# **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：
      1. 记录统计原材料进货，生产线出货信息。
   2. 产品管理：
      1. 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。
      2. 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：
      1. 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。
      2. 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：
      1. 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。
      2. 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。
      3. 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：
      1. 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：
      1. 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？）
      2. 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。
      3. 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：
      1. 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。
      2. 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。
      3. 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:
      1. 每天／每周门店产生的销售量、毛利。
      2. 每天每周线上电商平台产生的订单数、销售量、毛利。
      3. 每天／每周各种产品的生产量，库存积压，销售量。
      4. 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：生产线管理员

基本流程：

* + 1. 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。

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：

* + 1. 成品油生产好，装箱。
    2. 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。输入到总的存货表单中。
    3. 系统根据各个实体店/网上店缺货情况，自动产生不同的运单，并更新到系统中。
    4. 根据运单，安排运输发货后，更新相应的表单。

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：

* + 1. 接受从生产线，仓储线运输来的核桃油，验货后入库。
    2. 更新本销售点的存货信息。
    3. 系统在每天凌晨，根据当前销售点积压的订单情况，本店存货和预先设计好的缺货报警值，判断是否向生产部门发出调货请求。
    4. 如果达到缺货预警，同时会邮件，短信通知各个管理层人员。