

统一库存管理与预警：O2O多门店系统在供应链优化中的应用

系统源码+商业思维+技术服务，微三云麦超讲解

产品名称	统一库存管理与预警：O2O多门店系统在供应链优化中的应用 系统源码+商业思维+技术服务，微三云麦超讲解
公司名称	深圳市微三云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号 天利中央商务广场702C11
联系电话	13929266321 13543762209

产品详情

统一库存管理与预警：O2O多门店系统在供应链优化中的应用 系统源码+商业思维+技术服务，微三云麦超讲解

前文引言：

微三云商学院：购买软件的坑之客户预算不合理 客户预算低，主观上认为技术是虚拟的东西，觉得互联网项目没什么成本，但实际上不是这样，像我们这种开发公司或者说项目外包公司，更多的是人力成本，程序员工资普遍较高，客户预算又低，达不到预期的效果，所以就导致做出来的与预期相差甚远。一个成熟稳定，安全漏洞少，进发支持量级比较大的的系统架构，少说开发起来也要几百万甚至几千万，开发周期时间跨度至少 1-2 年时间，试问你就给个 5 万、10 万的开发公司怎么给你交付质量好的系统？

O2O卖货系统怎么做？

当前线下门店承担的成本越来越高，流量也越来越少，很多门店开始线上转型，如何打造智慧化新零售门店呢？如何掌握大数据流量分析，从而强化门店的竞争力呢？如何选择一套适合自己的企业平台型门店系统呢？同时，许多人都能感受到实体店铺的生意非常难做，能保本或者小赚都是比较不错的，那为

什么实体店铺的生意会这么难做呢？有以下几点

原因：

1.竞争大

举个例子，你在某个小区楼下开了一家生活超市，你会发现，周围200米左右就有一家几乎一模一样的超市，产品价格也几乎一样，内卷非常严重。

2.租金高

经营实体店铺，zui重要的因素就是选址，好的位置往往可以带来不错的流量，但是好位置租金可不便宜，在当前经济环境不太好的情况下，很容易造成亏损。

3.流量低

流量低有几个重要的原因，一是互联网冲击比较大，各种电商购物平台带走了很大的流量；二是竞争激烈，内卷严重，如第、一点分析到的一样；三是受疫情的影响，很多店铺无法经营，客户也减少了聚集。

本公司专注开、发数字化新零售商城系统，帮助企业搭建自己的私域流量平台，可通过云平台+多门店系统+小程序直播+微三云视频号源码系统推广自己的门店系统。

多门店系统有哪些功能？

1 多门店管理：平台可分配子后台给到每个商家，商家拥有独立的后台管理系统，可管理上架产品，可处理订单发货，可查看财务明细，可查看用户信息。

2 门店预约系统：用户可在线预约门店功能，可查看门店店铺介绍，门店产品，门店评论，门店位置等，从而选择门店，预约时间和商品。

3 门店定位导航：系统可精准定位用户的位置，从而推送附近的店铺，让用户地图导航到门店消费。

4 门店配送方式：配送方式有2种，1) 门店自提，2) 快递配送，实现线上线下O2O转型。

5 门店核销功能：用户购买了门店产品，会产生一个核销码，然后到指定的线下门店进行兑换，门店通过扫一扫即可完成核销，简单又方便

6 门店营销活动：门店系统可结合拼团，秒杀，优惠券，积分商城，满减，会员折扣，刮刮卡，大转盘等营销活动拓客引流。

如何让店铺保持竞争力呢？我认为可以转型互联网店铺，

互联网店铺的意思是，把线下经营的业务搬到线上，它的好处是只需要一个小程序即可搞定，0租金，无其他成本，不影响原有的经营方式，但是却能够将店铺的效益zui大化。具体的运作方式也非常简单，有两点。

1.购物省钱

用户只需要扫码进入小程序，所有的产品可以享受7-9折的优惠，这对原本就是需要在本超市购物的用户而言，为什么不选择这样的优惠呢，所以用户很容易就可以转换到线上。

2.分享挣钱

只要完成两个任务即可享受店铺的提成，一是完成5个分享，二是完成每月5笔消费。完成这两个任务，其实帮店铺起到了裂变引流、锁定消费的作用。同时，也帮用户建立起了自己的圈层流量，如图所示。

完成第、一个圈层，产生5笔订单

完成第二个圈层，产生25笔订单

完成第三个圈层，产生125笔订单

完成第、一个圈层，产生625笔订单

完成第、一个圈层，产生3125笔订单

假设每笔订单平均有2元提成，则分享的用户可以得到7810的月度提成，对一个普通的用户来说，这是一个非常不错的补贴。

总的来说，这种引流的方法非常简单，用户只需完成5个分享后正常的消费即可，而且消费时还有折扣优惠，不仅自己消费省钱了，还通过这种圈层流量的方式获得了不错的补贴。对店铺来说，做到了薄利多销，为店铺带来了更多的利润和附加价值，让店铺更强的竞争力，有更大的发展未来。

声明：文章内容不构成任何投资等建议，素材来源于网络，如有侵权请联系删除。

3.消费120%返利：用户消费即送120%的积分，积分通过每日完成平台10个广告视频观看任务，即可获得积分释放为现金，到手2-3元，直到积分释放完，每次消费均可增加积分数额，每次完成任务扣减积分数额，这样保证每一个用户都能免费消费还赚钱，还不用平台出钱，积分释放补贴均由第三方广告联盟商家的广告主支付，同分享推广人还能获得下级积分释放的金额的提成补贴，实现平台、用户、推广者、广告主、广告联盟公司五方获益

模式详情请咨询小编微三云麦超获取

微三云O2O多门店系统亮点：

【一】O2O多门店多管理员管理

商家可以设置多个门店，每个门店可以设置单独的管理员、营业时间，商家可以统筹掌握各个门店的订单、营收、库存等信息。

【二】门店权限划分

可以设置多个管理员来管理不同门店的各种数据，包括商品管理、库存管理、订单管理、分销批发对账等。

【三】同城物流配送功能

系统可根据“门店离顾客距离”和“门店是否有货”两个指标，把订单自动分包到门店，自动分配配送员，让顾客在手机上可以实时查看配送员所在位置，提高同城配送效率及提升用户购物体验。

【四】线上线下融合

商家即可以通过线上店铺在线销售，也可以通过我们线下的进销存和收银平台线下销售，线上线下数据完全融合。

【五】财务会员管理

每个门店都有独立的财务管理、会员体系并且可以实现线下销售收银，实现各种数据的线上线下融合。

【六】库存管理

总部可以统一进货，然后把商品分配到各个门店，实现统一的库存管理，库存报警等功能。

【七】LBS体系

通过设置各个门店的经纬度和位置距离的自动分析给顾客提供高效的线上到线下服务，包括到店消费、到店自提等。

【八】预约等多形式消费模型

支持普通商品销售、预约服务、赠送朋友、指定时间送货等多种消费模型，支持各个行业的O2O线上消费需求。

总结：微三云科技专注商业模式落地方案的搭建，软件系统的开、发，自建5000万的云平台底层系统，30万商家案例的共同选择，如果你想搭建属于自己的O2O多门店系统，欢迎咨询，

拓展阅读：

尽量选用成熟的源码系统，独立部署，不受他人影响，虽然前期付出成本高一点，长远来说却是最便宜的方案。 商户私域运营精细化程度提升 这一点从商户私域布局与经营的关注维度就可以充分体现——「用户转化」、「私域成本」、「公域引流」作为品牌销售额的关键指标，是商户最关注的三项因素。从本质上看，私域是成本与效益的博弈，在可接受成本范围内，如何撬动更大业绩增长是商户的关注重点。再从运营链路分析，商家最关注的“公域拉新”作为私域运营的起点，会直接影响后续私域流量的盘活与运营。通过对当下私域现状分析，我们可以清楚看到，公私域联动、精细化和代运营是当下品牌私域运营三大特征，随着用户对传统运营手段“免疫、同赛道竞品越来越多，品牌企业必须对自己下“狠心”，升级自己的私域“手段”。如果品牌只懂得漫无目的地加好友、拉群、发红包、群发广告，那这样的私域也仅仅只停留在粗放式运营的阶段，难以在“私域红海”中突出重围——这也是很多私域新玩家“投入高却运营难”的背后原因。那么企业该如何寻找精准的“支点”，来撬动更大业绩增长点？关键在于，需要通过构建更综合、更专业的私域运营，来告别粗放运营模式，升级私域业务。对于即将迎来 Q4，缺乏长期主义思维和体系化运营思维，私域只会更加寸步难行。企业需要回到业务本身，因地制宜、深耕细作