

如何整合实体布局新零售？云平台O2O电商源码.疫情期间餐饮业怎么脱困？餐饮小程序如何开发定制？

产品名称	如何整合实体布局新零售？云平台O2O电商源码.疫情期间餐饮业怎么脱困？餐饮小程序如何开发定制？
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

产品详情

疫情期间餐饮业怎么脱困？餐饮小程序如何开发定制？

一场突如其来的疫情打乱了我们的生活，越来越多的生鲜商户、超市、食品公司推出了自己的小程序，转型线上小程序、社群等渠道经营，成功打开了消费者运营的新窗口。

一方面有力缓解了居民生活物资需求，另一方面，基于小程序数字化的智慧商业解决方案，也让一些企业在困境中抓住了新商机，实现了营收倍增的魔幻自救。

门门为大家解析疫情下餐饮小程序的功能优势，我们一起来看看餐饮小程序的重要性体现在哪儿？同时希望能带给更多还在低潮期的商家一些启发和帮助。

1、线上外卖成获客主要渠道

当禁止堂食等防疫管控现象反复出现，餐饮小程序的线上外卖功能成为了触达消费者的有效渠道。线上外卖包含了外带服务，消费者在小程序下单时可选择门店自取外带和同城配送两种方式，无论是哪一种，都能实现一键触达，快速享受门店服务，形成“到店、外卖、到家”的业务体系。

使用餐饮小程序做外卖的优势除了减少第三方的高佣金抽成，提高毛利润，还在于为缩短客户购买决策路径，将流量沉淀在自己品牌平台，为商家带来低成本、更高效的引流获客渠道。

2、借助社区团购实现自主营销

你团购了吗？社区团购成为本次上海疫情的热门话题。在城市允许的配送政策下，如果你有稳定的供应链支持，那么社区团购无疑是合适的销售模式！不仅可以配送生鲜果蔬、还可以配送半成品、预制品、甚至是餐饮成品！餐饮/生鲜商家通过制作团购接龙小程序或使用团购营销功能，先在线上小程序商城进行配送区域、配送距离、团购商品套餐、起送额度等团购规则设置，完成同城内快速配送。以门店为中心服务周边社区消费者，本地化运维忠实客户群体。

社区团购和第三方外卖平台相比，凭借一次多量的运送模式，运力更足、流程更简、利润率更高。不仅能提高线上销量，还能有效保障运力时效，积累本地客户资产。

3、不打烊的线上商城

餐饮行业发展日趋品牌化、多维度化、电商化已成为餐饮人的普遍共识，经历过疫情时代，客户对餐饮的多种场景需要进一步增加，门门相信将来会有更多产品形态和销售渠道出现，突破传统餐饮模式固有的地理空间限制。

线上商城正是其中的解决方案之一，从以前的传统电商APP、到现在的餐饮小程序，餐饮应用正在满足轻量化和多场景的客户需求，走向私域业态的方向。现在一个餐饮小程序，已经能够实现“堂食+外卖+商城”三店一体化的经营模式。除了堂食外卖功能，小程序的商城模式可以实现24小时不打烊，无论是哪种产品形态都能找到适合的配送方案：生鲜、成品、半成品支持同城配送、商品支持物流配送等等，将实体门店的影响力由点及面，铺及线上销售渠道，带给客户随时随地的消费体验。

4、社交营销发力私域运营

社交营销能力与客户经营能力成为品牌经济增长的关键因素。我们在2021年能看到不少品牌深耕社交私域的案例，凭借企业+社群+小程序释放品牌社交营销能力，精细化管理和差异化运营，与客户形成良好互动的紧密联系，终形成私域增长。

当然可能会有餐饮商家说，自身规模小或者是个体户，不适用“品牌社交私域模式”。不要担心，餐饮小程序适用于各种客户运营模式，餐饮小程序的社交营销工具和会员卡功能就能帮助商家打造“小而精”的垂直化会员中心模式。营销工具如砍价、拼团、等，轻易实现端分享裂变，带来大量到店流量。会员卡则打通线上线下一体化会员场景，根据商家实际业务配置会员中心、积分商城等，把会员权益、会员机制、会员福利等等服务量化地公开展示出来。不仅一手抓扩客拉新，也一手抓维护老客不流失，提高留存复购。

目前，不少餐饮商家正在全力向线上拓展市场，门门认为，餐饮店从线下走向线上，只是时间问题。只有学会结合线上线下运营，主动搭建线上数字餐厅的餐饮企业，才能有更强的抗风险能力。

如何整合实体布局新零售？云平台O2O电商

应用系统本质上是对企业运行流程高效率的数据化实现，提高企业运营效率，提升客户满意度，降低企业运行成本。

一、项目背景：即时配送行业发展现状及发展前景。

在“互联网+”热潮的催动下，我国O2O市场发展较为迅速。值得注意的是，在2020年新冠肺炎疫情的影响下，行业呈现正向发展趋势，2020年我国O2O市场规模达3万亿元，且到家O2O市场有望超过到店市场份额。此外，2019年餐饮外卖在到家O2O领域中占据主导地位，市场占比达到80%。

O2O即Online To Offline，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台，这个概念早来源于美国。O2O的概念非常广泛，既可涉及到线上，又可涉及到线下，可以通称为O2O。

编辑搜图

二、商户需求与用户需求：

商家的需求

- 1能够通过平台给商户的店带来更多的客户。给予更多的商机。
- 2平台能够做好对商户的培训以及在商户没有足够能力时候做好店面管理。
- 3建立全面的评价机制，使各商家公平竞争。
- 4满足客户多元化和个性化的需求，平台要有很好的创意。
- 5能够更好的收集客户的反馈,方便商户不断改进。
- 6能够为我们商家带来现金流。
- 7平台管理好顾客到店服务、预约、订单管理、甚至用户的盈余时间等，这些用户消费行为只有被数字记录才会有更大的用处。
- 8平台帮助帮助商户管理客流，提升店铺各个时段的运营效率。
- 9平台让商家看到足够的预期收益。

用户需求：

对于大众用户来说：近距离外卖到店取货，可以节省外卖费；

对于外部合作用户来说：门店希望已经到店的用户也可以通过“饿了么”点餐，减少人工排队，提高效率，优化用户体验；

在分析内部数据后：我们发现 有 80% 的用户选择送餐 1 公里且 30 分钟之内可以配送的店铺点餐，这说明该功能是有 一定市场和客户需求的；

对于内部决策者来说：为了获得加入饿了么平台更多的商户数，需要推出该功能；

对于内部使用者来说：运营人员可以将该增值功能作为外卖门店的奖励，以提升运营效果。

三、O2O的应用价值和优势是什么？

O2O的优势在于把网上和网下的优势完美结合。通过网购导购机，把互联网与地面店完美对接，实现互联网落地。让消费者在享受线上优惠价格的同时，又可享受线下贴身的服务。同时，O2O模式还可实现不同商家的联盟。

1、O2O模式充分利用了互联网跨地域、无边界、海量信息、海量用户的优势，同时充分挖掘线下资源，进而促成线上用户与线下商品与服务的交易，团购就是O2O的典型代表。2、O2O模式可以对商家的营销效果进行直观的统计和追踪评估，规避了传统营销模式的推广效果不可预测性，O2O将线上订单和线下消费结合，所有的消费行为均可以准确统计，进而吸引更多的商家进来，为消费者提供更多优质的产品和服务。3、O2O在服务业中具有优势，价格便宜，购买方便，且折扣信息等能及时获知。4、将拓宽电子商务的发展方向，由规模化走向多元化。5、O2O模式打通了线上线下的信息和体验环节，让线下消费者避免了因信息不对称而遭受的“价格蒙蔽”，同时实现线上消费者“售前体验”。整体来看O2O模式运行的好，将会达成“三赢”的效果；

对本地商家来说，O2O模式要求消费者网站支付，支付信息会成为商家了解消费者购物信息的渠道，方便商家对消费者购买数据的搜集，进而达成营销的目的，更好地维护并拓展客户。通过线上资源增加的顾客并不会给商家带来太多的成本，反而带来更多利润。此外，O2O模式在一定程度上降低了商家对店铺地理位置的依赖，减少了租金方面的支出。对消费者而言，O2O提供丰富、全面、及时的商家折扣信息，能够快捷筛选并订购适宜的商品或服务，且价格实惠。对服务提供商来说，O2O模式可带来大规模高黏度的消费者，进而能争取到更多的商家资源。掌握庞大的消费者数据资源，且本地化程度较高的垂直网站借助O2O模式，还能为商家提供其他增值服务。

四、O2O核心功能：

1，O2O客户消费体验。随着互联网普及移动互联网购物加入使得购物更加的实时化，便捷化。通过O2O电子商务网站线上来提供产品引导信息，线下提供产品、服务方式来吸引客户，同时提供线上消费体验方式，与线下丰富多彩的消费体验方式相结合，再将消费者带到现实的商店中。

编辑搜图

2，O2O 社会化营销，移动互联网发展迅速，移动设备的大量普及，3G\4G 移动终端使得商家的产品推广有了更大的范围，产品广告的投入可以起到点到面的传播效果，为产品的引导起到了积极的推动作用。

编辑搜图

3，O2O 交易行为。采用积分消费模式，作为衔接线上线下消费核心。

编辑搜图

编辑搜图

编辑搜图

编辑搜图

编辑搜图

编辑搜图