**环渤海会议纪要(20100119)**

注：如下内容大部分涉及的是业务和管理，具体哪些是和市场管理系统直接关联待商定！

**我们制作软件产品的目标及目的：**

通过对本软件的应用，希望能使环渤海的管理提升到一个新的高度；

同时，通过提供软件服务平台,例如：租赁、运营、物业等，进行盈利；

**关于招商管理：**

商户预登记要详细管理。

选商（现场考核：其他地区卖场、厂房）目的有二：考量产品质量、确认经销级别

（李俊做的很好，此模块可对其管理方式进行参考）

招商条件，比如查看商户是否有网上销售经验（市场选适合的商户，也要顺应时代发展趋势）在软件中添加可添加项。

诚意金的定义和用法：进市场、进区域、进具体某个店铺，诚意金分为不同的级别。（从而评估店铺区域紧俏程度，如何评估待定：根据XX情况，侧面反映本展位的需求程度）

诚意金半年后会退给商家；如果商家退出，诚意金则不退。（有机会向金总请教，如何操作，操作到什么程度）

评测公式；5要素及权重比例（预设考量字段，考量哪些字段？）

招商策略、方法：出现空展位，不要急着降价，可以对品类作出调整。

空租率有意控制在10%内，是为次年引商做准备。

好饰家注重：个性化和服务 环渤海注重：品牌

**合同模块管理：**

只要条款不做变更，续签合同即可。

涉及到流程问题

先签合同，然后根据付款条件进行缴费。（交款方式待定）

**统一收银管理：**

统一收银的好处（可规避的风险）：假票、送款、银台存款等不安全因素

统一收银，如与商品标价不一，按照实际产生金额收费；管理到大件的商品（小件物品按统称记录）。

**关于售后管理：**

\*投诉类型：产品类投诉、服务类投诉 ------此模块管理比较复杂，数据要能分析，分析后要可进行具体分析。

\*投诉分为主动（接待）投诉及被动投诉（客户回访、电话录音），投诉后进行二次回访。---为商户提供此服务，同时也是为本市场对商户评价提供数据基础。

\*投诉人与被投诉人要分开处理。

\*必须要进行售后回访，包扩：送货、安装

**会员管理：**

市场：消费品市场、生产资料市场（为了生产而生产的，需要二次加工，面对的不是最终消费者）

\*会员管理销售情况、销售产品、地址等—捆绑消费----此模块可对购物链进行分析。如何利用会员信息？

\*顾客管理-？

\*促销和营销的管理，调查客户的满意率、忠诚率、回头率。

\*VIP是对于大客户的管理。

**从哪些方面来评价商户：**

评价体系不仅要做综合的还要做分类的。

\*收银数字、售后数字、订单数字-----评价商户综合能力\经济活动的成果如何？

\*要对商户卖掉什么、品牌、总量等信息做掌控，分析此信息，预示目前及今后的消费倾向，进行消费预测。

\*商家需要向市场提供销售单据，如果通过投诉发现商家有未提供的销售单据，则对商户进行违约处理（处理力度待定）

\*商户评价（评价模型） n要素：被投诉（或被曝光）、违约、营业人员行为规范、虚假标签管理（后台可设定）要控制哪些点？

\*新上架产品需要经过市场管理登记，如被查出，按违约处理。（现场管理）

\*标签（品名、价格）需进行打印申请，由市场统一打印。详细分类标签。

\*目前，好饰家市场管理部门对发票和标价签统一打印。

\*商户评价提供数据基础。

\*主要考察服务内容！！

**待思考问题：**

大市场联盟是否可以品牌共享?（网站或者其他形式）

如何更好的利用会员信息？

~~物业预算管理是否要做？ （属于内部管理）~~

如何找到符合自己定位的商家（招商管理）?

招商管理如何解决公平公开公正招商问题？

**金总提出的要求：**

用运营语言写技术说明书。

资源管理为动态管理方式。

周四进行再次讨论。