

数字化转型规划书-茶颜悦色

维格智数vikadata帮助组织实现全案数字化转型
带来更多的业务、更多的客户、更多的收入



vikadata
维格智数





目录

1

维格智数-公司简介

用数字工具推动人类进步，驱动数字化中国

2

茶颜悦色-数字化转型初步调研

根据企业现状输出数字化转型方案

3

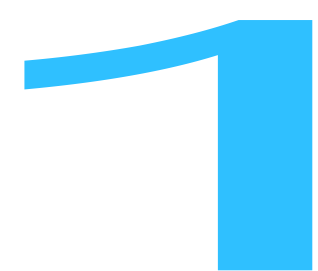
数字化转型规划方案

方案落地及详细执行计划

附

数字化核心认知

三角色、三价值、三支柱



维格智数-公司简介

用数据工具推动人类进步，驱动数字化中国

公司简介



「vikadata维格智数」是一家数字化转型咨询策划公司，提供数字化整体方案的设计和咨询、会员营销系统的研发、智能OA搭建、轻量级数据中台建设，致力于驱动数字化中国。

创始阶段即获得IDG资本、天图资本两家顶级VC机构的近千万级天使轮融资，成员来自于平安、阿里巴巴、腾讯、字节跳动、金山软件、新浪、猎豹移动等顶级科技公司，有丰富的C端大规模互联网产品经验和资源。同时成员还服务和合作过中国电信、中国联通、中国移动、政事业单位、汤臣倍健、喜茶、京东、美的地产、广汽集团、汇美集团、IBM、华为、TCL等大型企业和组织，有丰富的B端产品研发和数字化转型落地经验。

团队成员来自顶级科技公司

Tencent 腾讯

sina 新浪

金山
KINGSOFT

Alibaba Group
阿里巴巴集团

ByteDance 字节跳动

Kingdee 金蝶

protegrity

中国平安
PINGAN

由顶级知名投资方投资

IDG Capital

TiantuCapital 天图投资
专注消费品投资

1.2 业务-数字化转型规划

以发展战略和业务场景为导向，为企业提供数字化解决方案。

如何进行数字化转型？

由于商业模式的不同，不同企业的CIO可能会给出不同的答案。如何找到与企业自身契合的转型方案并落地实施，是企业数字化转型的首要困扰。

维格智数提供数字化转型咨询及实施全案服务

我们以客户企业的发展战略和业务场景为目标导向，从数字营销、数字管理、数字引擎三个维度为切入点，帮助中国企业低成本、敏捷地实现数字化转型。

灵活的服务合作模式

全案规划

一站式数字化转型方案

适合从零开始数字化转型或者想要实现“弯道超车”的企业。维格智数从CRM、ERP、SCM…等不同领域的信息化产品，为您提供从驻点调研、方案规划、实施督导、落地效果反馈等一站式的服务。

会员体系

会员营销小程序

帮助企业搭建私域流池，建立用户画像，沉淀用户数据，为业务决策建立数据基础，最终达到精准营销的目的。

钉钉OA

数字化智能办公

我们通过搭建资产管理系统、巡店系统、项目管理系统、绩效考勤系统等各种业务流程管理系统，帮助企业管理实现全面数字化。

数据中台

统一管理数据资产

定制化搭建企业系统，全面实现管理、经营、决策、营销全方位的数字化转型升级，打造智慧企业。

1.3 核心竞争力

输出的是方案及实施督导，而不是单点系统

数字化一站式全案规划(Planning)

派遣专业团队与客户进行沟通，分析客户的核心诉求。深入了解客户企业的商业模式及业务流程。结合企业现状和述求，给出数字化转型规划方案。

顾问驻点调研(Researching)

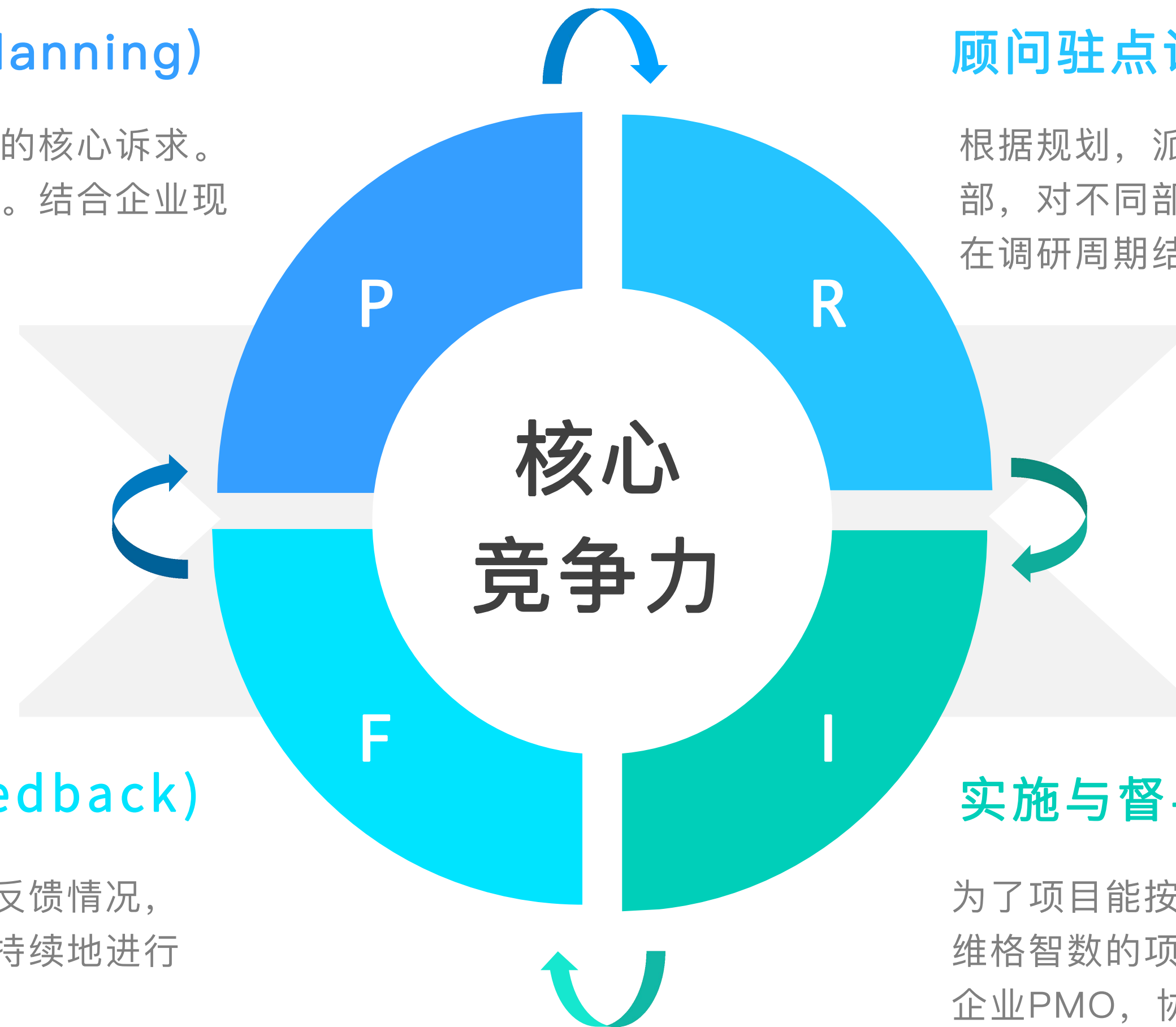
根据规划，派出数字化实施顾问驻点客户企业内部，对不同部门的业务流程进行梳理优化。在调研周期结束后，出具完整细致的建议报告书。

反馈与调整(Feedback)

项目落地后，我们将会持续跟进客户的反馈情况，进行方案的调整，让客户企业敏捷、可持续地进行数字化改革。

实施与督导(Implementation)

为了项目能按照规划正常地落地实施。维格智数的项目经理将会全程参与客户企业PMO，协助推进数字化落地。同时监督、引导第三方数字化产品服务商的产品落地与对接。



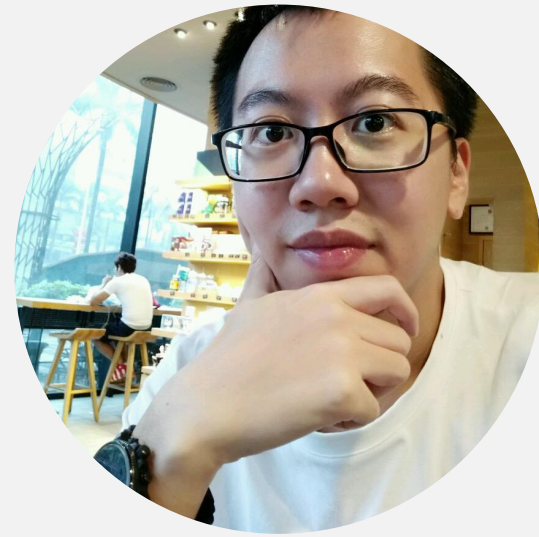
1.4 团队介绍

核心成员来自各大知名企业，具有丰富的数字化经验。



陈霖霖 Kelly

VIKA维格创始人。前喜茶CTO、金山软件架构师，北京师范大学金融系毕业，技术与业务思维兼备，从0到1帮助喜茶实现数字化转型，10个月内积累1300万会员，线下业态改造专家。



潘嘉文 Kelvin

VIKA维格数字营销负责人。前喜茶GO产品架构师，曾为美资科技公司Protegrity数据软件工程师、擅长新媒体、裂变、会员等数字营销方案，曾服务客户包括中国移动、电信、美的、腾讯大粤网等知名组织和企业。



张本富 Benson

VIKA维格数字项目负责人。前汤臣倍健电商事业部技术总监、星润集团电商事业部技术总监、联合信息项目总监、喜茶互联网事业部PMO。曾带领团队落地多个大型项目，涉及美容、专家咨询、酒店、物联网、社区养老等多个行业的互联网产品研发与项目管理。



袁国安 Ken

VIKA维格数字管理负责人。前青莲科技钉钉事业部总监，知名管理信息化咨询顾问，曾服务客户包括汇美集团（茵蔓母公司）、奥马电器（深圳上市）、速品（千人规模连锁服装企业）、喜茶（新茶饮企业）、联盛（营收数亿）等知名企业。

1.5 服务案例（节选）

帮助多家企业实现数字化转型





2 茶颜悦色-数字化转型初步调研

根据企业现状输出数字化转型方案

2.1 企业现状

数字化转型初步调研

2019年7月7日-9日，团队在茶颜悦色进行了三天初步调研，了解到公司目前主要是在二级城市进行布局，门店将持续以直营为主，当前更多的诉求在于管理信息化，搭建公司的「基建」为主。

企业数字化本质是由三部分组成的：数字管理、数字营销、数字引擎。根据不同的企业规模和阶段，作出不同的数字化着重点。

现阶段，茶颜悦色200家门店密集分布在湖南省长沙市，在当地茶饮行业拥有领导地位，基本面非常的好。该战略下，品牌声量处于高位，同时将管理成本非常有效率地控制。

下一阶段，公司必然有大规模发展的需要，这过程自然需要夯实管理基础，同时开始规划线上品牌运营。因此，执行「数字管理」是当务之急，同时「数字营销」也应提上日程。


以IT、技术为主的科技数字化体系，本质都是一种工具。工具的本质人类的延伸，公司的数字化工具本质则是公司经营的延伸。

对于直营连锁门店来说，随着经营规模的增长，管理、营销逐渐难以通过堆砌人力来维系，这时候就需要引入「数字工具」，来延伸和扩大经营管理的范围，管理成本、营销成本，将会大大降低。原本1个人能管10个人，通过工具则能管100个人，原本1个人去销售1个人，通过工具则能通过1个人去销售1000个人。

根据茶颜悦色目前发展阶段，我们建议从下面几个部分入手，分阶段进行数字化转型：

- 组织架构创新
- 企业管理数字化
- 建立大数据引擎
- 会员数字营销体系





3 数字化转型规划方案

方案落地及详细执行计划

数字化转型规划方案

3.1 组织架构创新

数字化转型最为核心的一点——就是先从组织架构开始创新。往往把数字化的工作和责任丢给IT部门，而忽略「组织的人性面」，平级部门推进事情会受到权力的制约。

3.1 组织架构创新

通过建立项目管理委员会（PMO）、管理信息化委员会（MIO），保证数字化转型有效落地

PMO

用于整合各部门资源，统一协调项目的推进。比如，会员系统的落地，就牵扯到IT、市场、财务、营运等等多个部门的事情，单纯依靠IT去推进是异常艰辛，因为各部门听命的是老板，而非IT或某部门，某部门的意见容易被忽略。

该虚拟组织建议CEO直接挂帅，并委派一名项目助理进行日常执行管理，定期进行会议统筹。

用于确保系统的正确落地使用。比如，ERP或会员系统项目落地后，业务方经常嫌弃或不使用，然后把责任归咎于IT系统不行。很多时候是员工处在舒适圈，不愿意去学习新的数字化系统导致的。管理信息化委员，将各个系统进行具体的「量化」，如ERP的收货率达到99%、OA的使用率达到90%等等。该虚拟组织建议CEO直接挂帅，并委派一名项目助理进行日常梳理，制定好KPI，定期进行会议回顾。

MIO

数字化转型规划方案

3.2 建立数字化管理体系

组织架构在线化，考勤审批移动化，人事智能化，全方位提高企业的日常工作效率。数字化管理沉淀起来的企业数据，可供企业分析，然后调整，打造管理的闭环。

3.2 建立数字化管理体系

ERP及资产管理

系统	功能	意义	建议厂商	价格范围
企业资源计划 ERP	采购管理	采购合同管理、采购库存管理、 发票应付款管理、采购分析	SAP S/4 HANA（轻量SaaS模式） 以轻量级云SaaS方案，快速落地，并满足未来十年的发展规划。	100w~300w
	订单管理	订单和合同管理、订单库存管理、 应收款管理		
	财务管理	管理会计报表、销售明细账		
	门店运营管理	门店进销存操作系统		
资产管理	资产管理	资产分配、资产转移、资产丢失、 资产报废、资产评价、资产盘点	VIKA维格	21~24w
	我的资产	资产转移、资产丢失、资产报废、 资产维修、资产盘点		10~20w

3.2 建立数字化管理体系

SRM及巡店系统

系统	功能	意义	建议厂商	价格范围
供应商管理 SRM	品牌植入管理	供应商填表申请，审批，筛选后，植入到备选库	VIKA维格	10~20w
	产品优选管理	品牌植入之后，可以创建产品，并且将特点进行记录，系统每天更新排序。例如龙眼6月份当造，就会自动置顶		
巡店系统	检查表格管理	后台对门店标准化管理表格进行管理	字符科技	2000元/店年 200店约40w一年
	巡店检查	督导到店签到检查，上传图片视频等		
	门店整改	门店对问题进行整改上传		
	在线考试	扫码在线考试，自动评分		
	调查问卷	扫码问卷		

3.2 建立数字化管理体系

巡店系统

系统	功能	意义	建议厂商	价格范围
巡店系统	检查表格管理	后台对门店标准化管理表格进行管理	字符科技	2000元/店年 200店约40w一年
	巡店检查	督导到店签到检查，上传图片视频等		
	门店整改	门店对问题进行整改上传		
	在线考试	扫码在线考试，自动评分		
	调查问卷	扫码问卷		
	奖赔罚单	检查中可关联罚单，对应门店责任人	字符科技	2000元/店年 200店约40w一年
	统计分析	门店排名，问题分析，整改分析等		
	通知 / 好事例 / 门店共享	门店通知，督导通知；好事例分享；文件共享		
	视频巡店	手机查看门店摄像头远程视频巡店		
	审批流程	开店流程 门店申请等等		
	绩效管理	督导任务管理，绩效分析		

3.2 建立数字化管理体系

培训系统

系统	功能	意义	建议厂商	价格范围
培训系统	职位管理	对企业内晋升职位路线的管理，每个职位指定考试考核标准	字符科技	根据员工数量约90元/人年
	员工信息	门店员工管理，可对接钉钉，支持excel导入		
	培训资料	不同职位关联培训资料的管理，包括PDF，PPT，视频等		
	考试考核	在线考试自动评分，上级现场考核打分		
	统计分析	对学习进度，登录时长，考试结果等统计		

3.2 建立数字化管理体系

业务流程管理、市场活动管理及任务督办

系统	功能	意义	建议厂商	价格范围
业务流程管理	开店流程管理	商圈管理、系统自动分析	VIKA维格	根据实地计划调研 按3000元/人天 预估在50~100天
	移店/撤店流程管理	根据营业额，系统自动预警。		
	施工进度管理	门店工程进度等		
市场活动管理	品牌合作流程	关于第三方品牌合作，从沟通、发起、方案、落地的全过程管控		根据实地计划调研 按3000元/人天 预估在20~30天
	门店活动流程	如门店活动进行下派、通知、管理，全流程进行数字化监控，并记录活动的效果和历史备忘。		
任务督办	任务派发	任务自动派发到各门店通知		预估20~30天
	任务跟进	跟进提醒		

3.2 建立数字化管理体系

办公自动化、智能OA

系统	功能	意义	建议厂商	价格范围
办公自动化 智能OA	组织架构电子化	组织架构在线化，能让员工互相了解企业内部职位、通讯方式、管理层级	产品采用阿里钉钉，并由VIKA数字管理顾问实施	教育咨询、落地执行 内部培训、管理理念 25w~30w
	企业同步盘	企业内部文件管理制度，确保权限分管与数据安全		
	日常事务审批	包括加班、请假、汇报、出差、物品领用、招聘等日常审		
	企业钱包	飞机、火车、酒店、打车、外卖、礼品、员工福利等差旅和商务场景电子化，员工报销更简单，企业轻松管理员工差旅		
	合同审批	包括电子合同签章，法务审核等严谨性合同管理场景		
	智能人事	排班、员工管理、薪酬管理、入转调离等所有的人事事务电子化		
	电子入职	扫二维码就可以办理所有的入职流程，并且可以进行初步培训考试、考核制度		
	其它纸质化场景	更多纸质化管理的场景，都可以进行无纸化办公.....		

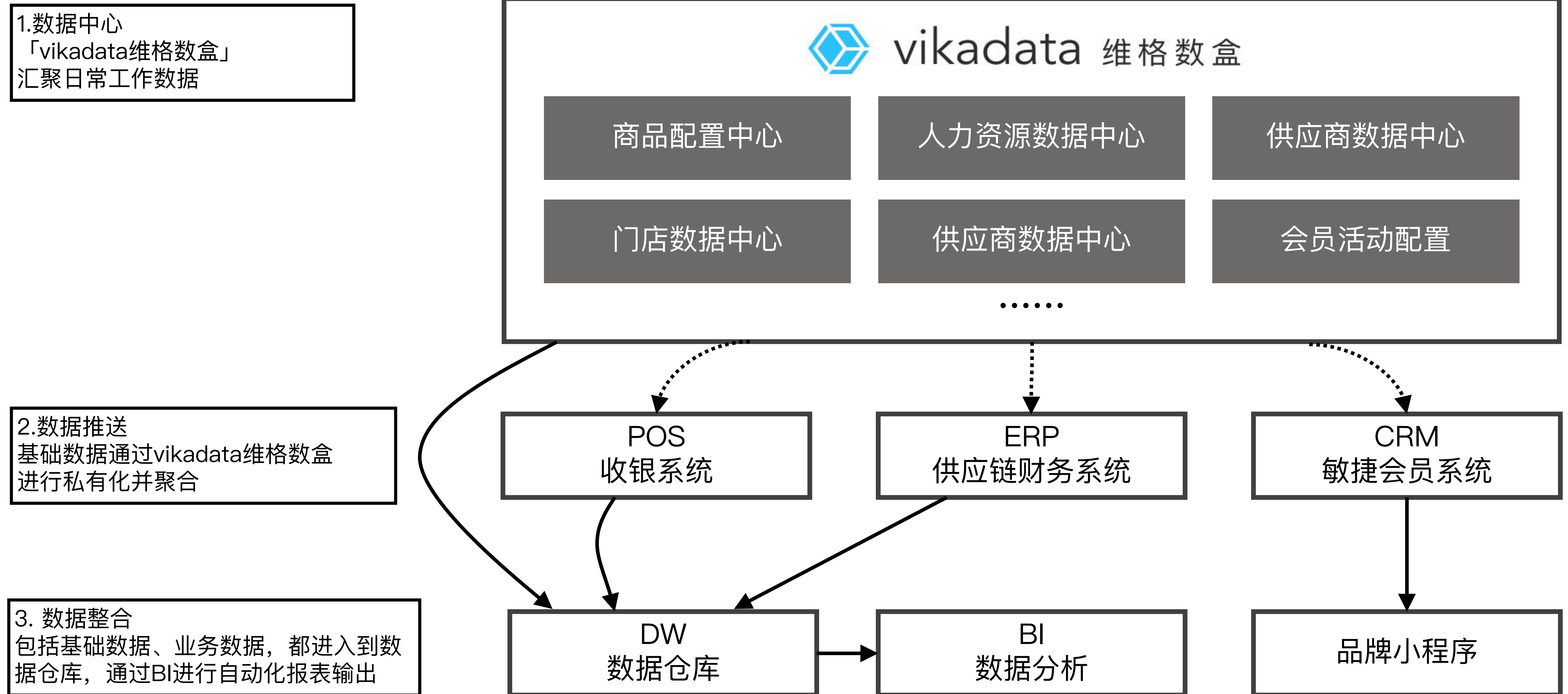
数字化转型规划方案

3.3 数据中台定制化

数字化管理的本质是提效降本，而在数字化管理的过程中，产生的数据将成为企业重要的资产，可供分析、可供决策。而数据中台，将成为数字资产的核心载体和门户。

3.3.1 VIKADATA维格数盒

数字引擎



3.3.2 大数据平台、大数据中台及大数据分析

数字引擎

系统	功能	意义	建议厂商	价格范围
大数据平台	商品信息管理	建立企业私域数据池 保证数据资产	vikadata 维格数盒	8~30w
	员工信息管理			
	门店信息管理			
	客户投诉管理			
	数据湖			
	数据仓库			
大数据中台	营销中台	企业大中台	Wakedata 惟客数据	
	业务中台			
	管理中台			
大数据分析	自动化报表	将大数据用起来	BDP	根据报表 8~20w
	自动化数据大屏			
	智能决策体系			

3.3 优势对比

	维格智数-数字化全案	市面上的数字化产品
产品	连接一切开放的工具和系统，如OA、ERP、CRM等等。	落后技术的OA软件，数据孤岛难以打通
体验	手机端极佳体验	电脑端操作体验
通知	手机端极佳的员工通知	通知体系缺失
范围	自上而下的全局数字化转型视野，涵盖营销、管理、大数据	单一系统，只能满足部分功能
经验	经历过茶饮企业全案数字化，深度了解行业业务和弯路	只关注系统厂商自己利益，而不考虑企业顶层管理设计
价格	一切以解决业务痛点为导向，而非虚无的咨询报告、单点的系统	光单个系统实施就超过数十上百万，且运维费用高昂，还需要持续的迭代投入

3.4 价格对比

系统	建议实施方	价格范围	对比
ERP	SAP S/4 HANA	100w~300w（预热500家店+）	50w~100w的ERP，随着企业发展，后续会更换
智能OA	VIKA维格	10w~200w	灵活伸缩性，随着企业发展进行调整，不被厂商绑架
巡店系统	vika维格+字符科技	2000元/店年，200店约40w/年	经历过头部茶饮企业落地经验和运营方法论，避免踩坑
培训系统	vika维格+字符科技		

3.5 合作流程



01 规划

- 1.确定本「规划方案」可行。
- 2.开始签订「框架合同」，根据工作量进行伸缩。
- 3.进入下一阶段驻点调研。



02 调研&设计

- 1.派驻核心成员，驻点企业。
- 2.深度参与业务部门的日常，并作出咨询服务。
- 3.根据调研结果，出具详细的《数字化转型建议书》。



03 实施

- 1.根据《数字化转型建议书》制定「实施计划」，然后落地实施。
- 2.实施过程中，双方根据情况持续调整「实施计划」。
- 3.持续教育咨询，落地培训。
- 4.交付和反馈调整。

附录

数字化核心认知

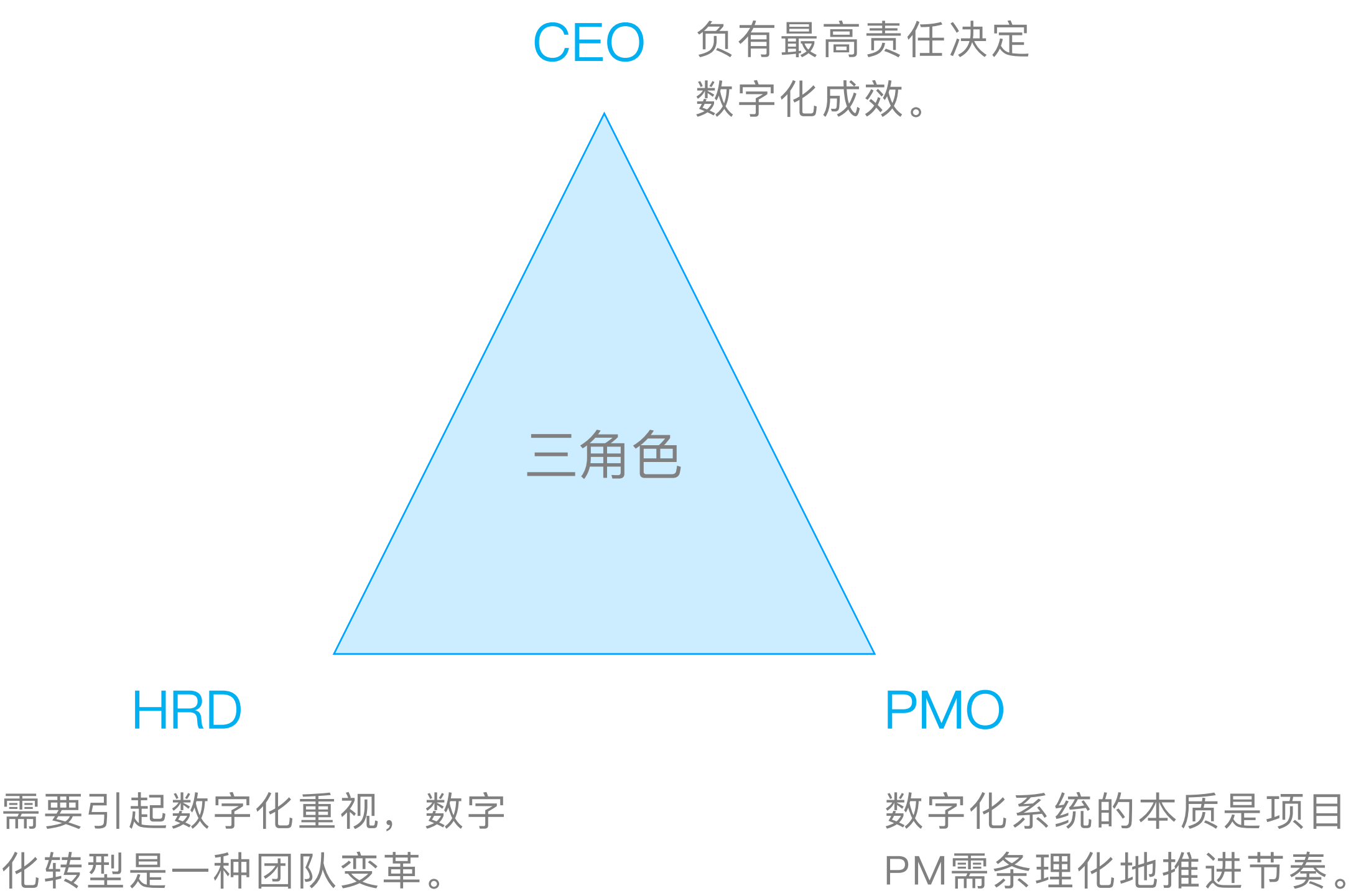
三角色、三价值、三支柱



附：数字化核心认知 – 三角色

数字化负责的不止是CIO

谁该为数字化负责



在数字化过程中，他们的分工：

- CEO**
数字化转型是一把手工程，数字化工具，是对每一个部门的工作习惯的变革，IT建立了工具，但由于组织权力制约，无法在业务部门进行很好的实施，这是CEO的责任；
- HRD**
数字化转型既然是对不同工作岗位的工作习惯变革，自然也对所负责工作岗位的人的能力有变革的要求，是对组织能力的挑战，人力资源应对数字化转型中员工的提升负有重要责任；
- PMO**
通常就是IT人员，他们需要有强悍的项目管理能力，有条斯里地确保IT工具的落地。数字化转型它不像市场买菜，想买就买，它是一个循序渐进的过程，这需要项目管理理论和实践进行配合；

附：数字化核心认知 – 三价值

数字化负责的不止是CIO

• 商业组织数字化，离不开商业的本质

资产

通过数字化创新，我们落地具体的数字化技术，转化原有的业务体系，打造数字资产。

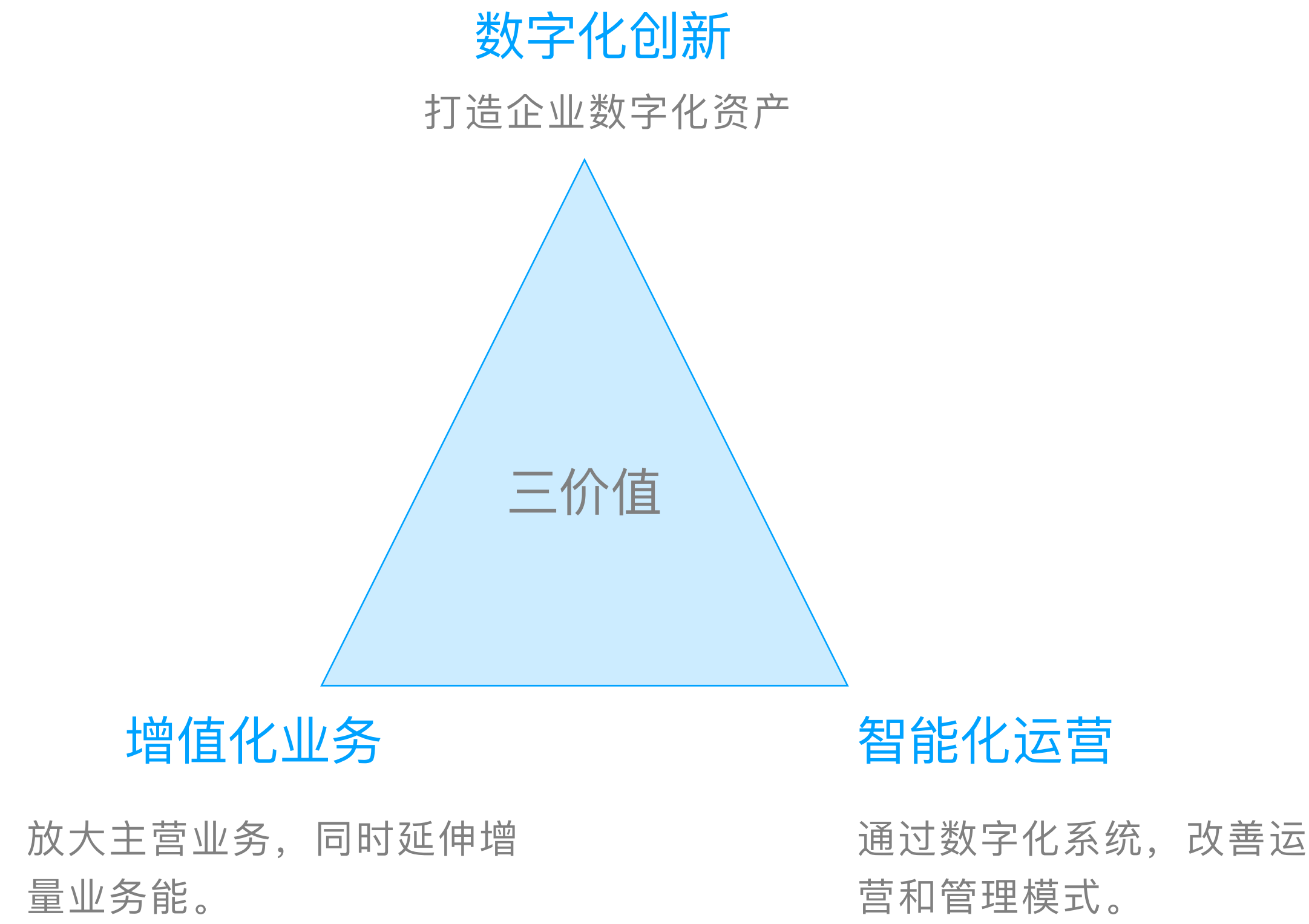
降低成本

通过智能化运营，用好手中的“数字化武器”，更好地管理原来的工作，有效地降低成本。

提高效率

更高的工作效率，通过增值化业务，利用互联网的规模化效应，去无限级去扩大业务范围，赚更多的钱。

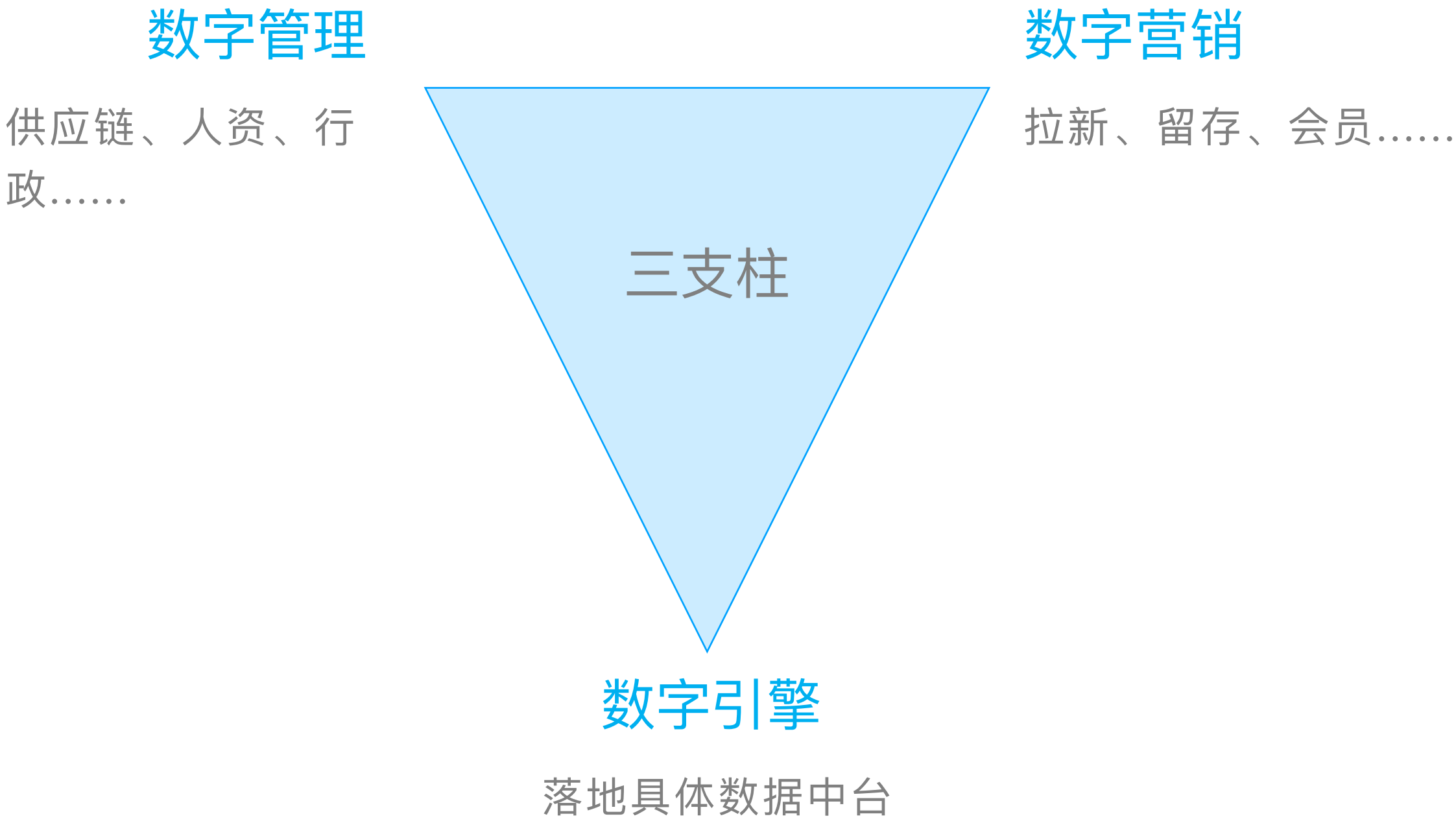
• 数字化的价值所在



附：数字化核心认知 – 三支柱

数字化负责的不止是CIO

- 企业数字化转型的三大领域

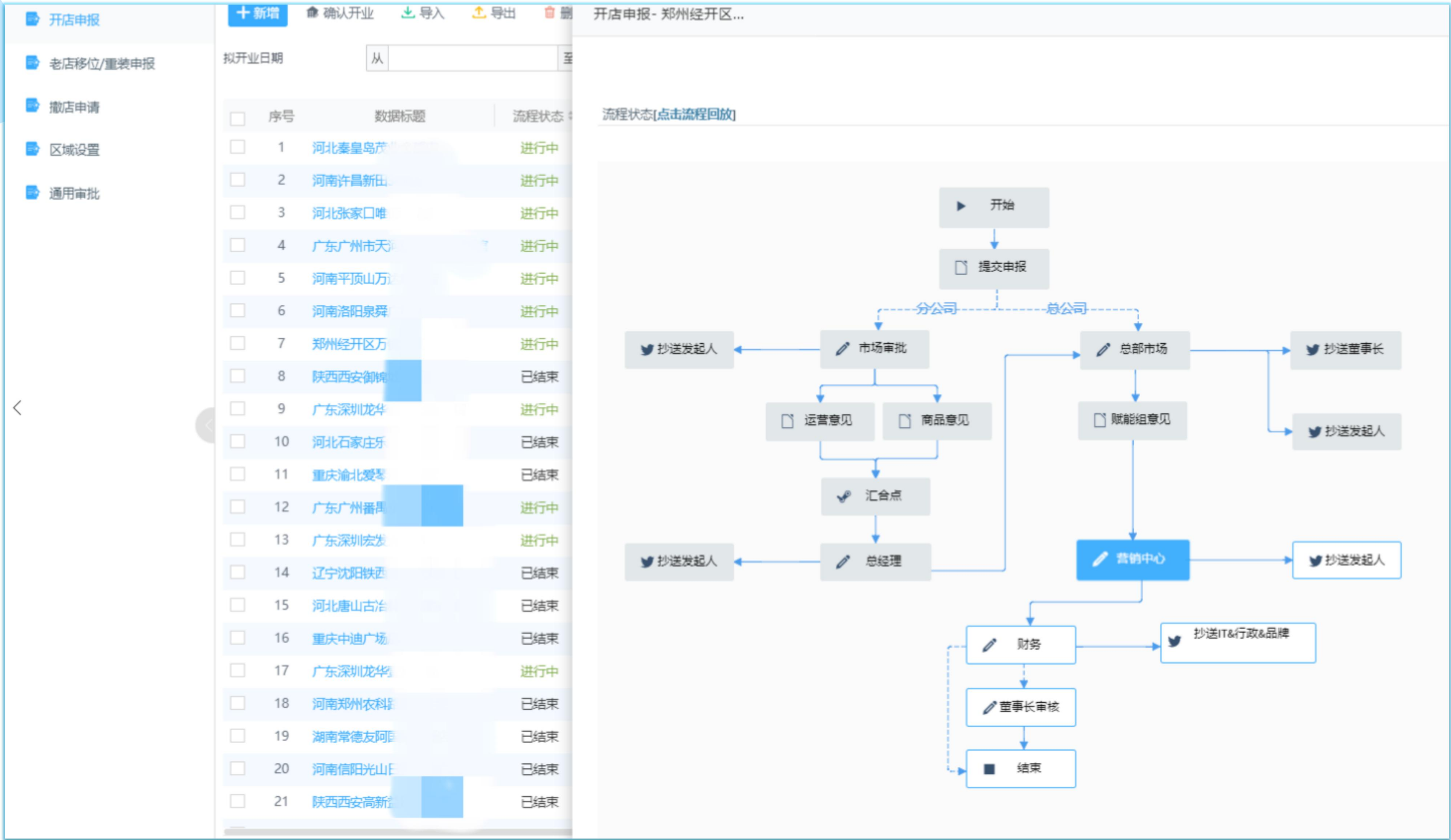


- 发展的不同阶段，侧重点会不同：

我们通过洞悉自身的组织需要，选择发力的领域，再配合具体的工具，再该领域下进行变革。

比如，随着门店的规模发展，多门店管理存在压力，这时候就需要落地数字管理类系统（如OA、ERP等等）；

比如，随着品牌声量的放大和消费者规模的增长，这时候就需要落地数字营销类（如社群工具、会员系统等等）。

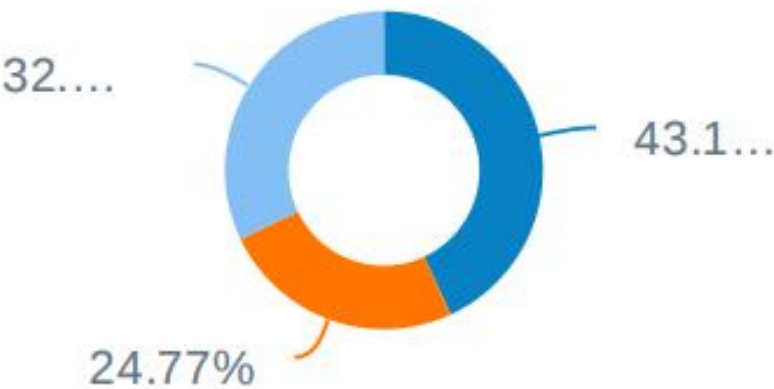


ABC零售集团会员总体罗盘

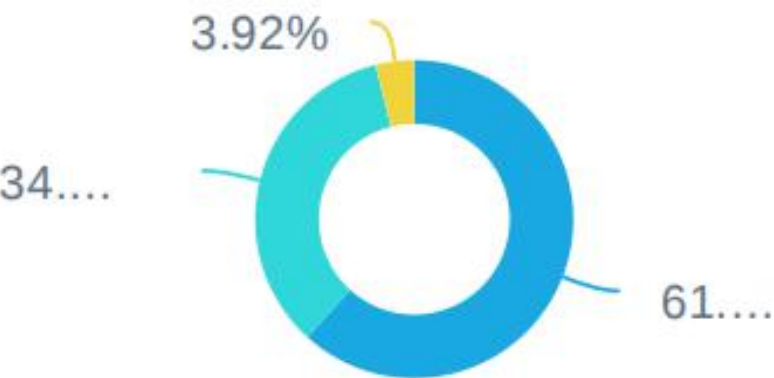
数据更新：2019-08-07

会员总数	平均消费次数	会员平均消费金额	会员平均单次消费...	平均单客毛利	二次复购率
983,802	3.2	2113	51.5	213.45	26.70%

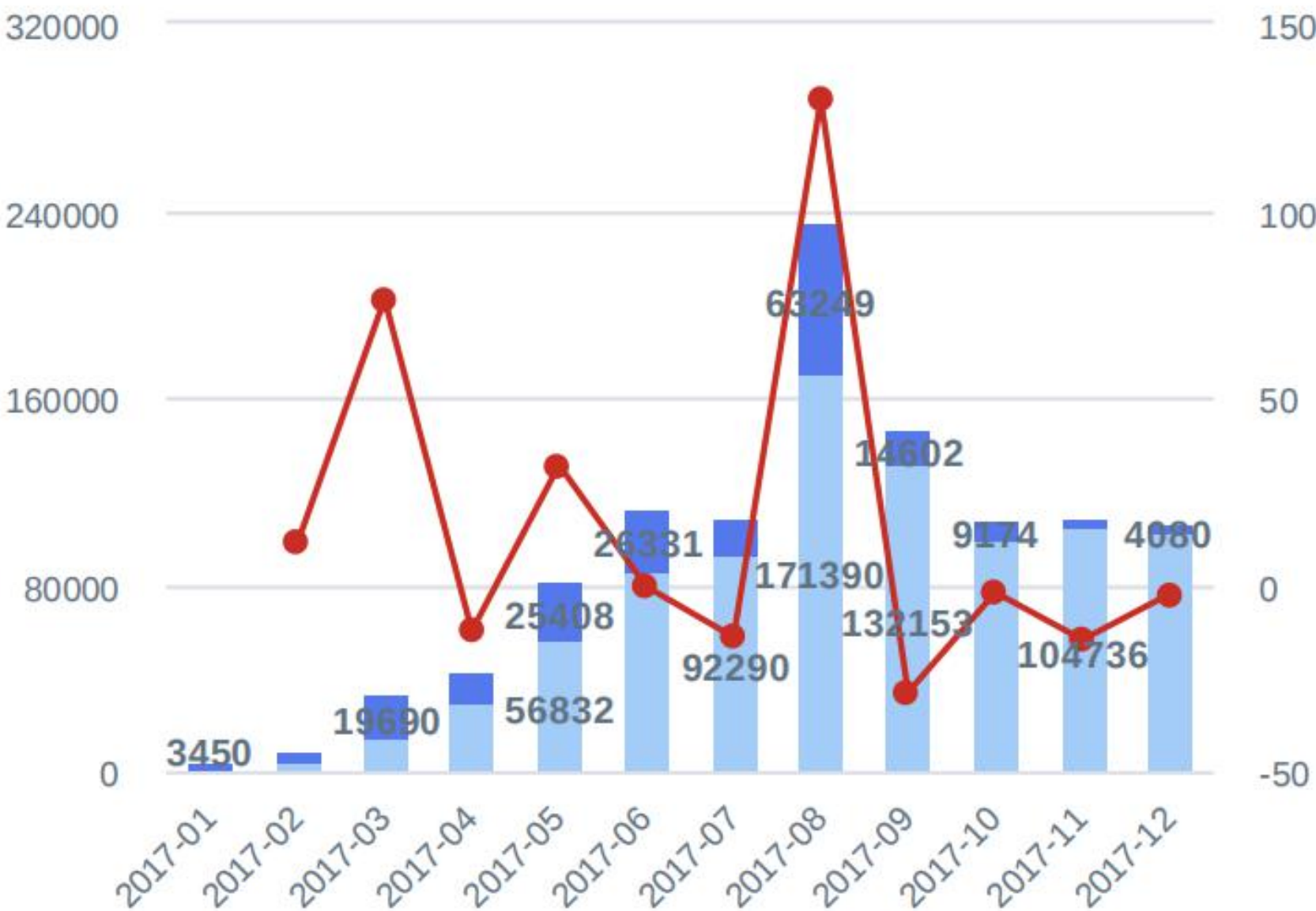
会员生命周期分布



活跃会员稳定性评估



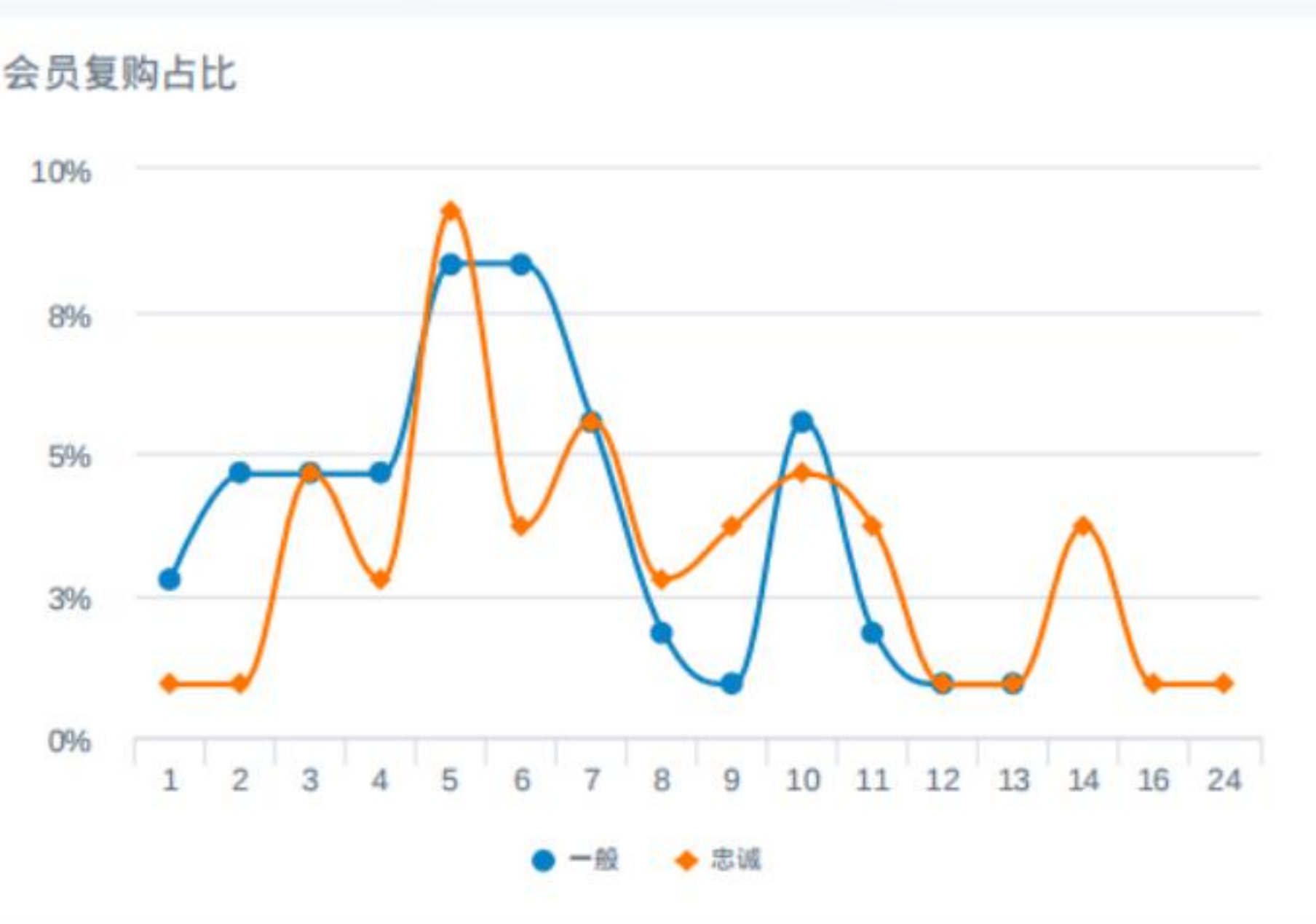
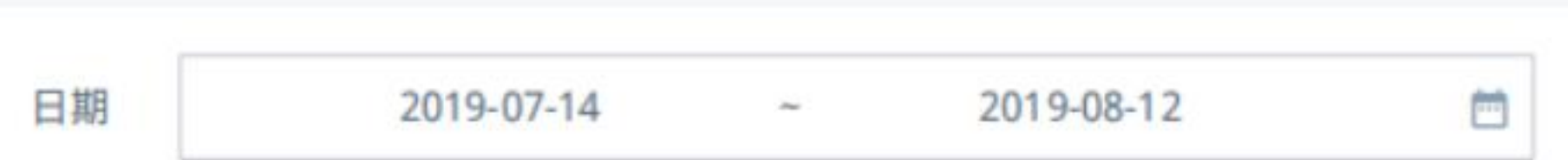
会员招募与会员保留情况



新增与流失



会员复购



数字营销案例

用户分析

门店名称：文一西路店
门店编号：1352

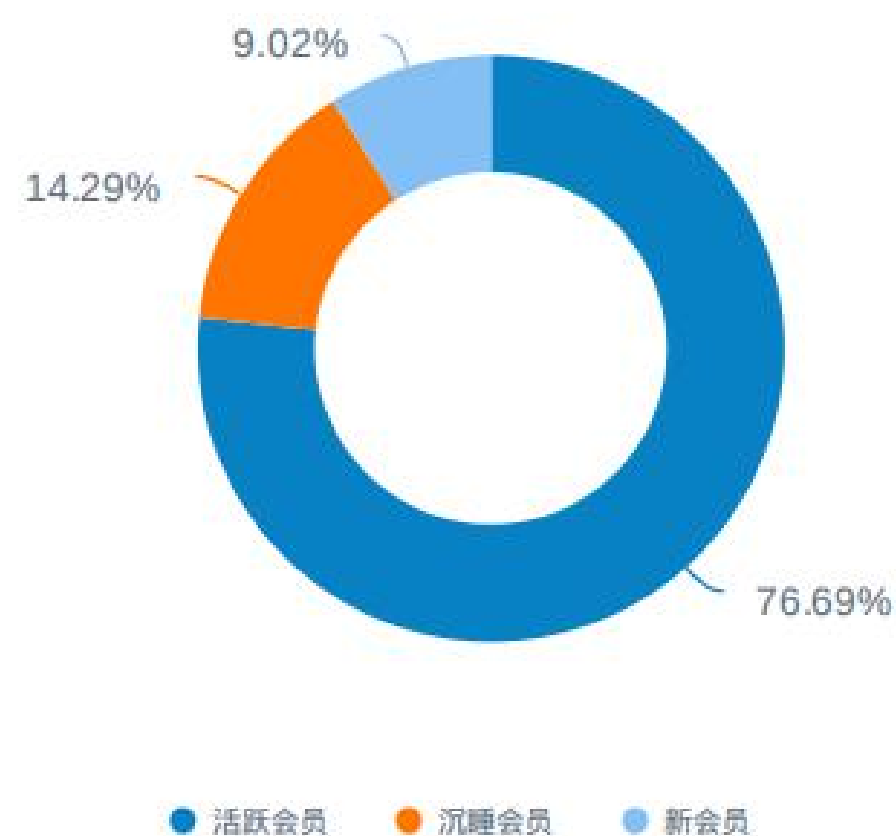
会员消费频率

请选择

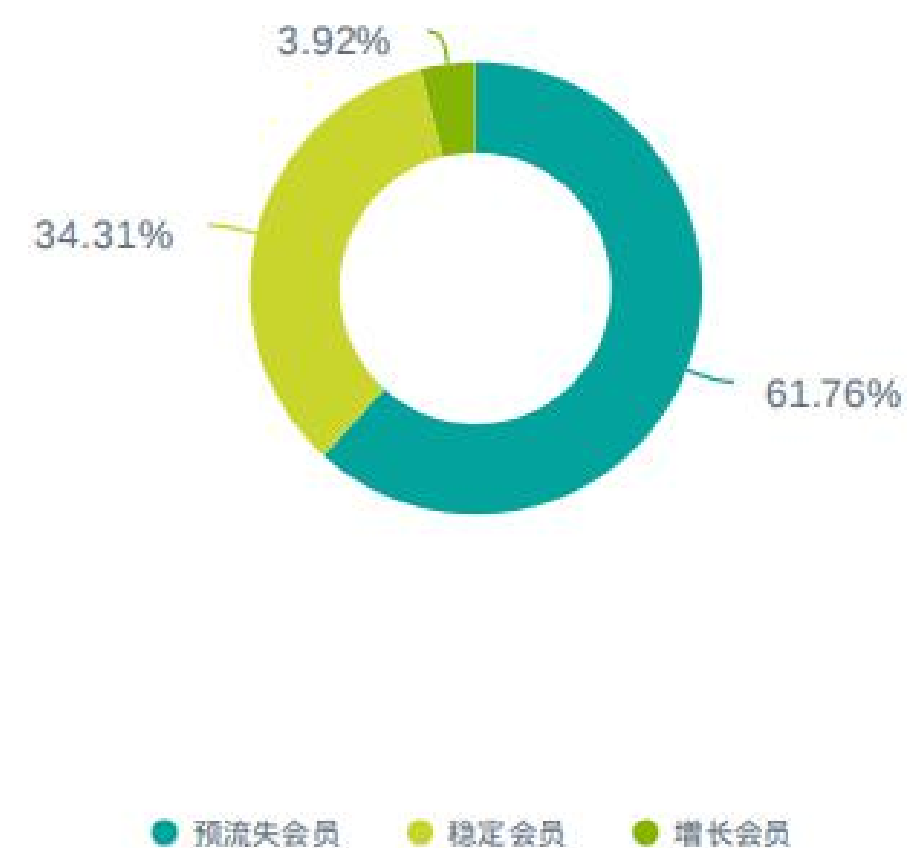
会员生命周期阶段分布

2505

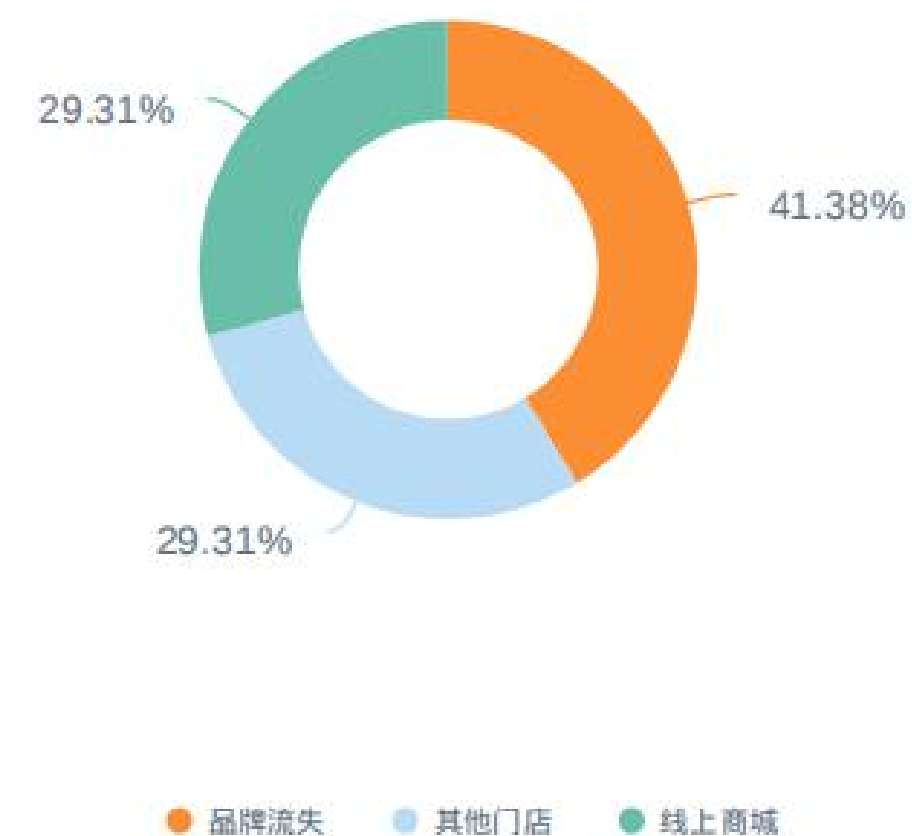
会员总人数



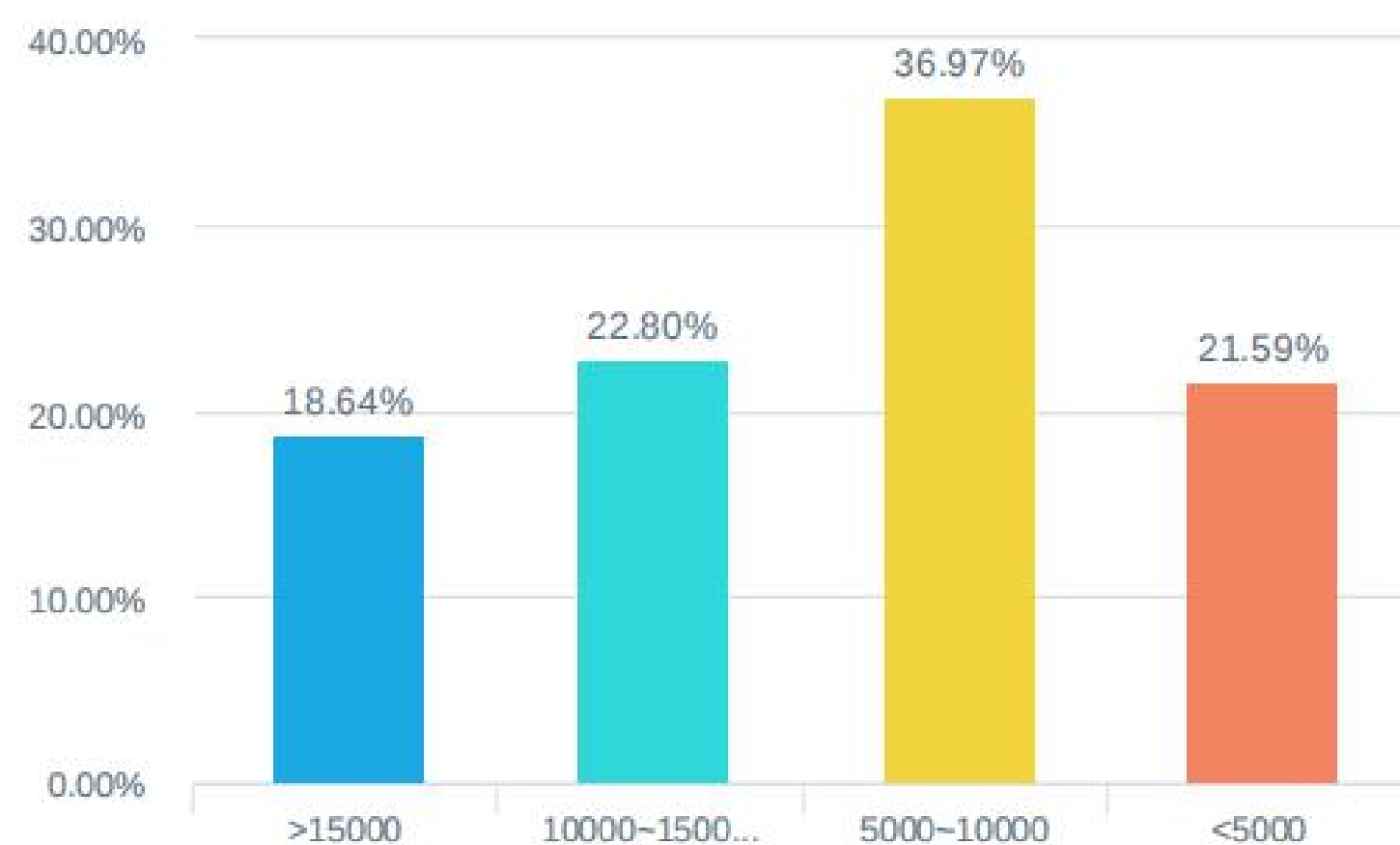
活跃用户行为分析



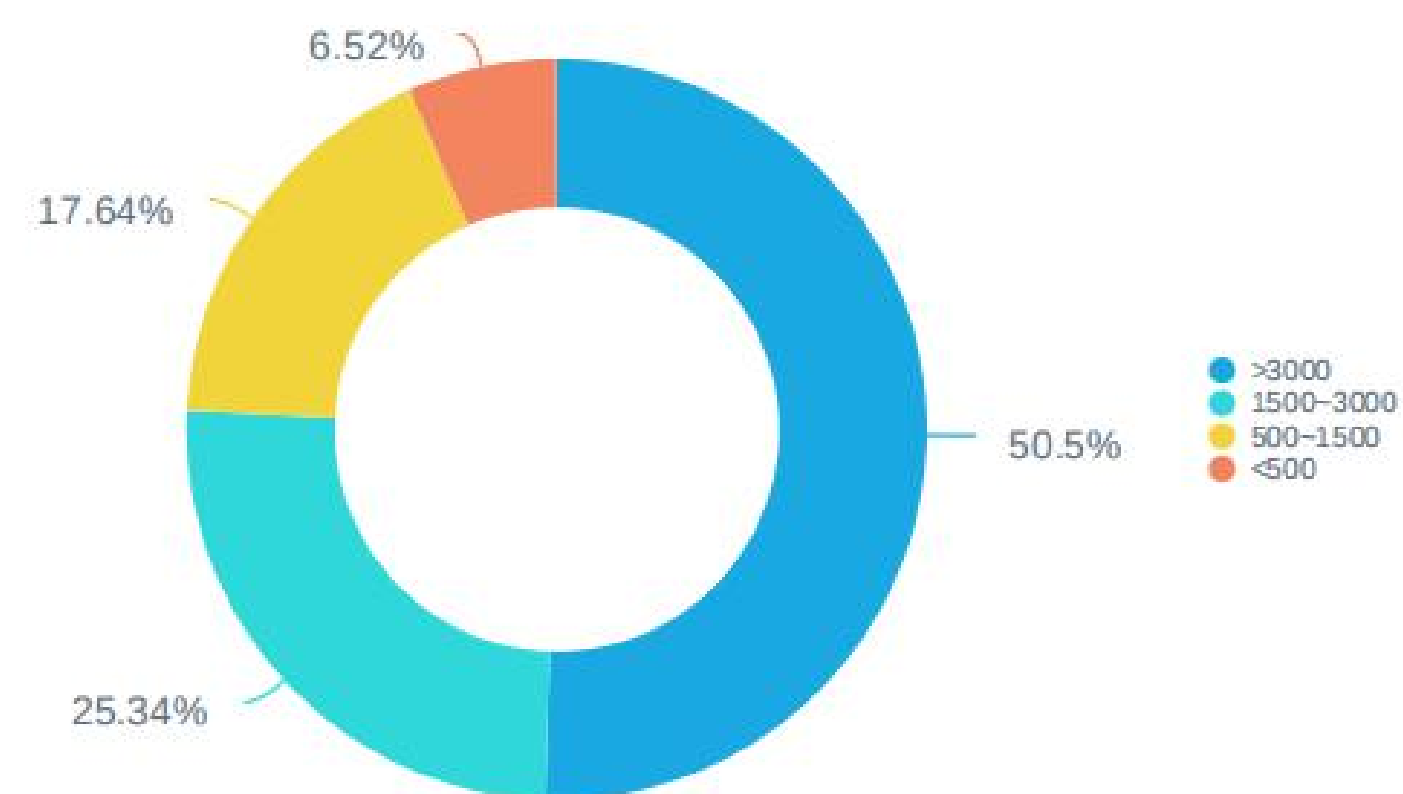
预流失会员分流去向



会员总消费区间分析



会员平均订单价格区间分析





vikadata
维格智数

我们的愿景：用数字工具推动人类进步

我们希望在云计算、大数据、区块链时代，创造和应用极致体验的数字化工具，以全新的方式去改善人们的生活与工作，推动人类社会的进步。

我们的使命：致力驱动数字化中国

“数字化中国”是中国未来发展的新趋势、新动能，帮助无数中国企业和组织数字化转型，实现14亿人的数字中国梦，是我们这一代人肩上的使命。

我们希望通过自己的经验输出，提供数字化咨询解决方案和轻量级大数据平台产品，以最专业和客观的态度，让中国企业数字化转型少走弯路、少交学费，不被技术厂商绑架，驱动数字化中国。