

指掌天下 B2b商城运营

让货卖的更多，卖的更快

指掌天下商学院

进销存 × 财务 × 订货商城 × WMS × TMS × SCRM × 智慧零售 × 第三方供应商 × 下游B2B2b × 大数据 一体化

腾讯战略投资企业 / 企业微信&小程序内测伙伴 / 企业微信头部SAAS研发商

咨询热线：400-8000-500

网址：www.HandDay.com

01

Part 1

商城实施篇



清楚商城实施&使用的步骤

快速切换能开单 Step-1

不整理资料，按原有状况直接搬家。
必须请指掌专业服务支持。

重点商品上图 Step-2

推新品-推热卖-推临期-推滞销-推活动

首页装修 Step-3

5要素6个区 (大图/6个区_新品区-推荐区-活动区-热卖区-清仓区/首页陈列/导航按钮/公告/公司展示区)

Step-4

1 专项推 5推

推新品-推热卖-推临期-推滞销
推活

休眠客户激活券

新品/促销

2 企微信群发 +发圈推

3 内勤推

- 问商品 → 发商品链接
- 推新品 → 发商品分类链接
- 推活动 → 发活动链接
- 推品类 → 发商品分类链接
- 单据分享 → 引导客户进商城

4 外勤推

- 问商品 → 发商品链接
- 推新品 → 发商品分类链接
- 推活动 → 发活动链接
- 推品类 → 发商品分类链接
- 单据分享 → 引导客户进商城

5 1看 商城上线数据监控

Step-5

4提升

补全图片

整理规格

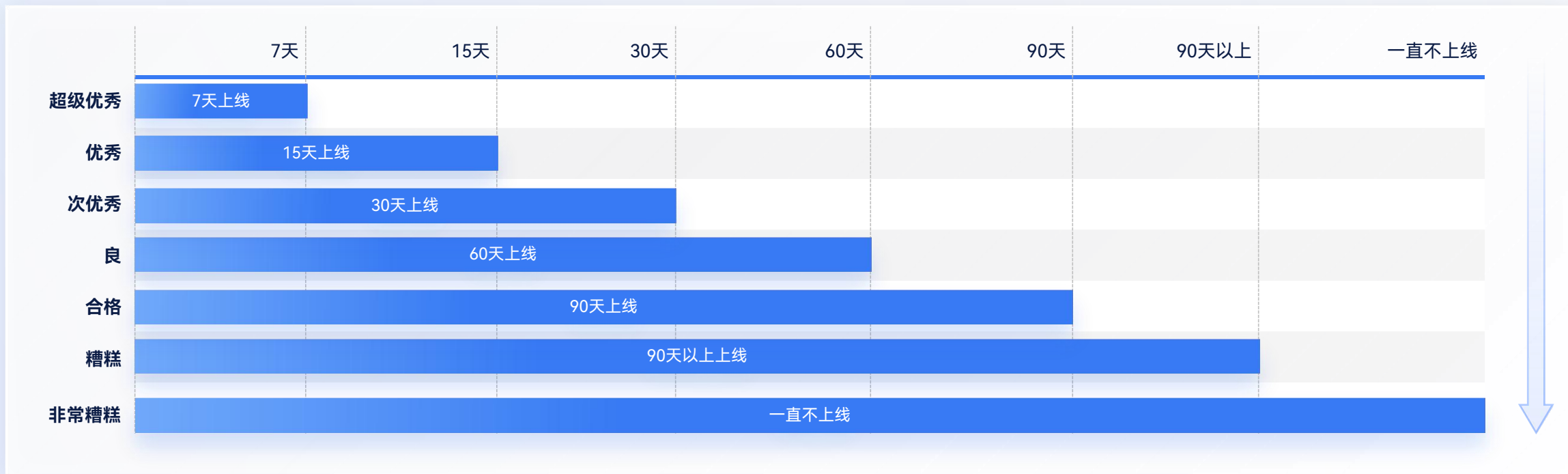
调整商城分类

商品陈列顺序

设定商城上线时间

商城上线，是评价一家企业执行力的体现，这里体现了老板的魄力：

参考：指掌天下10万家商城客户的数据统计



指定运营专员 商城运营前准备篇——两大准备

“必须有1个运营专员”


这是企业未来数字化的顶梁柱岗位

运营专员要求

不需要新招聘，从现有的内勤、文员、财务中找出一个人来兼职也可，最好专职。

 会电脑基本操作

 会找图片、会传上图

 愿意承担起公司数字化运营职责，并觉得很有意义

运营专员职责

关键指标	具体内容
商城维护 保证商城真实性	<ol style="list-style-type: none"> 1) 商城搭建-新品上传-下架不卖商品 2) 商城分类维护，优化分类 3) 商品维护，首页和各个分类商品展示内容、商品排序 4) 价格维护，保障客户价格匹配
商城推广	<ol style="list-style-type: none"> 1) 与老板定出每周营销计划，在商城上把所有营销活动在商城展示出来 2) 负责编辑文案、图片、商城链接、视频等多种形式，让全员推广商城 3) 负责制定商城所的各种推广码：单据-封口胶-礼品-配送车-店内张贴 4) 每周每天责任到人的上线客户数量安排，盯邀请过程和给老板汇报
客户运营	<ol style="list-style-type: none"> 1) 审核商城注册客户，修改客户的级别，保证客户级别价不出错 2) 每日注册客户回访，或分配给业务跟进，保障注册客户学会商城下单 3) 客户合并，保证客户不能重复 4) 配合老板定制每周每人的客户跟进清单（按分类、按交易不正常） 5) 每日登录商城未下单客户回访，了解客户需求，反馈业务跟进 6) 负责制定商城营销推广方案并领头执行
指掌天下新功能学习和服务请求	<ol style="list-style-type: none"> 1) 收集下游客户商城使用意见，反馈给指掌天下客户经理优化商城功能 2) 学习指掌天下每月新功能发布 3) 学会遇到问题如何求助指掌天下

运营专员考核

岗位:

被考核人:

考核人:

序号	考核项	按月指标的定义	考核标准	总分	得分	权重	总分
1	商城维护和运营(x)	商城装修-及时上下架-营销活动企划及上架	由上级打分	100		20%	
2	商城下单数占比目标完成率 (y) 比如设定3个月商城下单任务: 第一个月: 10%; 第二个月: 20%; 第三个月: 30% 每月的指标在提高	商城下单数占比=商城订单数/订单总数, 每个月给出目标值, 比如目标值是20%。实际完成18%。那么, $y=18\%/20\%=90\%$	$y < 60\%$, 0分; $60\% \leq y < 80\%$, 40分; $80\% \leq y < 100\%$, 60分; $y \geq 100\%$, 100分*完成率	100		70%	
3	上级评价(z)	上级对考核人的工作认可度	上级主管评价打分	100		10%	

绩效工资=绩效基数* 总得分

*如果可行, 企业可追加完成商城下单金额的奖金; 比如, 上月商城下单金额是30万, 本月实际50万, 那就 (50万-30万) 的部分奖励300.每个月只奖励商城金额增加的部分

比如: 基数是200万, 超过200万下单的部分有提成

考核
结果

绩效:

绩效系数:

总分:

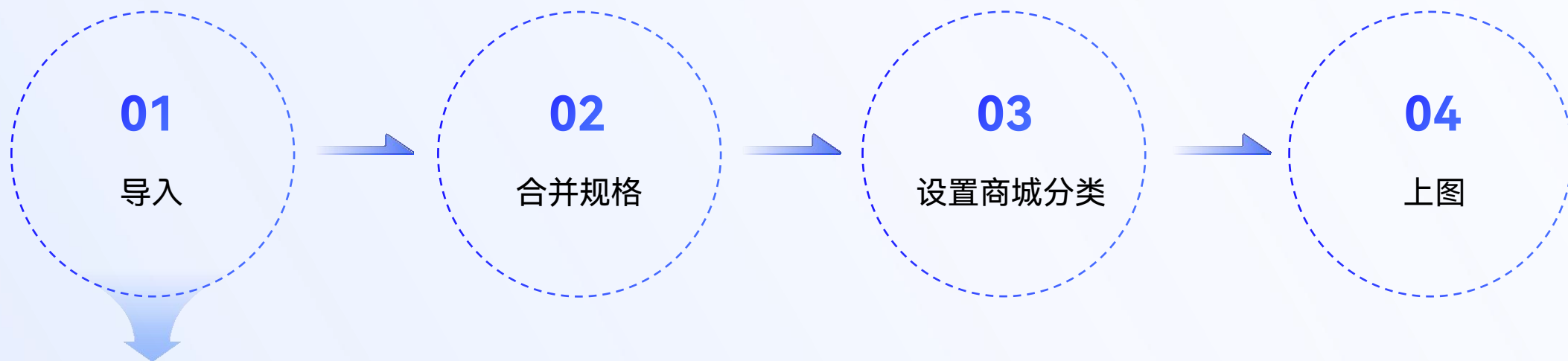
运营专员考核

参考一客户案例

商城+采购人员薪资明细 (从2023. ? 起执行)

数据确认人																
序号	姓名	岗位	应出勤天数	实际出勤	薪资计算天数	基本岗位考核 (各项指标出现严重下滑按比例计算)					直播激励奖				小计	
						商城功能80%以上	商城下单率不低于75%	每周2/4/6视频销售继续提升	产品及时上架/海报同步/促销方案同步	直播工作+加班	商城运营奖励: 整体运营提升/功能使用/积分商城/图片等有显著成绩	150人+3万	200人+5万	250人+7万		300人+10万
						1000	1000	1000	1000	1000	500-1000	500	1000	1500		2000
1		商城运营主管														
数据确认人																
序号	姓名	岗位	应出勤天数	实际出勤	薪资计算天数	基本岗位考核 (各项指标出现严重下滑按比例计算)					小计					
						商城功能80%以上	商城下单率不低于75%	产品及时上架/海报同步/促销方案同步	商城图片精美/产品参数清楚无误/关联产品海报定期发布/促销海报快速及时	商城运营奖励: 整体运营提升/功能使用/积分商城/图片等有显著成绩						
						1000	1000	1000	1000	500-1000						
1																

商城实施：4步曲



基本信息+期初+价格跟踪导入：从第三方ERP导入，继承原ERP的商城分类、名称。

运营前检查

运营前 检查

Step 1

● 客户归属

每类客户：分类、区域、
业务经理设置到位

——不要出现孤魂野鬼

Step 2

● 客户手机

客户手机号补充到位

Step 4

● 价格完善

价格真实（不是门面价）vs 讨价还价才下单

Step 3

● 商品完善

初步产品组建库搭建完成，
正式对接研发团队落地

Step 5

● 商城装修与陈列

首页装修：贷款也要把商城装修好

(1) 首页5要素6个区

①大图

②6个区展示：新品区-推荐区-活动区-热卖区-清仓区-公司展示区

③首页陈列

④导航按钮

⑤公告区

(2) 商城陈列

02

Part 2

商城运营篇



1个目标

1个目标（商城下单率）

40%

老板合格

80%

老板牛B

100%

老板超牛B

必须推动客户上线，这是必然趋势；从接单抄单转向“经营平台”



50张商城单=1个人工1天开单量

2个卡点

客户为什么不在商城下单？

嫌麻烦

用过滴滴代驾就不愿意找酒店拿名片请代驾

不会

70多岁的老人都会；每个店面老板都有好几个平台；
10分钟教不会就肯定不会做生意；
20%的人不接受，先放一边

有好处更好

有好处更好

员工为什么不推？

嫌麻烦，只关心业绩、不关心公司发展

怕丢饭碗

推不推商城也不少一份奖金

两大
卡点

3个准备(P) → 明确月目标

月目标：2个月邀请40%客户上线，每个月20%

1个推动周期PDCA（7天） 3456

并量化到周/天、量化到人头、量化到每天

特别注意：需要找出第一批最容易上线的客户群体——杠杆客户，比如终端客户

员工	邀请任务数	实际邀请数	起止时间	奖罚标准

千斤重担人人挑、人人头上有指标

3个准备(P) → 营销活动准备

足够的码: 销售单-包装-封口胶.-配送车-礼品.....



3个准备(P) → 营销活动准备

线下活动必须在线；线上活动≥线下活动；最好有些线上活动线下没有

第一：知道指掌可以做哪些营销活动

◇ 单品买赠

针对某一单品，“满xx数量赠本品或其他品”

◇ 限时特价/秒杀

特定时间、限时秒杀某一单品

常用于引流、清仓等

◇ 组合促销

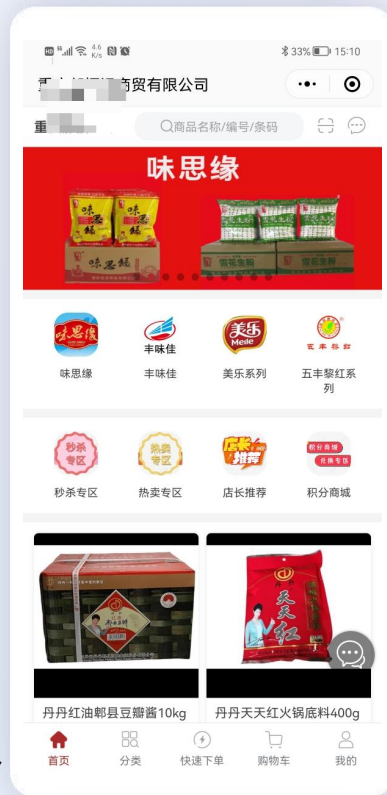
在指定商品范围内，达到一定数量或金额的促销

满数量：赠送、减金额、包邮、打折、赠下次代金券

满金额：赠送、减金额、包邮、打折、赠下次代金券

◇ 积分营销（订货ERP专业版才有）

登录送积分、会员日总积分、购买送积分、促销用积分



◇ 整单优惠（订货ERP专业版才有）

满数量：赠送、减金额、包邮、打折、赠下次代金券

满金额：赠送、减金额、包邮、打折、赠下次代金券

◇ 优惠券

先领后用，指定商品、指定客户群

推送代金券到客户账户

下单立送代金券，客户不得不回头消费掉

◇ 优惠套餐（订货ERP专业版才有）

几个商品组合为套餐，让客户买齐配套商品

比如3个畅销品+2个滞销品；1个书包+1套文具

◇ 三级分销（S-ERP版本才有）

客户作为分销员，可发展客户作为下线分销员

第二：推荐常用活动形式

券

券	商品	生效时间	发布总量	每人限领张数
5元券	单笔订单满500可用			5张/人
20元券	单笔订单满1000可用			5张/人

3个准备(P) → 员工学习准备

5大基础学习

- ①学会邀请话术
- ②学会邀请客户及邀请进来后修改客户（分类-级别-查重等） a.代下单邀请/b.一客一码邀请/c.我的邀请码邀请/d.对账邀请/e.收款邀请
- ③学会用CRM：看哪些客户注册和登陆了商城，哪些没有
- ④学会报价（报价单/选级别价）：用商城和邀请
- ⑤发圈推广。发圈用商城。每日发朋友圈3--5条。文案（商品推广、活动推广）+我的邀请码+一品一码&活动海报+标准结束语“#小程序：小程序商城名称”例如：#小程序：爱园商贸（通过“我的-我的邀请码”保存小程序码到手机相册）

5大外勤便利

- ①查商品
- ②查价格
- ③查库存
- ④查往来
- ⑤拓客用券推商城

5大接单推广动作

- ①问商品时：发商品链接
- ②推新品时：发商品分类链接
- ③推活动时：发活动链接
- ④推品类时，发商品分类链接
- ⑤单据分享，引导客户进商城

5大商城下单好处

- ①商品更全（全部商品在线）
- ②下单更快（比微信电话交流）
- ③价格更优（商城活动线下没有）
- ④受理更快、不错不漏（及时看到订单就处理，送货和线下一样，你下单我送货）
- ⑤新品-畅销-推荐-活动-清仓不错过

5大商城便利

- ①订单收款时：在订单页面“去付款”
- ②退货沟通时：在订单上点申请退货
- ③补货时：快速下单用买过商品补货
- ④对账时：商城上可自己查往来
- ⑤找商品图片发圈时：用商城

5大商城进入方式

- ①搜商城名字
- ②我的小程序
- ③桌面快捷方式
- ④扫码
- ⑤商城分享

5大首页商品快讯

- ①看新品
- ②看畅销
- ③看推荐
- ④看活动
- ⑤看清仓

5大找货方式

- ①快速下单-买过
- ②语音、文字搜
- ③分类找
- ④品牌找
- ⑤扫码找

5大下单流程

- ①购物车享受活动
- ②下单用券用积分
- ③下单在线支付
- ④看订单状态
- ⑤关注订单消息

发圈样式参考

样式说明

图1: 发商品链接

末尾带小程序商城链接

图2: 发商品分类

图3: 每日单品发圈



4推1看

4推1看

1 专项推 5推

推新品-推热卖-推临期-推滞销
推活

休眠客户激活券

新品/促销

2 企微信群发 +发圈推

3 内勤推

问商品 → 发商品链接

推新品 → 发商品分类链接

推活动 → 发活动链接

推品类 → 发商品分类链接

单据分享 → 引导客户进商城

4 外勤推

问商品 → 发商品链接

推新品 → 发商品分类链接

推活动 → 发活动链接

推品类 → 发商品分类链接

单据分享 → 引导客户进商城

5 1看 商城上线数据监控

4个推动(D) → 内勤微信/电话接单后邀请上线

接单过程用商城，引导客户用商城看货-看库存-看活动-看价格

5大接单推广动作

- ①问商品时：发商品链接
- ②推新品时：发商品分类链接
- ③推活动时：发活动链接
- ④推品类时，发商品分类链接
- ⑤单据分享，引导客户进商城

5大商城下单好处

- ①商品更全（全部商品在线）
- ②下单更快（比微信电话交流）
- ③价格更优（商城活动线下没有）
- ④受理更快、不错不漏（及时看到订单就处理，送货和线下一样，你下单我送货）
- ⑤新品-畅销-推荐-活动-清仓不错过

5大商城便利

- ①订单收款时：在订单页面“去付款”
- ②退货沟通时：在订单上点申请退货
- ③补货时：快速下单用买过商品补货
- ④对账时：商城上可自己查往来
- ⑤找商品图片发圈时：用商城

5大商城进入方式

- ①搜商城名字
- ②我的小程序
- ③桌面快捷方式
- ④扫码
- ⑤商城分享

5大首页商品快讯

- ①看新品
- ②看畅销
- ③看推荐
- ④看活动
- ⑤看清仓

5大找货方式

- ①快速下单-买过
- ②语音、文字搜
- ③分类找
- ④品牌找
- ⑤扫码找

5大下单流程

- ①购物车享受活动
- ②下单用券用积分
- ③下单在线支付
- ④看订单状态
- ⑤关注订单消息

4个推动(D) → 代下单推动上线

客户视图

客户维度 日视图/周视图

客户名称	此前状态	代下单	金额	邀请	点击	注册	浏览	领券	下单	停留时间	动作
小店1 鼠标放上去显示联系人/手机	已注册	1	1000								联系汇报
小店2	未注册	2	935								1
小店3	未注册	2	867								联系汇报

职员视图

职员维度 日视图/周视图

姓名	代下单数	邀请数	点击数	注册数	浏览数	领券数	下单数	跟进数	注册成功数
张三									联系汇报
李四									1
王五									联系汇报

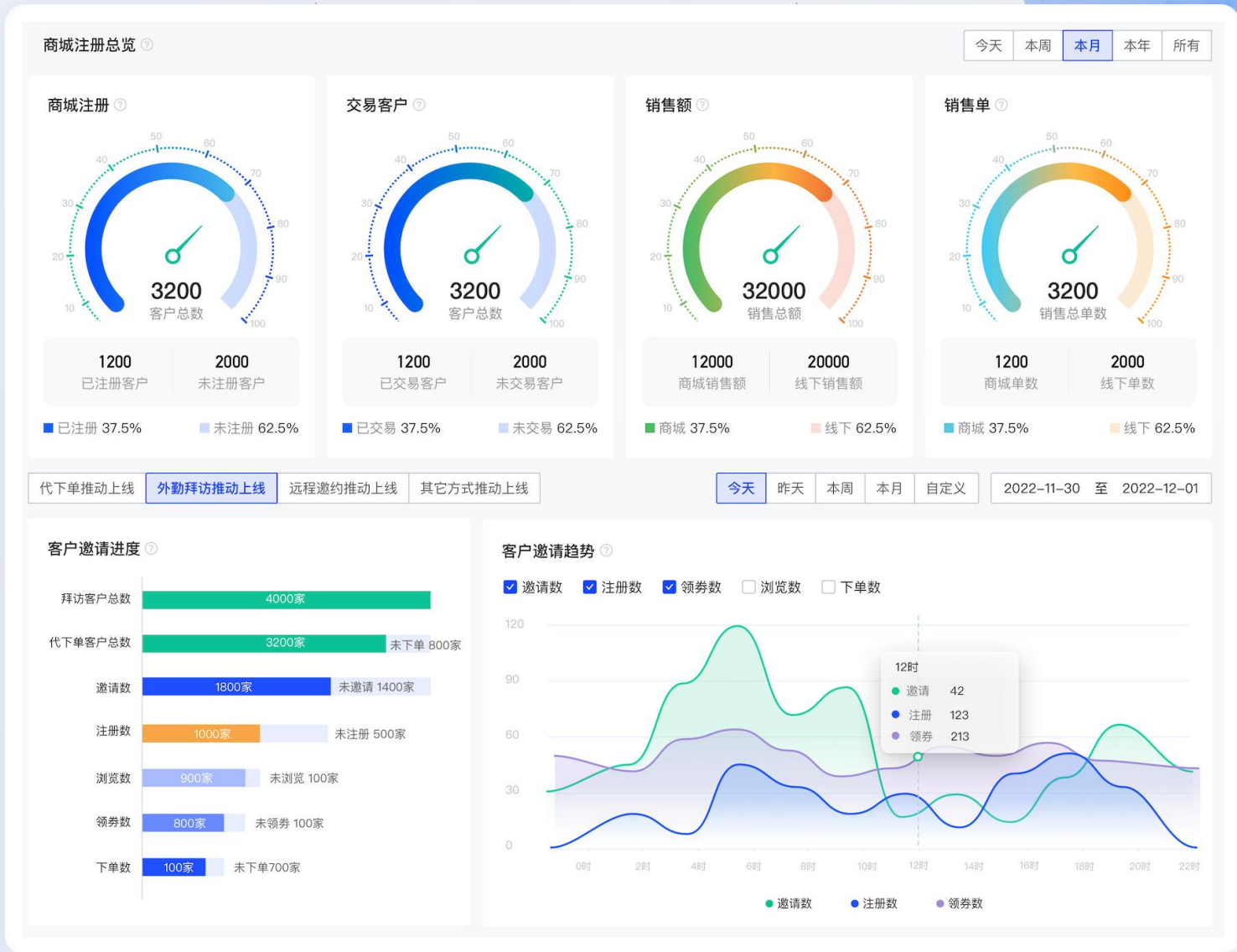
实时播报到群

张三邀请爱园食品 已注册/已领取券 停留时间4分3秒

日报到群

张三 代开单数18, 注册数15, 注册成功率75%
 李四 代开单数18, 注册数15, 注册成功率75%
 王五 代开单数15, 注册数15, 注册成功率75%

购买了SCRM 商城总览 出现驾驶舱



4个推动(D) → 外勤拜访教会并在线下单

一客一码邀请，见一家必须推广一家

5大外勤便利

- ①查商品
- ②查价格
- ③查库存
- ④查往来
- ⑤拓客用券推商城

5大商城下单好处

- ①商品更全（全部商品在线）
- ②下单更快（比微信电话交流）
- ③价格更优（商城活动线下没有）
- ④受理更快、不错不漏（及时看到订单就处理，送货和线下一样，你下单我送货）
- ⑤新品-畅销-推荐-活动-清仓不错过

5大商城便利

- ①订单收款时：在订单页面“去付款”
- ②退货沟通时：在订单上点申请退货
- ③补货时：快速下单用买过商品补货
- ④对账时：商城上可自己查往来
- ⑤找商品图片发圈时：用商城

5大商城进入方式

- ①搜商城名字
- ②我的小程序
- ③桌面快捷方式
- ④扫码
- ⑤商城分享

5大首页商品快讯

- ①看新品
- ②看畅销
- ③看推荐
- ④看活动
- ⑤看清仓

5大找货方式

- ①快速下单-买过
- ②语音、文字搜
- ③分类找
- ④品牌找
- ⑤扫码找

5大下单流程

- ①购物车享受活动
- ②下单用券用积分
- ③下单在线支付
- ④看订单状态
- ⑤关注订单消息

锦囊妙计——拓客

业务员推商城，送1000元代金券，满3000-100的券，一次只能用一张，一共10张。

不再一家家推商品，而是一家家推平台

4个推动(D) → 外勤拜访推动上线

客户视图

客户维度 日视图/周视图

客户名称	此前状态	代下单	金额	邀请	点击	注册	浏览	领券	下单	停留时间	动作
小店1 鼠标放上去显示联系人/手机	已注册	1	1000								联系汇报
小店2	未注册	2	935								1
小店3	未注册	2	867								联系汇报

职员视图

职员维度 日视图/周视图

姓名	拜访数	代下单数	邀请数	点击数	注册数	浏览数	领券数	下单数	跟进数	注册成功数
张三										
李四										
王五										

实时播报到群

张三邀请爱园食品 已注册/已领取券 停留时间4分3秒

日报到群

张三 拜访数20 代开单数18, 注册数15, 注册成功率75%
 李四 拜访数20 代开单数18, 注册数15, 注册成功率75%
 王五 拜访数20 代开单数15, 注册数15, 注册成功率75%

4个推动(D) → 远程邀约 & 到店客户推动上线

客户视图

客户维度 日视图/周视图

客户名称	邀请	点击	注册	浏览	领券	下单	停留时间	动作
小店1 鼠标放上去显示联系人/手机								联系汇报
小店2								1
小店3								联系汇报

职员视图

职员维度 日视图/周视图

姓名	邀请数	点击数	注册数	浏览数	领券数	下单数	跟进数	注册成功率
张三								
李四								
王五								

实时播报到群

张三邀请爱园食品 已注册/已领取券 停留时间4分3秒

日报到群

张三 邀请数20 注册数15, 注册成功率75%
 李四 邀请数20 注册数15, 注册成功率75%
 王五 邀请数20 注册数15, 注册成功率75%

 常见问题

线上活动，客户非要线下也享受，说“我都是你们大客户，你们商城又难用，还不能给我商城上价格，那我不要货了，或者不找你们拿货了！”

应对：肯定不能给（就看你顶得住不）。

告诉对方：“xx总，您说的也对，但我们是公司为了推广商城下单，贴着本在搞活动，目的就是为了到商城下单，您如果不在商城下单，我们赔不起呀。

同时：xx总，其实在商城下单真的很简单。我们很多客户刚开始和您一样，都嫌麻烦，自从用了商城后，就不想给我们报单了。

顺势讲一下商城下单好处和便利性。

商城上线

商城上线总览



注册后下单报表

持续下单100家, **25%**

间歇下单80家, **20%**

不下单数 220家, **65%**

5步夕会检查(C)

定时-定地点

统计专员播报

业务员	客户数	已注册数	邀请任务	新注册数	新领券数	新商城下单数	新商城下单金额
张三							
李四							
王五							

每人分享当天 经验和卡点

老板1) 表扬 2) 指点

排名最后2名

- 1) 说出可信的根本原因
- 2) 明确第二天改善对策和承诺

明确明天的邀请计划



常用搜索 搜索 更多搜索

操作	客户名称	未联系	未交易	销售单	商城单	今年销售额	上月销售额	本月销售额	最近销售额	最近销售时间	应收款	销售区域	业务经理	登录商城
1	门市客户	2天	2天	37	0	¥27240.23	¥36491.28	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	-	-	-
2	重庆好兴琳贸易有限公司	0天	0天	2	32	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥15000.00	上海	王向东	2022-12-08 17:28
3	临安五金商城	2天	2天	0	32	¥474377.24	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	浙江	张超	2022-12-14 18:14
4	五金超市	2天	2天	2	56	¥39538.68	¥5244.56	¥5244.56	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	上海	李兰琳	2022-12-09 15:05
5	金大丰	2天	2天	0	1	¥27240.23	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	江西	王向东	2022-12-08 17:28
6	东台市富腾	0天	0天	0	32	¥3389116.19	¥10642.11	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥5000.00	重庆	张超	2022-12-14 18:14
7	新凯商贸	2天	2天	2	32	¥474377.24	¥5244.56	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	北京	李兰琳	2022-12-09 15:05
8	临安五金商城	2天	2天	0	56	¥39538.68	¥16224.87	¥36491.28	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	浙江	王向东	2022-12-08 17:28
9	志学装饰	5天	5天	0	32	¥27240.23	¥10642.11	¥16224.87	¥36491.28	2022-12-14 18:14	¥0.00	重庆	张超	2022-12-14 18:14
10	新凯商贸	5天	5天	2	56	¥3389116.19	¥5244.56	¥10642.11	¥16224.87	2022-12-08 12:08	¥0.00	江西	李兰琳	2022-12-09 15:05
11	老占装饰部	2天	2天	37	0	¥27240.23	¥36491.28	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	上海	王向东	-
12	宣美家	0天	0天	2	32	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥5000.00	江西	王向东	2022-12-08 17:28
13	艺铭装饰工程有限公司	2天	2天	0	32	¥474377.24	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	北京	张超	2022-12-14 18:14
14	欧尚建筑	2天	2天	2	56	¥39538.68	¥5244.56	¥5244.56	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	四川	李兰琳	2022-12-09 15:05
15	恒基装饰工程有限公司	0天	0天	0	1	¥27240.23	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	上海	王向东	2022-12-08 17:28

登录商城

2024-05-16 13:18

2024-05-16 10:04

2024-05-16 09:49

看SCRM列表，客户是否上商城

25	汇泰龙五金	2天	2天	0	1	¥27240.23	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	上海	王向东	2022-12-08 17:28
26	东台市富腾	0天	0天	0	32	¥3389116.19	¥10642.11	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥0.00	重庆	张超	2022-12-14 18:14
27	新凯商贸	2天	2天	2	32	¥474377.24	¥5244.56	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	江西	李兰琳	2022-12-09 15:05
28	东台市富腾	0天	0天	37	6	¥3389116.19	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	上海	李兰琳	2022-12-08 17:28
29	老占装饰部	2天	2天	2	15	¥3389116.19	¥10642.11	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥0.00	北京	张超	2022-12-14 18:14
30	凤亮五金批发	0天	0天	2	8	¥474377.24	¥5244.56	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	上海	成计华	2022-12-09 15:05
合计				3539	4120	¥870500.98	¥90500.78	¥58713.45	¥6346.00		¥50000.00			

总 2345 条，每页显示 30 条

刷新 < 1 2 3 4 5 6 7 8 9 > 30条/页 跳至 5 页

6个修正(A)

- 1 价格是否让客户不愿意
- 2 商品客户是否难找
- 3 员工是否掌握邀请方法并狠狠推广
- 4 客户邀请目标是否需要调整
- 5 营销活动是否合理且有吸引力
- 6 奖罚是否有力度

必须“分析原因-找到对策”

锦囊妙计

只有老板和员工，把客户上线当成攻坚任务和必须任务，才能成功

必须让邀请人员说出：

1) 原因分析——连问5个为什么

外部原因（客户原因）

内部原因（一般指公司内部原因）

根本原因（心态+事态）

2) 对策

我们无法左右外部原因和内部原因，只有找根本原因！

心态：人一旦自我引导，瞬间长大、顿生一种力量

事态：眼中看到客户问题

在确定正式启动前：老板必开“启动会”

❓ 为什么必须用商城？

公司上商城是一场革命，不支持者就是
反革命

一个必须跟上的能力：玩转直播



应用场景：新品推广、促销活动、招商、订货会、文化传播、渠道培训、清仓甩卖
空中辐射，集体作战：传播面更广、传达力更高、传达速度更快

03

Part 3

持续运营篇



商城：持续运营篇

运营=战略×体制

体制=组织×制度×人事

重复前面按周的
PDCA

“四定”的营销哲学
绝招

✓ 固定的时间

✓ 固定的地点

✓ 固定的心情

✓ 固定的事

持续运营6招

1: 首页广告图更新（每周一次）必需

2: 首页展示的商品更新（每周一次）必需

- 1) 新品专区中的商品更新
- 2) 推荐专区中的商品更新
- 3) 商品分类中的商品更新
- 4) 商品分类更新（就是换一个分类商品展示，让不同分类的商品有更多的曝光率）

3: 活动必须要先上商城（每周一次）必需

每周都要有一些活动理更新，给到客户上来看的理由
小技巧：新客户或休眠客户，直接送券5张
视频更新（每周一次）必需
每周的视频要更新，给到客户新鲜感

4: 每周1（或周5）秒杀日：一招鲜，吃遍天

固定时间：让客户养成习惯，定期上来，如新闻联播每晚19:00正式开播，新闻联播每次半小时；

秒杀日：每周1或每周5 晚 20:00-21:00；选哪个时间？

5: 每月1-2次直播——玩转直播——一定时间

1个新品传达，要多少时间才能传达给几千家客户呢？

1个促销活动，要多少时间才能传达给几千家客户呢？

1场线下订货会，耗资金几十万，到现场客户也就200多家！

普通业务员的传达水平和业务高手的传达水平，有着天壤之别的传达效果！

一场直播解决所有问题！（参见《批发企业如何玩转直播》教程）

6: 玩转积分

谨记：一开始就在线下单、在线支付，否则很后悔

商城用不好，还有一个罪魁祸首——传统进销存

出路：批发企业销售增长之路5步曲

01

把进销存向外延伸，与客户连接起来——**基础设施**

02

现有资源做增长——**销售侧**

03

用生态做增长——**生态侧**

04

用供给商做增长——**供给侧**

05

用自有品牌做增长——**品牌侧**

第一步：把进销存向外延伸，与客户连接起来——基础设施

让：进销存用顺（开单顺-库存顺-应收顺-报表顺），不再依赖会系统的人

让：进销存用顺之后，腾出精力整销售

传统进销存只能玩内部，进销存需要“6通1达”：

6通：

- 1) 聊天与业务相通
- 2) 订单与客户要通
- 3) 商品资料与客户要通
- 4) 库存与客户要通
- 5) 应收-对账与客户要通
- 6) 营销与客户要通

1达：达到简单，进销存用得更深、内部更顺。

因为**简单才能用得更深**：管好应收-管好库存-管好经营报表

因为**简单才能让内部顺**：才能让外部营销有基础、有精力

第二步：现有资源做增长——销售侧

40%以上客户商城下单，省出80%接单抄单精力去做业务——狠狠做增长

- **用商城做增长**：张开一张天网；想像一下经营阵地的变化从之前店面等客，变成线上+线下网客的模式
- **用营销做增长**：通过营销拉动客单价，抢占客户在我们家拿货的比重
- **用客户做增长**：张开一张人网：拓客-改变业务模式（看货-看活动-下单-对账）-锁客
- **用仓配做增长**：张开一张地网：智能仓储-智能配送

第三步：用生态做增长——生态侧：打造上下游生态链共享联营模式B2b2C

第四步：用供给商做增长——供给侧：引入“S”端供应商货源，打造S2B2b2C

第五步：用自有品牌做增长——品牌侧：再小的批发商都有一个品牌梦

天网

从“接单抄单”转向“洒下一张天网、经营平台”
全在线下单、在线支付是必须（不要关心费率）
从此改变了公司的基因

以上讲的都没用，除非老板下决心排除万难

