

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

团 体 标 准

T/

XXXXX—XXXX

新媒体服务管理规范

草案版次选择

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

广东省应对技术贸易壁垒协会 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 服务机构资质要求	1
5 服务内容	1
6 服务流程	1
7 服务资源	2
7.1 服务设施硬件	2
7.2 服务设施软件	2
7.3 服务技能	2
8 服务质量要求	2
8.1 基本要求	2
8.2 接听电话	2
8.3 迎送	2
8.4 快速真实	2
8.5 服务关键环节要求	3
9 服务管理	3
10 服务质量评价与改进	3
10.1 评价主体	3
10.2 评价依据	3
10.3 评价方法	3
10.4 持续改进	3
附录 A（规范性） 关键环节执行要求	4
附录 B（资料性） 客户满意度考核评分表	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。

本文件由广东省应对技术贸易壁垒协会提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

新媒体服务管理规范

1 范围

本文件规定了新媒体服务的术语与定义、服务机构资质要求、服务内容、服务流程、服务资源、服务质量要求、服务管理、服务质量评价与改进。

本文件适用于新媒体服务质量及管理。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

媒体

指用于传递信息和获取信息的工具、渠道、载体、中介等等。

3.2

新媒体

指利用数字技术、互联网技术，通过互联网、无线通信网和卫星等渠道，由电脑、手机等终端设备，向受众提供信息和娱乐服务的传播形态。

4 服务机构资质要求

新媒体服务机构通过互联网站、应用程序、论坛、博客、微博客、公众账号、即时通信工具、网络直播等形式向社会公众提供互联网新闻信息服务，应当取得互联网新闻信息服务许可，禁止未经许可或超越许可范围开展互联网新闻信息服务活动。

5 服务内容

服务内容包括但不限于以下项目：

- a) 互联网新闻信息采编发布服务；
- b) 互联网新闻信息转载服务；
- c) 互联网新闻信息传播平台服务。

6 服务流程

服务流程如图1所示。



图1 新媒体服务流程图

7 服务资源

7.1 服务设施硬件

7.1.1 基础设备硬件主要包括短视频拍摄工具，如手机、单反相机、业务级摄像机、麦克风、手机补光灯等。宜根据需求选择。

7.1.2 专业设备硬件包括灯光音响、专业摄影机、高配置电脑、光盘、录音设备、摇摆等。以作品高质量、高精度为目标宜根据需求尽量选择。

7.1.3 直播必备设备有声卡、麦克风声卡、专业麦克风。

7.2 服务设施软件

7.2.1 视频工具有剪映、快剪辑、VUE、inshot 等，可支持剪辑、背景音、基础特效、转场特效、字幕、水印等等。

7.2.2 转码工具推荐狸窝，速度快、简洁明了。

7.2.3 高级效果电脑视频剪辑工具。

7.3 服务技能

工作人员应全面掌握业务知识和操作技能，能熟练解决实际工作中出现的问题。并通过持续培训提高服务技能和水平。

8 服务质量要求

8.1 基本要求

接待热情，用语文明，服务贴心，服务快捷，满意度高。

8.2 接听电话

接听电话时，应在电话铃声响3遍之内接听，外线应首先说：“您好！XXX公司”。内线应首先说：“您好！XXX（指自己姓名/部门）”；同事不在但电话铃声响，周围同事应代为接听，问清对方姓名，来电事项并登记下来以便转告。

8.3 迎送

8.3.1 服务开始时应主动问候，并微笑示意引导。

8.3.2 服务完成时应微笑告别。

8.4 快速真实

充分利用新媒体传播速度快、互动性强信息量大等特点，提高企业宣传的实效性，为企业员工和人民群众提供正确的舆论导向。

8.5 服务关键环节要求

获得客户接洽任务后，宜按附录A控制关键环节执行要求。

9 服务管理

9.1 新媒体服务公司对用户身份信息和日志信息负有保密的义务，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或非法向他人提供。

9.2 新媒体服务公司及其从业人员不得通过采编、发布、转载、删除新闻信息，干预新闻信息呈现或搜索结果等手段谋取不正当利益。

9.3 新媒体服务公司转载新闻信息时，应遵守著作权相关法律法规的规定，保护著作权人的合法权益；并强化举报监督制度，建立健全举报制度，及时处理公众举报。

10 服务质量评价与改进

10.1 评价主体

评价主体包括：

- a) 新媒体服务公司自我评价；
- b) 服务对象评价；
- c) 第三方机构评价。

10.2 评价依据

依据本标准进行评价，但不限于此。

10.2.1 评价指标

评价指标主要包括曝光量、点击量、点击率等，可参考附录B。

10.3 评价方法

评价方法包括但不限于以下内容：

- a) 以电话、信件和网络调查问卷等形式进行意见征询；
- b) 现场实地察看；
- c) 检查考核。

10.4 持续改进

10.4.1 新媒体服务公司应根据评价结果，对不符合标准要求的项目制定纠正或预防措施，并跟踪实施和及时改进，不断提高服务质量。

10.4.2 在服务过程中随时收集到有关不合格信息，应分析不合格原因，制定纠正措施，对过程或管理进行调整，避免不合格重复发生。

附录 A
(规范性)
关键环节执行要求

服务关键环节执行参考表A.1。

表A.1 关键环节执行要求表

顺序	流程	关键环节执行要求	要点
1	客户委托	1) 通过业务接触沟通了解客户意图、业务内容以及所希望实现的目标; 2) 收集客户相关素材, 包括有关产品特性、渠道、市场状况、营销目的。	收集客户资料、素材; 记录客户需求。
2	广告创意	1) 根据客户需求和资料提出创意策略; 2) 商讨确定工作计划; 3) 形成广告策略初步方案(创意策略, 拍摄脚本, 日程安排, 服务费用。)	制定广告策略、初步方案
3	广告提案	1) 将初步方案提交客户, 根据客户意见进行修改, 获得客户认可后形成正式的广告方案; 2) 确认整体方案, 签订合同。	制定广告方案、广告合同
4	广告执行	1) 根据广告方案进行拍摄(要求详细做好场记) 及后期制作; 2) 提交客户, 根据客户意见修改形成广告成品; 3) 收取广告服务尾款, 及时查收并开具发票。	形成广告成品
5	总结	1) 对此次广告活动进行总结; 2) 建立广告档案。	形成书面总结、电子档案

附录 B
(资料性)
客户满意度考核评分表

考核类别	考核项目	分值	评分标准	得分
媒体效果 (70分)	每日新闻数量	10	达到每日实时新闻得满分，0到目标值之间线性得分	
	广告投放满意度领先度	15	曝光量满意度领先度 ≥ 15 得满分， < 2 得0分，两者之间线性得分	
	投放效果满意度领先度	15	点击量满意度领先度 ≥ 15 得满分， < 2 得0分，两者之间线性得分	
	自媒体满意度领先度	15	点击率满意度领先度 ≥ 15 得满分， < 2 得0分，两者之间线性得分	
	投诉处理测试工作完成情况	10	整个投诉处理测试工作，能够做到测试内容完整、全面记录投诉问题的实际、与投诉客户充分沟通、安抚客户情绪到位等相关内容，达到公司的工作要求，得满分	
项目管理 (30分)	营销人员对接	10	服务人员在工作期间工作态度积极、认真，服务客户工作计划；在工作期间不服从安排、态度不积极，视问题严重程度扣1-15分	
	短视频验收	10	视频数量、播放量、点赞、评论、转发、粉丝增长、达到要求得满分	
	活动验收	10	未按照技术规范要求，视问题严重程度扣 1-10分	
加分项	工作表现远远超出预期或取得突出成绩		每项工作加1分，最高加3分	
	提供超出工作范围的额外资源或服务，且对实际业务增长		每项工作加1分，最高加2分	
扣分项	现场投诉测试由于沟通不畅或问题处理不当，造成客户不满意再次投诉		每出现一次扣2分	
	存在测试期间或汇总过程中弄虚作假		每出现一次扣2分	
	日报未及时发送		每出现一次扣2分	
	逾期处理客户投诉		每出现一次扣2分	
	汇总数据库更新不及时		每出现一次扣2分	
总得分				