# 新零售门店调研

## 一、天禧派门店收银方式调研

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 区域 | 门店位置 | 收银形式 | 自收银占比 | 物业收银政策 |
| 临平 | 物业店 | 自收银+物业收银 | 主要为自收银，市场活动时走物业收银 | 给客户优惠，但不会给门店额外曝光 |
| 萧山 | 物业店 | 自收银+物业收银 | 主要为自收银，市场活动时走物业收银 | 给客户优惠，同时给到小区广告资源 |
| 富阳 | 物业店 | 自收银 基本不参与商场活动 | | |
| 临安市区 | 宝龙商场店 | 自收银  所在商场不统一收银 | | |
| 西湖 | 待优化，不做考虑 | | | |

## 二、竞品门店调研

### 1、林氏调研：

**1）下单环节（门店ipad操作）：**

1. 用户进店，导购ipad进入“门店pos”——新建客户信息——激活客户，后续操作关联该用户（同期只能激活一个客户，下一个客户激活，上一个客户自动关闭）【附图1】
2. 进入“商品”页——选择商品，可选择“所有商品”、“摆场商品”、“套餐搭配”【附图2】
3. 选好商品，进入“购物车”——购物车下单，填写“收货号码”、“收货人”、“收货小区”、“详细地址”，（必填）“订单备注”（一般备注实付金额，礼品啥的，订单金额不支持更改）【附图3】
4. 订单详情页面：重新核对——信息确认——订单须知——导购签名、客户签名——生成商品清单（电子合同）——打印订单【附图4】
5. 门店pos系统支持更改门店地址，切换导购账号【附图5】

Ps：订单会同步到林氏pc端，进行后续发货、物流等跟进；不与付款流程完全打通；客资不与钉钉客资打通

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **附图1** | **“接待”页面** |  |
| **附图2** | **“商品”页面** | 摆场商品  套餐搭配 |
| **附图3** | **下单页面** |  |
| **附图4** | **订单详情页面及电子合同签署流程** | 订单须知  商品清单（电子合同） |
| **附件5** | **其他页面** | 切换门店 |
| 导购个人页 |

**2）付款环节（门店ipad+客户淘宝操作）：**

1、订单详情页（可以通过“我的”-“客户订单”找到历史客户订单）——发起付款——生成淘宝门店定金二维码【附图1.生成淘宝门店定金二维码流程】

2、客户淘宝：淘宝扫描门店ipad上的淘宝二维码——进入淘宝商品信息流——选择林氏木业商品（目前主推硅胶皮懒人单椅）——商品详情页——加入购物车——到店购买——选择门店——立即预约——提交订单——付9.9元预约定金。【附图2.客户支付定金流程】

3、客户淘宝：打开待收货订单——林氏木业特权定金——打开“电子凭证”【附图3.打开定金电子凭证流程】

4、导购钉钉（类似翻拍流程）：新零售工作台——工作插件——云pos——扫一扫——扫描客户的预约“电子凭证”——选择林氏主推商品，确认订单——调整“合同金额”，输入客户实付金额（自动抵扣9.9元定金款）——输入一阶段、二阶段付款金额——创建分阶段付款【附图4.导购生成付款订单流程】

5、客户淘宝：“待付款”生成一笔待付款订单——用户完成一阶段付款——订单流转“待发货”（点击订单付款按钮进行二阶段付款）【附图5.用户订单支付流程】

Ps：淘宝后台是一笔付款凭证订单，不对应选购的具体商品订单

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 附图1 | 生成淘宝门店定金二维码流程 | 发起付款 |  |
| 淘宝门店定金二维码 |  |
| 附图2 | 客户支付定金流程 | 淘宝扫描门店ipad上的淘宝二维码 |  |
| 进入淘宝商品信息流——选择林氏木业商品（目前主推硅胶皮懒人单椅） |  |
| 商品详情页——加入购物车 |  |
| 到店购买 |  |
| 选择门店——立即预约 |  |
| 提交订单——付9.9元预约定金 |  |
| 附图3 | 打开定金电子凭证流程 | 打开待收货订单——林氏木业特权定金 |  |
| “电子凭证” |  |
| 附图4 | 导购生成付款订单流程 | 新零售工作台——工作插件——云pos |  |
| 扫一扫——扫描客户的预约“电子凭证” |  |
| 选择林氏主推商品，确认订单 |  |
| 调整“合同金额”，输入实付金额——输入一阶段、二阶段付款金额——创建分阶段付款 |  |

### 2、我在家调研：

**1）门店大屏：**

1. 屏幕尺寸：53cm\*94cm；整体尺寸：60cm\*200cm【附图1】

2、系统：平板电脑，android7.12；存储：111.34GB;内存：1.9GB；广告系统：HKF【附图2】

3、应用场景：节点广告展示、商城展示（商城同步小程序商城，可以下单，但门店基本不在大屏进行直接下单操作）【附图3】

**2）门店收银：**

1. 全网全国实价，支持线上下单，但门店导购会引导直接联系导购人员下单，不要直接自行线上下单。
2. 未见IPAD下单或展示引导

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 附图1 | 屏幕尺寸 |  |
| 附图2 | 系统展示 |  |
| 附图3 | 应用场景 | 广告  商品展示 |

### 3、知嘛家调研

1. 有电子价签码，扫码进入商品详情页
2. 门店有ipad，不做下单，仅做商品展示

## 三、小B模式需求

未进行实店调研，基于需求场景整理需求如下：

1. 商城展示针对整装或设计师特供款商品及市面正常售卖商品
2. 系统需要区别用户身份，C端正常用户，B端分销人员等
3. 若是B端分销人员，支持首页查看商品正价，个人页存在查询商品佣金入口
4. B端人员售卖后（含自己下单，分享他们下单），平台给到佣金分成，待用户收获签收后，可进行佣金提现。
5. 个人页有B端人员申请入口，人工审核通过后，可后台开通权限