

团 体 标 准

T/CGCC 65—2022

买手制销售服务规范

Buyer agent sales service specification

2022-03-01 发布

2022-03-15 实施

中国商业联合会 发 布

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。

本文件由国美控股集团有限公司提出。

本文件由中国商业联合会归口。

本文件起草单位：国美控股集团有限公司、中国商业联合会、真快乐（北京）电子商务科技有限公司、宁波国美真选科技有限公司、国美聚荟百货有限公司、北京国美国际酒业贸易有限公司、东阿阿胶电子商务（北京）有限公司、中粮可口可乐饮料（北京）有限公司、江中食疗科技有限公司、欧派亿奢汇（香港）国际贸易有限公司、苏酒集团贸易股份有限公司、顺鑫集团北京牵手果蔬饮品股份有限公司、海信集团、TCL 实业控股股份有限公司、创维集团、海尔集团。

本文件主要起草人：靳晓蕾、颜金、陈炫烨、沈小英、唐佑强、苏学彬、程琳、魏强、王锡春、王苑波、童丁丁、钱鹏宇、刘平军、张业立、李向阳、程开训、张少勇、刘棠枝、李华刚。

买手制销售服务规范

1 范围

本文件规定了零售行业买手能力要求、买手管理、销售服务、持续改进等方面的要求。
本文件适用于实行买手制的零售企业的经营管理和服务活动。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 19001—2016 质量管理体系 要求

GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

注:本文件中所出现的术语“商品”,包含“产品”和“服务”。

3.1

买手 buyer

具有市场洞察力,能识别顾客潜在需求,选择适宜商品,精准投放零售市场并提供相应服务的从业者(团队)。

3.2

买手制 buyer agent

围绕买手确定的产品和零售市场,进行商品的设计、研发,在生产、采购、包装、仓储、销售、服务等各个阶段提出要求,以满足顾客的消费体验,实现差异化经营,并不断改进的服务模式。

3.3

定制商品 customized products

买手根据市场需求提出特性要求,由供应商特别制造的商品,可能在功能、规格、指标、数量、颜色、气味、包装、标识等各方面有别于规模化生产的商品。

3.4

非定制商品 non-customized products

由买手在供应商提供的产品中直接选择的商品。

4 买手能力要求

4.1 具备专业的商品知识及市场敏锐度,能够预测未来市场走势。

4.2 具备分析目标市场目标人群的消费习惯、消费水平以及消费偏好,通过线上线下渠道选择具有潜力的商品的能力。