# **品沃企业管理主体思路**：

1. 四大核心部门：
   1. 生产部门：
      * 所有厂房，设备生产线，总部冷藏仓库。
      * 相应的技术人员，如压榨提炼人员，冷库管理员， 车间管理员等。
      * 原材料(新疆核桃)进货运输渠道，这部分应该已经完备。
   2. 企业管理系统: 数字化管理的核心模块,详见第二部分描述。
      * 联系生产部门，销售部门的关键，可以认为是一个专门给品沃量身打造的ERP。
      * 帮助企业决策者实时了解整个企业所有实时细节和变化，以便作出正确高效的及时调整。
   3. 销售部门：
      * 实体店：包括门店，门店管理人员，和物流的衔接。
      * 线上销售渠道：包括天猫，1号店，美味77的支持和对接。
      * 售后服务和退货：包括网络售后退单以及电话售后退单支持。
   4. 财务部门。
2. 三大辅助部门：
   1. 人力资源部门：
      * 负责所有生产技术人员，实体店/线上销售人员，财务人员招聘管理工作。
      * 建立一个合理的离职率控制体系，避免人手短缺问题发生。
   2. 品牌形象建立和营销：
      * 产品logo，包装以及定位设计。
      * 实体店风格设计和宣传材料，照片/视频的制作。建议找专业广告团队推广。
      * 网上推广和搜索引擎优化，微信推广。
   3. 物流渠道管理部门：
      * 负责和第三方物流接口管理（推荐顺丰）。
      * 建议一开始找有物流经验的人担当，慢慢培养起内部人员熟悉整个产业链。

# 企业管理系统，数字化全套方案

前提条件：要实现数字化管理，每瓶油／产品都要有条形码，条形码就是产品的身份证即唯一标识。今后一件产品的整个生命周期都可以通过对应的条形码进行跟踪。

1. 系统功能描述：
   1. 生产线管理：
      * 记录统计原材料进货，生产线出货信息。
   2. 产品管理：
      * 管理各种产品信息，比如各种容量的核桃油产品（比如礼盒装和普通家用型就是两种不同的产品类别）。现阶段产品种类可能不多，但考虑到未来产品线扩充，需要一开始加入此模块。
      * 产品管理就是提供产品明细的列表，在数据中存放。每一种类型的产品（油）都有对应的唯一表示（id），根据该id直接可以调出油的包装，容量（毫升），价格等参数。
   3. 门店产品存量管理：
      * 门店应该和超市一样具有支持条形码扫描的支付管理系统。进货卖货都直接扫描二维码和后台数据库交互，做到数量和账目一一对应，可精确到任意时间对账（一般为一天），比如A类产品今天卖出去了几件，对应的收入是多少。
      * 系统会根据门店产品的数量发出预警（比如低于100件），通知管理员向库存系统订货。不同产品可设定不同的预警值，灵活调配。
   4. 库存系统管理：
      * 库存系统不依赖生产线／厂房与仓库的物理位置（即生产线和仓库可以在一起，也可以分离）。系统的主要目的是用来跟踪每天入库，出库的数量，其中入库来自生产线每天产出的产品，出库则来自门店的进货单以及线上交易所产的订单。
      * 库存系统的核心作用是跟踪产品的生命周期， 如1000件 A类型的油从生产线产出后，使用条形码扫描后入库。线上交易系统（天猫，一号店）产生订单需求500件，徐家汇实体店发现店内A产品数量不足，查询库存系统发现剩余500件后提交进货需求200件。此时库存管理员在处理完线上线下的订单需求后，实际A库存为1000-500-200 = 300件。
      * 上述B中，库存管理员需要分别对500件线上订单需求以及200件实体店进货单进行处理，处理方式如下：
        1. 例如500件产品来自于前一天的所有订单，下者为诸多散户。系统会自动按照地域对订单进行分组，管理员打印出分组单据后需准备好货品并联系物流打包发货。
        2. 200件产品需求来自线下实体店，管理员准备好货品后通知公司内部送货车发货。（当然管理员也可以像1.3.C.1一样让第三方物流打包发货，关键看哪个成本更低，效率更高）
        3. 上述700件产品在发货前的状态为预留态，即无法再被预定（除非退单发生，详见退单流程）。物流打包发货后状态迁移为物流发货中，管理员需要更新系统中订单的状态反映该变化。
   5. 订单管理：
      * 用于和实体店/网上销售集成，跟踪每瓶油的生命周期，支持退货管理。
        1. 针对实体店：原始订单直接在内部生成。即门店发现存货低于设定阈值时（如3.B所述），需要管理员填写订单给系统。订单会进入仓储系统并被仓储管理员处理发货（如4所述）。
        2. 针对线上销售： 用户在电商平台完成支付（如支付宝，网银），并产生订单。 电商平台提供第三方接口，我们需要将其和品沃的信息系统集成。最终要实现的效果是：一旦用户在线支付完成，电商系统产生的订单会流入品沃仓储系统，择日由仓储管理员统一完成归类，分发（如4所述）。
        3. 处理订单的时机：（delay多久发货，如果处在物流中而用户需要退货？所少天为有效退货时间，MS各电商都要和品牌店签订协议。）
        4. 订单所包含的内容：姓名、地址、电话、备注、产品信息（如数量，类别），金额、快递公司，快递员电话等。
   6. 物流单管理：
      * 仓储管理员根据订单，每天可安排几个时段统一联系物流公司派送。物流公司取件，针对每件产品订单生成相应物流单，管理员需要将物流单的信息如单号、快递公司、快递员姓名、电话等填写到订单上（手工输入？）
      * 物流公司送货成功后应该会联系品沃，告知客户已经签收订单 。管理员会更新产品订单的状态为已签售。
      * 需要确定如何和物流公司结算？另外客户的快递费是否可以免除，或者是购买超过多少价格后免运费等。
   7. 角色和权限管理：
      * 系统根据部门，岗位的需要可产生多个角色／分组，每个角色下可以有一名或者多名员工。不同角色有不同的权限，不同权限可看到不同的信息。
      * 例如系统前期有总经理、生产线管理员、库存管理员，实体店管理员、实体店收银员。不同角色有不同的职责，在系统内能够操作和处理的内容也不相同。比如生产管理员可查询更新生产线每天用掉的原料（核桃 ）的数量，每天生产的油的数量，每天发货进入仓库的数量。仓储管理员则可实时查询到每天入库的数量，根据订单出货的数量，物流单据历史等信息。仓储管理员任务比较繁重，因此可指派多名员工担任该角色，角色内部则可分工为出入库管理员，订单管理员若干。
      * 后期随着人员部门不断增多，角色也会越来越多，比如人事部，企业策划等。系统可根据需要弹性增长角色及对应职能。
   8. 实时统计功能：各项信息实时统计，帮助企业管理者掌握实时企业信息:
      * 每天/每周门店产生的销售量、毛利。
      * 每天/每周线上电商平台产生的订单数、销售量、毛利。
      * 每天/每周各种产品的生产量，库存积压，销售量。
      * 作为管理者可查询生产部门，销售部门每天的历史数据，从而比对库存数据进行清点比对。
   9. 会员管理（CRM），促销打折：
2. 用例详述
   1. 生产管理：

用例号：1-1

用例名称：原材料进货

用户角色：生产部门管理员

基本流程：

* + - 生产线管理员接受入库的原材料，验货清点后输入如下信息到系统：入库时间，送货方，入库数量，原材料生产时间，存储地点等信息。

生产部门管理员职责：

1. 清点入库原材料，确认数量质量正确。
2. 更新入库数据到企业管理系统。

用例号：1-2

用例名称：生产线出货

用户角色：生产部门管理员

基本流程：

* + - 成品油生产好，装箱。
    - 根据不同商品类型(不同包装的核桃油)扫描每瓶油的条形码，生产时间，数量。输入到库存系统总的存货表单中。

生产部门管理员职责：

1. 负责生产线正常生产流程。
2. 清点成品油产品，更新数据到企业管理系统。

用例号：1-3

用例名称：实体店/网上店备货管理

用户角色：实体店/网上店管理员

基本流程：

* + - 接受从生产线，仓储线运输来的核桃油，验货后入库。
    - 更新本销售点的存货信息。

实体店/网上店管理员职责：

1. 接受运单，验货后更新本销售网点信息到企业管理系统。
   1. 产品管理：

用例号：2-1

用例名称：添加新产品

用户角色：企业决策者

基本流程：

* + - 在新产品样品生产成功以后，输入新产品信息，包括产品ID，容量，保质期，售价等进入企业管理系统。

企业决策者职责：

1. 根据市场反馈设计新产品，并通过生产线试生产
2. 更新新产品数据到企业管理系统

用例号：2-2

用例名称：归档不再生产的老产品

用户角色：企业决策者

基本流程：

* + - 生产线不再生产某种产品后，将其属性更改为历史产品，企业管理系统将产品信息归档。（而不是删除此产品）
    - 企业管理系统自动归档关于此产品所有历史数据，并不再显示到当前企业状态中。

企业决策者职责：

1. 根据市场反馈决定放弃某种过时产品，并关闭相应的生产线设置。
2. 使用企业管理系统归档此产品。
   1. 门店产品存量管理：

用例号：3-1

用例名称：设置产品库存预警，并向库存系统发出订货请求

用户角色：实体店管理员

基本流程：

* + - 根据历史经验和不同产品类型，向企业管理系统设置本实体店的存货不足预警值。
    - 在达到预设的预警值条件以后，企业管理系统会向实体店管理员发出预警，包括各种线上和线下方式（短信，邮件）。同时也会同时发给企业管理者作为日常管理的日志。
    - 实体店管理员通过库存系统发出订货请求。

实体店管理员职责：

1. 设置产品库存预警
2. 监视企业管理系统发出的缺货预警，并根据此信息向库存系统订货。

用例号：3-2

用例名称：门店收支状态跟踪

用户角色：企业决策者

基本流程：

* + - 查询企业管理系统提供的收支状态监视系统，以获得任意时间段各个门店的收支对账信息（最短间隔时间为一天）
    - 可设置不同的预警信息，自动把对账情况比较异常的门店通过短信／微信的方式主动告知管理者。

企业决策者职责：

1. 监视管理各门店收支对账信息。
2. 及时针对可能出现的对账信息处理
   1. 库存系统管理：

用例号：4-1

用例名称：库存产品发货

用户角色：库存系统管理员

基本流程：

* + - 根据用例1-2，库存系统会及时更新生产线生产出来的成品信息。
    - 库存系统汇总各种销售渠道的调货信息，和存货比较后，及时更新给企业管理者用于调整生产线负荷。
    - 对于线上订单（各大电商集成），库存系统会根据发货地点进行归总合并，然后根据发货地点生成物流单，并打包。
    - 对于实体店订单（用例3-1），打包后通知内部运输部门或者快递运输。

库存系统管理职责：

1. 根据库存系统生成的发货信息打包产品，联系物流或运输部门进行发货。

企业决策者职责：

1. 根据库存系统的库存数量变化，动态调整生产情况和原材料进货进度。

用例号：4-2

用例名称：库存产品保质期监控

用户角色：库存系统

基本流程：

* + - 每瓶油从生产线下线以后进入库存系统以后，都会根据不同的产品类型进入保质期监控倒计时。
    - 库存系统进行发货时候，默认会选择最早生产的产品。（用例4-1）。
    - 当产品顺利卖出并没有发生退单，可以把产品转变为归档，并停止保质期追踪。
    - 企业决策者职责可随时查询库存产品的保质期情况，并相应调整生产决策。

企业决策者职责：

1. 根据库存系统的库存产品保质期情况变化，动态调整生产情况和原材料进货进度。

用例号：4-3

用例名称：退货产品再入库

用户角色：库存系统管理员

基本流程：

* + - 在产品定义的退货周期中，支持用户在不打开包装情况下无条件退货。
    - 如果退货来自于线上订单，物流会直接退到仓库，库存系统管理员检查后，如果符合重新入库标准，更新退货理由，在保质期有效情况下重新进入库存系统。
    - 如果退货来自于实体店，实体店管理员直接退到仓库，库存系统管理员检查后，如果符合重新入库标准，更新退货理由，在保质期有效情况下重新进入库存系统。
    - 企业决策者职责可随时查询退货情况。

库存系统管理职责：

1. 检查退货产品状况，输入退货原因，重新入库符合条件的退货。
2. 向企业决策者报告并分析产品退货原因。

企业决策者职责：根据产品退货原因，检查生产以及销售方向是否出现不应该有的偏差。

* 1. 实时统计功能：

用例号：8-1

用例名称：输入各项生产线开销

用户角色：企业决策者

基本流程：

* + - 输入各种生产原材料进货单价到企业管理系统。
    - 输入生产线每月非原材料开销到企业管理系统，

企业决策者：确认从财务部拿到各项开销正确，并及时更新到企业管理系统，以利于及时准确的获得理论信息。

用例号：8-2

用例名称：实体店销售情况统计

用户角色：企业决策者

基本流程：

* + - 企业决策者可以查询任意时间段(最小间隔单位为天)，每个门店，所有门店的已完成订单数量，未完成订单数量，存货情况。
    - 针对各个退单，会有专门的页面显示详细情况。并可以设置相对应的退单数量预警。

企业决策者：

1. 及时通过企业管理系统监控各个门店/实体店销售情况。
2. 设置正确的退单报警数目，掌握第一手顾客和销售的反馈。

用例号：8-3

用例名称：线上销售情况统计

用户角色：企业决策者

基本流程：

* + - 企业决策者可以查询任意时间段(最小间隔单位为天)，每个线上渠道(电商/微信/自己的门户网站)，所有线上渠道已完成订单数量，未完成订单数量，存货情况。
    - 针对各个退单，会有专门的页面显示详细情况。并可以设置相对应的退单数量预警。

企业决策者：

1. 及时通过企业管理系统监控各个线上渠道销售情况。
2. 设置正确的退单报警数目，掌握第一手顾客和销售的反馈。

用例号：8-4

用例名称：企业实时毛利率估计

用户角色：企业决策者

基本流程：

* + - 根据输入生产线各项单价(用例8-1)和进货情况(用例1-1)，实时统计和生产相关的支出，并提供图表趋势图。
    - 根据各个销售渠道的销售情况(用例8-2/8-3) ，实时统计销售收入，并提供图表趋势图。
    - 根据上面2项数据，实时计算企业整体毛利率，并提供图表趋势图。

企业决策者：及时监控企业整体毛利率变化情况，做出相应的调整。