

引爆销售

指掌天下 **一体化**生态链数字化解决方案

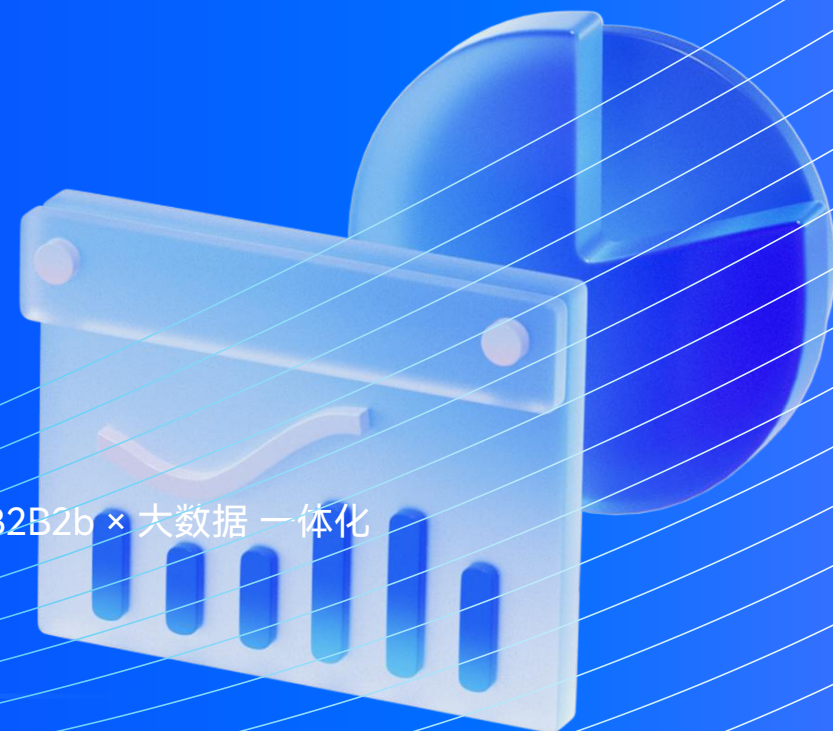
满足企业10年发展战略需求的一体化系统

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
企业微信×小程序×微信客服×视频号 营销闭环

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





銷售增長，就用指掌天下

指掌天下创立于2013年，作为专注于企业微信和小程序生态的“上下游互联互通” SaaS研发厂商，为企业提供“S进销存×SCRM×订货商城×客户营销×智慧零售×大数据”一体化生态链数字化营销系统和大数据Know-how产品，解决企业连接企业内部协同和外部营销的上下游连接课题，实现“销售提升”和“线上线下一体化数字化业态升级”。

针对不同企业已形成完善的“品牌商方案”、“经销商方案”、“零售商方案”。



腾讯战略投资企业



腾讯SAAS加速器企业



腾讯企业微信头部ISV



腾讯云千帆臻选产品

Customers

100,000+

企业用户



Partners

500+

销售服务机构



Technical Team

200+

技术研发团队



Terminal Store

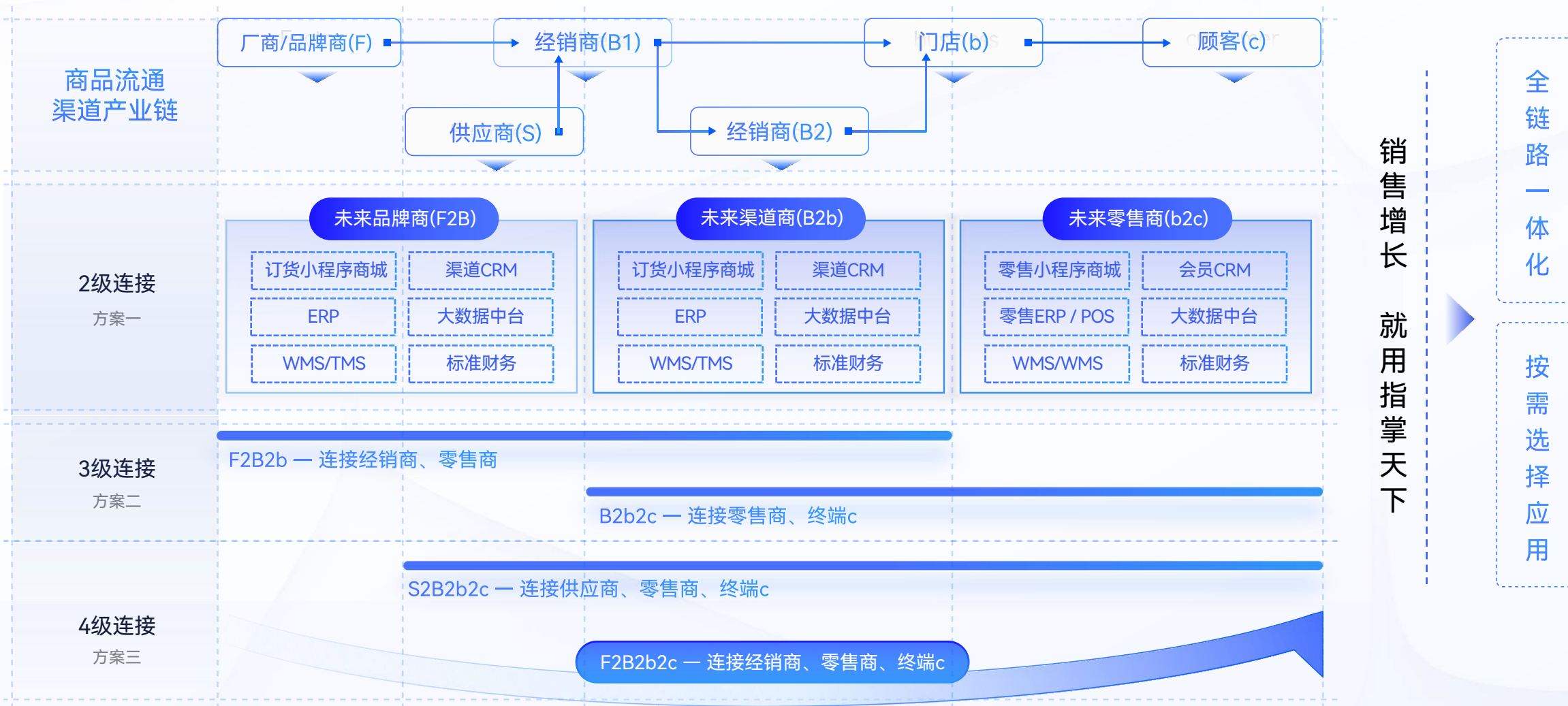
100,000+

覆盖门店



全链路一体化方案：指掌天下一体化生态链数字化营销系统

全渠道私域化供应链生态链营销系统 (Eco-Chain Marketing System)



01

现状与出路

渠道批发企业现状分析
批发企业销售增长之路

02

张开天网 网客模式

业态力构筑
电商天网搭建与运营
该进货时、上我平台

目录页

03

人网模式 客户深耕

私域客户经营&SCRM
该跟进时、跟进到位

04

地网 升级供应链

私域供应链配送体系
该配送时、配送到位

銷售增長，就用指掌天下



渠道批发企业
现状&出路

现状认识1：认清批发企业现状

01 现有业态模式太落后：接单抄单模式

商品多

两多

- 300 ~ 几千 VS 客户只拿几十个，不知道有哪些商品，也说不清楚商品，记不住价格

客户多

- 300 ~ 几千 VS 15-20%常拿货，根本维护不过来，几乎不维护

业务员很难

两难

- 掌握所有商品，也就无法给客户介绍完所有商品；
- 把所有客户跟进到位

导致

接单：客户要什么-就给什么，不会推荐

抄单：客户缺什么-就补什么，不会配货

人

两怪

- 本来是业务，接单抄单机械化了，导致丧失应有的销售能力

钱

- 80%的商品只贡献20%业绩； 80%的客户只贡献20%业绩

效率低

两低

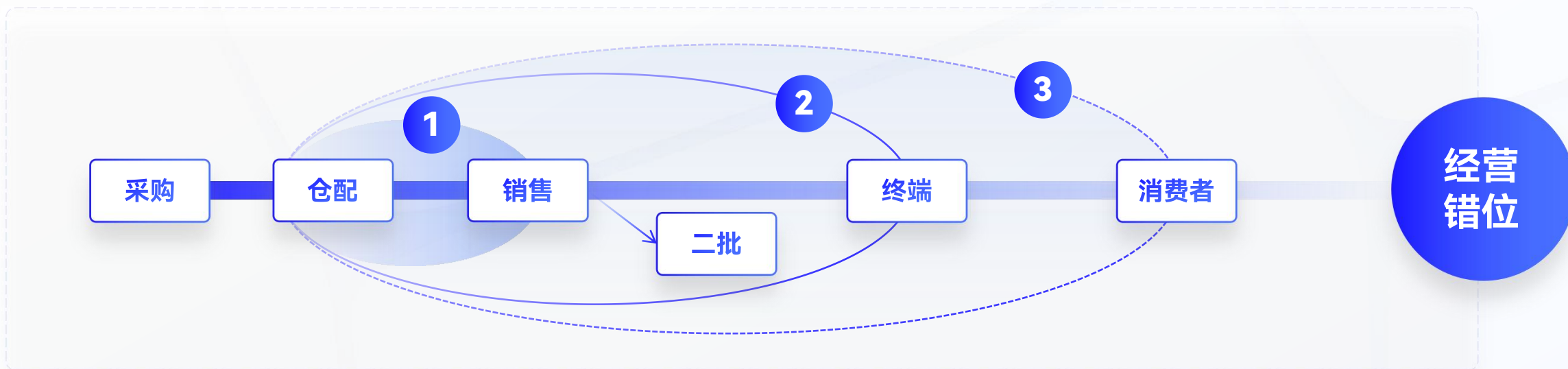
- 整天接单、抄单，效率非常低。精力耗尽，没时间做销售

信息化水平低

- 手工开单居多，即使有个进销存，也停留在很低水准；对电脑、商城等，水平极低，没人会

现状认识2：再看看经营压力

02 本该在客户和营销上花功夫，却只能把精力耗在内部接单-发货等商务琐事上



经营
错位

- 1** 圈1：为处理内部销售业务，耗尽80%以上精力在公司内部 ——40%上了进销存提升效率
- 2** 圈2：为了外部营销，开始关注圈2，即开始关注客户、商城 ——5%用好了B2b商城
- 3** 圈3：为了3年以上发展，开始关注终端，和终端一起上下游互联互通 ——不到1%用上了B2b2c

现状认识3：外部环境时代变了

生意难做

竞争加剧

导致

费用一直在上涨
来市场的人越来越少
却天天陷在内部事务上

下滑

不怎么增长

有增长但不踏实
未来堪忧

● 传统头部凶猛蚕食本地批发商

借智能仓储+钱多货多+密集配送
+配送时打草搂兔子

优势——

- 1) 货品全
- 2) 配送时效快
- 3) 员工服务&售后意识好
- 4) 价格不仅有优势，但还不是第一影响因素

单一品牌活不下去，不是价格因素，而是服务

劣势——

- 1) 专业度不够
- 2) 不会玩有质量的牌

● 新生代新技术疯狂创造神话

1) 全国性行业平台生猛

优势——

- 1) 品类全
- 2) 绕开二批

劣势——

- 1) 没咱们资源多
- 2) 分拣成为重资产
- 2) 本地化平台异常成功
- 3) 本地化平常发展迅猛
- 4) 综合零售超市现象
- 5) 直播现象

发展迷茫、销售乏力

管理无招、无人接班

- 1、继续跟风生产？
- 2、代理更多的货？
- 3、引入牛B的商品？
- 4、做配送？ or 引入智慧仓储更高效？
- 5、做抖音或直播？
- 6、切零售？
- 7、多招销售队伍，开发和维护？
- 8、多开几个分店？

存量市场：生存困难

存量市场特性

- **新客户减少**

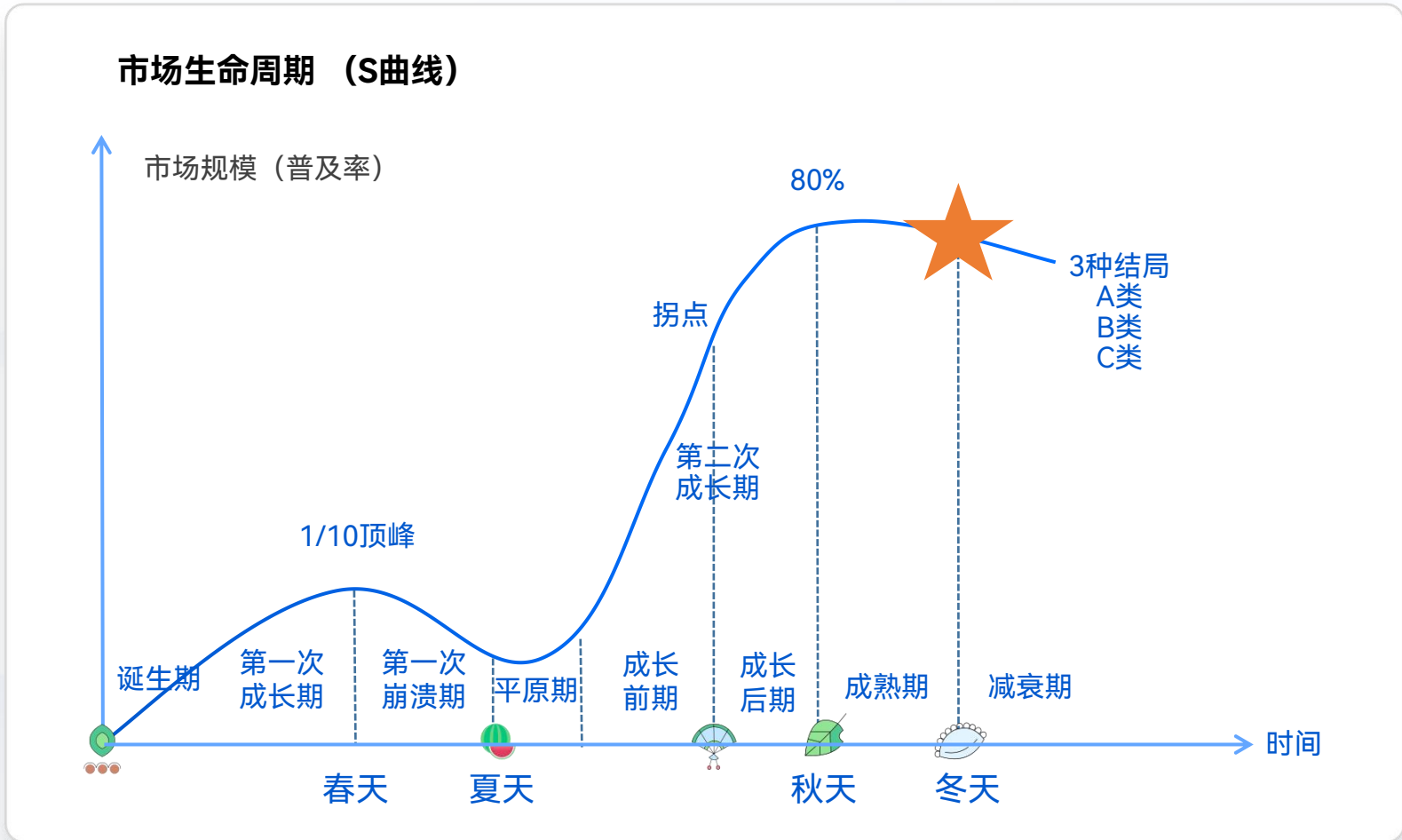
开发新客户越来越难，成本越来越高，新增客户越来越少。

- **增长缓慢**

在总体市场规模不增长或增速放缓的情况下，这些出现在市场的新产品，正在蚕食、挤压原有企业的市场份额和销售量。

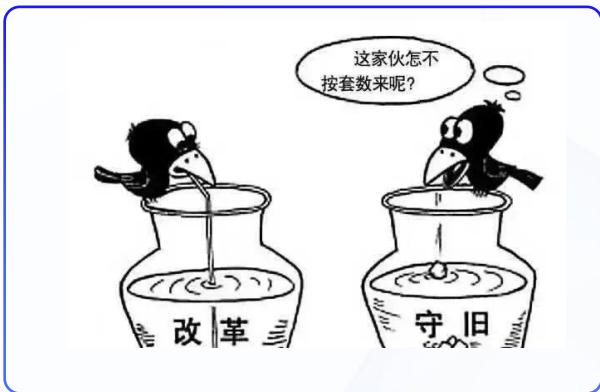
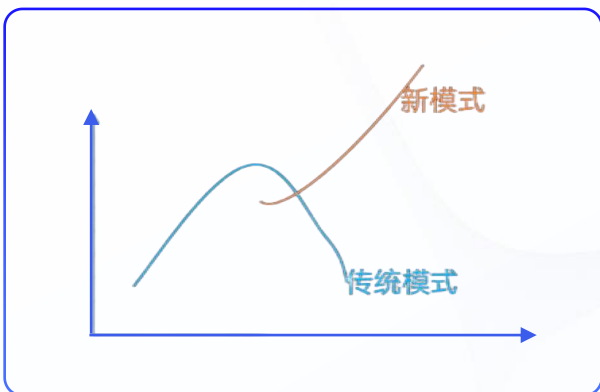
- **同质化严重**

同质化问题严重，加剧竞争的残酷，让原本不宽阔的赛道更加的拥挤不堪，致使很多企业被挤下赛道。



时代变了：如何应对？

消费模式变化的趋势下，新模式将逐渐取代传统模式，这个趋势不可逆转，疫情加剧了这一演变



企业与企业之争，
不再是“产品&价格”之争；
而是“经营模式”之争

洞察



CASE

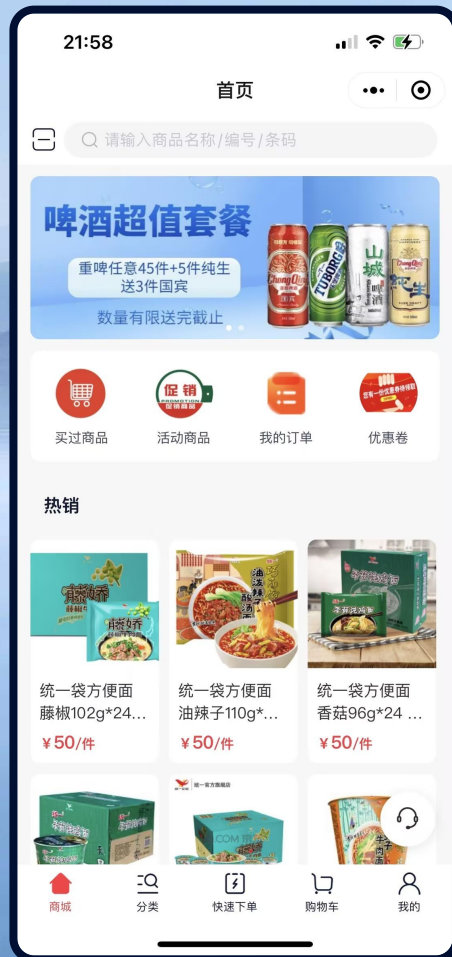
客户案例

区域聚焦案例

1个1.2亿休食的成长密码
5年从1000万到1.2个亿

顾客聚焦案例

1个冻品2亿背后的秘密



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，成就“企划类制造企业”

指掌天下销售增长模式

1 6合1公司展示&销售武器

1.动态公司图册
公司介绍-企业文化-团队风采
经营品牌-经营产品-活动动态
公司资质-公司环境-服务保障

2.动态结构化全商品展示

3.加好友+4交换名片+5营销获客+6商城销售+ve-家家推产品

新一代销售武器
再小的批发商都有电子版公司介绍&商城

2 更多客户看到-看更多商品

1.更多客户看到
-微信搜索、抢占入口
-客户扫码推商城
-来店扫码推商城
-客户开发推商城
-朋友圈推商城
-配送车扫码-活动扫码推商城

2.看到更多的商品

3.更多的货
比业务员介绍更全、更详细

3 黄金区推广、肆意展示商品

1.大图flash推广

2.5大推荐
新品、推荐、热卖、清仓、促销

3.首页陈列
首页就是展厅黄金展示区
肆意展示想要介绍的商品，面对所有连接的客户

4 到店客户带走商城

1.教会到店客户：
-商城看货、选货、下单
-扫码扫码下单
-通过打印单进商城

2.到店客户再回头，进完货还得带走商城
客户足不出户即可通过商城看商品-看新品-看活动、下单“该进货时、上我平台”

5 改变朋友圈看货方式

1.朋友圈带商城码
2.朋友圈发商品带商城码
3.改变朋友圈看货弊端：
-客户不能看到全部商品
-朋友圈无法分类展示
-微信朋友圈每次只展示前200个好友，还食欲所食

新的发圈方式，让发圈-引流-实体-商城一体化，客户看货更全更方便，形成营销闭环

6 卖别家的货、一站式进货平台

1.卖别家的货，客户订货再调货
2.商城就是选路
通路搭建好了，整个市场的货都可以卖，想卖什么就卖什么，突破实体店的经营时间和经营范围

经营模式升级为：不断丰富品类+不断拉客到商城，让商城成为客户“一站式”进货平台

1 商城营销

1.营销不是让利，而是让更多客户看到、提升客单价
2.多种方式：满减-满赠-包邮-打折-送券，从而加品加量
单品买赠-整单优惠-秒杀优惠券-组合营销-套餐积分-三级分销-关联推荐
从被动让利转向主动营销
新品老品都推广
新春老客都知道

2 直播营销

1.渠道类直播
招商-培训-案例分享
2.带货类直播
新品直播
促销直播
招商/订货会直播
节假日直播
让所有客户都看到和听到最牛业务员的讲解
更高效的营销-卖货-收款

3 引流营销

多种引流手段
朋友圈引流
视频号引流
公众号引流
各种推广码引流
微信客服引流
企业微信引流
让商城成为营销引流的载体
改变经营模式：从被动到主动
线上线下结合，打通营销闭环
弥补销售员推广不到的缺失

4 精准推送营销

多种精准营销手段
拓客营销
企业微信名片
客户群发
客户群发：文字-图片-链接-商品-小程序-文件
微信客服-视频号-企微朋友圈
“空中轰炸+点杀”
不是客户没需求，是不知如何
弥补销售员推广不到的缺失

6大增长，降本增效

订货商城—用商城做增长：该进货时、上我平台

四类营销，让商城成为免费的业务员

销售增长，就用指掌天下

新一代“销售增长模式”—该进货时、给我进货

1 3个认识

1.客户为什么离我而去
45%——服务不好
20%——没人关心
15%——找到更好价格
15%——找到更好产品
5%——其他原因

2.80%客户贡献20%销售额

3.1个业务员管几百家客户，如何管？
如何做到“该进货时、盯死到位”

2 5大增长空间

1个模型——客户5层金字塔，5大增长空间
销售提升30%



【关系客户】
【核心客户】
【小客户】
【潜在客户】
【意向客户】

3 精：精细化客户分类

业务员知道：有哪些客户-什么类型-级别-该花多少精力

7大分类：
1) 按月销售额分类
2) 按未交易天数
3) 按客户类型
4) 按客户价值
5) 按客户生命周期
6) 按销售区域
7) 按业务员管辖客户...

4 动：客户动态一览无余

1张表：动态监控的客户雷达
根据7大分类，加上客户动态-列表标准化
10大交易数据
5大商城数据
3大行为数据
找出该跟进客户，做到“该进货时、盯死到位”

5 快：业务协同标准化

业务管理标准化
高效指挥、高效协同
汇报（回访-拜访-进店）
指挥如亲临阵地
检视如现场直播
审批
业务流程标准化
卡在哪里不修都不行
上级知道：管什么-怎么管-管到什么程度
下级知道：做什么-怎么做-做到什么程度

6 全：客户要素标准化

1.客户信息标准化
-基本信息-联系信息-竞品信息

2.经营数据标准化
-交易数据-商城数据-行为数据

3.业务过程标准化
回访-拜访-进店-审批
不见面不知道客户情况客户资源变资产、离职不用交接

7 准：精准客户营销

根据“客户分类-客户标签-客户交易数据”

1.私域管理：集中管理好友-集中管理客户群

2.私域分发：客户-客户群
企业微信+SCRM，是最好的私域客户管理和客户营销工具，没有之二

8 客户经营模式

1.销售团队的业务管理工具
-从客户分析客户情况
-从业务员角度分析客户情况

2.商城背后的客户运营工具
商城的背后是流量
流量的背后是客户
客户的背后是运营（钱-货-款）
从客户维度看商城交易

存量客户时代深度经营客户，从传统接单抄单模式，转向深度客户经营模式，做到“该进货时、盯死到位”



S进销存—基础设施：让进销存社交和营销起来

让传统进销存向外延伸，与客户相通
进销存需要“6通达”——新一代进销存替换传统进销存
1) 聊天与业务相通
2) 订单与客户相通
3) 商品资料与客户相通
4) 库存与客户相通
5) 应收-对账与客户相通
6) 营销与客户相通

达到简单，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
才能不依赖电脑操作员
因为简单才能让内部顺，才能让外部营销有基础、有精力才能避免“经营错位”

1 智能采购

1. 采购培养成本降低，采购更上手
2. 采购决策时间下降，采购员人效提升
3. 无需繁琐的盘点与统计，一键生成补货清单

2 智能盘点

1. 动态盘点库存
2. 随时可以盘点

3 智能仓储

1. 提升仓库利用率
2. 提升配货效率
3. 减少对熟手的依赖
4. 提升仓储效率

4 智能配送

1. 自动导航线路规划
2. 自动核算司机业绩

秒杀案例



直播案例



视频号案例



企业微信名片



互动CRM—用客户做增长：该进货时、盯死到位/跟进到位

智能仓配—用智能仓配做增长：该配送时，配送到位

该进货时、上我平台

02

张开天网 网客模式

有没发现？生意做了这么多年，哪怕老客户，也不知道你——具体在卖什么货！

实体店

实体店现在最大的问题是：
大大失去了销售能力

就算店铺扩大3倍面积
也无法多增加10%的客户数量
到店

就算店铺扩大3倍面积
客户到店，依然无法了解所有
商品，走了什么都不知道

公域电商

1688 京东
淘宝 美菜 拼多多 抖音

仅仅多增加了1个辅
助销售渠道

私域电商是未来

私域电商

线下门店

+

线上商城

搭建私域电商

01 增长一: 6合1公司展示&销售武器 (价值5000元/年)

● 动态公司图册

公司介绍-企业文化-团队风采
经营品牌-经营产品-活动动态
公司资质-公司环境-服务保障

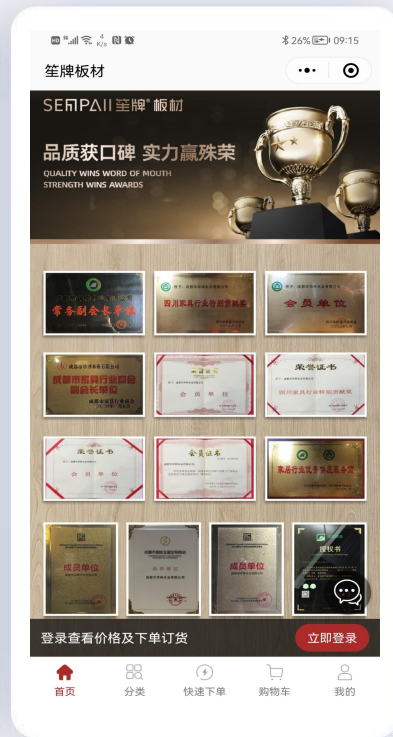
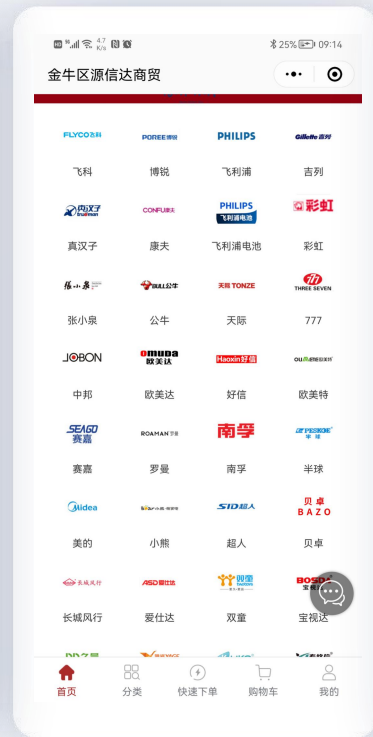
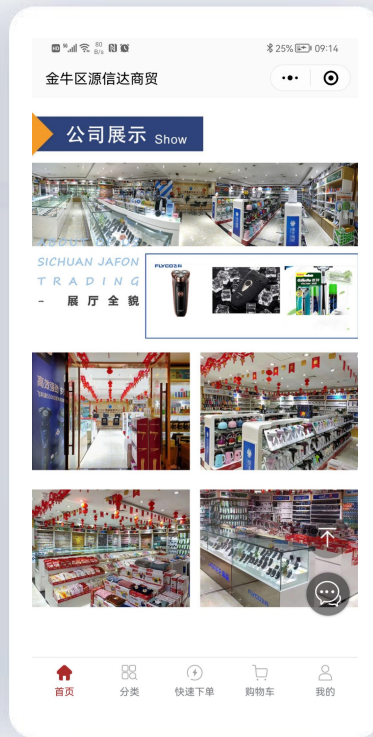
● 动态结构化全商品展示

● 加好友

● 交换名片

● 营销获客

● 商城锁客vs一家家推产品



新一代销售武器: 再小的批发商都有电子版公司介绍&商城

02 增长二：让更多客户看到、客户看到更多商品、进更多的货；

✘ 以前

客户知道我们所有商品吗？

——不到店就不知道所有商品

- 1难：客户很难知道所有商品，很难给客户介绍所有商品

内勤接单：客户要什么给什么

外勤接单：客户缺什么补什么

- 2难：业务员很难掌握所有商品，培养太难

作为老板——

亲自采购、亲自定价，都无法全部介绍清楚所有商品

作为业务员——

老板都很难讲清楚，业务员就太难了！

所以，新业务员成长周期特别的长，

3-6个月都不见得非常熟悉业务！

最核心的卡点就是产品多、价格多、规格多、

客户多，很难熟悉产品！

✔ 有了商城后

商品展示：会说话的7*24小时营业的移动展厅——提升销售

- 让更多的客户看到，不仅仅依赖来店看、靠人推、微信电话问

微信搜索、抢占入口

客户转介绍推商城

来店扫码推商城

客户开发推商城

朋友圈推商城

配送车贴码推商城

营销活动推商城

- 让更多的客户增加品类，客户看到“从没拿过那90%商品”而增加进货品类；

- 让业务员无须掌握商品：品牌、规格、价格、图片、库存等，立即上手

不同客户不同价格、不同客户不同商品，可以不让对手进商城



不是不给你进货，而是不知道你有!

“

我们商城上线后，很多客户说“原来你们家还卖这些货啊”！而且还省下不少资料印刷费；

绝大部分因为经常到商城看到其他商品，多增加了约30%的进货品类！当然，也减少了人工成本和时间成本！

——金大柴润滑油 总经理 孙守雄



03 增长三：黄金区推广——大图-新品-推荐-热卖-清仓-促销-首页陈列；

肆意展示你想要介绍的商品，避免不推、忘推；推不全、推不清楚

◇ 大图flash

隆重推荐的产品、大图flash黄金位置推广展示

◇ 新品区

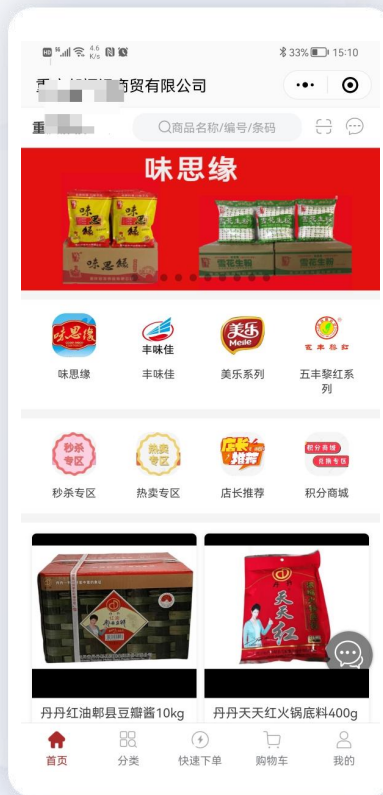
新品第一时间让人看到，避免客户必须到店看新品

◇ 推荐区

推荐商品，给客户传达出主推商品

◇ 活动区

推荐商品，给客户传达出主推商品



◇ 热卖区

热卖展示，让客户知道哪些商品好卖

◇ 清仓区

清仓商品，不等于卖不出去，只是更多的客户不知道

◇ 首页陈列

把首页的陈列作为其次推荐的主推商品

04 增长四：到店客户再回头——进完货，还得把商城带走

✘ 以前

业务员不知道：价格-规格-库存
新客拿完货不回头不跟进

✔ 有了商城后

扫码就知道： 给该客户多少价格、是否有库存 如手机点餐一样
客户扫码进商城并带走商城，留存客户

○ 教会客户

商城看货、选货、下单 扫商品码下单

通过打印单进商城 通过店内海报扫码进商城

让客户 “该进货时、上我平台”



我们每个月到店很多新客户，进完货也没人跟进，有了商城后，客户进完货还带走商城，顺便也留下了客户的手机便于跟进，通过后期的营销，增加了不少回头客。

——小钟酒店用品 总经理 钟育奎



05 增长五: 改变发朋友圈让客户看货的弊端

——让客户看到全商品和分类, 增加看货便利

- ◇ 朋友圈带商城码
- ◇ 朋友圈发商品带商品码
- ◇ 改变朋友圈让客户看货弊端:

- 客户不能看到全部商品
- 朋友圈无法分类展示
- 朋友圈只展示给200个好友
- 朋友圈发多了会被折叠

该怎么发还怎么发, 引导客户到商城; 给朋友圈插上商城的翅膀



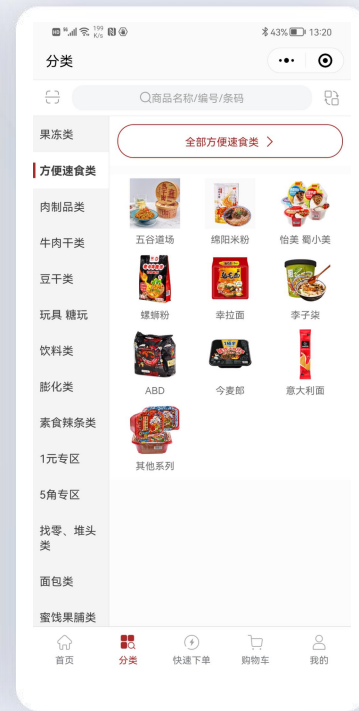
朋友圈很难被客户看到 还会被折叠



朋友圈看商品既没分类、也看不全



把门店展示和仓库搬到线上: 新品、促销、分类一清二楚; 指掌商城, 手机拍照即可上商品, 和发圈一样简单



06 增长六: 在商城卖别家的货, 客户订货再调货



“ 商城就是通路, 通路搭建好了, 就可以搭载别家的货 让商城成为客户一站式进货平台

客户自己线上看商品

客户自己线上看活动



客户自己线上下订单

业务员只需要推广平台即可



启用指掌天下订货商城, 从现有大量的抄单动作里面解放精力; 以前, 只卖牛奶、优益C等奶制品; 用了指掌后, 增加了休食、百货等, 半年时间, 销售翻倍。

——华通盛茂 总经理 刘小芋

01 降本增效：省人工、提效率；晚上也能接单

“
客户自主下单，不再依赖人见面或沟通才能交易！
效率提升3-5倍，省下80%接单抄单时间，省下一半人工！”



✘ 以前

非得见面或交流才能订货

- 1个订单“拍照-发图-视频-报价-报规格-报活动”
要花10-60分钟
- 长期订货客户：非得微信或电话订货
- 外地客户：见面少，订货不方便就少订货

✔ 有了商城后

7*24小时不打烊，自助订货更方便

- 长期订货客户：白天忙完，晚上躺在沙发上就可订货
- 让更多的客户增加品类，外地客户：不用到店里看货，知道所有货，远程下单
- 客户自助订货：更方便，订单状态如滴滴司机动向

内勤：每天回访20个，每月增收几十万

外勤：每天多跑5-6家，每月多增几十万



CASE



成都爱园食品 总经理 杨大荣

我们很多甘孜、阿坝、凉山等偏远地方客户，业务员无法经常出差以及客户很难到店里来。

有了订货商城后，因为看货方便和订货方便，大大提升了销量。

我们每天在线订单200多单，原来每个内勤接单50单左右，现在不接单了省掉好几个人工。

内勤核心工作是维护客户了。



渭南华联建材 总经理 安姐

02 免费拓客业务员

批发老板对有业务员的是羡慕嫉妒恨：一般做得大的才有业务员

● 请不到：

招聘方式也很单一，只会用A4纸贴墙上，不会用58、Boss招人，优秀的业务员都在市中心生活，批发市场一般在郊县，市场里面年轻人很少，根本就看不到，更不容易请到

● 不会培养：

很多夫妻店老板每天在店里开单、配货，自己都不会谈业务，怎么会教业务员去维护客户、挖掘客户？

● 留不住：

夫妻店大部分是个体户，不具备公司条件，更不会说买社保、福利待遇，这些统统都没有，给到的待遇也很低，所以也留不住，优秀的业务员好不容易自己摸索会了，拿不到高薪，留不住

● 对业务员又爱又恨：

1) 担心业务员自立门户：对业务员会有提防心理，有些业务员做一段时间了解进货渠道，就把手里的终端客户带资源带走自己就另立门户了

2) 担心业务员被同行挖走：好不容易一年多培养会了，被市场做的好的同行挖走了

● 有了商城，就有了个忠实业务员：

1. 让大部分客户商城下单。替代业务员接单，好让业务员做深度做业务
2. 稳定老客户的平台
3. 拓展新客户的武器、平台
4. 吸引同行客户的平台
5. 方便转介绍的平台

03 紧迫：优秀同行已有商城，在蚕食我们客户，不能坐以待毙

当客户都习惯在别家平台
找货-看货-下单后，
慢慢的咱们自己的客户就被别人抢走了



04 更好资质-吸引厂家好品牌

- 传统大经销商因为缺失线上客户连接能力会慢慢萎缩
- 不会有几千家客户天天在线看货-下单的平台, 哪个厂家都想来, 甚至给广告费

新消费时代,
商城作为经销商核心资质
小公司也能有大品牌经销资格



商城促销：抵挡不住的营销，提升客单价

◊ 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

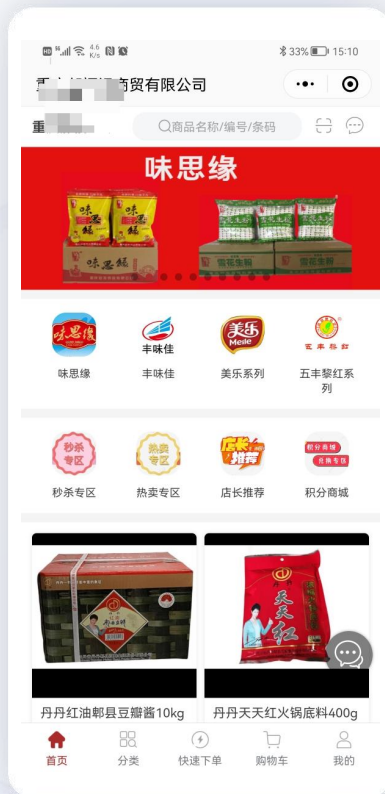
满数量：赠送、减金额、包邮、打折、赠下次代金券

满金额：赠送、减金额、包邮、打折、赠下次代金券

◊ 关联商品推荐

选商品时推荐，买了本商品的客户还买了下面商品

提交订单时，推荐关联商品



◊ 整单优惠

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

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

◊ 积分营销

登录送积分、会员日总积分、购买送积分、促销用积分

营销案例

玩转秒杀，一招从0到3000万

元禾商贸

全新公司一个客户资源都没有，上商城想借助商城引流拓客，老板看重商城的促销能力，因为建材批发，商品类别多，有大量的商品可以做秒杀和特价；每天不低于20个商品做特价秒杀；每天只限晚上20:00-21:00之间；

通过这一个小时培养客户习惯；

- 对内：所有人员地推时必须邀请客户进商城；
- 对外：员工通过朋友圈、一对一发微信、微信群，每天推广带商城二维码的秒杀海报，并且仅限商城享受秒杀；

通过秒杀这一招，不到2年时间持续带来的效果：

从0发展到3000多家下游客户

从0元到年销售3000多万；

< 01 ———— 03 >



案例：积分营销锁客

积分锁客，半年时间成为最大经销商

劲洋商贸

每周三会员日双倍积分，通过商城打造积分制，同时线下跟客户推广积分商城，每周三定时双倍积分+优惠券，会员日**当天实现24-30万的销售**，相当于没用商城前一个月的销量；

年底可以通过积分兑换商城里面的礼品。半年时间成为当地最大的经销商之一。

- 首次登陆送积分、送优惠券
- 每日签到积分
- 首单积分、购买积分
- 会员日双倍积分、积分兑换
- 兑换价值比较高的礼品，促进进货

——劲洋商贸总经理 张生虎



案例：直播营销-打造线上品牌业态力

批发行业做直播、2小时直播600多万销售额

郑州悦之德

以前每年开1-2次线下订货会，每次花费30多万（会场费、吃、住、礼品等），每次就来100多人，而且成交额从来没有突破300万；

指掌天下帮我们策划了第一次线上直播订货年会，各种费用只花来了几万元促销成本，**现金收款600多万。**

——郑州悦之德 总经理 赵永杰

渠道推动类直播

传播面更广：把能邀请的都邀请来听课

传达力更高：找公司的高手直播

传达速度更快：以前靠一对一出差传达，现在批量转播

卖货类直播

新品传达、比对手快

促销活动、让高手面对客户批量营销

线上招商会



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

精准推送营销：营销不是打折，而是精准触达

✘ 以前

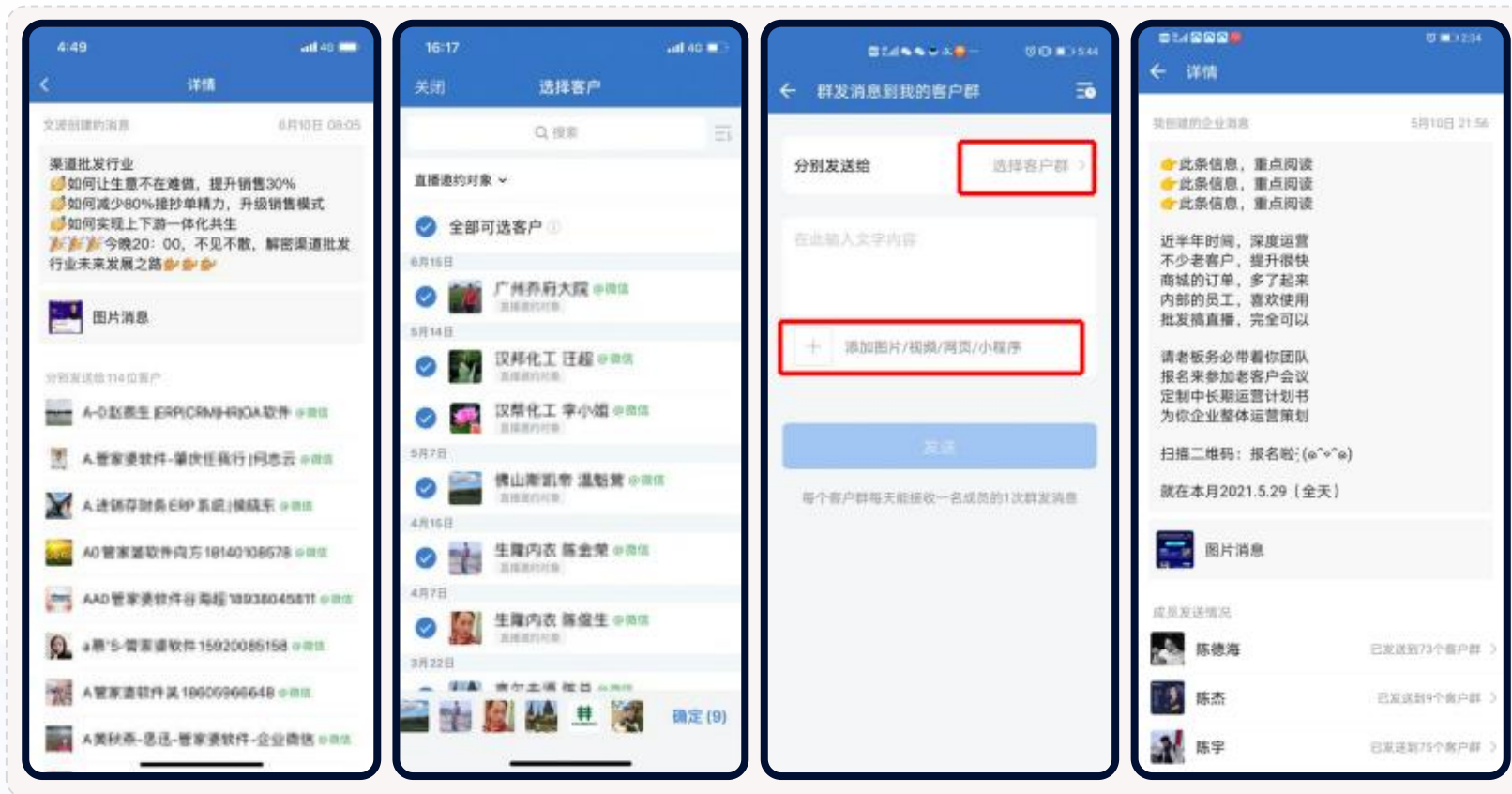
发没发圈不知道
发没发给客户不知道

✔ 现在

根据标签群发活动
根据标签群发新品

员工发没发圈有清单
发给哪些客户有清单

比如，
针对很久没进货的客户，做优惠券群发





CASE

客户案例

精准选择休眠客户



优惠券一秒送达
客户个人微信



随时群发各种促销活动



客户端微信收到活动信息



做增长的前提



进销存需要“6通1达”

从传统进销存换成新一代进销存

● 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

● 极致开单——不用电脑、手机就可打印单据

业务开单

① 首页即开单。减少点选（员工模式）

老板模式——首页自定义满足老板使用场景

② 默认为“散户”，遇散户时少点选

③ 查看客户3关键，心中有数不出错

- 1) 显示当前应收
- 2) 看历史销售记录
- 3) 看价格等级&切换

④ 不用记价格。自动记忆上次价格

⑤ 不用记库存。选商品即见库存

⑥ 边开单边录商品、边录客户。扫码即新增

⑦ 支持一个商品两行显示。本品、赠品分行显示

⑧ 支持多仓库出库

⑨ 支持负库存开单

⑩ 商品顺序多种排序

⑪ 自定义单据表头-表体-表尾

⑫ 支持草稿、抹零、收款、运费、折扣、税率

⑬ 表头-表体-表尾 收起&展开，方便查看



⑭ 远程打印/ 蓝牙打印

手机可设置打印格式（三联单、小票）

匠心细节、功能强大

⑮ 单据分享

客户

⑯ 客户手机看销售单（三联单格式）



⑰ 通过单据进商城。看到更多商品、进更多的货



该跟进时、跟进到位

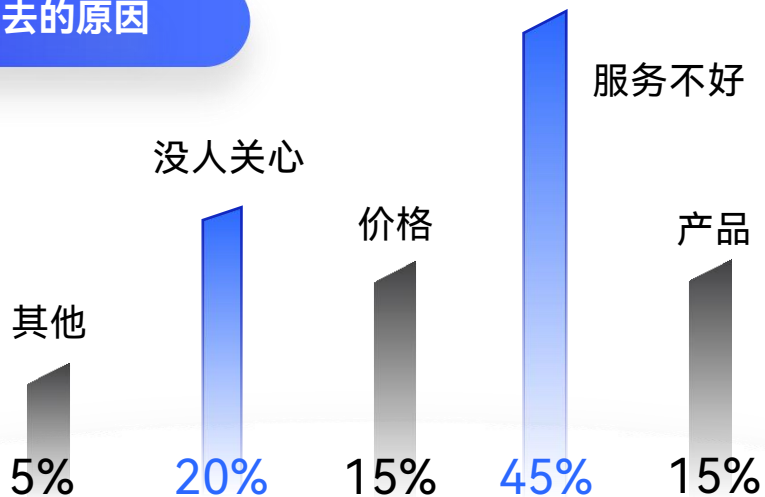
03

人网模式 客户深耕

1个认识：客户为什么离我们而去

客户离我们而去的原因

/数据来源：哈佛大学/



洞察

高达

65%

是不关心客户导致

增长时代，靠攻城掠地

存量时代，靠客户深耕

客户现状分析

有没有发现？生意做了这么多年，我们对客户并不了解！！！！

现状一： 只有基本资料

传统进销存在最大的问题是：

不具备客户运营条件

有什么样的客户？

分别是什么类型？

客户长什么样子？

他们遇到了什么问题？

我们的产品铺货情况如何？

商品结构竞争力怎么样？

.....

现状二： 80%客户不活跃

80%客户只占了20%
销量

现状三： 被动服务为主

开拓少，无管理

+

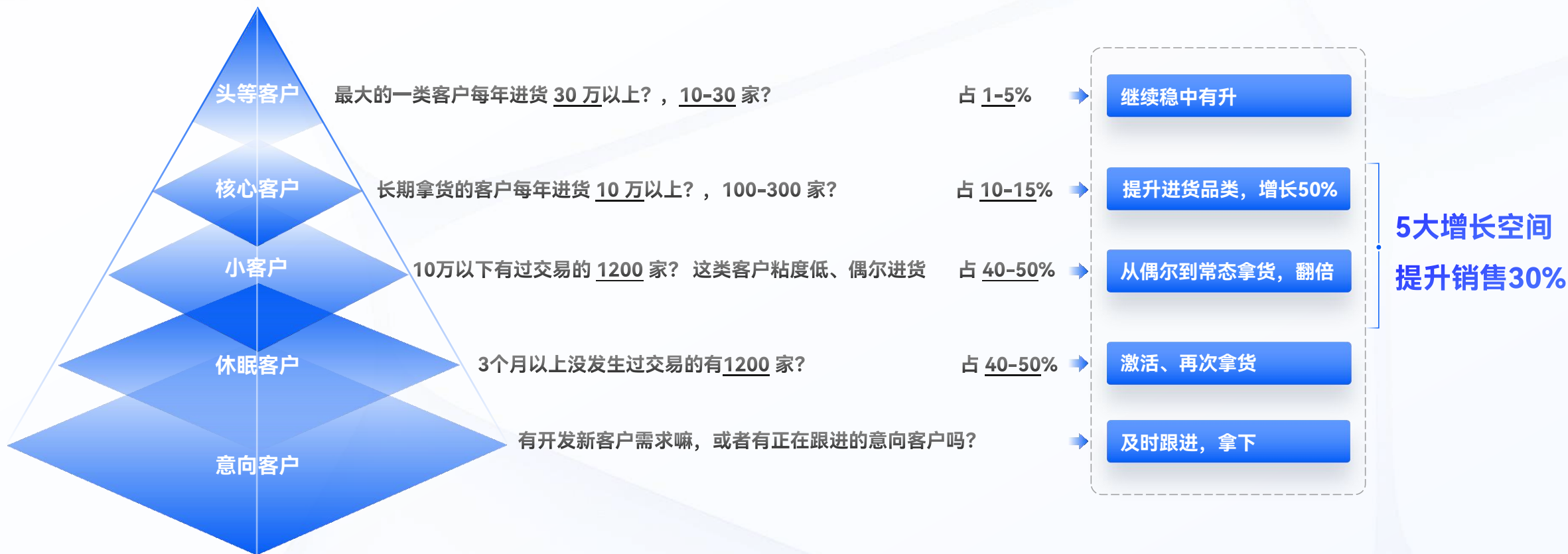
被动服务多

连电话都不敢打

1个模型：5大增长空间

- ①思考和回答：所有客户经营到什么样的管理&进货水准才算最佳？
- ②截止现在：和我们发生过交易的客户有__家？（停顿&思考）假设3000

画出自己公司的“客户金字塔”客户占比模型



8个分类维度 精细化分类



- 1 客户类型
- 2 企业规模
- 3 客户级别
- 4 生命周期
- 5 销售区域
- 6 业务经理
- 7 按销售额
- 8 按未交易天数

常用搜索	客户名称/编号/联系人/手机号	搜索	第三方ERP匹配状态	更多搜索	12月交易金额	7	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
<input type="checkbox"/> <3万	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	-			
<input type="checkbox"/> 3-10万	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			
<input type="checkbox"/> ≥10万	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			
未交易天数	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			
<input type="checkbox"/> 7天内	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			
<input type="checkbox"/> 7-15天	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			
<input type="checkbox"/> 15天以上	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			
客户分类	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			
<input type="checkbox"/> 2批	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			
<input type="checkbox"/> 头部	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			
<input type="checkbox"/> Aa	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			
<input type="checkbox"/> Ab	12	...	宜美家	0天	0天	2	32	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥5000.00	江西			
<input type="checkbox"/> Ac	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			
<input type="checkbox"/> 休眠	14	...	欧尚建筑	2天	2天	0	1	¥27240.23	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	四川			
<input type="checkbox"/> Ba	15	...	恒艺装饰工程有限公司	2天	2天	0	1	¥27240.23	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	上海			
<input type="checkbox"/> Bb	16	...	五金电料灯具	0天	0天	0	32	¥474377.24	¥5244.56	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	浙江			
<input type="checkbox"/> Bc	17	...	凤亮五金批发	2天	2天	2	32	¥474377.24	¥5244.56	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	浙江			
<input type="checkbox"/> 休眠	18	...	章书家电五金日杂	2天	2天	0	56	¥39538.68	¥16224.87	¥36491.28	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	重庆			
<input type="checkbox"/> 尾部	19	...	五金电料	5天	5天	0	32	¥27240.23	¥10642.11	¥16224.87	¥36491.28	2022-12-14 18:14	¥0.00	四川			
<input type="checkbox"/> 市场内客户	20	...	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	北京			
<input type="checkbox"/> 终端客户	21	...	亿达五金电料批发	2天	2天	37	0	¥27240.23	¥36491.28	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	四川			
<input type="checkbox"/> 头部	22	...	顶固五金	0天	0天	2	32	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥0.00	重庆			
<input type="checkbox"/> Aa	23	...	帝云府五金	2天	2天	0	32	¥474377.24	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	浙江			
<input type="checkbox"/> Ab	24	...	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	四川			
<input type="checkbox"/> Ac	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			
<input type="checkbox"/> 休眠	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			
<input type="checkbox"/> Ba	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			
<input type="checkbox"/> Bb	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			
<input type="checkbox"/> Bc	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			
<input type="checkbox"/> 尾部	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			
<input type="checkbox"/> 意向客户																	
<input type="checkbox"/> 无效客户																	
销售区域																	
<input type="checkbox"/> 达州																	
<input type="checkbox"/> 达州市																	
<input type="checkbox"/> 渠县																	
业务经理																	
<input type="checkbox"/> 王向东																	
<input type="checkbox"/> 张...																	
合计						3539	4120	¥870500.98	¥90500.78	¥58713.45	¥6346.00			¥50000.00			

1) 客户分类 1 2 3 4 2) 销售区域与业务经理 5 6
3) 按月交易金额与未交易天数+未联系天数 7 8

8个分类维度 精细化分类



- 1 客户类型
- 2 企业规模
- 3 客户级别
- 4 生命周期
- 5 销售区域
- 6 业务经理
- 7 按销售额
- 8 按未交易天数

常用搜索 客户名称/编号/联系人/手机号 搜索 第三方ERP匹配状态 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
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	上海
2	重庆好兴	2天	2天	0	0	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥15000.00	上海
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
4	五金超市	2天	2天	56	0	¥39538.68	¥5244.56	¥5244.56	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	上海
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
6	东台市富	2天	2天	0	32	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥5000.00	重庆
7	新凯商贸	2天	2天	32	0	¥474377.24	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	北京
8	临安五金商城	2天	2天	56	0	¥39538.68	¥5244.56	¥5244.56	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	浙江
9	志学装饰	2天	2天	0	0	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 12:08	¥0.00	重庆
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
11	老占装饰	2天	2天	0	0	¥39538.68	¥5244.56	¥5244.56	¥5244.56	2022-12-08 12:08	¥0.00	上海
12	直美家	0天	0天	2	32	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥5000.00	江西
13	艺铭装饰工	2天	2天	0	32	¥474377.24	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	北京
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
15	恒艺装饰工	2天	2天	2	0	¥27240.23	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	上海
16	五金电料灯	0天	0天	0	32	¥3389116.19	¥10642.11	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥0.00	四川
17	凤亮五金	2天	2天	0	0	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	浙江
18	章书家电五	2天	2天	0	56	¥39538.68	¥16224.87	¥36491.28	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	重庆
19	五金电料	5天	5天	0	0	¥27240.23	¥10642.11	¥16224.87	¥36491.28	2022-12-14 18:14	¥0.00	四川
20	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	北京
21	亿达五金	2天	2天	0	0	¥39538.68	¥16224.87	¥36491.28	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	四川
22	顶固五金	2天	2天	0	0	¥27240.23	¥16224.87	¥36491.28	¥36491.28	2022-12-08 12:08	¥0.00	重庆
23	帝云府五金	2天	2天	0	32	¥474377.24	¥10642.11	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	浙江
24	五金超市	2天	2天	0	0	¥39538.68	¥5244.56	¥5244.56	¥5244.56	2022-12-09 15:05	¥0.00	四川
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
26	东台市富	2天	2天	0	0	¥3389116.19	¥16224.87	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥0.00	重庆
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
28	东台市富	2天	2天	2	0	¥3389116.19	¥10642.11	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥0.00	北京
29	老占装饰	2天	2天	2	15	¥3389116.19	¥10642.11	¥16224.87	¥16224.87	2022-12-08 17:28	¥0.00	北京
30	凤亮五金	2天	2天	2	8	¥474377.24	¥5244.56	¥10642.11	¥10642.11	2022-12-14 18:14	¥0.00	上海
合计				3539	4120	¥870500.98	¥90500.78	¥58713.45	¥6346.00		¥50000.00	

总 2345 条, 每页显示 30 条

要做到五大增长空间, 前提是做到:

- 1-每个业务员管哪些客户 ——按业务员分
 - 2-每个城市有哪些客户 ——按区域(城市)
 - 3-这些客户都有哪些类型 ——按客户类型(2批、终端)
 - 4-每个类型哪些是真实交易过的, 哪些是意向的 ——按生命周期(意向-目标-失败)
 - 5-这些活跃的客户, 都什么级别(头等-核心-小客户) ——按客户级别
 - 6-他们的交易情况如何 ——按交易额分类
 - 7-这些客户有多少天没发生交易了 ——按未交易天数
 - 8-当然还可以按联系频率、按交易次数等等去看
- 这么做了, 就统一客户分类视图

让业务员知道有哪些类型客户、每个客户属于什么级别、该花多少精力。

因此, 必须把客户进行精细化的分类, 传统进销存根本无法做到这样的分类, 因为传统进销存的客户, 叫做“基本信息”, 只要有名字可以开单即可, 目的是——管帐
我们指掌天下的客户叫做SCRM, 目的是——私域客户管理和运营, 用客户做增长
这就是客户经营第一步

——精: 精细化客户分类 (8个核心分类维度), 请详细看软件

动态仪表盘

客户动态可视化



1个业务员管几百家客户，如何“该进货时、盯死到位”？

何为“该”？

常用搜索

客户名称/编号/联系人/手机号 搜索 第三方匹配状态 更多搜索

12月交易金额

<3万

3-10万

>=10万

未交易天数

7天内

7-15天

15天以上

客户分类

2批

头部

Aa

Ab

Ac

休眠

腰部

Ba

Bb

Bc

休眠

尾部

市场内客户

终端客户

头部

Aa

Ab

Ac

休眠

腰部

Ba

Bb

Bc

休眠

尾部

意向客户

无效客户

销售区域

达州

达州市

渠县

业务经理

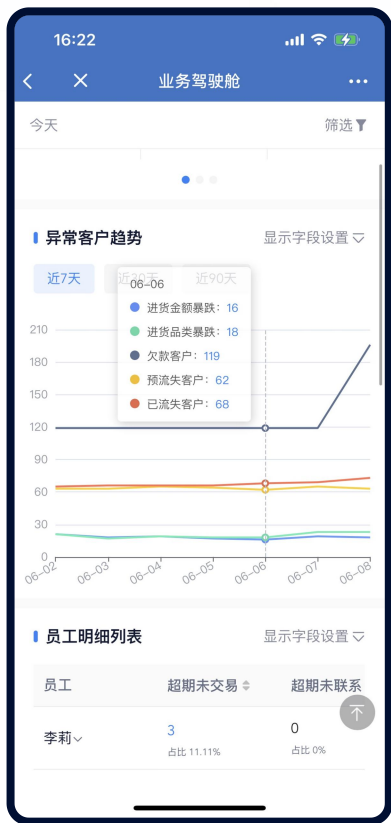
王向东

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
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
3	1个业务员管几百家客户，如何管，如何让5层金字塔每类客户做增长呢？											浙江
4	如何做到“该进货时、盯死到位”，何为“该”？											江西
5	我们通过前面精细化的8个维度精细化分类+1个业务员筛选，加上“行为数据分析+交易数据分析”											北京
6	请看软件：（详细分析每一层客户的交易和跟进动态）											江西
7	比如，我查询张三，负责的广安的2批客户中：											江西
8	1) 3万以上有哪些客户、5万以上多少家（自定义的）											四川
9	2) 这些客户：有多少天没联系-巡点次数和巡店情况											四川
10	未交易天数-交易单数-去年交易金额-今年交易额-上月交易金额-本月交易金额											浙江
11	上次交易金额-上次交易时间-应收款											四川
12	可以一目了然掌握客户的动态，知道“该盯谁”											重庆
13	这就是一个“客户动态仪表盘”——作战地图											上海
14	传统进销存软件，哪怕请一个15000/月的专职财务，也无法给出这样动态的客户分析表											上海
15	这就是客户经营第二步											北京
16	——动：客户动态标准化											上海
合计				3539	4120	¥870500.98	¥90500.78	¥58713.45	¥6346.00		¥50000.00	

总 2345 条，每页显示 30 条

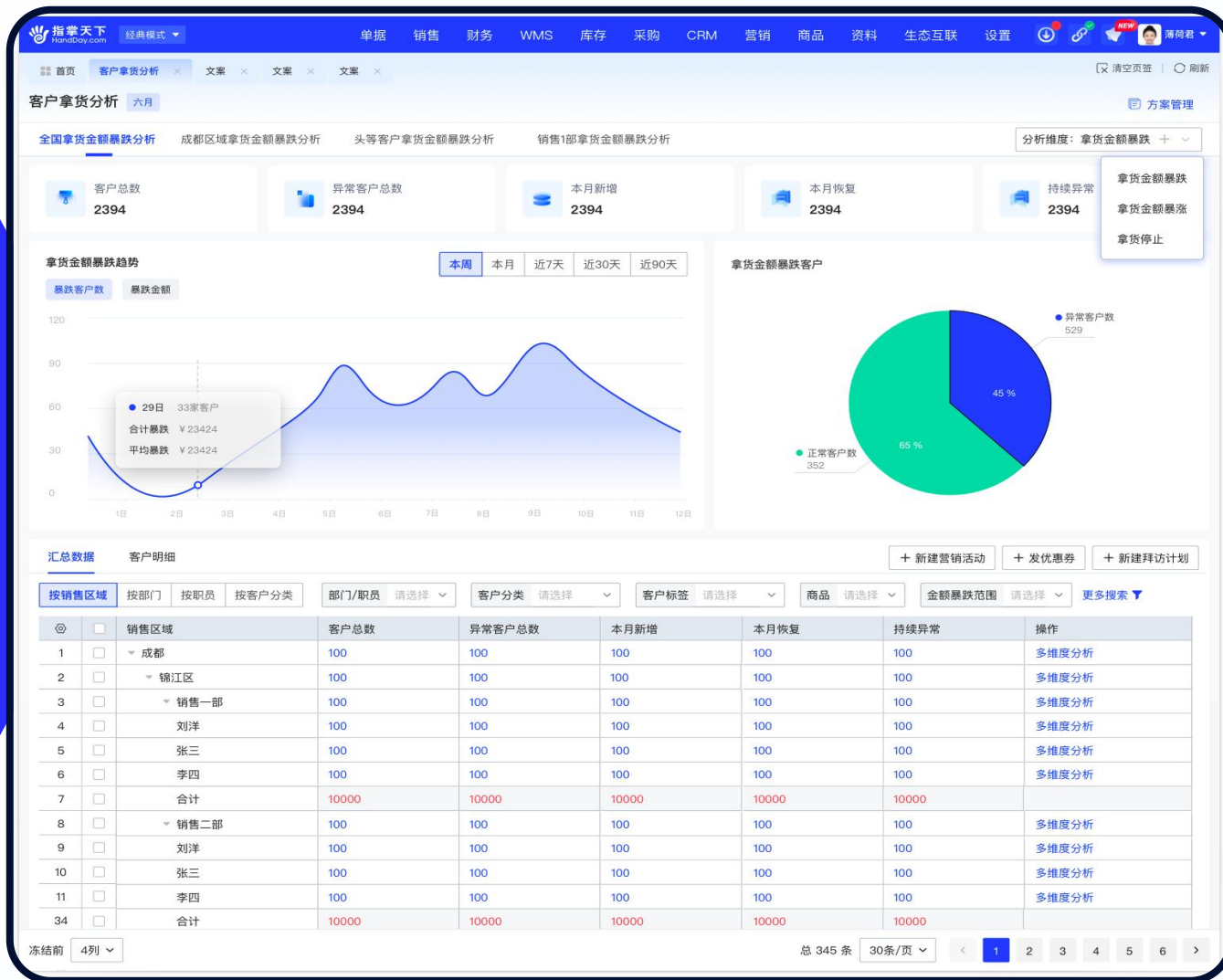
刷新 < 1 2 3 4 5 6 7 8 9 >

客户动态运营 『业务驾驶舱』



The screenshot displays the HandDay CRM system interface for customer analysis. It includes a top navigation bar with various modules like '单据', '销售', '财务', 'WMS', '库存', '采购', 'CRM', '营销', '商品', '资料', '生态互联', '设置', and '个人中心'. The main area is titled '客户拿货分析' and features several key metrics: '客户总数 2394', '异常客户总数 2394', '本月新增 2394', '本月恢复 2394', and '持续异常 2394'. Below these are charts for '拿货金额趋势' (a line chart showing trends over time) and '拿货金额暴跌客户' (a pie chart showing the distribution of customer types: 正常客户数 352 (65%), 异常客户数 192 (45%), and 占比 37%). A summary table provides a detailed comparison of '拿货金额' (order volume) across various dimensions like '环比周', '环比月份', '环比季度', '环比次数', '同比月份', and '同比季度'. To the right, there are two pop-up windows: '电话联系' (Phone Call Log) for a customer named '成都指掌天下' and '确认忽略' (Confirm Ignore) for the same customer. At the bottom, a large data table lists individual customer records with columns for '客户名称', '异常状态', '联系人', '手机号', '客户分类', '销售区域', '客户标签', '业务经理', '平均交易天数', '未交易天数', '上次联系时间', '上次联系方式', '卡点描述', and a comprehensive '金额分析' section with multiple sub-columns for sales volume, profit, and other metrics. The table also includes columns for '商品分析' and '订单分析'.

多角度分析客户暴跌原因

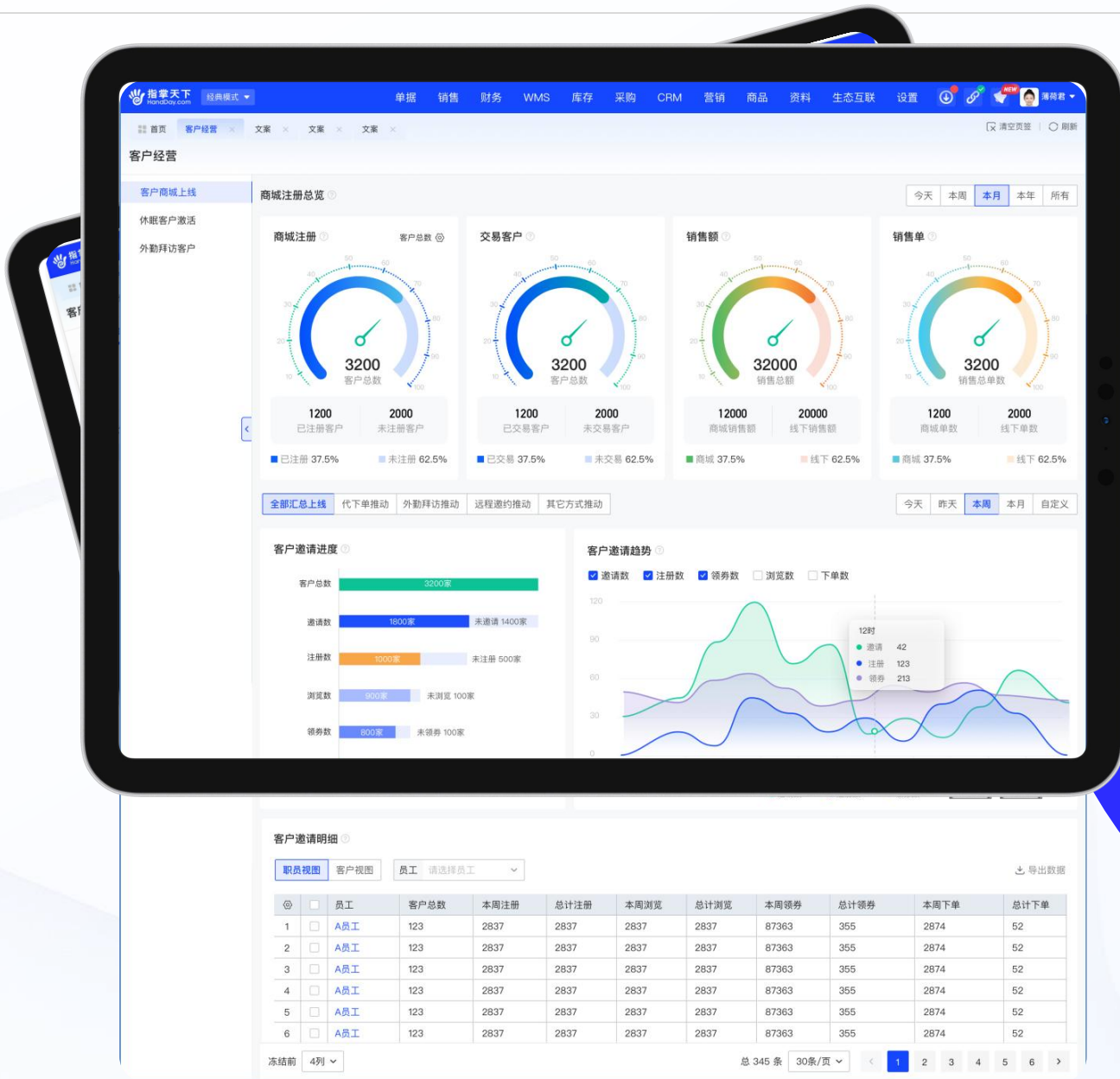


多视图 暴跌分析

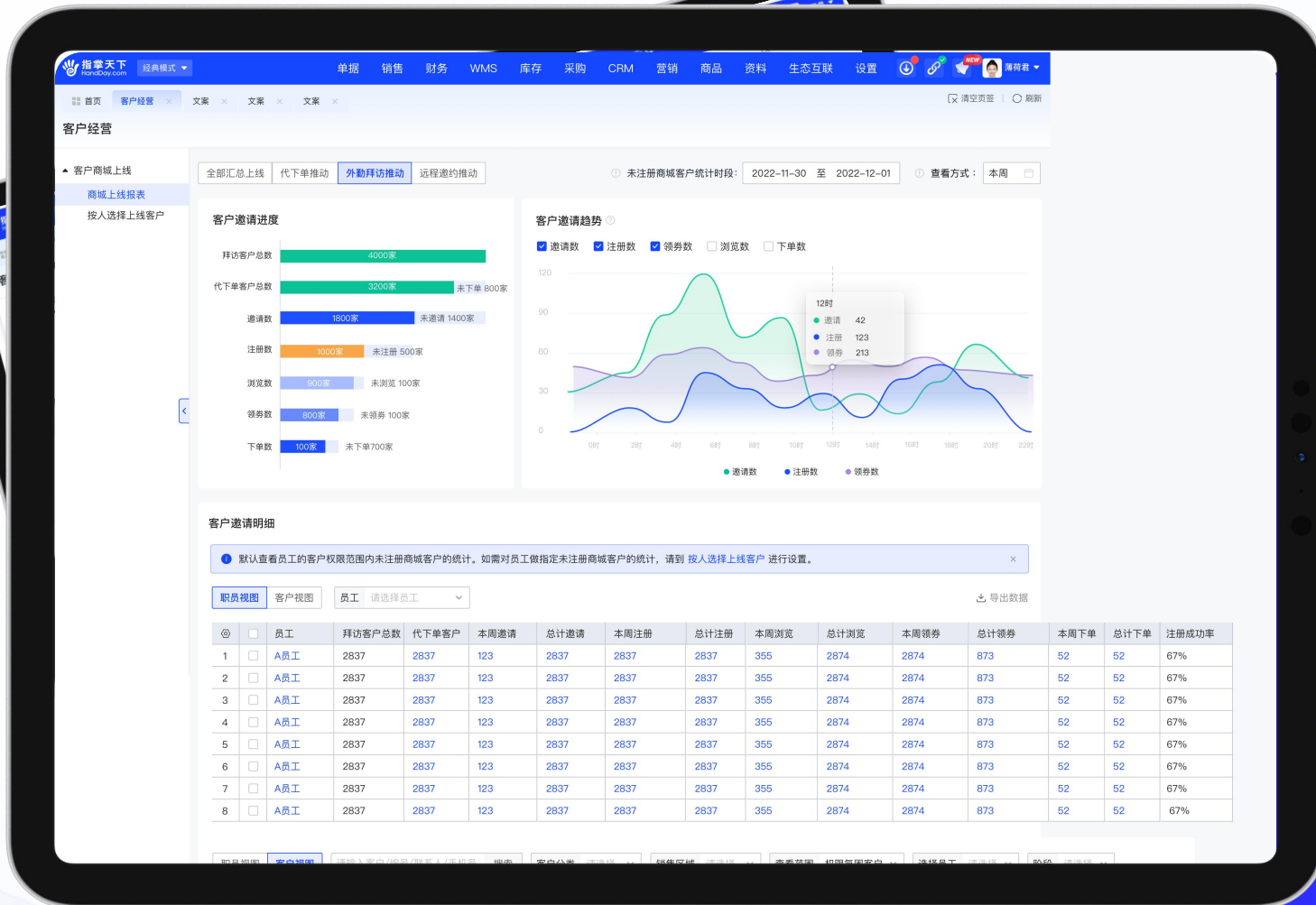
- 按区域
- 按部门
- 按客户分类

商城运营驾驶舱 汇总视图

通过对商城运营数据的汇总分析,把握工作结果,有助于指引批发商的业务员进行日常工作,提供数据支撑和工作开展

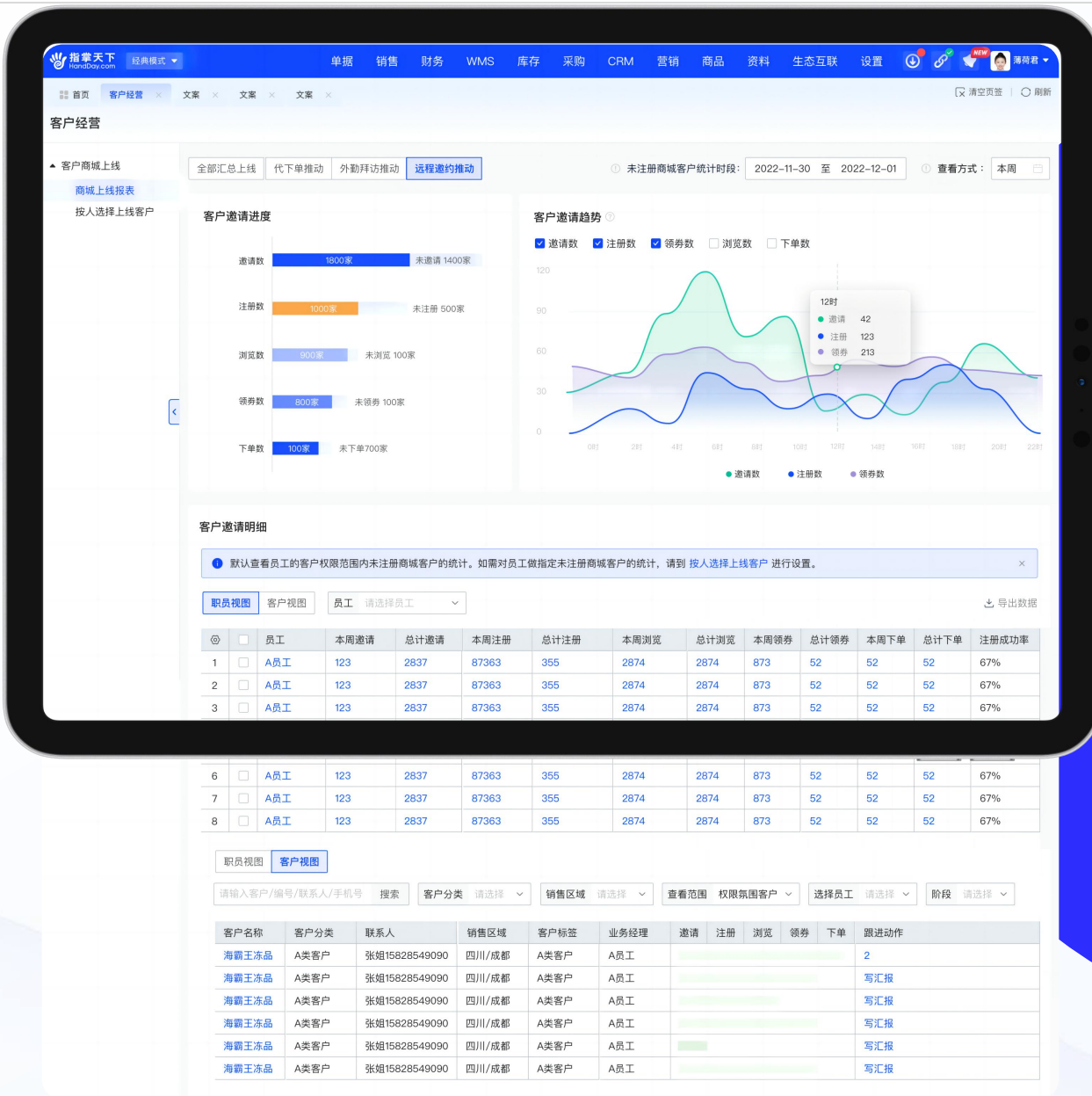


商城运营驾驶舱 代下单视图



海霸王冻品	A类客户	张姐15828549090	四川/成都	A类客户	A员工	张小斐	36	98376		24
海霸王冻品	A类客户	张姐15828549090	四川/成都	A类客户	A员工	张小斐	36	98376		写汇报
海霸王冻品	A类客户	张姐15828549090	四川/成都	A类客户	A员工	张小斐	36	98376		写汇报
海霸王冻品	A类客户	张姐15828549090	四川/成都	A类客户	A员工	张小斐	36	98376		写汇报
海霸王冻品	A类客户	张姐15828549090	四川/成都	A类客户	A员工	张小斐	36	98376		写汇报
海霸王冻品	A类客户	张姐15828549090	四川/成都	A类客户	A员工	张小斐	36	98376		写汇报

商城运营驾驶舱 远程邀约视图



大数据分析-客户经营-拿货分析

传统进销存无法满足客户管理要求

客户分类

无法对客户进行有效分类

客户列表

无法展示客户列表



指掌天下不仅可以，还能实现客户运营增长

1个动作

快速协同标准化



1个动作——回访or 拜访

当我们拜访客户加客户好友后
我们有可能给公司写个汇报
掌握员工“去哪了-做了什么”

指挥如亲临阵地

检视如现场直播



文字+拍照



拜访轨迹



工作饱和度一目了然

流水化审批

快速协同标准化



不仅仅是为了快，更是：

让下级知道

“做什么-怎么做-做到什么程度”

让上级知道“管什么-怎么管-管到什么程度”



审批：流水化审批、卡在哪里不做都不行

1 应用场景1：内勤回访

✘ 以前

内勤不回访或很少回访

——忙时忙不过来，闲时无所事事

不再是接单员，而是业务员，销售提升**30%**，从成本部门转为利润部门

✔ 现在

标准化回访——5要素4推

——人在有改善、人走无影响

每天回访**20家**，每月增收**几十万**

根据客户分类+客户列表，找出不正常客户，内勤懂产品懂客户，每天抽出1个小时看数据打20多个电话，完全可以做到：

用“标准化5要素回访流程”回访



以前回访要到进销存调数据，很麻烦，现在效率高很多了，更重要的是，按照5要素回访做到后，明显在新品推荐、活动及产品介绍上好很多，还拉回来不少客户。

13:06 新增内勤回访模版

客户 编辑更多资料

客户名称 * 谭鸭血火锅锦街店

客户分类 请选择 >

上次交易金额: ¥4000.00
上次交易时间: 2023-04-11 16:32

开单 请操作 >

退货 请操作 >

收款 请操作 >

推新品 * 请输入 0/5000

推品类 * 请输入 0/5000

推活动 * 请输入 0/5000

推商城 * 请输入 0/5000

客户反馈情况 * 请输入 0/5000

竞品动态 * 请输入 0/5000

抄送

提交

1) 上次拿货情况

2) 本次拿货情况
-销售-退货-收款

3) 4推
-推新品-推品类
-推活动-推商城

4) 客户反馈

5) 竞品动态

● 休眠客户激活案例

马行天下日用百货



【七天激活战】

- 第一天 ● 激活4家，超过599天未交易，被激活
- 第二天 ● 激活14家，数量比第一天，增长3.5倍
- 第三天 ● 激活15家，再次持续高比例激活
- 第四天 ● 激活11家，金额比第三天，增长1.56倍
- 第五天 ● 三次沟通，两次订货，单次订货9710元，直播转化86%
- 第六天 ● 激活8家，成交金额11466元
- 第七天 ● 激活4家，成交金额21504.3元

销售助理行为汇报 06/02 13:18(星期二)

客户名称: 思茅唯超市
客户分类: 流通休眠客户1k↓
销售区域: 销售四区江秀媛/流通/四区现金超市
供货商:

SKU总数: 45
产品SKU占比:
店铺面积:
主营产品类:
6月目标:
2020年目标:

未购买天数: 599天

今年交易金额: ¥0.00
本月交易金额: ¥0.00
上月交易金额: ¥0.00
上次交易: ¥6162.20 2018/10/12
应收款: ¥-278.00
交易次数: 3

今日工作事项: 客情维护,补货,小程序推广,企业微信加好友

今日销售额: 2501

今日回访总结: 昨天有打电话给老板娘 今天又打了一次电话发了图片给老板娘 补了货

关联客户: 思茅唯超市

599天未进货的客户通过电话激活啦

补货金额: 2501

给力给力，伙伴们继续冲刺马上翻3倍了

👍👍👍

👏👏伙伴们加油

下午5:02

第十二家!

李丽鹏@指掌天下 翻3倍了👍👍👍

给力给力! ❤️翻三

恭喜🎉🎉🎉
191天流失客户
今日回访即可订货6502元

大家有成交的自己发到群里一下，这是努力后的成果，不要吝啬分享

👍👍👍

👍👍👍

👍👍👍

群公告 4

更重要的是——“头等客户&核心客户”的回访

2 应用场景2：外勤拜访

✘ 以前

每天忙抄单

只能应付20%核心客户，80%的松散客户，无暇关心

每个客户所花时间少

抄单即走人，没时间与客户深度沟通
厂商业务员会跟你谈市场、谈政策、谈营销、谈管理
你的业务员却在市场上抄单

✔ 现在

根据一张表出击：拿货正常就不去、不正常才去

根据1张表，找出不正常客户，用“**标准化5要素拜访表**”，进行“客户拜访”

不再是抄单员，而是业务推动人员，销售提升30%

每天多跑5-6家，每月增收几十万

签到签退+拍照+5要素（上次交易-本次交易-4推-客户反馈-竞品动态）

客户 编辑更多资料

客户名称 * 四川雪峰科技有限公司

销售区域 无销售区域

客户分类 流通二批

今天一言先生巡过店 上次交易金额: ¥10.00
上次交易时间: 2023-04-17 20:41

巡店签到
客户位置: 成都成华区一环路东二段11号附32号

签到 20:54

当前位置: 成都市成华区建设北路二段 距离客户 644m

提交

内容

开单 请操作 >

退货 请操作 >

收款 请操作 >

推新品 * 请输入 0/5000

推品类 * 请输入 0/5000

推活动 * 请输入 0/5000

推商城 * 请输入

提交

货架形象 * 添加照片

门头形象 * 添加照片

堆头、pop形象 添加照片

竞品形象

提交

竞品形象 添加照片

现场描述 描述竞品或活动情况 0/5000

附件 @ +

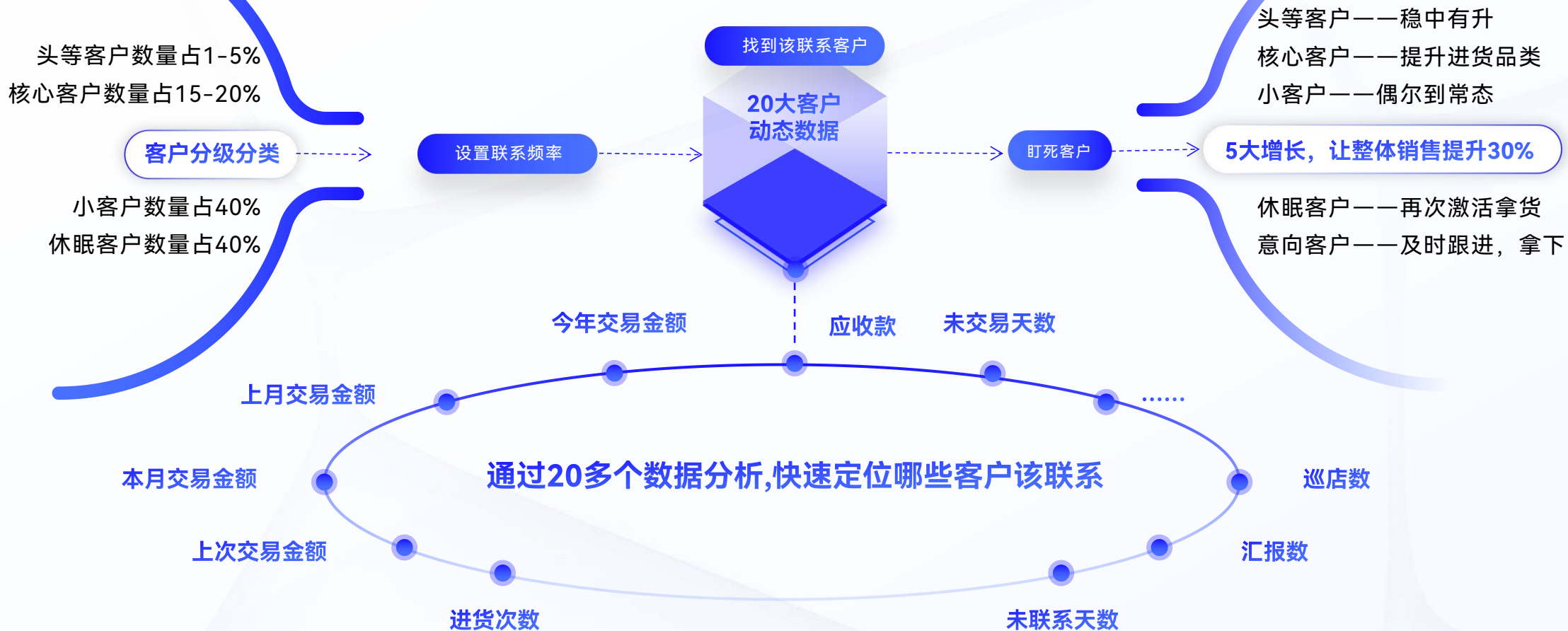
关联客户 + 四川雪峰科技有限公司

巡店签退

抄送 +

提交

小结：1个模型+1张表+1个动作，实现5大增长



全要素

客户全要素标准化



- 不见面知道客户情况
- 员工离职不用交接
- 客户资源变企业资产
- 不浪费老人资源, 新人更易上手

客户信息标准化

基本信息

客户名称
门店地址
客户类型/客户级别
销售区域
营业规模
门店数量

竞对信息

竞对品牌
竞对占比
竞对陈列
竞对关系

联系信息

联系人姓名
联系方式
职位
角色
采购关键人
兴趣爱好

业务过程标准化

回访数据

回访了解 (了解问题)
回访结果
-4推 推新品
推活动
推品类
推商城
-1打 打对手

巡店数据

拜访了解 (了解问题)
拜访结果
-本次拜访拿货
-3抓 抓店面陈列
抓终端促销方案
抓人员培训
-4推 推新品
推活动
推品类
推商城
-1打 打对手

审批数据

特价审批
退换货审批
费用审批
出差审批
合同审批

经营往来

历史销售记录/销售单
应收余额-往来对账
-销售单
-退货单
-收款单

经营数据标准化

交易数据

未交易天数
交易次数
平均交易天数
超期未交易天数
今年销售额
上月销售额
本月销售额
上次销售额
上次销售时间
平均客单价
应收款.....

商城数据

代订货单数
代订货金额
代订货占比
商城订单数
商城订单额
商城登录时间

行为数据

未联系天数
超期未联系天数
汇报数
巡店数
上次联系时间
上次联系人

客户营销

客户精准营销



- 1 客户类型
- 2 企业规模
- 3 客户级别
- 4 生命周期
- 5 销售区域
- 6 业务经理
- 7 按销售额
- 8 按未交易天数



精准选择休眠客户



优惠券一秒送达客户微信



随时群发各种促销活动



客户微信收到活动信息

开启了新模式：存量时代de客户经营模式

1 销售团队的业务管理工具——周会、月会业务分析必须工具——盘客户

- 从客户角度分析客户情况（随时看、每周看、每月看）
- 从业务员角度分析客户情况

2 内勤回访+外勤拜访

3 商城背后的客户运营工具

商城的背后是**流量**

流量的背后是**客户**

客户的背后是**运营**（获客-交易-锁客）

因此，商城的运营必须有1个工具——SCRM，即：从客户维度看商城交易

存量客户时代深度经营客户，

从传统接单抄单模式，转向深度客户经营模式，做到“该进货时、盯死到位”

4 重构人货场，天网-地网-人网 统一



该配送时、配送到位

04

地网

升级供应链

01 仓库3大顽疾

● 库存不准——

只能忍气吞声、该报损还得报损
没法盘点、停业盘点耗人耗时还不准

● 配货效率低——

配货又慢又没积极性,老出错
大锅饭,挑三拣四又投机耍滑

● 依赖熟手——

怕库管离职、新人上手慢
人员一堆还得哄

——仓库配送成扩张瓶颈

- 1) 入库乱堆放、哪里有空哪里放
- 2) 仓库利用率低、仓库杂乱无章
- 3) 乱采购,要么采多库存积压,要么库存不够、不够卖

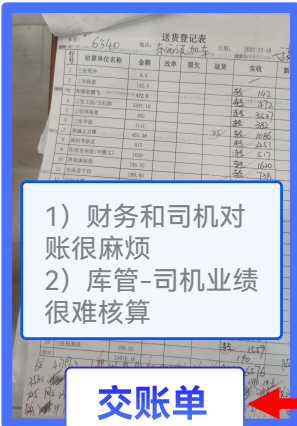


- 1) 只能一个一个单子拣
- 2) 重复跑路、效率低还老拣错
- 3) 缺货得改单,电脑后台修改后再出票给客户
- 4) 拣货大锅饭,没有积极性、加班得靠哄
- 5) 依赖熟手,才知道货放在哪里,怕库管离职
- 6) 加急订单、追加商品手忙脚乱

人工分拣货单需要熟手



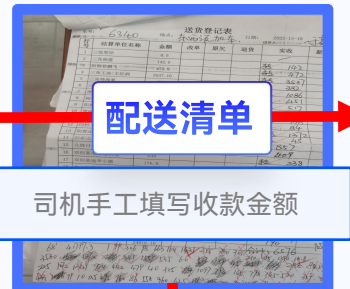
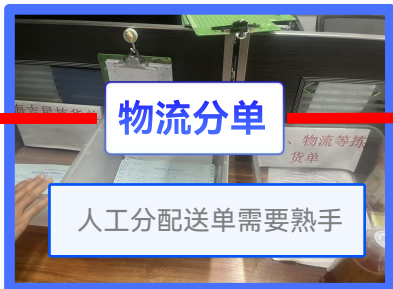
- 1) 用肉眼打钩配货,过一遍很容易出错,验货成必要
- 2) 打包按箱拿奖金,能装2箱装成3箱
- 3) 眼看一堆配好的货,因为未核验打包没法装车,只能等着,出货效率极低。导致司机经常要等货、没办法一车接着一车装。



- 1) 财务和司机对账很麻烦
- 2) 库管-司机业绩很难核算



- 1) 换货没改单
- 2) 退货没改单



02 智能仓储—应用价值（是投资而非投入）

● 流水线-透明化-0差错-智能采购

01 库存准

- 1) 仓库存放有序
- 2) 业务核准

入库准 拣货准 验货准

配送准 退货准 移货准

盘点准 组装拆装准

其他出入库准

- 3) 制度保障
(财务和库管责任制度)

让业务不再出错
偷货成为过去

02 效率高

- 1) 出单自动分单（省掉人工分单）
- 2) 按区域-路线-货位拣货：
不用记、不用找、不用重复跑
每单少跑60米
- 3) 不改单，拣货验货即出库
- 4) 自动计算业绩，跑得快
- 5) 不用专人分配送单
- 6) 交账快
- 7) 业绩报表快
- 8) 采购效率高：不担心库存不够

不再依赖熟手
不再没有积极性

03 降成本

- 1) 降低人工成本
省掉几个仓库人员很正常
- 2) 降低库存积压
- 3) 提升仓库利用率
- 4) 提升资金周转率

不再担心仓库不够搬仓库
不再发愁库管人员成本高

04 易扩张

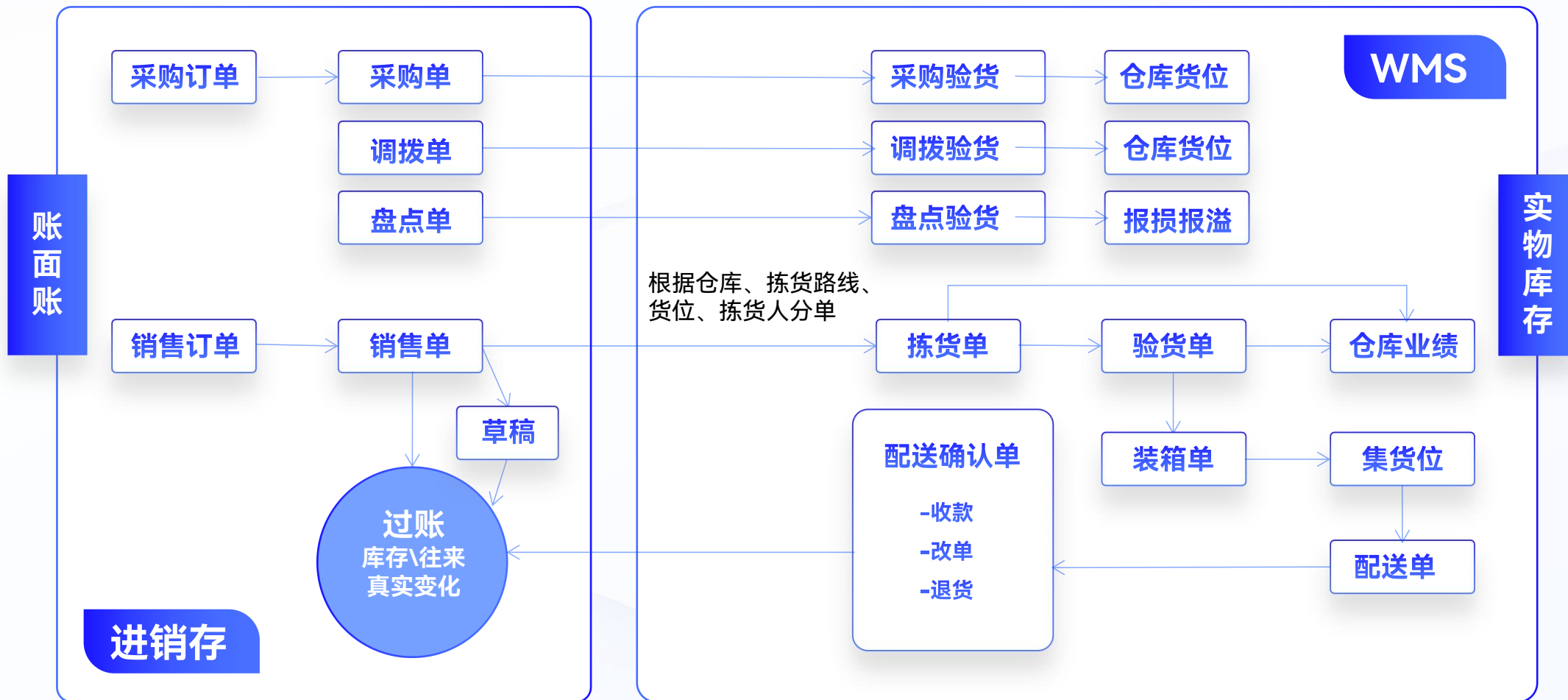
- 1) 满足对手PK基础
- 2) 打好高效供应链基础
- 3) 不再烦心仓库
- 4) 腾出精力搞增长

战略投资价值
不担心扩张仓配跟不上

如果达到上述效果，每年省多少钱???

03 WMS/TMS是什么——开始成为标配

仓储管理系统/配送管理系统



04 指掌天下数字仓配功能框架



01 仓库堆放现状——杂乱无章

● 入库乱堆放——

录单错误（数量-成本）

乱堆放，货都不知道放在哪里

不按先进先出，导致过期过时

● 区域不分开——

整件区散件区不合理规划、无法盘点

收货区退货区管理混乱

拆零后乱放，很久才知道有残缺的商品

维修损坏，无法有效管理，导致库存不准

拣货区-验货区-装车区分开不合理，很容易导致货物丢失

● 通道-路线不合理——

死通道导致走回头路

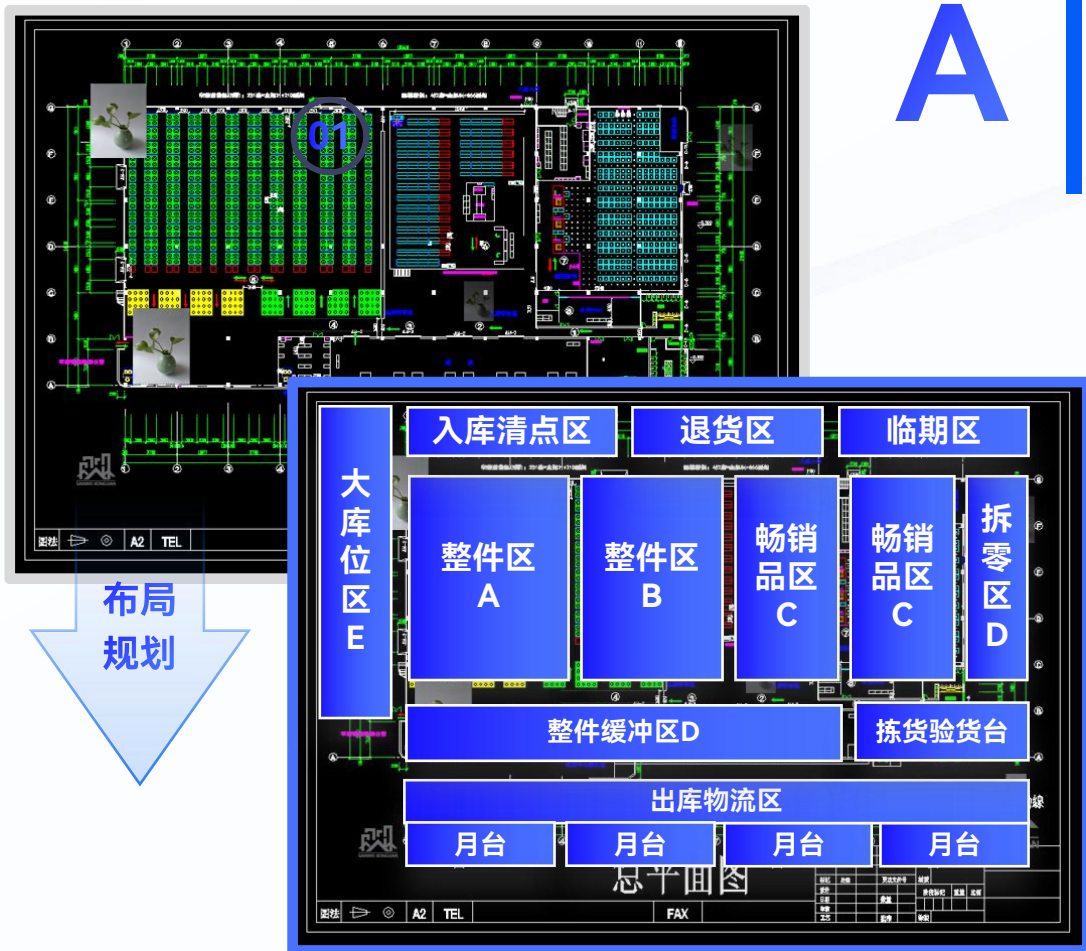
路线不按最快拣货路线原则存放



宁乡市场监督

02 科学的仓库规划——井然有序、效率最高

1) 规划仓库主次、楼层、区域



规划仓库主次、楼层

根据货品实际情况，按照畅销顺序设置最短拣货仓库路径。

比如：能在1号仓库拣完最好不进2号仓库，能在1和2号仓库拣完 不进3号仓库；
大货-重货存放在一楼和搬运距离端的货位

B

规划仓库分区、货架大小、货架摆放、通道大小

仓库面积大就需要分区，如此可以一个订单多人合拣，提高拣货效率
从营销增长的角度去规划仓储：要从仓库、库区、库位、承载类型（托盘、货架、楼层）、工作区（拣货、验货、装箱、复核等）、存储分区（品类、畅销、温度、售后等）、月台（司机、线路、物流等）等

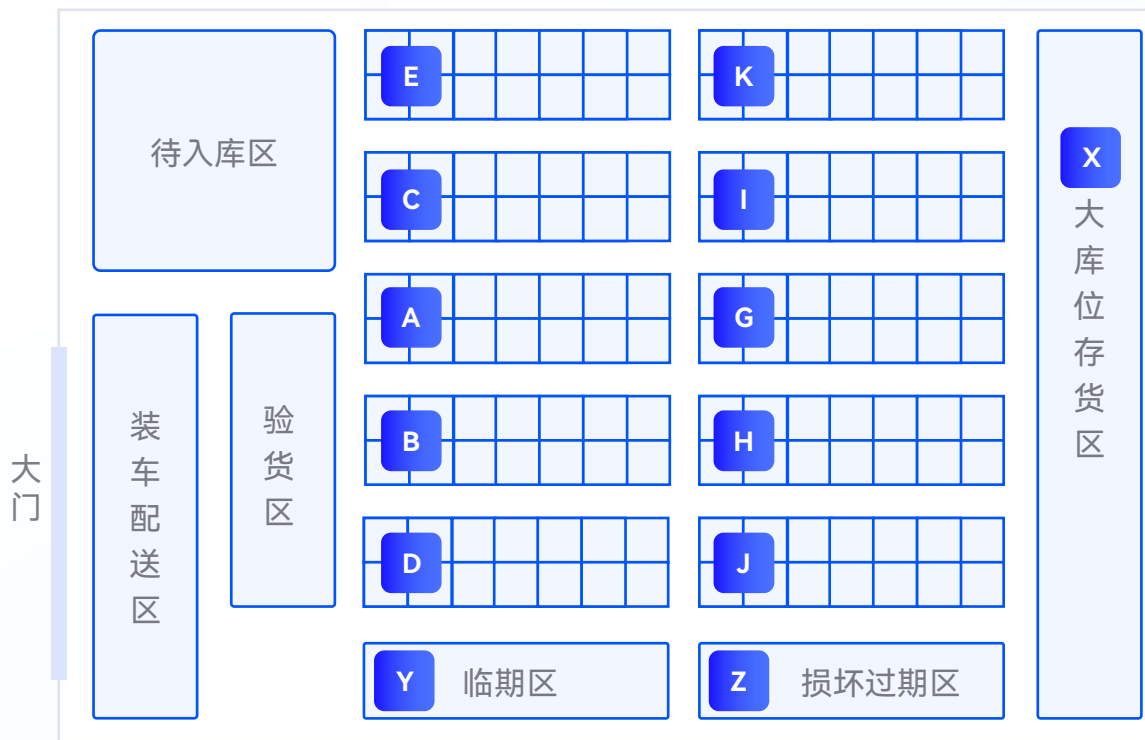
比如：需考虑托盘大小设置货架大小；
需考虑通道没有死胡同，避免跑回头路；
需考虑通道大小，便于拣货车的掉头等；

2) 规划拣货路线、货位

按最短拣货路线原则，设置拣货路线；

比如，按畅销顺序规划拣货路线

让拣货路线要优化每个订单少跑100米



一客户之前买个便宜WMS，基本没实施，指掌介入后，平均每个订单少跑60米。



指掌天下实施工程师仓库规划现场照片



3) 设计一库一位一码精准定位：让仓库运行在云端

库位编码：1号仓库A机电区3通道9组4层2号位

1 A 03-09-4 2

仓库 编号	库区 编号	通道 编号	货架 编号	货架 层号	货层 位号
----------	----------	----------	----------	----------	----------

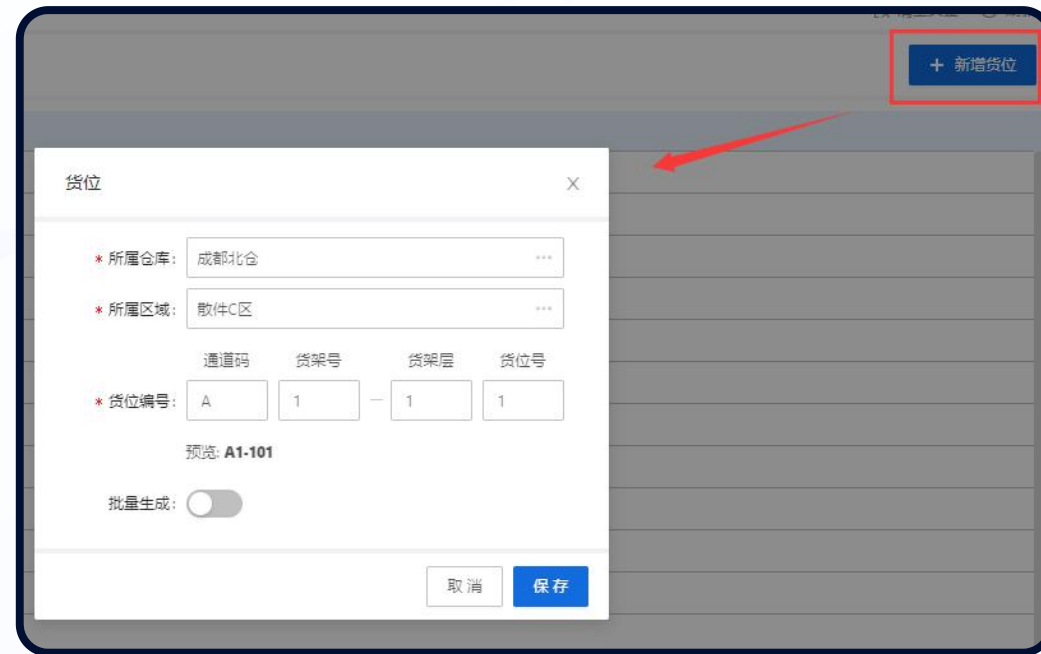
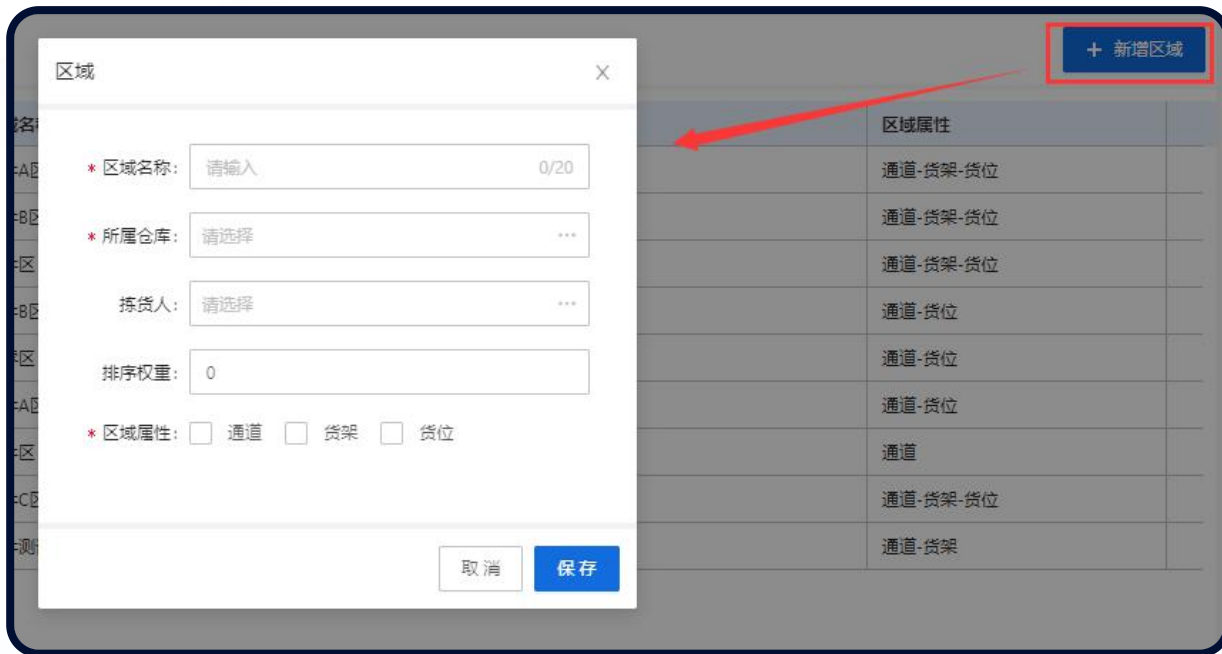
1-A-03-09-4 2

1A03-09-42

A区	B区	发货区	退货区
C03	D04	A区	C区
物流办公室		验货区	维修区
		B区	D区



4) WMS软件——让实体仓库数字化



- **分区：把实体分区录入WMS**
- **区域拣货人：**添加区域必须绑定仓库和设置负责人，添加的区域只有设置的拣货人才允许进行拣货，其他拣货人是无法查看该区域的拣货单

- **添加货位：**添加货位的区域来决定货位编号规则，系统会根据填写的每个属性编号自动生成对应的货位编号；针对布局规范的区域，可批量生成货位功能，填写通道数量、货架数量和货位数量自动生成

智能仓配作业全流程（库存准-效率高-不出错-降成本）

指掌天下协助辅导仓储作业，整个作业流程数字化改造

= 仓库作业全流程

入库收货 ▶ 移库上架 ▶ 拣货配货 ▶ 复核验货 ▶ 装车配送 ▶ 出库发货 ▶ 退货换货 ▶ 收款对账



库存盘点 ▶ 智能采购

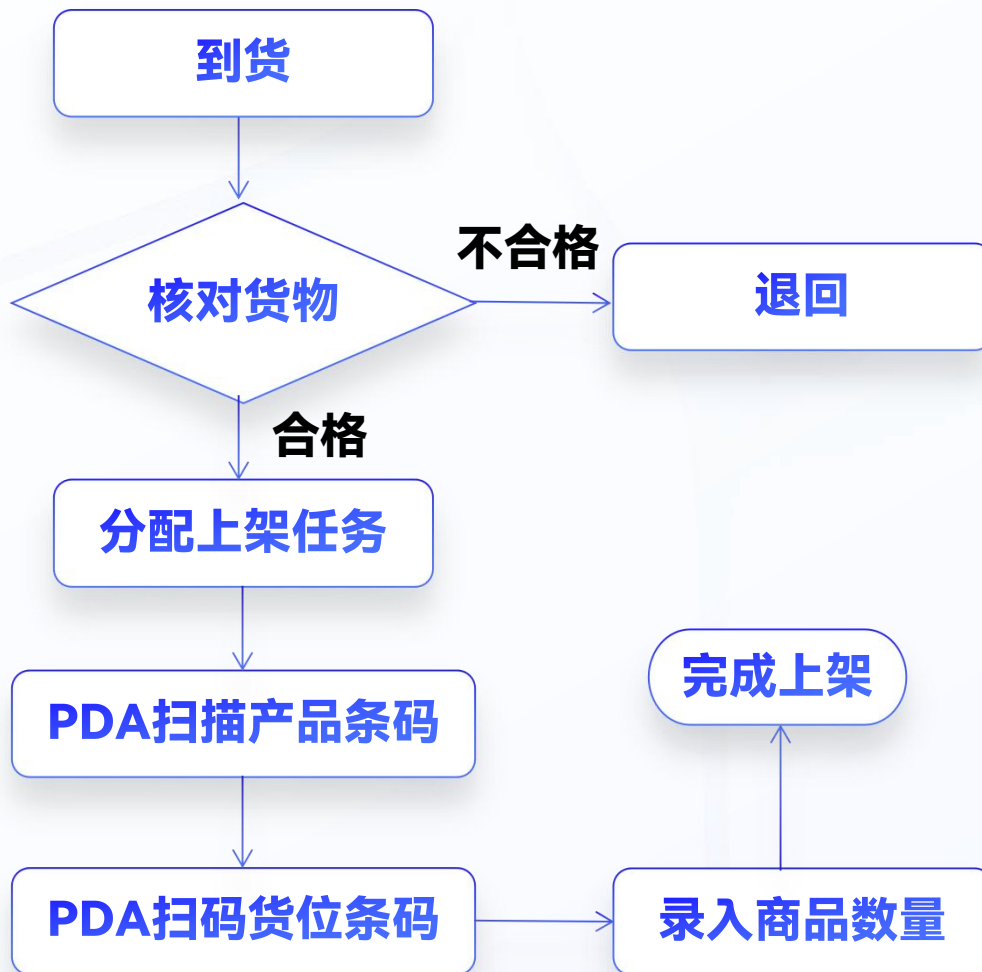
01 入库收货

1 制定采购入库流程与制度（如右图）

- 1) 让实际入库数量以验货上架为准;
- 2) 根据货位存放原则归位上架，不能哪里有空哪里放，避免乱堆放、到处找

2 不同的订单类型上架到不同的库位

（采购单、销售退货单、调拨单、其他入库单）



3

● 入库跟踪

入库跟踪

指掌天下提供所有商品入库的明细跟踪记录，包括入库时间、入库数量、详细批次、负责人等关键信息，确保每一个货品的质量安全。

入库时间

入库数量

负责人

详细批次

采购订单执行明细

今天 本周 本月 本年 2023-01-01 ~ 2023-02-11 供应商 商品 更多搜索

仓库 工贸主仓库 × 全部清除

⊕	单据编号	录单时间	供应商名称	商品名称	单位	订货数量	入库数量	待入库数量
1	JD-20230203-0002	2023-02-03 15:54	七七七改	PDA成本录入商品	合	1	0	1
2	JD-20230206-0001	2023-02-06 09:12	wls	cz原单退货商品0...	合	1	0	1
3	JD-20230206-0001	2023-02-06 09:12	wls	cz原单退货商品02	合	1	0	1
4	JD-20230203-0001	2023-02-03 15:24	七七七	cz普通退货商品	合	1	0	1
5	JD-20230206-0001	2023-02-06 09:12	wls	cz普通退货商品	合	1	0	1
6	JD-20230206-0001	2023-02-06 09:12	wls	cz普通退货商品01	合	1	0	1
7	JD-20230208-0001	2023-02-08 17:28	发哥靓仔	批次大单位拆单...	包	3	3	0
8	JD-20230202-0001	2023-02-02 16:30	wy的采购供应商...	PDA批号兼容	个	50	50	0
9	JD-20230202-0001	2023-02-02 16:30	wy的采购供应商...	测试商品020101	合	55	55	0
合计						114	108	6

02 配货

1 拣货

操作流程简述：

- ① 一体化系统，ERP的销售订单**自动生成拣货单**
- ② 仓库人员收到上拣货任务，按照语音导航的线路规划拣货
- ③ 新人也可以根据语音导航，快速找到货物的位置
- ④ 重要紧急配货可一键加急
- ⑤ 仓库人员个人任务完成后，可以手动抢单
- ⑥ 仓库人员每天的拣货业绩统计随时可查询，提升人员积极性

提升配货效率，每个单得省下几十米和配货时间

无需熟手，减少对熟手的依赖



02 配货

1 拣货

指掌天下 HandDay.com

单据 | 销售 | 财务 | 库存 | 采购 | CRM | 营销 | 商品 | 资料 | 生态互联 | 设置 | 99+ | 韩大元

首页 | 设置 x | 拣货列表 x

基础设置

系统设置

销售单据设置

拣货设置

打印设置

聊天工具栏设置

数据搬家

操作日志

权限设置

第三方ERP设置

商品设置

客户设置

供应商设置

拣货规则设置

优先大单位拣货, 多单位商品会根据下单数量自动换算为大单位进行拣货, 数量不足以换算时再使用小单位拣货

PDA强制扫码验货

使用PDA进行拣货时, 必须扫码检验商品后才能进行拣货

拣货单生成规则

订单提交/审核后生成拣货单的规则

	仓库	拣货区域	拣货人
1	装配的仓库1	装配的区域-货架, 装配的区域-通道, 装配...	裴测试, 凡-1
2	装配的仓库2	成都海霸王冻品库	刘昌韵
3	刘佳的仓库	刘佳的区域信息, 刘佳的二区域	刘佳
4	装配的仓库3	B区 (散件区)	刘佳, 刘昌韵
5	装配的仓库3	A区 (整件区)	刘佳, 刘昌韵
6	上海松江库	小徐	刘昌韵, 祝其涛
7	上海松江库	小徐	平敬
8	李潇的仓库	李潇的区域1	李潇

自定义拆单

仓库拆单

区域拆单

自定义拆单

三种拣货模式

支持根据仓库
和区域设置对应拣货人

按单拣货

分区拣货

汇总拣货

O2 配货

1 拣货

= 5种任务方式

拣货任务分配

指掌天下支持按仓库设置是否拣货

* 不一定所有仓库都需要拣货

自动创建

手动创建

分波创建

抢单

任务加急

操作	单号	拣货状态	出库仓库	所属区域	拣货人	录单时间	应拣数量	已拣数量
...	CJ-20221230-0025	待拣货	皇帝的新仓	fuji zone	舒子栋	2022-12-30 11:32	1	0
加急 分配拣货 完成拣货 取消 打印				fuji zone	陈阳	2022-12-30 11:32	1	0
...				B区 (散件区)	税其涛	2022-12-30 14:35	20	0
...	CJ-20221230-0038	待拣货	皇帝的新仓	fuji zone	税其涛	2022-12-30 15:12	1	0
...	CJ-20221230-0039	待拣货	皇帝的新仓	fuji zone	-	2022-12-30 15:12	1	0
...	CJ-20221230-0049	待拣货	装整的仓库3	B区 (散件区)	-	2022-12-30 16:12	3	0
...	CJ-20221230-0050	待拣货	装整的仓库3	A区 (整件区)	-	2022-12-30 16:12	30	0
...	CJ-20221230-0055	待拣货	皇帝的新仓	michi zone	-	2022-12-30 16:25	1	0
...	CJ-20221230-0059	待拣货	成都仓库	无区域	-	2022-12-30 17:09	1	0
...	CJ-20221230-0061	待拣货	皇帝的新仓	michi zone	-	2022-12-30 17:19	3	0
...	CJ-20230103-0002	待拣货	皇帝的新仓	fuji zone	-	2023-01-03 10:59	4	0
...	CJ-20230103-0004	待拣货	成都仓库	无区域	-	2023-01-03 11:35	7	0
...	CI-20230103-0005	待拣货	成都仓库	无区域	-	2023-01-03 11:36	7	0
合计							1957.2	0

02 配货

1 拣货

PDA拣货

根据设好的拣货路线

按照拣货语音播报拣货

- 1 不依赖熟手
- 2 不拣错货、数量不出错

拣货任务



自动规则时：自动领取拣货任务
不社规则时：选单拣货

开始拣货



根据系统设好的拣货路线，
按语音播报区拣货，不依赖熟手

拣货台



扫描不会拣错货
数量有错会显示数量差距

自动拣货 VS 以前配货

● 很容易出错，客户经常投诉

每天上班第一件事就是打一堆的纸质单子，用肉眼打勾配货

一遍过**很容易出错**，**客户经常投诉**

后来没办法都得配一遍

再核一遍，工作量翻倍

哪里有缺货都要文员手动修改完，电脑后台再修改重新出票给客户

● 出货效率极低，导致司机经常要等货

因为需要二遍核货，眼看一堆配好的货，因为还未核验打包

没法装车，只能等着

出货效率极低

一天能干完的活**至少得需要一天半**，**导致司机经常要等货**

没办法一车接着一车装

人工拣货容易错、导致2次验货复核



点击放映

打印拣/配货单

商品名称	商品规格	商品单位	商品数量	商品重量	商品体积	商品价值
0001	0001	0001	0001	0001	0001	0001
0002	0002	0002	0002	0002	0002	0002
0003	0003	0003	0003	0003	0003	0003
0004	0004	0004	0004	0004	0004	0004
0005	0005	0005	0005	0005	0005	0005
0006	0006	0006	0006	0006	0006	0006
0007	0007	0007	0007	0007	0007	0007
0008	0008	0008	0008	0008	0008	0008
0009	0009	0009	0009	0009	0009	0009
0010	0010	0010	0010	0010	0010	0010
0011	0011	0011	0011	0011	0011	0011
0012	0012	0012	0012	0012	0012	0012
0013	0013	0013	0013	0013	0013	0013
0014	0014	0014	0014	0014	0014	0014
0015	0015	0015	0015	0015	0015	0015
0016	0016	0016	0016	0016	0016	0016
0017	0017	0017	0017	0017	0017	0017
0018	0018	0018	0018	0018	0018	0018
0019	0019	0019	0019	0019	0019	0019
0020	0020	0020	0020	0020	0020	0020

打勾配货单



司机坐着等货

司机坐着等货

自动拣货 VS 以前配货

● PDA拣货

使用WMS自动拣货后

不需要再打纸质单子

后台直接审核创建就到拣货员手上的PDA了

● 效率提升一倍，零错误率

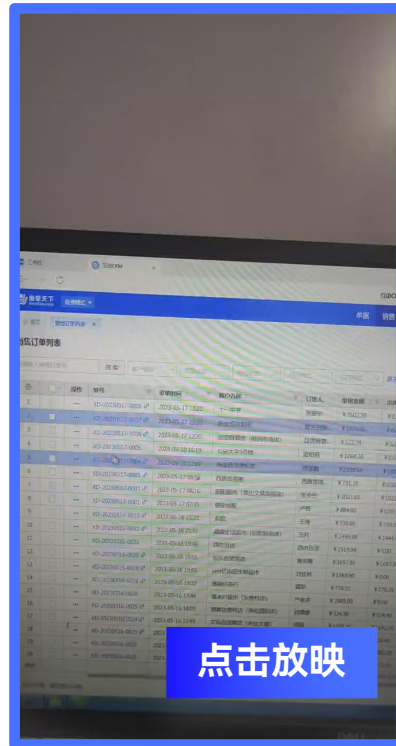
现在是扫码拿货即核验完毕

直接打包装箱

效率提升一倍

零错误率

现在的配货流程



点击放映

打印拣/配货单



点击放映

PDA拣货

自动拣货 VS 以前配货

未拣货明细一目了然，也不用改单
拣货验货完成即出库

- 以前

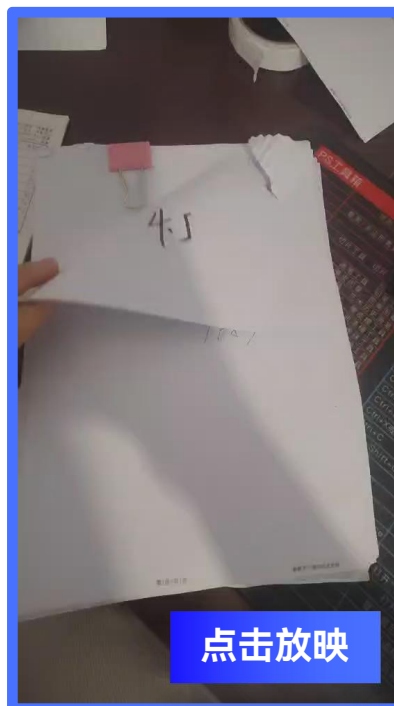
需要修改的单子很多

修改完了再给司机送货

- 现在

系统直接把没有的缺货

自动筛出来了不需要再修改

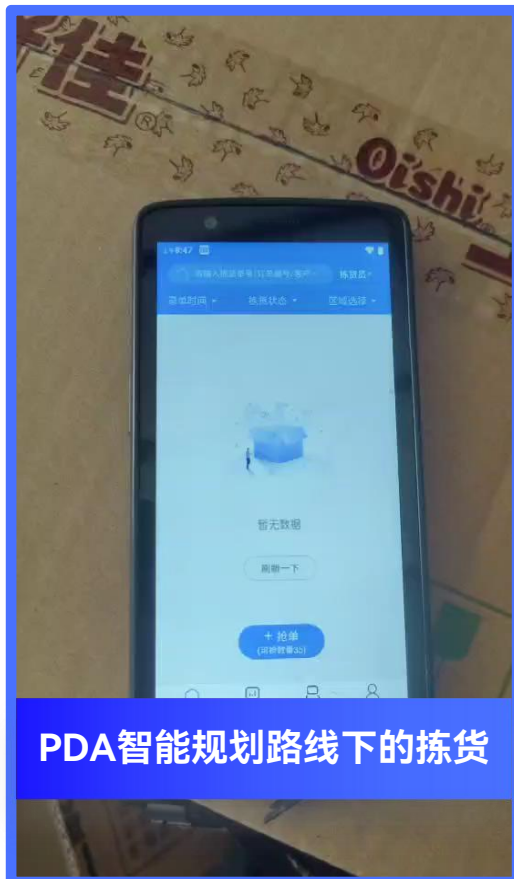


以前

行号	商品条码	商
未发货明细		
1	6975191900030	佳琪绿豆糕400g (1件*18盒)
2	6928277688834	AG05-103新星甘草杏肉168g
3	6957098600220 6975781030314	AD04-301老丁家原味葵花籽2
4	6922133619017	AE03-203金鸽多味西瓜子128
5	6922133620051	AE01-103金鸽多味葵花籽210
6	6973550220102	AB02-103酒府老醋花生252g
7	6924187834446	AE01-202洽洽小而香瓜子46g
8	6953165100198	AH04-305蜀娃手工豆干160g
9	6916749301404	AG01-201旭东百里挑一椒盐味
10	69042386	AI07-101绿箭口香糖13.5g (5
合计		

现在

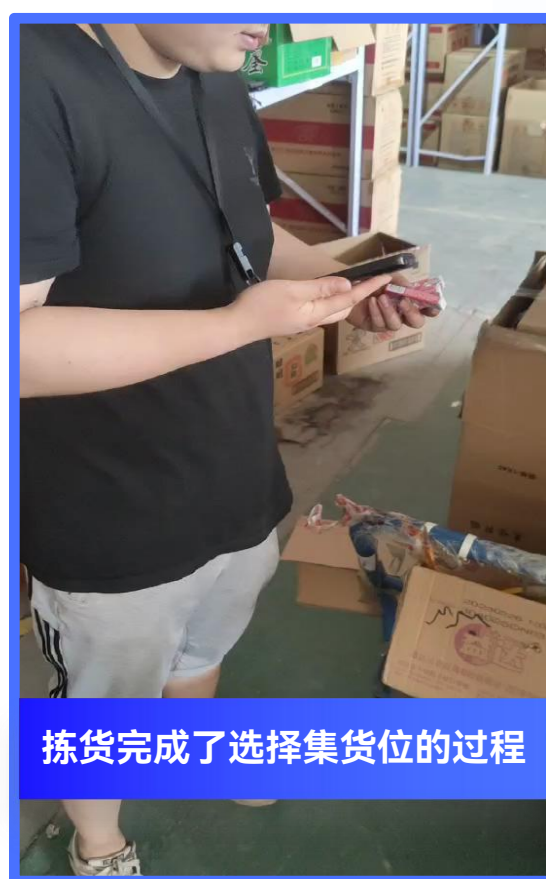
二 使用指掌天下的拣货现场



PDA智能规划路线下的拣货



PDA拣货完成并装箱的过程

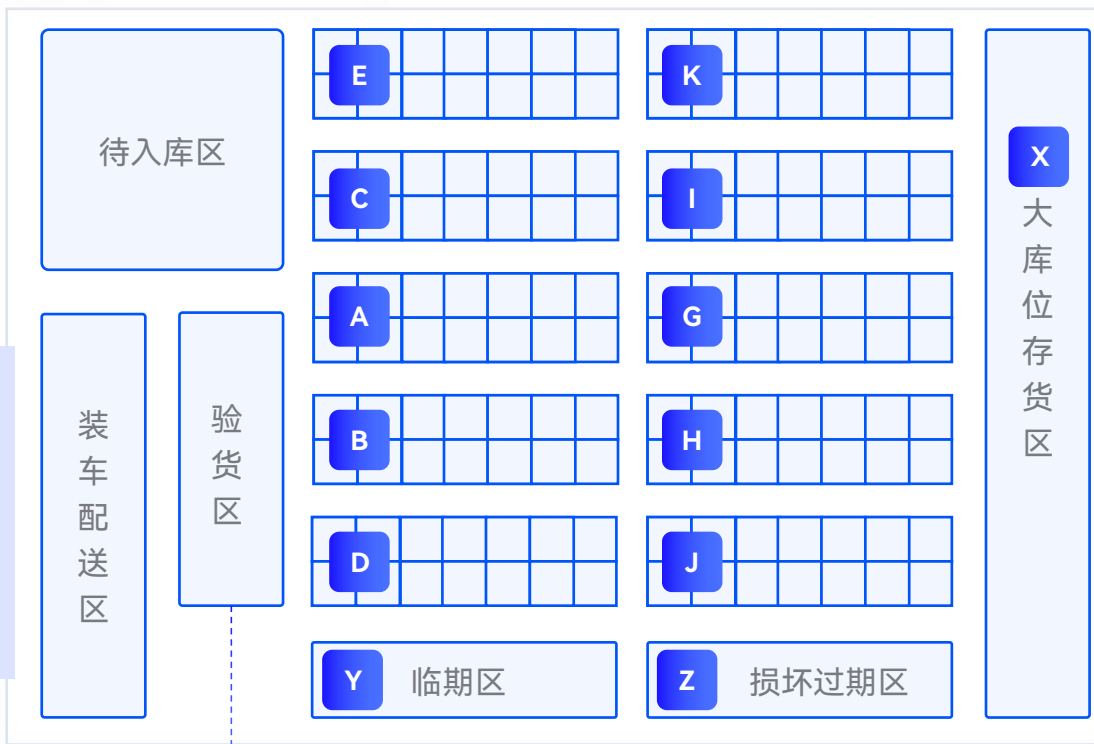


拣货完成了选择集货位的过程

4个人同时拣一个单子的货
不会出错

2 验货

验货台验货



在验货区，
验货人员根据已拣货，进行验货

可PDA验货
可人工点货验货

如果拣货人员就是仓库分区负责人，
其实可省掉“验货环节”，
拣错就背责任



2

● 验货

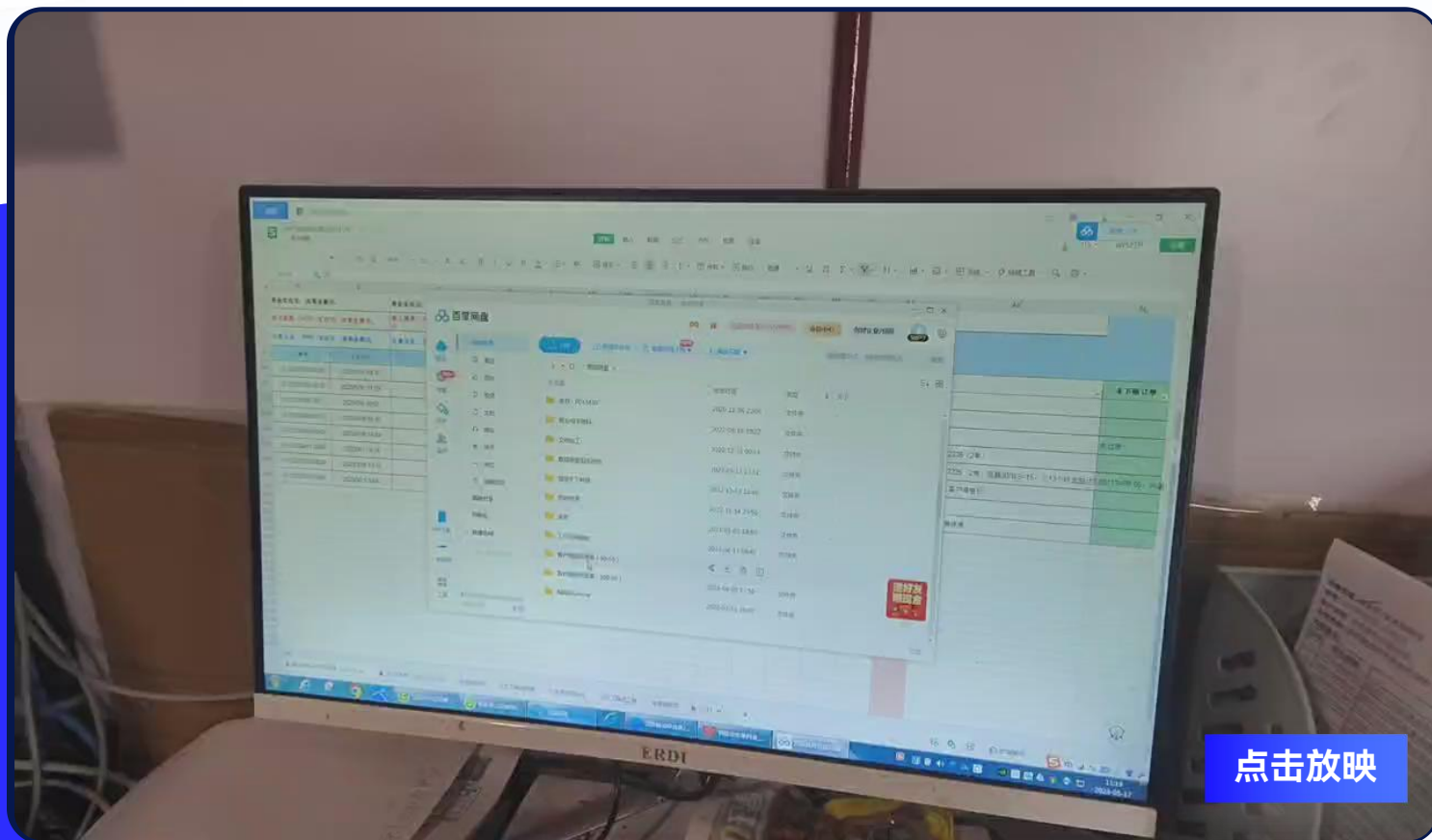
= 打印箱码

- 仓库人员拣货结束可以打印箱码
- 箱数设置：总箱数和当前是第几箱，而不是普通的标签，无法区分装箱进度



装箱码在不仅方便司机按序装车，也可以让客户方便点货

以前出库装箱 VS 使用指掌天下WMS后



以前的 出库装箱

以前打包完毕的货
需要单独打印
而且很慢

贴物流标签单也是很麻烦

以前出库装箱 VS 使用指掌天下WMS后

1 自动打印装箱单

使用后

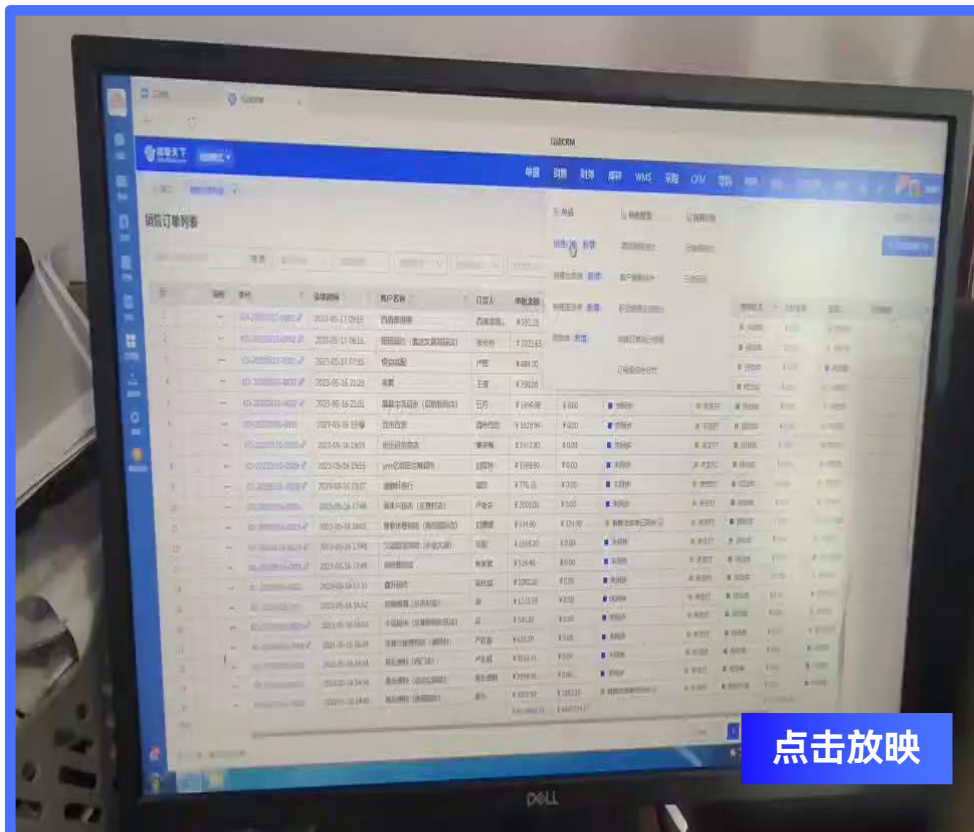
现在只需3步:

- 1 按出库
- 2 点打印箱号
- 3 点打印装箱单

就完成此单

无需创建物流信息

无需修改订单



散货: 第1箱		商品名称	数量	单位	平
装箱人: 卢辉		装箱仓库: 总库房			
1	6925683204085	BF03-204本合6味彩绳16g	1	中包	
2	6930487901795	BF01-102玉峰麻辣王子面筋18g 麻辣味 (1件*12盒*30包)	1	盒	
3	6924743921320	BF05-104乐事袋装薯片40g 青柠味 (1件*5中包*10包)	4	中包	
4	6925655468132	BE09-102侯氏麻花100g (新款短条) 麻辣口味	5	包	
5	6972322280337	BE04-302湘道藕片30g 黑鸭味 (1件*12盒*20包)	1	盒	
6	6951957205854	BE01-102劲仔深海小鱼12g (一元盒装) 香辣味 (1盒*20包)	1	盒	
7	6905734301017	BE13-102旺旺浪味仙30g 田园蔬菜味 (1件*4中包*15包)	10	包	
8	6911988006455	BD10-103达利园可比克薯片55g 番茄味 (1件*4中包*12包)	6	包	
箱合计			29		
散货: 第2箱		装箱人: 王巧艳 装箱仓库: 总库房			
1	6923668392758	AA07-304百吉猫手工锅巴150g 五香味 (1件*40包)	5	包	
2	6923668392765	AA07-302百吉猫手工锅巴150g 麻辣味 (1件*40包)	5	包	
3	6974928090051 6932019000006	AA03-102渝马重庆怪味胡豆80g (1件*100包)	15	包	
4	6902934990362	AA02-103喜之郎果肉果冻200g (碗装) 什锦果肉果冻	5	杯	
5	6926475202449	AA02-105喜之郎袋装果冻360g 什锦味	10	包	
6	6930223200076	AA01-104川一猫猫耳朵106g 麻辣味 (1件*30包)	5	包	
箱合计			45		
整件: 第3-33箱		装箱人: 黎盼盼 装箱仓库: 总库房			
1	6920189004290	DC04-107脆司令香脆面53g 奥尔良鸡翅味 (1件*40包)	1	件	
2	6938957106701	DH12-101白象大辣娇韩式火鸡拌面119g (五连包) (1件*6中包*5包)	1	件	
3	6921774260060	DD07-301康师傅红烧牛肉面104g (24袋装)	1	件	
4	6901751297829	DC11-301魔法士干脆面35g 巴西烤肉味 (1件*30包)	1	件	
5	6921774237802	DD09-101康师傅泡椒牛肉面105g (24袋装)	1	件	
6	6921774242714	DD06-101康师傅香菇炖鸡面105g (12桶装)	2	件	
7	6925303773106	DH04-101统一正宗老坛酸菜牛肉面120g 香辣味 (1件*12杯)	1	件	
8	6925303770556	DC07-101统一汤达人酸辣辣豚骨面90g (1件*12杯)	1	件	
9	6902890274070	双汇泡面轻盐派香肠35g (1件*60根)	2	件	
10	6902890258940	DB05-101双汇鸡肉肠58g (1件*50根)	1	件	
11	6925303743024	DH03-101统一巧面馆油泼辣子酸汤面116g (1件*24包)	1	件	
12	6921774297349	DD10-101康师傅油泼辣子酸汤面116g (24袋装)	1	件	
13	6921774297028	DD07-201康师傅藤椒牛肉面108g (12桶装)	1	件	
		PH05-101白象汤好喝高汤面 (袋装升级版) 老母鸡汤面	1	件	

以前出库装箱 VS 使用指掌天下WMS后

2 自动打印箱码

使用后

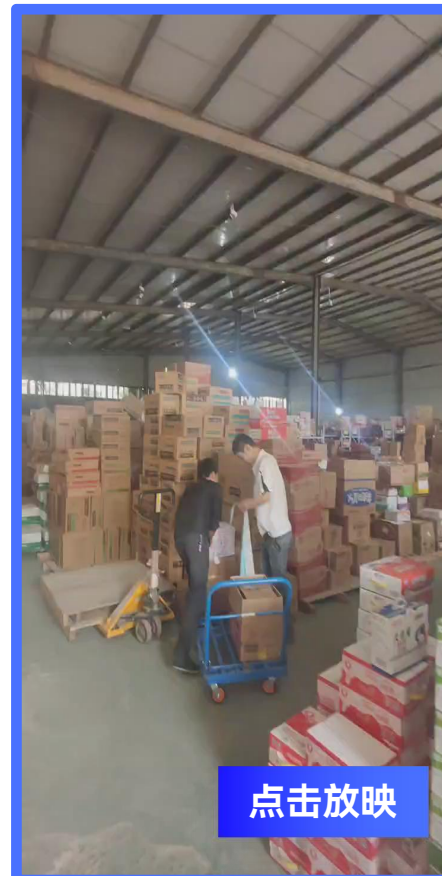
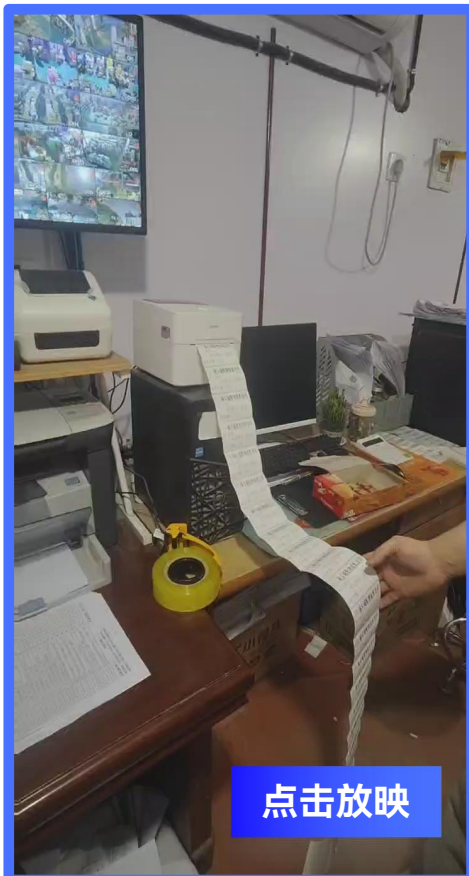
现在只需3步:

- 1 按出库
- 2 点打印箱号
- 3 点打印装箱单

就完成此单

无需创建物流信息

无需修改订单



3

拣货验货业绩

- 每天业绩自动核算
- 拣货业绩统计了当前拣货员已完成的拣货单数、拣货数量、拣货金额、装箱数量
- 仓库人员每天的拣货业绩统计随时可查询,提升人员积极性

今天	本周	本月	本年	2023-01-01	~	2023-01-11	拣货人	...	仓库	...	区域	...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				刘昌韵	58	263.7	¥14439.89	70	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				刘佳	15	104	¥349.58	18	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				华为曲面屏	11	80	¥6901.89	17	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				成卓小号	14	59.5	¥12806.32	16	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				张凡	10	49.1	¥1009.48	30	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				郭云霞	9	35	¥580.35	10	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				舒子标	7	34	¥121.48	16	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				王艳	11	33	¥7928.03	20	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				祝真涛	5	27.5	¥4351.47	5	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				毛欣蓉	1	21	¥10107.38	1	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				姚晓云	2	15	¥25.04	7	



自动核算

随时查询

以前配货以前提成核算 VS 使用指掌天下WMS后

✘ 以前

配货提成核算

每个单子还需要文员给配货员天天统计配货核货抽成, **群里核对**
最主要业绩有些时候员工还有疑问, 内心总觉得不安心

✔ 现在

配货员PDA登录自己的账号

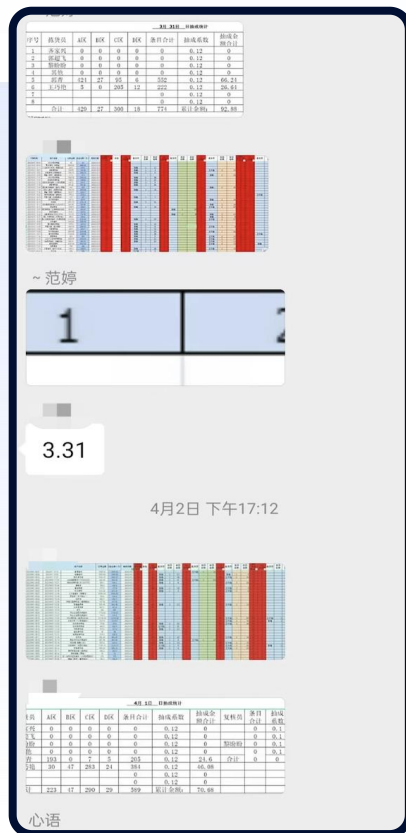
自动统计也有干劲儿

今天干多少活 『一目了然』

现在天天都能**自己查, 干多少, 赚多少。**

积极性立马高起来。

最终换了新系统导致的结果就是裁员



以前: 群里核对



现在: 自动统计

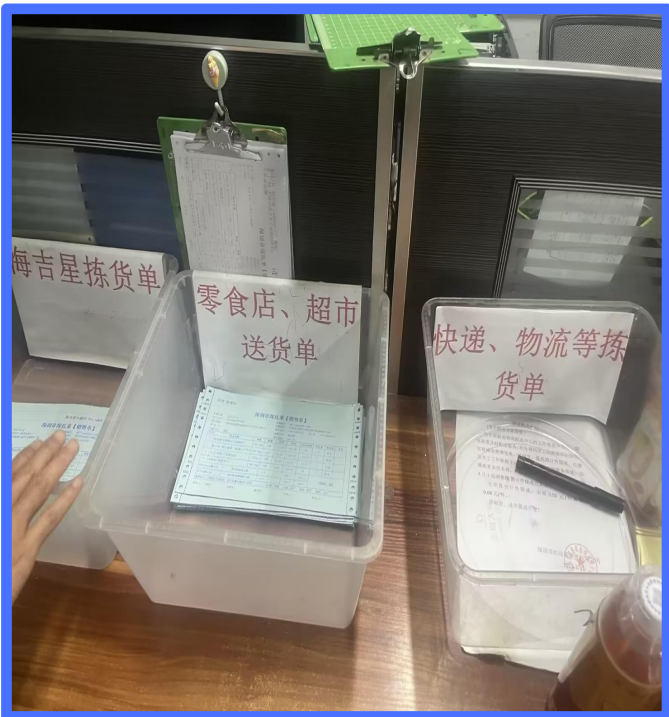
客户感言

“不但我们省事了配货员还放心了, 不需要担心哪个单子丢了没给她统计上, 毕竟人家挣的辛苦钱, 单子掉了没统计上就白干了。”

03 配送

1 自动分配配送任务

不再需要熟手去分配送单



司机领单



配送任务查看



2

装车

- 1 司机根据是送货路线安排装车, 排在最远的货放在车的最里面
- 2 装车可以扫码确认装车

开始装车



调整装车顺序

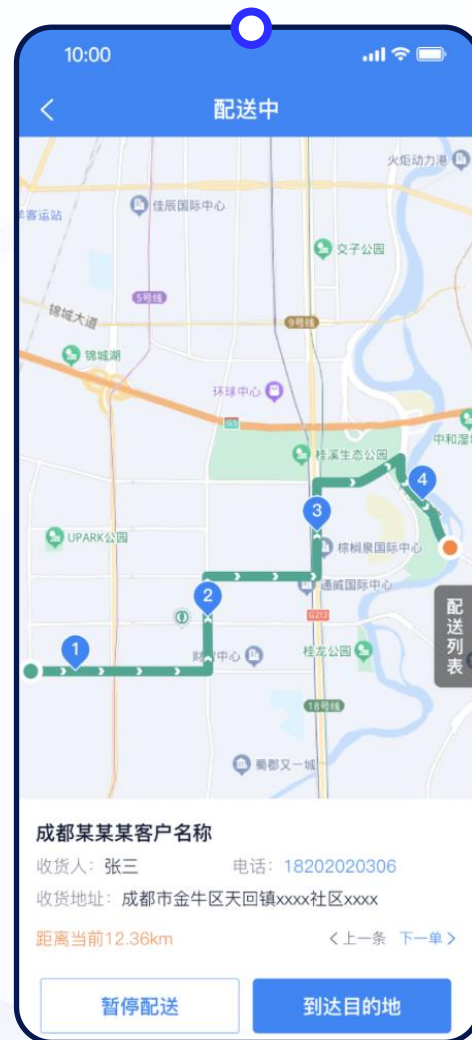


3

按路线配送 (导航)

- 1 根据客户地址, 自动排序线路
- 2 有经验的熟手也可以自行调整线路顺序
- 3 排好线路后, 根据地图导航自动到达客户的门店地址
- 4 客户可以在商城上查询进度: 配货中-出库-配送中
- 5 配送业绩自动核算出来

线路导航



业绩核算



4

配送签收

- 1 客户签收时，可收款、退货，自动生成退货单
- 2 客户签收时，可以扫箱码就可以确认箱子里面商品是否正确
- 3 可实时查询配送客户收货历史数据

配送



签收



5

智能交账

= 传统对账麻烦、效率低

全靠人核对账务

反复核对是否到账

效率低, 工作量大

1 内勤开单

出库单

2 司机配送

3 收款码收款

- ①默认款已收
- ②客户应收为0
- ③账挂在一个总的配送收款账户

- ①订单经手人为司机按司机确定线路
- ②分组后打印一张配送表
- ③司机配送不做收款单
- ④财务做凭证把配送账收款转为线路应收

- ①根据线路配送
- ②多个线路配送收款码不固定
- ③手工处理退货

商城下单
微信接单



客户

5 司机财务对账

- ①配送表跟收款单草稿核对
- ②收款草稿单跟金额匹配, 金额相等金额就划掉
- ③同一金额重复的跟司机核对
- ④未收回的款做一张凭证调回单独的欠款客户身上
- ⑤核对一致的过账

4 出纳收款

- ①根据银行账户做收款草稿单

车号: 6340 送货登记表 地点: 东西后加车 日期: 2022-12-18 送货人: 丁

行号	结算单位名称	金额	改单	原欠	退货	实收	新
1	三张邢冲	0.5					
2	三张杨雷	142.5					
3	阳郭裴鹏飞	472.9				转 142	
4	三张王波/王红润	3537.16				转 472	
5	三张韩海荣	382				转 3537	
6	三张李磊	1111				转 382	
7	厚镇王卫锋	451.36			25	转 1086	
8	闫村李新武	517				转 451	
9	阳郭贺艳妮(中耀文)	1620				转 517	
10	厚镇康颖强	738.52				转 1620	
11	允曲姜平均	290.65				转 738	
12	闫村于震	1585.72			206	转 84	
13	阳郭田振娃	45			213	转 1372	
14	阳郭姜尚斌	697.5				转 45	
15	北韩付洋娃	409				857	
16	双创基地万通水暖	238				409	
17	双创基地李小微	176.8				转 238	
18	金山冯新松	794.05				转 176	
19	三张张伟	934.03				转 794	
20	阳郭刘雷	3611.9	3557			转 760 1857	
21	闫村韩胜利	1199.4			237	转 3320	
22	铁炉杨海龙	1800.5				转 1199	
23	三张杨维仁	295				1800	
24	闫村卢锋娃	341.75				转 295	
25	阳郭高德民	714.9			1594	转 341	
26	闫村陈学民	1559				转 714	
27	三张杨海浪	190.02				转 1559	
合计		24016.16				190	

68 477.3 199 306 78 66 104 142 215 200 300 合计: 6576
 250 110 132 448 341 155 515 60 57 188 45 210 105 128 10.8
 25 102 126 74 42 479 40 215 84 1097 28 105 78 141 570 319
 100 99 10 125 215 76 86 58 960 120 110 250 100

5

智能交账

根据出纳的收款单，自动匹配订单，进行快速对账交账

今天
本周
本月
本年

2023-02-10 ~ 2023-02-10

线路	市区一环	客户名称	是否对账	全部	金额搜索
----	------	------	------	----	------

◆ 应收总额: ¥85512.50 到款总额: ¥85620.00

50个客户未匹配到收款单, 30个收款单未匹配到客户

客户	欠款金额	退货金额	应收金额	司机收款	收款凭证	匹配的收款单	收款单金额	差额	差额处理方式
欣欣五金	500	50	450	450		SK-20230210-0001 ✖	450	0	
xx五金	600		600	600		SK-20230210-0002 ✖	400	200	<input checked="" type="checkbox"/> 转欠款 <input type="checkbox"/> 转优惠
xx建材批发	300.5		300.5	300		SK-20230210-0003 ✖	300	0.5	<input type="checkbox"/> 转欠款 <input checked="" type="checkbox"/> 转优惠
xx建材批发2	800		800			无匹配,手动关联	--	--	

10:00
📶
🔋

<
单据收款
新增账户

本次应收 ¥3000.03

使用预收款 (余额: ¥563.00) 请输入金额

收款账户

现金 请输入金额

支付宝 请输入金额

微信 请输入金额

默认 成都银行 (对公)

6222-0244-0201-5241-056

请输入金额

成都银行 (对私)

6222-0244-0201-5241-056

请输入金额

04 盘点

1 动态盘点，确保库存准确

不用停业盘点，使用“分量盘点”进行动态盘点即可，由此确保库存准确

新建盘点单

盘点仓库 请输入 ...

单据备注 请输入

扫码录入(Ctrl+F1)

请选择盘点方式

总量盘点

将盘点商品的实盘数，集中录入到总量盘点单中，系统根据库存数量与实盘数进行对比，盘点完成后，生成盈亏数据。
适用于盘点的商品比较少，商品存放位置比较固定的仓库；或进行商品抽盘、按区域盘点的情况。

分量盘点

当多人同时参与仓库盘点时，需要将多个人的盘点数据合并后，再与库存商品进行盈亏对比。
适用于盘点商品比较多；盘点区域比较大（如，全部仓库整体盘点）；参加盘点的人员比较多，需要多人进行协同盘点的情况。

取消 新建盘点单

图片	商品条码	商品名称	盘点数量	盈亏数量	备注
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
合计			0		

2

进销存汇总, 时时记录进销存变动

商品进销存汇总

今天 本周 本月 本年 2023-01-01 ~ 2023-02-11 仓库名称 ... 基本单位 采购单 × 更多

单据类型 采购单, 销售单 × 全部清除

序号	商品名称	单位	此前...	此前...	入库			
					采购单		合计	
					数量	金额	本期入库...	本期入库...
1	RR0209商品1	合	0	¥0.00	3	¥6.00	3	¥6.00
2	wy0209单位条码测试	斤	0	¥0.00	125	¥400.00	125	¥400.00
3	单位换算24商品	包	0	¥0.00	46	¥552.00	46	¥552.00
4	商品条码	合	0	¥0.00	10	¥0.00	10	¥0.00
5	wy批号0207测试	合	0	¥0.00	40	¥240.00	40	¥240.00
6	测试商品条码更新	合	0	¥0.00	0	¥0.00	0	¥0.00
7	商品价格同步02	个	0	¥0.00	0	¥0.00	0	¥0.00
8	二重奕厚乳拿铁	杯	2	¥10.40	10	¥32.00	10	¥32.00
9	九阳豆浆机 (7升)	台	0	¥0.00	0	¥0.00	0	¥0.00
10	速达新增商品DVD01...	箱	0	¥0.00	0	¥0.00	0	¥0.00
合计			-7869.23...	¥-32255...	1659727.5	¥1284272.92	1659727.5	¥1284272.92

数据更全面

商品的所有出入库类别都可以通过商品进销存汇总表进行分类汇总统计。

		出库		结存数量	结存均价	结存金额
		销售单	合计			
数量	金额	本期出库...	本期出库...			
0	¥0.00	0	¥0.00	3	2	¥6.00
0	¥0.00	0	¥0.00	125	3.2	¥400.00
24	¥66.46	24	¥66.46	22	22.07	¥485.54
0	¥0.00	0	¥0.00	10	0	¥0.00
0	¥0.00	0	¥0.00	40	6	¥240.00
1	¥1.00	1	¥1.00	-1	1	¥-1.00
1	¥0.00	1	¥0.00	-1	0	¥0.00
7	¥22.40	7	¥22.40	5	4	¥20.00
1	¥2.35	1	¥2.35	-1	2.35	¥-2.35
3	¥7.59	3	¥7.59	-3	2.53	¥-7.59
26153.807466...	¥26188.05	26153.807466...	¥26188.05	1625704.462...		¥1225829.26

来源可追溯

所有商品的出入库汇总数据来源可追溯至原始业务单据, 确保数据准确性。

05 退货换货

操作流程：

- 1 利用PDA能快速收货、退货、上架，精准控制每个流程节点，控制库存精准度
- 2 从仓库调拨辅料辅助售后维修，最后完成售后处理



06 智能采购

智能采购

自定义设定智能补货公式
根据设定公式,自动生成采购单

序号	订货仓库	默认供应商	图片	商品编号	商品名称	商品分类	商品品
1	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
2	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
3	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
4	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
5	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
6	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
7	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
8	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
9	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
10	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
11	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
12	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
13	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
14	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
15	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
16	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
17	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
18	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛
19	默认仓库	海霸王4栋粮...		SU0046	蒙牛真果粒椰果...	默认分类	蒙牛

设置补货公式

建议补货量=库存下限+销售预订量+备货周期数量-(库存数量+采购在途数量)

应补数量 + 销售预订量 + 备货周期数量 - 库存数量 - 采购在途数量

应补数量
 库存上限 库存下限
 *若商品未设置库存上限/下限, 则计算时记为0

备货周期数量
 × 日均销量(近30天)

WMS选择的标准：务必用一体化

● 一体化软件

目前市面上还没有：进销存+标准财务+订货+WMS+CRM的一体化软件，指掌天下是唯一

● 对接型WMS的优劣

优点：单一成熟的WMS不少

缺点：

①基本信息需要对接，容易出错

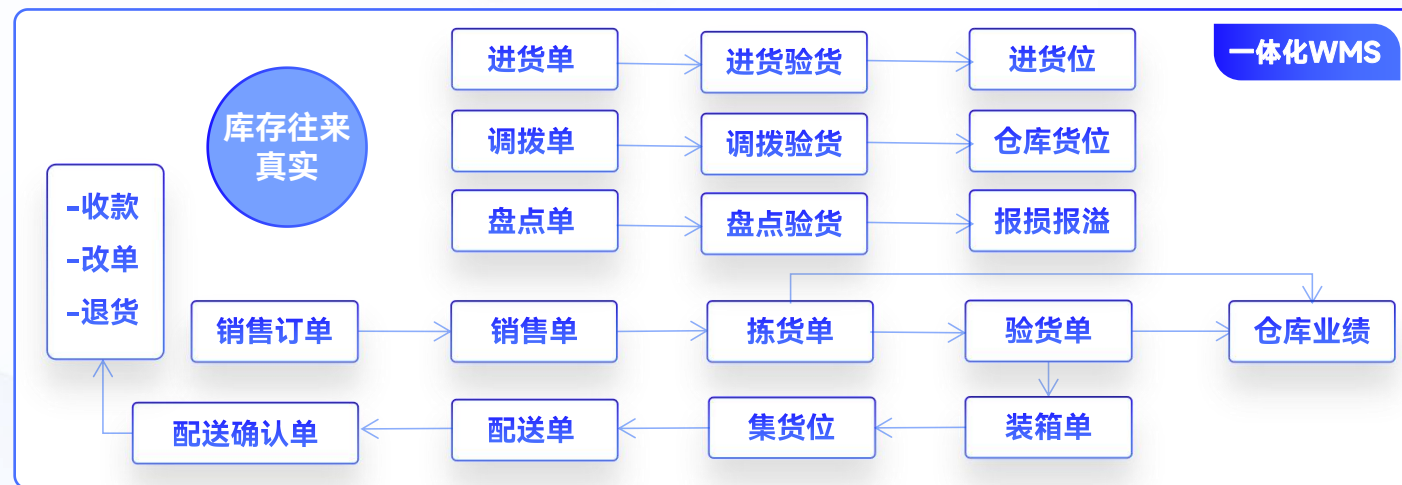
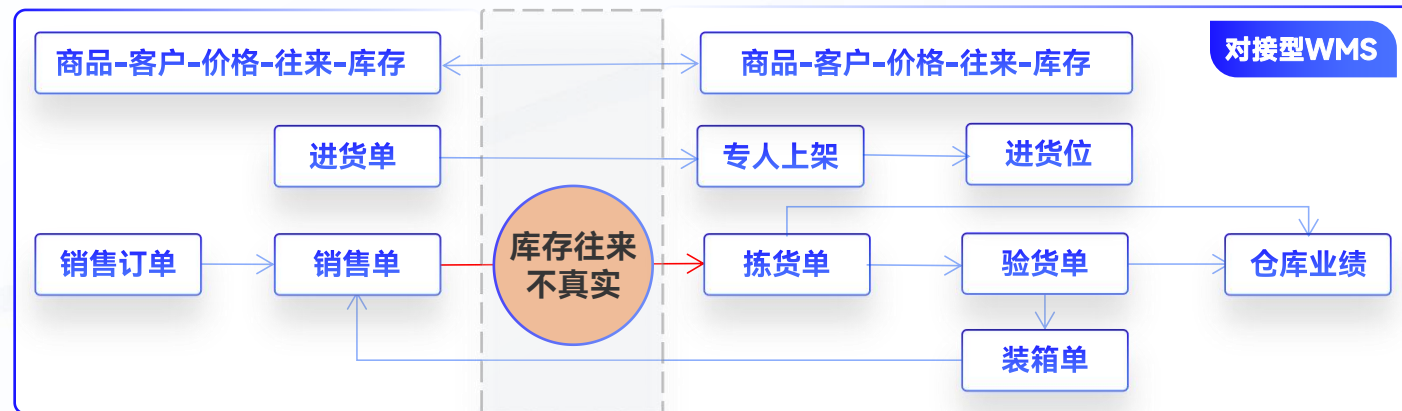
②需要专人货位上架

③因为进销存要么草稿要么过账开单，传入WMS后，库存往来无法真实

④无法核算真实业绩：因为配送到客户处有改单是在进销存进行，导致进销存的单和WMS的单不是一一匹配准确，无法核算真实业绩

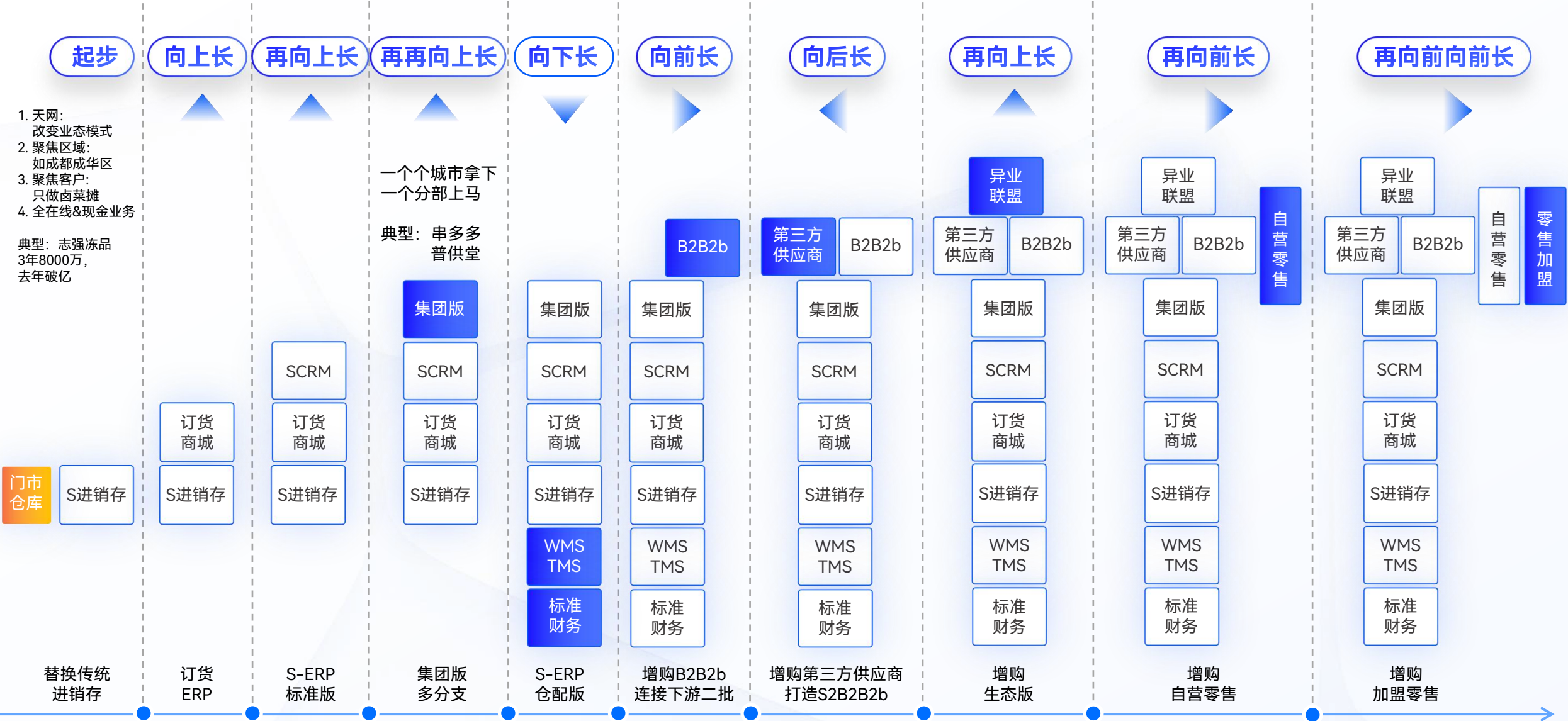
⑤最少开单和WMS必须一体化

⑥WMS的实施服务至关重要



业态力：天地人网合一





关于指掌天下产品: 1. 商城-CRM-集团版-B2B2b-进销存一体化是我们超级强项 2. 进销存, 在已有功能上, 绝对超越同行。

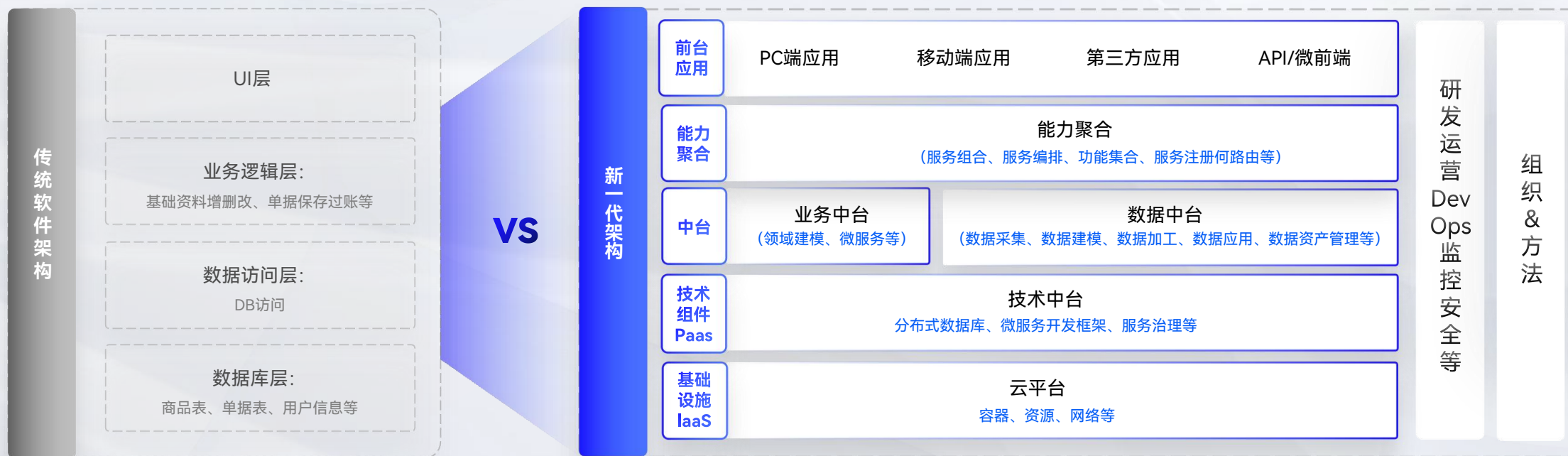
国内新技术主流典范（投入150人、3年、1亿资金）

传统软件

- 1) 开发框架——.NET框架、MVC: 兼容性、安全性都不如新的一些技术框架, 前后端不分离, 技术老化, 界面丑。
- 2) 部署——自行购买服务器或者云服务+请专业运维
- 3) 使用——连数据库、连服务器。需要拷贝文件到本地, 换题设备又得重新拷贝文件。
- 4) 功能更新——人工更新, 小程序需要单独更新。

指掌天下

- 1) 开发框架——JAVA微服务架构: 有生态完整的企业级应用解决方案。具备开源跨平台兼容性, 提供更好的扩展性和可靠性。
- 2) 部署——SaaS化: 软件即服务, 指掌提供全套的服务支持, 并且不需要支付云费用。**腾讯云: 安全可靠, 稳定性高**
- 3) 使用——登录即可使用, 无需安装。随时随地能上网就可用, 没有繁琐的配置。
- 4) 功能更新——指掌发版即可使用新功能, 客户无需额外处理。



指掌天下销售增长模式

1 6合1公司展示&销售武器

1.动态公司图册
公司介绍-企业文化-团队风采
经营品牌-经营产品-活动动态
公司资质-公司环境-服务保障

2.动态结构化全商品展示
3.加好友+4.交换名片+5.营销获客+6.商城锁客+7.一家家推产品
新一代销售武器
再小的批发商都有电子版公司介绍&商城

2 更多客户看到-看更多商品

1.更多客户看到
-微信搜索、抢占入口
-客户转发推荐商城
-来店扫码推商城
-客户开发推商城
-朋友圈推商城
-配送车扫码-活动码推商城

2.看到更多的商品
3.进更多的货
比业务员介绍更全、更详细

3 黄金区推广、肆意展示商品

1.大图flash推广
2.5大推荐
新品、推荐、热卖、清仓、促销

3.首页陈列
首页就是展厅黄金展示区
肆意展示想要介绍的商品，面对所有连接的客户

4 到店客户带走商城

1.教会到店客户：
-商城看货、选货、下单
-扫码商品下单
-通过打印单进商城

2.到店客户再回头，选货还得带走商城
客户足不出户即可通过商城看商品-看新品-看活动、下单“该进货时、上我平台”

5 改变朋友圈看货方式

1.朋友圈带商城码
2.朋友圈发商品带商城码
3.改变朋友圈看货弊端：
-客户不能看到全部商品
-朋友圈无法分类展示
-微信朋友圈每次只展示给200个好友，还食欲所费

新的发圈方式，让发圈-引流-实体-商城一体化，客户看货更方便，形成营销闭环

6 卖别家的货、一站式进货平台

1.卖别家的货，客户订货再调货
2.商城就是选路
通路搭建好了，整个市场的货都可以卖，想卖什么就卖什么，突破实体店的经营时间和经营范围

经营模式升级为：不断丰富品类+不断拉客到商城，让商城成为客户“一站式”进货平台

6大增长，降本增效

订货商城—用商城做增长：该进货时、上我平台

四类营销，让商城成为免费的业务员

销售增长，就用指掌天下

新一代“销售增长模式”—该进货时、给我进货

1 3个认识

1.客户为什么离我而去
45%——服务不好
20%——没人关心
15%——找到更好价格
15%——找到更好产品
5%——其他原因

2.80%客户贡献20%销售额
3.1个业务员管几百家客户，如何做？
如何做到“该进货时、盯死到位”

2 5大增长空间

1个模型——客户5层金字塔，5大增长空间
销售提升30%



3 精：精细化客户分类

业务员知道：有哪些客户-什么类型-级别-该花多少精力
7大分类：
1) 按月销售额分类
2) 按未交易天数
3) 按客户类型
4) 按客户价值
5) 按客户生命周期
6) 按销售区域
7) 按业务员管辖客户...

4 动：客户动态一览无余

1张表：动态监控的客户雷达
根据7大分类，加上客户动态-列表标准化
10大交易数据
5大商城数据
3大行为数据
找出该跟进客户，做到“该进货时、盯死到位”

5 快：业务协同标准化

业务管理标准化
高效指挥、高效协同
汇报（即访-拜访-进店）
指挥如亲临阵地
治理如现场直播
审批
业务流程标准化
卡在哪里不修都不行
上级知道：管什么-怎么管-管到什么程度
下级知道：做什么-怎么做-做到什么程度

6 全：客户要素标准化

1.客户信息标准化
-基本信息-联系信息
-反对信息

2.经营数据标准化
-交易数据-商城数据
-行为数据

3.业务过程标准化
即访-拜访-进店-审批
不见面不知道客户情况客户资源变资产、真积不用交接

7 准：精准客户营销

根据“客户分类-客户标签-客户交易数据”
1.私域管理：集中管理好友-集中管理客户群
2.私域分发：客户-客户群
企业微信+SCRM，是最好的私域客户管理和客户营销工具，没有之二

8 客户经营模式

1.销售团队的业务管理工具
-从客户分析客户情况
-从业务员角度分析客户情况

2.商城背后的客户运营工具
商城的背后是流量
流量的背后是客户
客户的背后是运营（款-销-款）
从客户维度看商城交易

存量客户时代深度经营客户，从传统接单模式，转向深度客户经营模式，做到“该进货时、盯死到位”

互动CRM—用客户做增长：该进货时、盯死到位/跟进到位



S进销存—基础设施：让进销存社交和营销起来

让传统进销存向外延伸，与客户相通
进销存需要“6通达”——新一代进销存替换传统进销存
1) 聊天与业务相通
2) 订单与客户相通
3) 商品资料与客户相通
4) 库存与客户相通
5) 应收-对账与客户相通
6) 营销与客户相通

达到简单，用得更多&内部更顺
因为简单才能用得更多：管好应收-管好库存-管好经营报表
才能不依赖电脑操作人员
因为简单才能让内部顺，才能让外部营销有基础、有精力才能避免“经营错位”

1 智能采购

1、采购培养成本降低，采购更易上手
2、采购决策时间下降，采购人员双提升
3、无需繁琐的盘点与统计，一键生成补货清单

2 智能盘点

1、动态盘点库存
2、随时可以盘点

3 智能仓储

1、提升仓库利用率
2、提升配货效率
3、减少对熟手的依赖
4、提升仓储效率

4 智能配送

1、自动导航线路规划
2、自动核算司机业绩

秒杀案例



直播案例



视频号案例



企业微信名片



智能仓配—用智能仓配做增长：该配送时，配送到位

业态最佳实践 | 以客户为中心的一体化方案



不止于内部，连接企业内外的生态链方案



销售增长 就用指掌天下

帮助客户做生意 与客户相互成就

腾讯投资企业 / 国家高新技术企业 / 企业微信头部SAAS研发商

THANK
感谢观看!!

