商城平台地推所遇问题汇报

**“要我用”及“我要用”**

目前约过半数客户认为，商城平台（微信及APP）客户的体验度较低。部分客户反映，若平台只有下单的一种功能，则不会选择使用，同时客户对一个平台需要业务员对其做出培训比较抗拒，认为一个平台及APP应该是简单易懂易操作的，客户曾经举出一个例子，就淘宝手机APP，基本上下载后就清楚如何使用，更不需要业务员或公司同事对其培训。在此我非常赞成客户的想法，因为就一个APP而言，若需要专人培训，对以后推广，增加客户是非常困难的。在业务的角度我认为，**平台APP应该是客户主动想使用，而不是公司强迫其使用的**，否则对公司销售额及客户数量有非常大的影响。其中问题较多的主要以五金水电客户为主，机电客户对目前平台下单普遍反映较好。以下就五金水电客户做出以下分析;

**一：电线电缆，联塑管道下单不方便**

由于这两种产品除了型号以外，产品信息大致雷同，而且客户对其非常熟悉。但是在平台上，每种产品是以单独的一种图片的形式去展示，客户需要在数百种产品中找到适合自己的产品，在这一点上很多客户比较反感。同时，由于管道、电线等产品，每次下单的型号比较多，客户觉得自己一个一个点比较麻烦；再有，因为业务员可以下单，所以基本上全部客户都偏向于向业务员下单，首先因为习惯，其次因为只需要语音或者手写产品型号数量即可完成下单，在平台下单需要的时间精力很多，相比于和业务员下单，程序非常繁琐。（其实点入产品后亦可以再筛选型号，但是客户接受比较低）

建议：更改电线电缆及联塑管道的下单页面（具体可以参考报价表的格式）

**二：搜索不方便**

由于五金水电客户需要的产品非常多，客户单独去浏览页面需要的时间比较长，而且平台上页面较乱，若不搜索，点入去产品页面出来的产品五花八门。同时很多产品

建议：增加关键字搜索。关键字搜索用选择的方式去表示。（按品牌-一级分类-二级分类-型号-产品名称去分类）

**三：产品信息问题较多**

目前商城在平台上缺货的产品比例高达30%以上，管道类产品缺货曾高达80%。客户在下单时经常遇到没有货的产品（缺货问题在此就不作分析了）。部分客户认为商城该产品价钱有优势，同时愿意等待，或业务清楚明天到货，但平台没有提示（管道类产品居多，因为商城对管道产品不做库存，有需要就去总部调拨，所以基本上管道产品都是缺货，但是货物可以在隔天运到的）。 这种时候若通过平台下单，则会丢失非常多的客户，会令客户有一种没有货的假象，导致客户去其他批发部下单采购。

建议：完善产品信息，例如型号，货期（必须准确无误，给到客户一种信任的感觉，责任落实到采购个人）。

**四：业务员问题、平台功能不全**

商城业务员工资绩效是和他的业绩挂钩的，部分有实力客户仗着自己每个月下单金额大，不愿意自己下单，同时业务员怕得罪客户亦不敢强制要求客户下单。同时，部分客户认为1%的差价对他们帮助不大，宁愿要业务员下单。这种情况基本所有客户都会出现。同时认为推广力度不大，在客户眼中，平台仅仅只有下单及查看图片的两个功能，反映出客户对平台的依赖性很低。

建议：重新制定业务员绩效任务，增加功能及制定一系列客户管理方案（下面有具体操作方法）

商城平台持续发展的个人建议

**本建议基于以下几点制定:**

1.培养客户对平台的粘性惰性 2.加快资金轮转 3.提高配送效率 4.让新产品更快进入市场

5.规范管理客户 6.提高平台知名度 7.规范产品售后

**需要新增的功能：**

1. ***机电售后功能***

增加机电售后功能（仅机电产品）可以让所有机电的客户清楚自己的产品在公司是否修理完成（让客户可以对他们的客户有所交代）。同时做出修理超时赔付这种奖惩方案（方案详见下文）。若开启机电售后功能，可以保证大部分的机电客户在平台下单（保证上一页1234项能执行落实的情况下）。

1. ***团购功能***

增加每周团购功能，设定以天为单位，每天设定一个产品的团购或特价（大流通产品为主，设定合适的起订量），每周重复上周的产品。增加这一项可以强迫我们的客户做库存，客户做库存对我们直接的好处就是，可以减少送货的次数，同时客户因为起订量，下单的金额也会有所上升。虽然利润减少了，但是客户的粘性会有所增加，那些不能与我们合作的客户的生存会有压力，甚至其他批发部的生存空间也会大大减少，其他批发部的客户那些原来没有合作与商城合作的客户也会期待与我们合作，资金回笼速度也会更快。当这个活动开展两三周以后，采购对产品的销量也会有更深刻的认识。建议产品按采购价做团购。

1. ***签到功能***

由于第二点团购活动的存在（用大流程产品做团购），以及大流通产品价格透明。就公司利润不足，我建议增加签到功能。签订页面设置5个页面，每个页面需要强制浏览2秒才可以跳转。利用这一点可以把广告位出租收取租金，与团购功能做到盈亏平衡（这点应该由采购部负责跟踪落实）

1. ***新增客户VIP分类***

据统计，配送部目前8条线路，涉及范围上到广州下至中山，配送范围半径约有80公里，服务的镇约有40个（部分镇街未完全开发，所以实际客户数会比这个少）。按每个镇街有80家五金店去统计，配送范围内共有潜在客户3200名。撇除门对门的客户，需要赊账的客户，有固定供应渠道的客户（连锁五金店）之外，每个镇街约有可合作客户40家。其中按每条线路负责三个镇街去统计，每条线路可以服务客户约120个。在此，为了筛选出优质客户和培养优质客户，提供更好的服务，及提升平台影响力。

我按照总部公司下达的业绩要求，成为**Vip1**客户需要满足以下要求：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 现金购买800元/月 | 上月采购额达到20000 | 上月***签到***22次 | 介绍客户2名采购额达5000 |

VIP进阶的要求及能享受的服务：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 等级 | 条件 | 新增服务及功能 | 新增服务及功能 |
| V1 保底1个月 | 如上图 | *直送服务* | ***机电售后功能①*** |
| V2 保底2个月 | 成为VIP1两个月且采购额达标 | ***团购②*** | *准时达服务* |
| V3 保底4个月 | 成为VIP2 两个月且采购额达标 | *新产品铺货* | *店铺管理优化零售端开发* |
| V4 保底10个月 | 成为VIP3 六个月且采购额达标 | *赠送招牌收银台* |  |

***5.结合上面的汇报 关于业务员业绩制定 我给出以下建议***：

每个业务员每个月保证40家V2收满绩效。V3每家奖励300元，V4每家奖励500元。（需要专人规范 防止业务员帮客户下单）

**服务详解**

1：**直送服务**：直接帮客户送货至工地。

2：**准时达**：成功下单后2天内到货，否则赔钱（天灾人祸另算）

3：**新产品铺货**：结合签到活动，找到愿意租广告的公司，提供产品铺货到客户门店。

4：**店铺优化管理**：派出专人对该客户所经营产品做了解，有优势可以做我们的供应商。同时可以把他所经营的产品放到商城，利用商城的渠道进行销售。（即平时所讲的龙江山庄模式）

5：**赠送收银台**：若成为VIP4即该客户的产品门店规模在VIP3的时候已经有团队有专人了解过，成为V4之后，把我们的系统赠送给他，同时考虑和他做加盟，为商城上市作最后准备。

**成为VIP的条件是如何制定的**

**1：现金购买:** 主要针对大批发商及厂家,可以利用我们客户的资源增加产品的同时收取一定合理费用。

**2:采购额20000元:** 主要针对五金店；培养有实力的五金店。

**3:签到达22次:** 主要针对夫妻形式五金店，针对小型五金，获得稳定的客户数量

**4:介绍客户:** 主要针对连锁形式五金店及机电连锁，打入连锁体系内，既可以扰乱对方连锁的销售及市场布局；亦可以增加我们的客户数量。