此次开展课题研究中帮助过我的人，尤其是论文指导教师张闪闪 老师，在论文撰写的整个过程中，无论是选题、开题报告的撰写、还是最终的定稿，老 师都提出了许多专业的指导思想，这些思想是我撰写出此篇论文的关键，从论文框架的 布局到细微的格式规范，感谢老师的及时帮助使得论文最终能够顺利完成。

此外，感谢我的企业老师，从最初的职场小白到熟悉企业运作，身为公司渠道主管 的她是本文调研获取第一手资料的主要途径，在此我向她表示衷心的谢意。

最后，我还要感谢广东白云学院工商管理管理学院的所有老师，是你们无私的奉献 精神和爱岗敬业的治学态度，让我对工商管理这门专业的理解更加专业，这对我后续的 企业工作中，都有着莫大的帮助，感谢你们！

附录 A 广州若羽臣科技店铺代运营营销推广现状调查问卷

尊敬的经销商：

您好！真诚的感谢您参与此次针对广州若羽臣科技店铺代运营营销推广现状的问卷 调查，我是工商管理专业的学生，此次调查采取不记名方式填写，所取样本数据仅供学 术研究使用不对外公开，非常感谢您的配合与帮助，谢谢！

基本情况调查

1. 性别 [单选题] \*

A、男

B、女

2. 年龄段 [单选题] \*

A、18 岁以下

B、18 到 30 岁

C、30 到 50 岁

D、50 岁以上

模块贰： 问题挖掘——消费者选择方面

3. 您是通过什么渠道了解到若羽臣？ [单选题] \*

A、朋友介绍

B、新媒体广告了解

C、买东西认识

4. 您看中若羽臣商品的原因是？ [单选题] \*

A、品牌效益好

B、产品质量好

D、品类齐全

5. 他人对若羽臣产品的评价，是否会影响您对商品的购买呢？ [单选题] \*

A、有影响

B、有影响，但仍购买

C、无影响

模块贰： 问题挖掘——营销推广方面

6. 您通常从哪里购买若羽臣产品？ [多选题] \*

A、淘宝天猫

B、拼多多

C、抖音

D、京东

7. 您经常购买若羽臣的哪些产品 [多选题] \*

A、美妆个护

B、母婴

C、保健

D、食品

E、家清

F、其他

8. 您认为若羽臣产品的价格怎么样？ [多选题] \*

A、便宜实惠

B、合理居中

C、较高

9. 您您觉得网上购买的若羽臣产品品质如何？ [单选题] \*

A、品质很高

B、品质较高

C、品质一般

D、品质较差

E、品质很差

F、没有买过

10. 您觉得在网上购买若羽臣产品比较注重什么？ [多选题] \*

A、价格实惠

B、方便快捷

C、快递时间

D、产品质量

E、售后服务

F、品牌效益