

ICS 03.120.10
A 10
备案号: 20176—2007

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10411—2007

SB/T 10411—2007

商务策划评价规范

Appraisal criteria for business devise

中华人民共和国国内贸易
行业标准
商务策划评价规范
SB/T 10411—2007

*

中国标准出版社出版发行
北京复兴门外三里河北街16号
邮政编码: 100045

网址 www.spc.net.cn

电话: 68523946 68517548

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 24 千字

2007年6月第一版 2007年6月第一次印刷

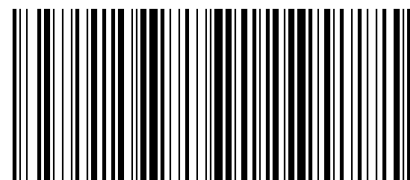
*

书号: 155066·2-17592 定价 16.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话: (010)68533533



SB/T 10411-2007

2007-01-25 发布

2007-05-01 实施

中华人民共和国商务部 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 术语和定义	1
3 评价指标	1
4 评价准则	1
5 评价方式	2
6 评价程序	2
附录 A (规范性附录) 商务策划组织评价指标及评分标准	3
附录 B (规范性附录) 商务策划人员评价指标及评分标准	6
附录 C (规范性附录) 商务策划项目评价指标及评分标准	8
附录 D (规范性附录) 商务策划案例评价指标及评分标准	10

表 D.1 商务策划案例评价指标及分值

指标类	指标项	指标分值	合计分值
策划水平	理论水平	10	40
	技术方法	10	
	创意水平	10	
	文化水平	10	
文案效果	客户满意度	10	30
	实施效果	10	
	影响力	10	
文案质量	基本结构	8	30
	内容表达	8	
	写作方法	7	
	论据素材	7	
合 计		100	

附录 D
(规范性附录)

商务策划案例评价指标及评分标准

本标准对商务策划案例评价规定了 11 个具体的指标,每个指标的说明和相应标准如下:

D.1 策划水平

D.1.1 理论水平

策划过程中,应当以策划理论为指导,合理运用各项理论和思想,达到科学策划的目的。

D.1.2 技术方法

在策划的过程中,应该合理选择策划技术和策划方法,保证策划结果的科学性和有效性。

D.1.3 创意水平

策划案例应体现出一定的创意。

D.1.4 文化水平

策划案例应该能够体现出丰富的文化内涵。

D.2 文案效果

D.2.1 客户满意度

策划文案是应该能够达到客户的目的,能让客户满意。

D.2.2 实施效果

策划文案的内容应该能够付诸实施,并能取得较好的效果。

D.2.3 影响力

策划文案应该能产生良好的社会影响力和同行的反响。

D.3 文案质量

D.3.1 基本结构

策划文案应该是结构完整、条理清楚、逻辑通顺的。

D.3.2 内容表达

策划文案应达到内容丰富、表达准确、重点突出、图文并茂等要求。

D.3.3 写作方法

策划文案的写作方法应该合理,文案类型选择应该得当。

D.3.4 论据素材

策划文案中的论据应该充分,并能选用丰富的素材。

D.4 评分标准

本标准规定商务策划案例评价的总评分 100 分,分值分配见下表 D.1。

前 言

本标准的附录 A、附录 B、附录 C、附录 D 均为规范性附录。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位为中国商业联合会会员部、中国企业文化促进会营销策划专家委员会。

本标准主要起草人:王民、谭新政、邵鹏、褚峻、余明阳、周培玉、李德深、孙德禄、徐殿龙、林力源、陈放、闵正道。