

门店结合线上商城系统（系统模式）

产品名称	门店结合线上商城系统（系统模式）
公司名称	广州软狐科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	天河区中山大道西富力街
联系电话	18026231817 18026231817

产品详情

门店结合线上商城系统（系统模式）【吕筱】，门店新零售模式系统开发、门店新零售小程序系统开发、门店核销推广小程序开发，门店结合线上商城开发系统

此时,品牌比任何时候都需要建立起一种差异化优势,在消费者心智中建立区隔,才能与竞争对手拉开差距,从而带来全面的竞争优势。

当大家都在春节期间扎堆画兔子时,伊利用一首专属的BGM以及魔性的兔子舞,打造了差异化的春节内容;当大家都在用传统的方法做冰淇淋,别人做出了差异化的茅台冰淇淋,约340万人购买和品尝过,约有4亿多人知道和了解过,更是定下2023年营收亿元的目标。

门店系统是以商家管理为核心，通过对店铺运营数据进行整合，提供智能化、数字化的店铺管理系统。帮助企业构建店铺全渠道、多触点、强管理的客户互动体系。

一、门店管理流程

1.店内设置

前台设置：客户通过登录手机APP下单或者到店消费，平台支持自由设置品类（化妆品、保健品、母婴用品），以及设置优惠活动。消费者可以随时在线下单和支付。

商品上架：商家需要提前备好商品（SKU），同时根据前台用户选择的品类来准备对应的上架商品列表。商家可通过后台查看库存和订单状态。

库存查询：根据商品上架情况，选择需要哪些备货、配送信息以及配送时间安排。通过系统后台查看库存并进行相应操作。

订单管理：可以设置优惠券和商品分类等属性。

2.营销活动：根据客户类型分类进行活动管理，根据订单类型和价格偏好选择是否参与营销活动。可以看到促销信息或者优惠券的领取情况，自动筛选出是否参加促销活动或优惠规则明细；可以了解优惠规则及详情，如折扣和使用限制等；可以查看会员积分及消费数据等信息。

二、客户关系管理

1.营销策略：通过多种营销方式维护顾客关系，例如会员卡、积分兑换券等，既可保证消费者每次到店消费时均能得到一定金额的积分奖励，也可给予会员在其他消费上的折扣优惠；还可通过不同渠道（如微信公众号/小程序/朋友圈）实现会员裂变及分享活动。更多营销策略可根据不同场景灵活设置并调整具体操作方式及规则：如积分兑换券、储值优惠等。

2.会员管理包括会员基本信息、积分规则、优惠券等，可实现会员的自动登录和消息提醒功能。

3.门店收银：通过收银机、POS单等方式收集消费者的消费数据，可为营销活动提供参考依据。同时支持消费者离店后在支付端完成充值操作，并将其加入会员库，便于消费者下次到店时再次进行消费。

4.营销活动：利用营销工具，如优惠券/折扣券/红包等，在特定节日/节庆对顾客进行优惠促销活动（如：双十一/双十二），可以提高消费者的参与率（如注册即送红包或优惠券）；还可将客户标签化，并以其为依据对其进行定向营销。

5.售后管理：可以通过预约提醒/消息推送、评价查看等功能对消费者进行售后跟踪，更好地了解顾客需求并及时采取相应措施；同时还可与顾客的售后服务档案进行关联分析。

6.产品管理：产品的基本信息包括生产厂家名称、生产日期/保质期等。通过对产品相关信息（如：图片、参数等）的收集，可进一步了解企业所提供商品的质量状况。

7.服务管理：通过设置相应规则或模板后，可为消费者提供消费前后的咨询服务；同时还支持顾客在线下支付时系统自动接入商家微信公众号/小程序/朋友圈等渠道，实现实时消息推送（如订单详情提醒、收款提醒）。

8.会员分析：通过设置相应规则或模板后，可对会员消费频次进行统计分析及分类分析；还可支持对会员进行不同等级的细分（如：按金额、时间、区域等）以更好地管理并服务好不同类型的会员。

品牌若想在未来的商业世界过得好,不能只依赖线下,也不能只依赖线上;不能只依赖私域,也不能只依赖公域。而是要以消费者为中心,全渠道联动。

一句话总结就是,请尽可能,把一切触点都发展成渠道,并相互联动。

比如今年,可以肯定会有越来越多消费者走向室外,这意味着线下营销将迎来全面复苏。快闪、门店促销、论坛、路演等活动将重新活跃,进一步强化品牌和消费者的互动沟通。