

**[微信智能点餐生态系统产品策划（第二版）]**

**产品策划书**

**策划人：李震**

**2017年7月25日**

[智能点餐系统产品策划书（第二版） 1](#_Toc27820)

[一、 背景描述 1](#_Toc1791)

[二、 用户需求（假设） 1](#_Toc15618)

[三、 产品概述 1](#_Toc3640)

[1. 掌上点餐： 1](#_Toc31303)

[2. 营销引流： 1](#_Toc10934)

[3. 预点餐： 2](#_Toc16515)

[4. 预定桌： 2](#_Toc15100)

[5. 自主外卖： 2](#_Toc17506)

[四、 产品目标 2](#_Toc30834)

[五、 市场调研（服务对象确定） 3](#_Toc31592)

[1. 酒店 3](#_Toc9539)

[2. 快餐厅 3](#_Toc7914)

[3. 特色餐厅 3](#_Toc24059)

[4. 中型餐厅 3](#_Toc10150)

[六、 服务对象分析（成本收益分析） 3](#_Toc21820)

[1. 酒店 3](#_Toc3880)

[2. 快餐厅 3](#_Toc12809)

[3. 特色餐厅 4](#_Toc19817)

[4. 中型餐厅 4](#_Toc19828)

[七、 营收方式（公司的成本、风险和收益） 4](#_Toc31811)

[1. 运营投入 4](#_Toc12979)

[2. 风险分析 5](#_Toc6069)

[3. 收益方式 5](#_Toc7403)

[八、 运营策略及市场推广 5](#_Toc18695)

[九、 市场前景（3中渠道分析 自然 截断 创新） 6](#_Toc18474)

[十、 后期规划 6](#_Toc23629)

# 产品策划书（第二版）

## 背景描述

目前太原地区的餐厅大多是传统点餐，叫号取餐，或者是桌台点餐器。后两者相对于前者做了创新，但是仅仅减少了部分服务人员，给顾客带来少许方便的同时，也给顾客增加了学习成本，综上所述目前市场上的点餐系统优势体现在餐厅管理方面，并未解决根本问题。

## 用户需求（假设）

为B端和C端客户提供一整套及掌上点餐、掌上订餐、微信营销、于一体的智能餐厅生态系统。

旨在提高餐厅的服务质量，员工素质，为餐厅的运营提供切实的帮助，并且便利顾客点餐、订餐、以及参加优惠活动。

## 产品概述

本产品是基于手机端，在微信平台开发的一款及点餐、订餐、营销、外面于一体的餐厅一站式解决方案。

主要模块包括：

### 掌上点餐：

顾客使用微信扫描桌子下方的二维码进入点餐系统，根据需要选择需要的菜品，加入购物车，点餐完成，提交开始确认订单（此功能中用户可以选择是否使用优惠券，是否开发票，选择取餐或者送餐，选择人数等），之后生成预订单，选择支付方式（支持现金，微信 注：支付宝不支持微信平台支付），之后生成订单，同时前台自动出票，后厨自动出票（如果用户选择现金方式支付，前台出票后将订单交给用户，用户支付现金），同时作为老板可以实时远程移动监控餐厅运营，无需到店就可全面了解店铺运营情况。

### 营销引流：

进店点餐客户必须关注公众号，之后再公众号上发一些活动消息，或者发一下优惠券、会员卡（优惠券会员卡直接进入微信卡包），开可以自己开发一些活动页面，做一些线上活动。除此之外，也可以通过推广免单、找人请客之类的活动，用在食客的朋友圈进行餐厅推广。（同比单单推广关注微信号来说，我们有用户行为信息作为优势点，推广精准度大大提高）

### 预点餐：

用户可以不再餐厅的情况下进行点餐，之前流程与掌上点餐相同，在生成预订单之后，用户需要选择到达时间、是否预定桌位（及带走还是在这吃）

**PS：**如果已经预定桌台，客户在预定时间未到达可以保留一段时间（餐厅设定），超过保留时间系统自动退单（在预定时间到达时短信体现+微信消息提醒，如遇特殊情况可以选择延时，但再次超过延时会收取一定的违约费，用户必须统一才可提交延时申请），但保留用户优先排号。

### 预定桌：

将普通的电话订桌变为线上订桌，需要餐厅确认订桌成功。

### 自主外卖：

根据市场需求做后期拓展保留。

PS：作为一站式解决方案，我们会对用户进行信用评级，违约行为将被记录，针对违约用户会对其预点餐进行严格限制，多次违约直接封闭该用户的预点餐功能。

## 产品目标

1. 便利食客点餐，订单直接发送给厨房，减少等待上菜的时间，与排队点餐的时间
2. 减少商家人力成本，减轻服务人员工作从而提高服务人员素质及服务质量，减少人工失误率，解决食客太多服务人员不足的状态。
3. 使用电脑直接对食客最终需求进行处理，减少前台与顾客无效交流的同时，优化前台工作，提高顾客的满意度。通过系统建立餐厅与食客简单高效的服务关系。
4. 与消费过的客户建立联系，方便推广营销，提高转化率，而且大大降低了营销成本。
5. 对于需要预定餐的食客，提供完善的流程与保障机制，无需到店预定，只需按点到达，则快速上餐，方便食客；合理解决爽约问题，做到双方满意，甚至可以购买取消险；
6. 对于需要预定桌的食客，无需与前台确认，直接选择自己满意的座位，选择到达时间，商家需要保证在规定时间给顾客留下座位，超出时间给予规定的补偿。
7. 与互联网团队建立长期的互信合作关系，开展深度合作，彻底实现互联网+餐厅。

## 市场调研（服务对象确定）

经过调查将太原目前的餐厅归为一下几类：

### 酒店

可以分为：星级酒店：地标建筑；中型酒店：非星级酒店，自带餐厅。

### 快餐厅

可以分为：知名品牌连锁餐厅，加盟形式与直营形式；普通快餐厅：写字楼下，或者园区之中的便餐厅。

### 特色餐厅

火锅店，烤鱼店等等。

### 中型餐厅

商城顶层，装修时尚。

小型的个体工商在这里不包括在内。

## 服务对象分析（成本收益分析）

### 酒店

**掌上点餐模块：**可以节省大量的服务人员，提高上菜速度，为客房点餐提供了便利，但是减少服务人员会降低一部分用户服务体验。

**营销引流：**提高了客户经理的工作效率，另一方面提高了酒店的知名度。

**预点餐：**作为酒店的空白，可以无需特意去酒店就可以订桌订餐，这一点优势明显

**预订桌：**解决电话沟通不畅问题，用户可以灵活选择就餐桌位或包厢。

**PS：**作为星级酒店对营销模块的需求相对来说比较小，中型酒店比较需要营销发力。

### 快餐厅

**掌上点餐模块：**作为连锁餐厅已经配备各种设备把服务人员降到最低，作为快餐店高峰排队的问题严重，该系统可以有效解决高峰排队点餐，以及没有位置吃饭的问题。

**营销引流：**减少了广告成本，而且提高了广告的投放面积和精准度，转化率比传统广告提高很多，营销手段丰富更加利于增加用户粘性。

**预点餐：**作为快餐厅一般不会保留桌位，所以只能有预订餐，之后取餐找桌台，可以快速取餐，然后自己找桌台，相比之下更适合带走。

**预订桌：**此功能无用。

### 特色餐厅

**掌上点餐模块：**相对来说菜品单一，数量也比较少，使用掌上点餐非常方便快捷，适当减少服务人员，提升服务人员素质，而且不会降低用户体验。

**营销引流：**减少了广告成本，而且提高了广告的投放面积和精准度，转化率比传统广告提高很多，营销手段丰富更加利于增加用户粘性，特色类的餐厅我们的广告精准度优势明显。

**预点餐：**作为高峰时期店外排队的问题，使用预点餐可以节省排队时间，节约上菜等待时间。

**预订桌：**如果饭店有订桌服务，可以添加到线上，减少服务人员工作。

### 中型餐厅

**掌上点餐模块：**适当减少服务人员，提升服务人员素质，减少服务人员与厨师的沟通，用户与服务人员的沟通，提升点餐效率，进而提高用户体验度。

**营销引流：**减少了广告成本，而且提高了广告的投放面积和精准度，转化率比传统广告提高很多，营销手段丰富更加利于增加用户粘性。

**预点餐：**作为高峰时期店外排队的问题，使用预点餐可以节省排队时间，节约上菜等待时间。

**预订桌：**如果饭店有订桌服务，可以添加到线上，减少吧台人员工作，提高员工的工作效率。

## 营收方式（公司的成本、风险和收益）

### 运营投入

1. 软件开发前期的市场调研、商务洽谈
2. 开发项目前期网站的搭建、开发人员的配备
3. 开发过程中的人员开销、设备开销
4. 示范店免费运营期间，公司提供帮助的开销
5. 市场渠道推广过程中所有的开销
6. 截止公司开始收益所有开销统计

### 风险分析

1. 就解决方案来说，只要有销售量就有收益，但是就目前市场来说无论商家还是顾客对于整个点餐系统了解很少，需要花大量时间、资金去帮助商家构建概念，改变用户点餐习惯，风险未知！
2. 该产品属于创新项目，不比自然项目，用户没有刚需，导致商家使用积极性必然不会太大，没有巨大的诱人点，还需要承担不小的风险
3. 区域行业类似产品较少，用户市场比较大，公司需要投入较大成本开拓市场，同时需要提防业内潜在竞争对手，对手特殊时间介入市场，会加大公司对市场的投入，如果对手实力强大，市场投入会再次加大，假如出现恶意竞争，对公司的资金链以及市场运营是一个巨大的考验
4. 项目前期的盈利点单一，产品的收益较低，短期内不足以达到收支平衡，没有后备资金很难大范围开拓市场

### 收益方式

1. 该系统作为一站式解决方案，以模块化形式来呈现，餐厅根据具体的类型选择适用的模块，根据模块的不同每年收取不等的使用费。
2. 营销模块免费开放，用户适用拓展营销模块或者定制营销模块，需要收取维护费、定制费。
3. 对于公司的深度合作餐厅，提高适当的价格优惠，以及运营帮助。

## 运营策略及市场推广

1. 初期以示范店（解决方案）形式与多类型餐厅进行合作，实现商业互信
2. 在示范店的运营过程中，针对遇到的问题进行系统优化，和运营方案修改
3. 实现整个生态系统的构建与优化，形成一个成熟的生态系统
4. 以示范店为中心拓展市场，拓展目标为二八定律中的二，不追求用户数量，注重用户精准度
5. 之后以20%的核心用户，来引导市场，改变用户习惯，炒出云智慧餐厅概念，为之后的80%的潜在用户的推广提供方便，如遇竞争死守初期的20%核心用户
6. 在地区总体开发超过五成时，开始区域拓展，以太原为中心，周边辐射人口密集、老龄化较低、外来人口多的市县，进而为全国范围推广做前期准备

## 市场前景（三种渠道分析 自然 截断 创新）

1. 就太原以及周边市场来说，此类系统比较少，而且没有整套的解决方案
2. 太原近几年的发展相当迅速，商业圈开始增多，人口增多带动服务行业发展，餐饮业的市场扩大的同时，竞争也变得非常激烈，提升服务质量，提高餐厅品质是一个必然的趋势。
3. 时代在变化，这个时代是属于计算机、互联网的时代，国家政策在互联网+方面力度逐渐加大
4. 综上所述，我们的系统市场大，同时符合市场经济与社会发展规律，响应国家政策，优点尽显。

## 后期规划

在项目有了初步成果以后，帮助合作餐厅进一步优化，根据对市场的发展规律保证整个系统实时进步，再维护利益的同时建立起一整套云智能云点餐解决方案。

当生态系统、区域战略趋于成熟稳定时，开始实施云智能餐厅计划，对餐饮行业进行彻底改革的前期试点，试点完成我们将在全国范围打造无人餐厅，无人酒店，彻底改变人们对服务行业的认知。

后期有三种发展规划可选，第一打造智能点餐平台，打通各个餐饮店。第二创建用户数据分析系统，为商家提供优化的营销方案。第三建立无人餐厅生态体系。