B2B 电商平台系统

参选类别：年度最佳数字营销系统

简介

B2B 电商平台系统开发背景及目标：

随着中国电子商务近年来发展迅速，B2B 企业面临了较多的挑战，获客渠道分散，客户数据无法集中管理、 销售业绩难把控，客户易流失、订单管理较繁琐，管理混乱、日益提高的人力成本，企业需要借助 B2B 电商平台，解决终端用户与供应商之间的沟通效率问题，降低沟通成本和产品交易成本。上海智进针对企业不同的需求开发定制 B2B 电商平台系统，包括“喜力 B2B 电商平台系统”和“联合利华订单小程序”，帮助企业解决营销问题。

开发时间：

喜力 B2B 电商平台系统，项目开发时间 3 个月；

联合利华订单小程序 ，开发时间 2 个月。

使用群体：

喜力企业的门店用户、销售、配送商、财务、仓储；

联合利华二批商和终端用户。

使用说明

喜力 B2B 电商平台系统使用说明

从门店注册到订单管理及销售业绩查看一体化实现企业营销目的，帮助企业提高工作效率。

01 门店注册（2种方式）

>1、门店可通过微信公众号下方菜单登陆注册。

>2、门店可通过销售邀请的二维码开始注册门店

点击菜单“门店注册”进行注册

扫描门店邀请码注册门店

02 门店注册审核，自助下单

>门店用户填写注册信息，完成注册。

>销售对门店进行审核，审核通过门店即可在线自助下单。

销售审核门店

门店自助下单

提交订单

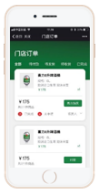
04 处理新订单及配送

>供应商收到新订单短信通知后，确认订单，安排配送。

新订单消息提醒

05 查看订单详情

>提交订单后，门店可以实时查看具体的订单情况，包括配送中、待配送、待付款、已完成等订单情况



查看订单详情

06 查看销售业绩

>供应商也可通过点击“我的业绩”了解销售情况

查看销售业绩情况

联合利华订单小程序使用说明：

终端用户下单流程：

终端用户可以通过供应商店铺邀请码登陆注册信息，完成下单任务，提交给到供应商审核。

扫码登陆

信息注册填写

订单选择

提交订单

在线订单管理

供应商登陆注册信息，并对终端订单进行审核确认并安排配送货。

登陆界面

未确认订单

编辑订单

确认订单

打印订单

应用范围

B2B 电商平台—实现营销系统多角色管理。

订单管理：对订单进行管理及跟踪，动态掌握订单的进展和完成情况

商品管理：实现商品进销存管理，数据共享

用户管理：用户信息自动进入数据库，实现用户关系管理

经销商管理：品牌商旗下所有的经销商信息进行维护管理等

仓库管理：仓库信息维护管理、划分仓库配送区域

数据分析：销售数据、用户数据、财务数据、运营数据的可视化分析

绩效管理：跟进时效、转化率、客单价

营销推广：根据节日热点，制定营销方案

财务管理：订单流过程中进行收款单、付款、发票

应用实例

一、喜力 B2B 电商平台

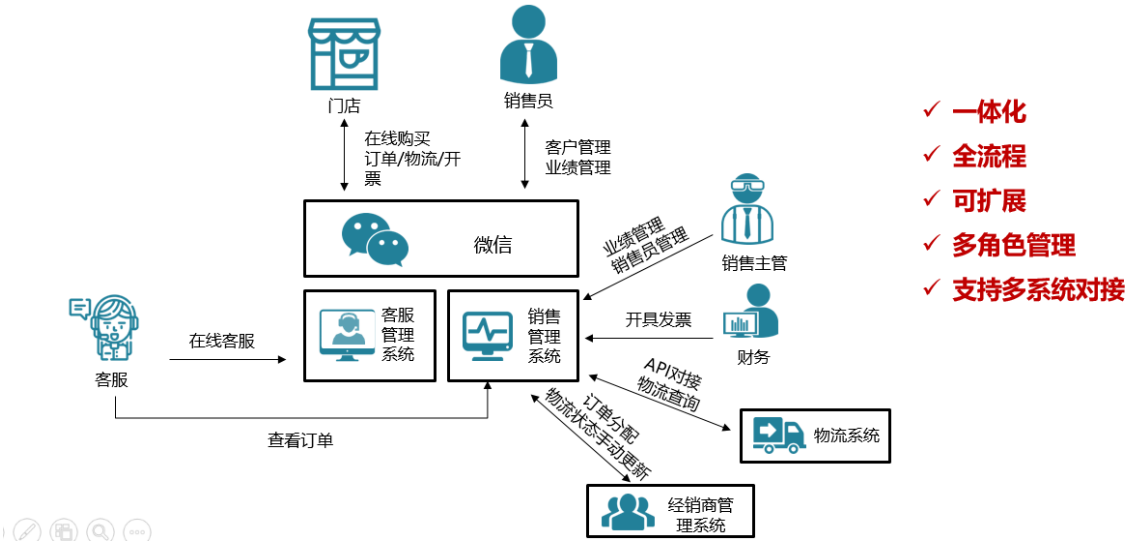
实现营销一体化管理

项目背景：

浏览用户角色单一，实现多角色用户统一管理；用户交互断层，缺乏交互通道，浏览流程繁琐，用户体验有待提升，提高企业产品销售额，实现销售业绩高效管理；

项目策略：

多角色、多系统一站式打通，提升营销效率。



用户交互流程：

数据交互，流畅体验

二、联合利华订单小程序

项目背景：

企业需要从传统的销售模式转化为互联网销售模式；

借助微信平台，开发订单小程序，提供终端用户和对应供应商绑定，实现自主下单；

利用微信小程序便捷下单方式，吸引新的订单用户。

通过奖品优惠券发放模式，直接刺激消费，产生购买。

订单小程序五大功能亮点

订单小程序在线一站式下单流程

终端用户可以通过供应商店铺邀请码登陆注册信息，完成下单任务，提交给到供应商审核。

订单小程序智能化在线订单管理

供应商登陆注册信息，并对订单进行审核确认并安排送货。