

影能科技

商业空间消费者运营解决方案



TwinsPower
Digital Commerce Builder

公司介绍

影能科技成立于2021年04月，由达摩网络联合创始人刑天创办，达摩网络是时尚零售行市占率TOP1的CRM供应商，7年来累计为700余个品牌服务。

公司介绍

影能科技专注于商业空间的消费者运营解决方案，围绕MARTECH、服务数字化改造、顾客忠诚度管理、商户业务协同这4大领域构建工具支撑，全面助力企业在新商业环境下的业务升级。



产品力驱动



7年
CRM经验



100+
集团服务经验

关于达摩

浙江达摩网络科技有限公司成立于2015年，坐落在杭州未来科技城CBD核心区金融港。

我们是一家全球领先的用户资产运营、SCRM软件开发及应用于一体的数字化服务公司。为鞋服、箱包、配饰、家电、美妆、珠宝、生活服务等众多顶尖零售品牌提供一站式新零售解决方案，助力企业向数字化转型升级！

企业文化

达摩初心

——帮助客户更好的经营用户

达摩使命

——让零售更美好

达摩愿景

——成为零售行业最大的普惠智能运营服务商

达摩价值观

——成就客户 诚信负责 专业务实 协同创新

数字达摩

14

在北京、上海、深圳、广州、
厦门等**14**大重点城市设有
分部及服务中心

366

业务覆盖全国**34**省中**366**
个大中小城市的核心商圈

700+

合作品牌**700**余家，赋能**50**
余万终端导购，连接**2亿C**
端用户

NO.1

在鞋服零售市场占有率**第一**

DAZZLE

Marc O'Polo

KARL LAGERFELD

Y.SING 衣香丽影

III VIVINIKO

G M X Y



LOOK 洛洛



MCLON 曼卡龙



ECOLOUR 三彩

Doneraticce Is art for life.

速写 CROQUIS



Sofchi

Balabala

700+

知名品牌的
共同选择

JZ Juxui

J.D.V

DISSONA



Annii 安奈儿童装

HOPESHOW



SHINE 萱子

361°

Marisfrolg



BONI HOMME

FAIRWHALE

ZUEE

Panasonic 松下电器

M.latin

JORYA

gxxg.kids

VERRI

飞鸟和新酒

SEPTWOLVES

EP YAYING



明牌珠宝 mingr

Jack Wolfskin

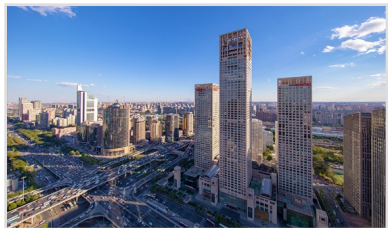
HIPY

jnby by JNBY

片断 ovlife

LuLualways 我·的·法·式·生·活

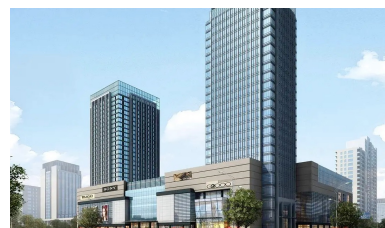
TwinsPower 购百行业重点客户案例



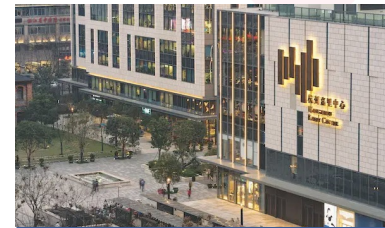
银泰商业



苏宁广场



恒太商业



嘉里中心



上海新世界城



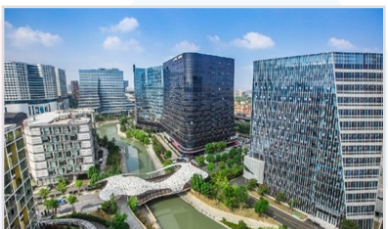
下沙奥特莱斯



金华第一百货集团



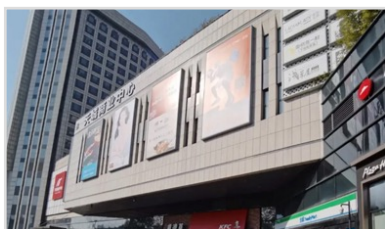
万泰奥特莱斯



杭州新天地



杭州西田城



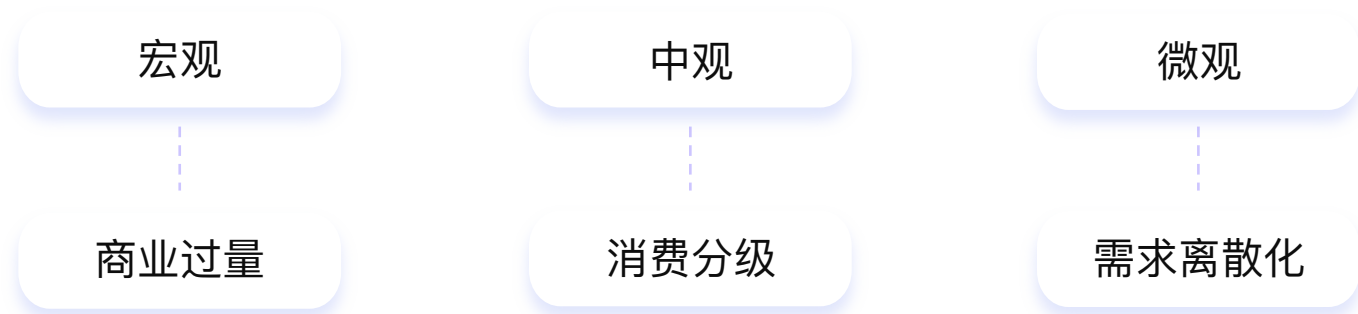
杭州天城商业



美帆广场

TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

商业地产行业面临的调整



- 商业项目必须以消费者为中心，精准识别需求，持续创新迭代。

主题与业态的创新

运营模式的创新

TwinsPower

商业空间的数据盲区

- 一方数据的缺乏，让内部视角的盲区显现。没有了流量红利的商业，如何向工具要红利？

一方数据

- 是指企业直接从顾客那里收集的数据，例如，一家企业可能拥有存储在其CRM系统中的消费者的第一方数据。这类数据可能包含人口统计信息（姓名、联系方式、电子邮件地址等），购买历史记录，网站互动（仅来自公司网站）等。

二方数据

- 是指企业直接从其他渠道获取的二手数据，渠道方从他们的受众那里收集数据。它要求你寻找拥有你需要的数据的公司，并与他们建立关系。

三方数据

- 从外部来源购买的数据，而不是该数据的原始采集者。这些数据整合者从其他各种平台和网站提取数据下载，然后将其收集到一个大型数据集中，并将其作为第三方数据出售。



消费者业务的信息化建设远远落后

消费者管理

客流分析系统
CRM
端运营系统
自媒体营销系统
社群运营系统
CDP/DMP
...

⊗ 信息化程度低

商场管理

物管系统
工程管理系统
进销存系统
OA系统
财务系统
设备管理系统
资管系统
...

☑ 信息化程度高

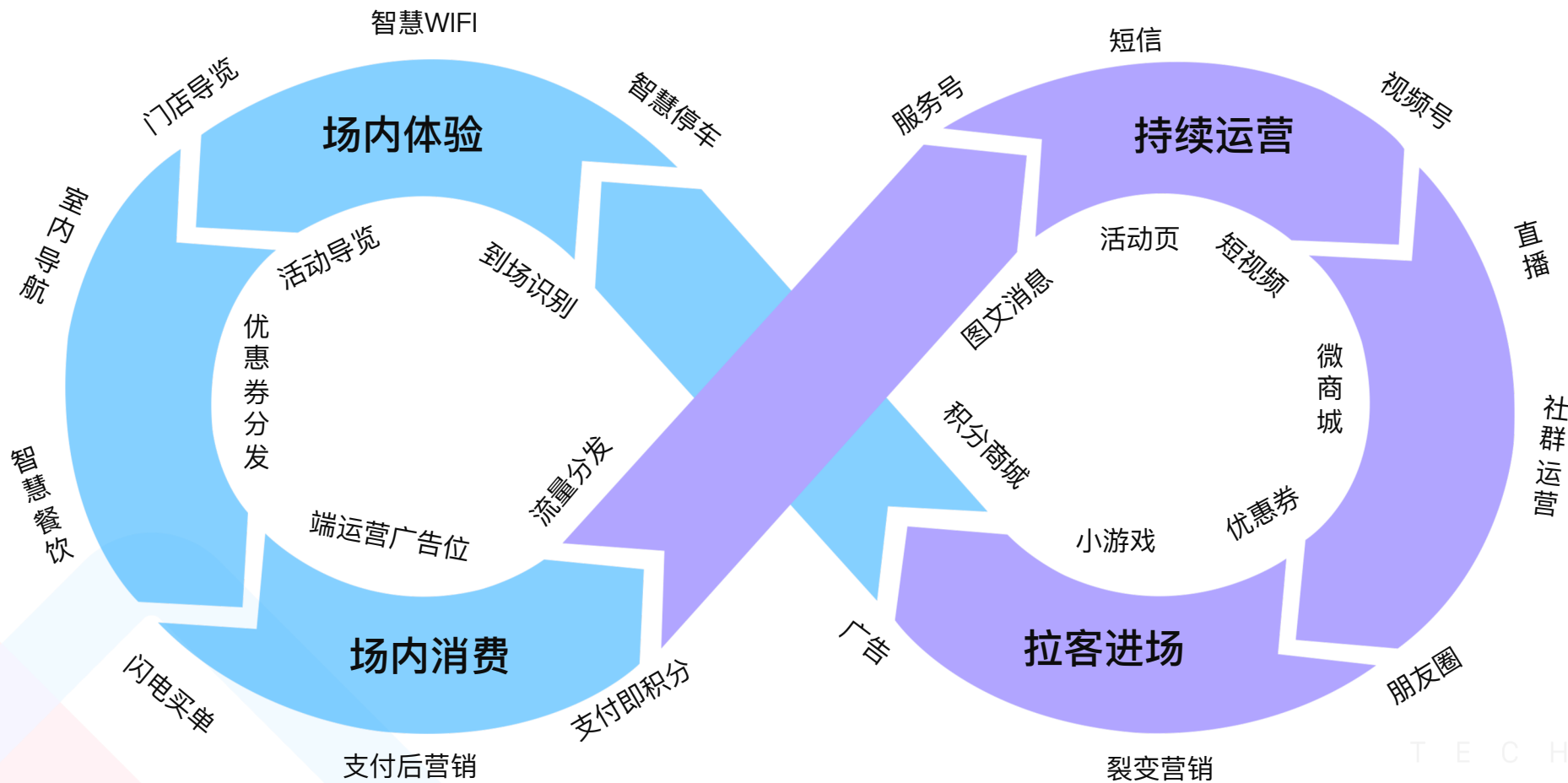
商户管理

招采系统
租务系统
运营系统
店务系统
费用结算系统
...

☑ 信息化程度高

打通全场景消费者运营的业务回路

营销自动化



持续服务交付

TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

TwinsPower 顾客小程序



首页



门店导览



会员中心



支付宝小程序/微信小程序·双端支持

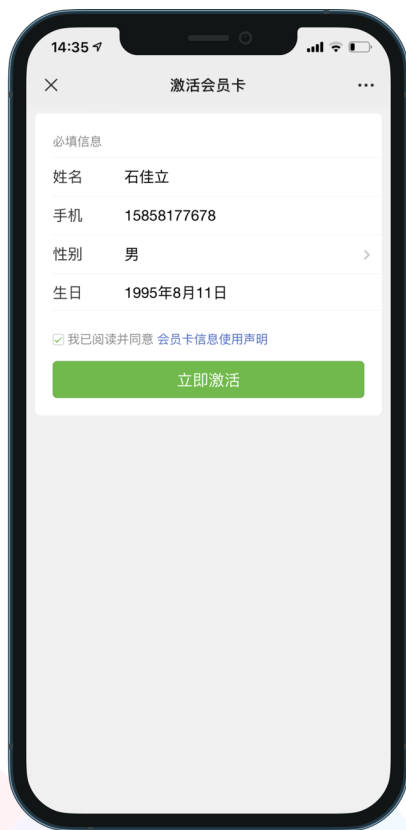
TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

「支付即积分」如何打破消费数据孤岛困局

- 无需与ERP/POS做数据对接
- 无需改造门店的收银系统
- 无需会员出示2次会员卡（1次品牌会员+1次购物中心会员）



微信一键开卡+支付即积分授权



一键开卡



支付即积分授权



微信会员卡



快速积分通知

支付宝一键开卡+支付即积分授权



一键开卡



支付即积分授权



支付宝会员卡



快速积分通知



停车缴费快捷入口

- 强化顾客对小程序的适用依赖
- 提升顾客停车缴费效率



车场信息查询

- 车辆进场后的顾客到场识别
- 基于车辆品牌/型号的消费力分析



车牌绑定

- 顾客管理自有车牌
- 开通或关闭微信/支付宝无感支付



费用结算

- 支持积分抵扣停车费
- 支持停车券在众多营销场景中的应用
- 支持支付宝/微信支付自动代扣

TwinsPower 车场营销流程

车辆入场

到场识别

到场营销

车辆出场

出场营销

停车场系统发送入场通知
给TwinsPower

通过车牌号绑定关系
识别会员身份

基于商场配置的营销脚本
自动推送活动信息/卡券

停车场系统发送出场通知
给TwinsPower

会员出场后自动推送卡券
引导二次到场



浙A·8Y95A

车场信息: B2
入场时间: 09/30 16:22:18



浙A·8Y95A



吕婷宇
15689735718

欢迎光临湖滨银泰in77,
恭喜您获得幸运礼包, 祝您购物愉快!



10元抵金券
当日有效




9折扣券
当日有效



浙A·8Y95A

车场信息: B2
出场时间: 09/30 16:22:18
停车时长: 3小时09分

尊敬的黄金会员, 祝您一路顺风,
送您一张停车券, 欢迎再次光临!

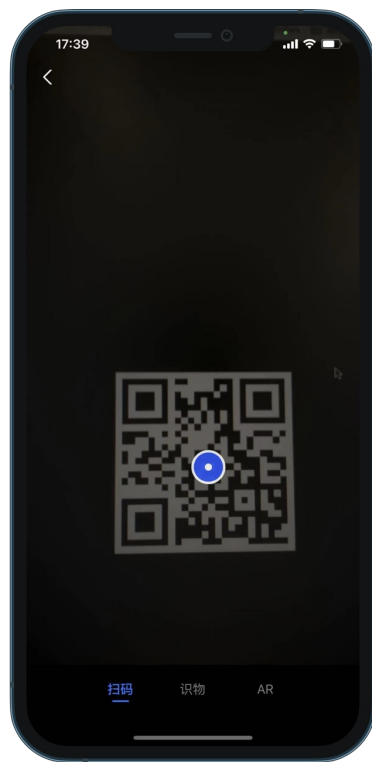
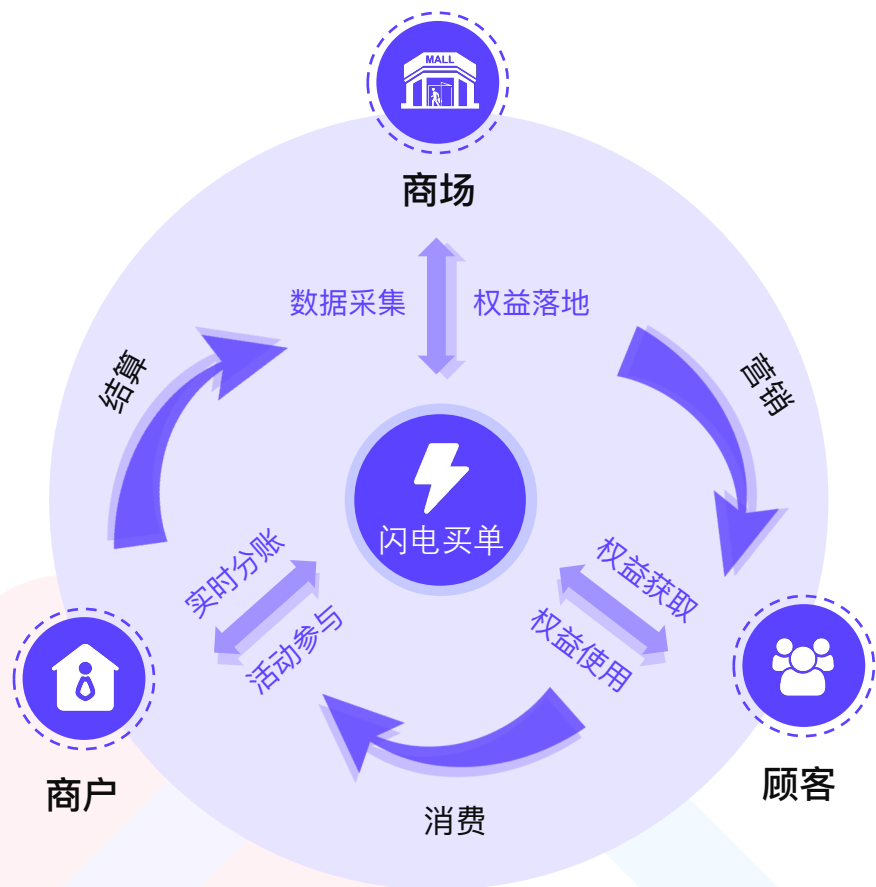


2小时免费停车券
7天内有效

T E C H N O L O G Y
I N T E G R A T I O N
I N N O V A T I O N

TwinsPower 闪电买单

以支付场景为破局点，打通数据流、资金流、价值流，实现商场、顾客、商户的三赢。



顾客扫码



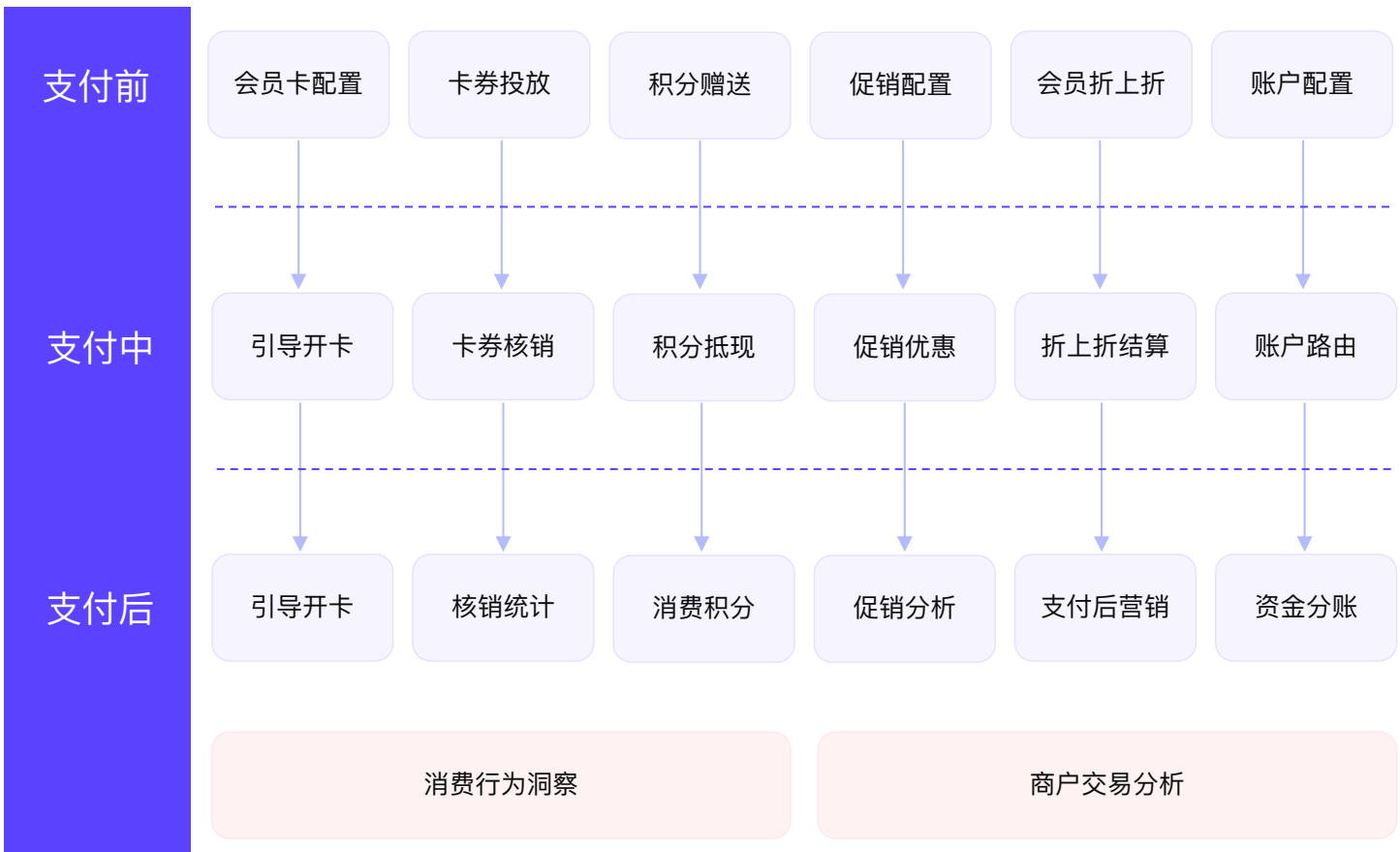
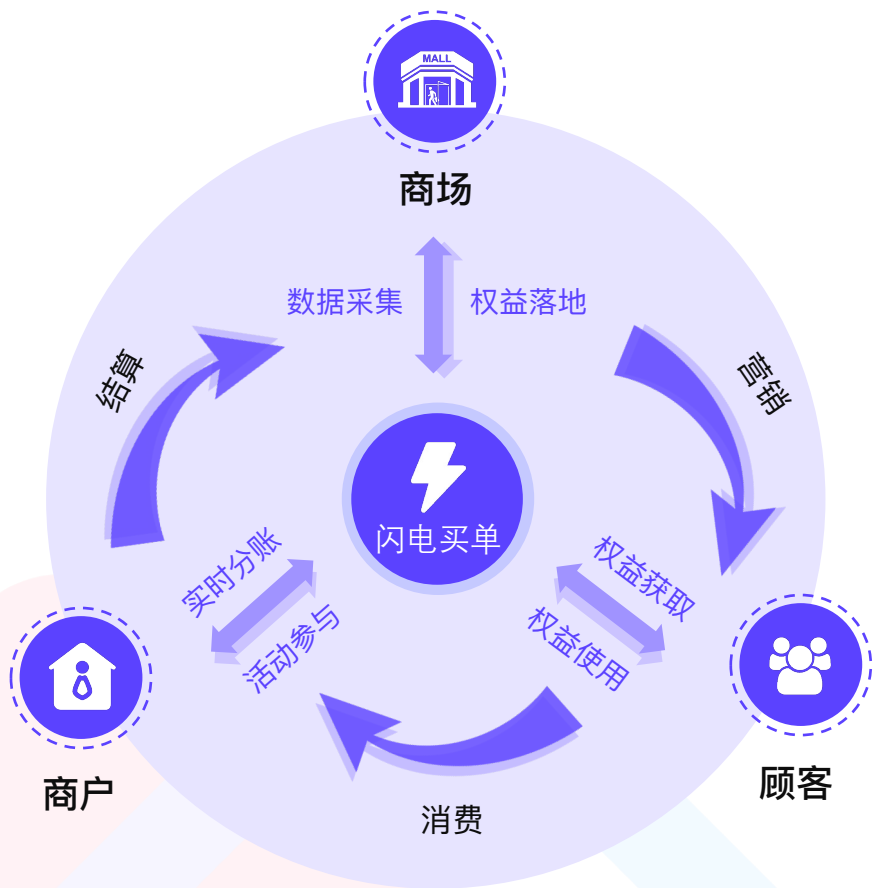
买单结算



支付后营销

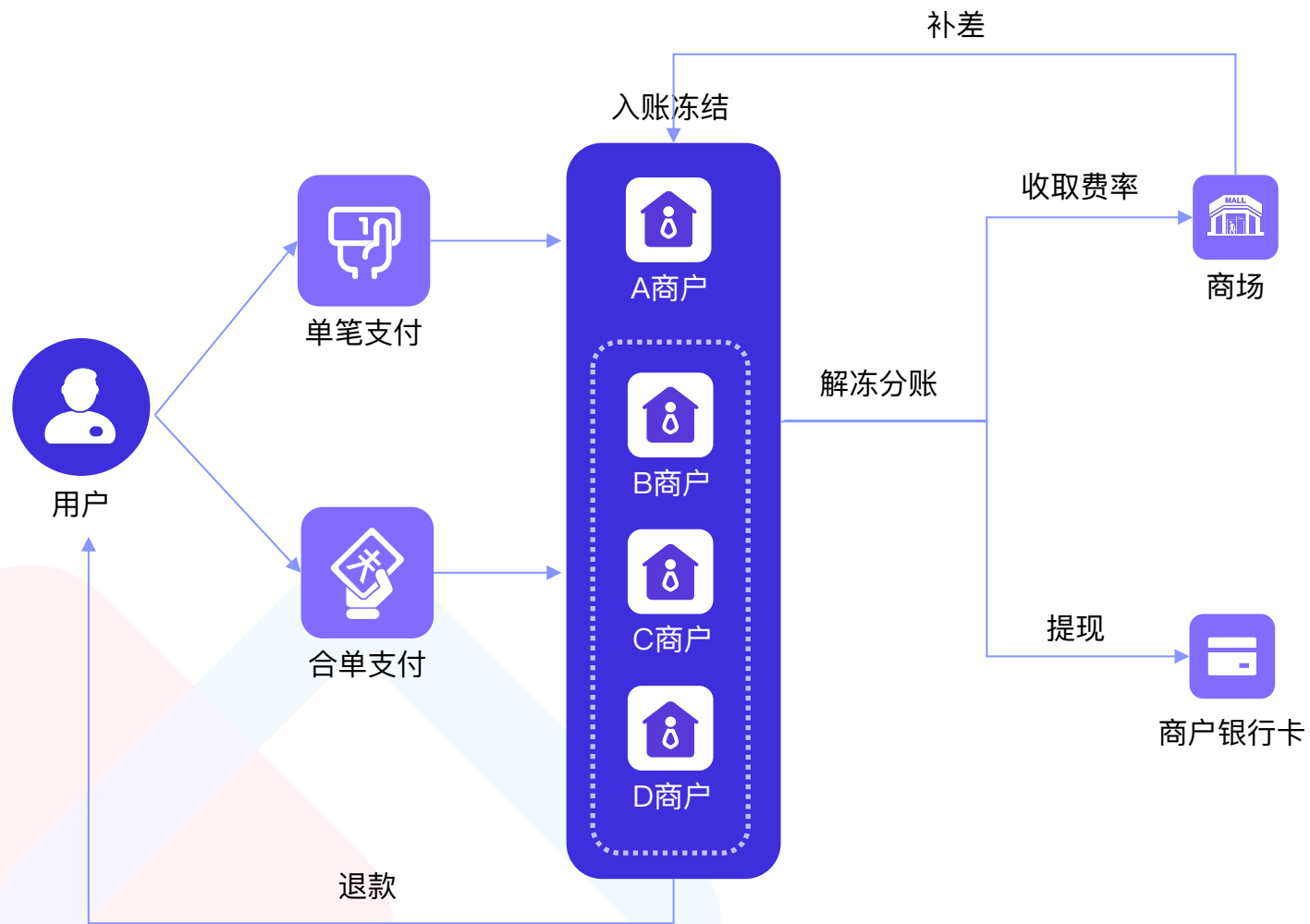
TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

以支付场景为破局点，打通数据流、资金流、价值流，实现商场、顾客、商户的三赢。



TwinsPower 资金分账解决方案

- 不再让繁琐的资金结算成为与商户沟通的阻力，让企业灵活实施各类会员权益、促销、优惠券活动。



补差场景

*在使用闪电买单的场景下支持

满立减活动

会员折上折

优惠券

积分抵现

资金分账场景

卡券售卖

礼品售卖

储值支付

导购分销佣金

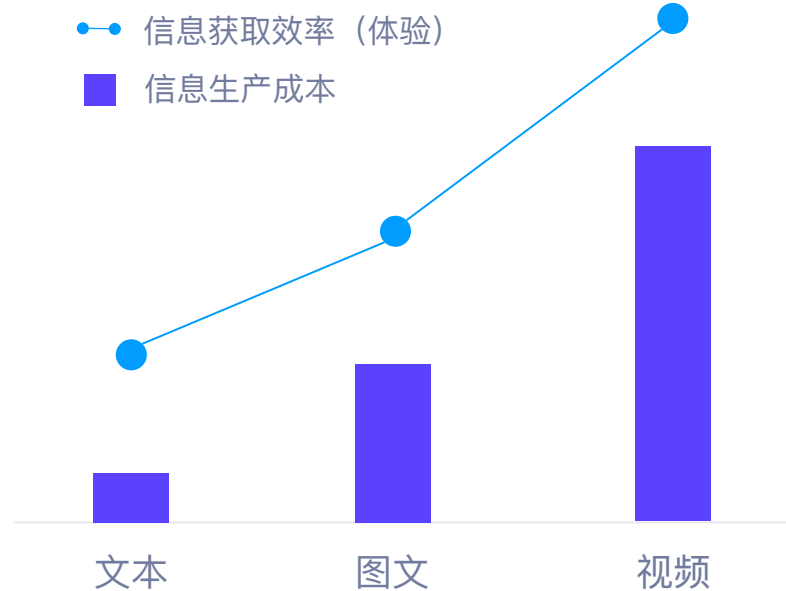
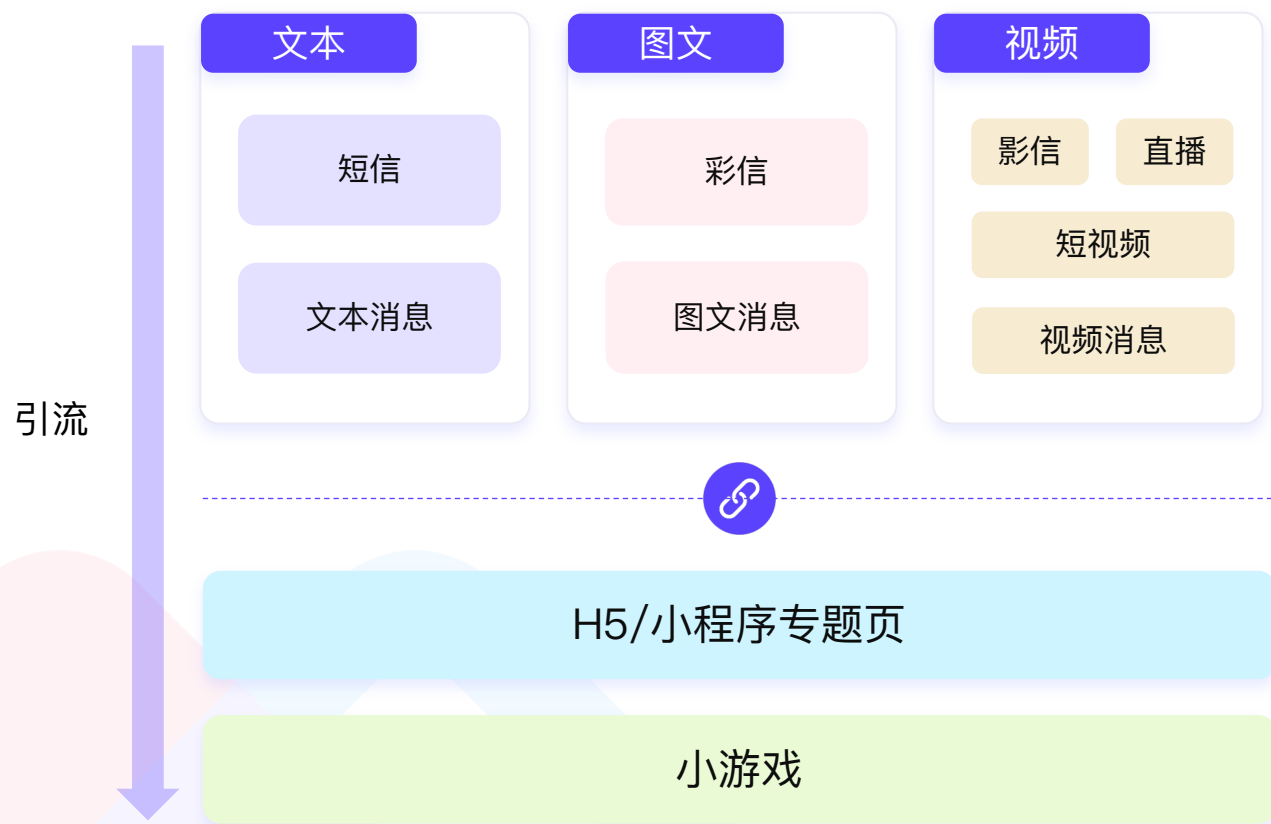
T E C H N O L O G Y
I N T E G R A T I O N
I N N O V A T I O N

Martech解决方案——营销，远不止于私域

● Martech是Marketing Technology的缩写，是指用于管理和评估所有数字营销活动及电商活动整个营销过程的所有技术和方法。



- 支持对主流信息渠道与媒体类型，并通过数据与触点的赋能，提升营销投产比（MROI）。



社交与关系——私域流量运营

流量融合

数据融合

营销融合

消费者经营

服务号

企微好友

企微朋友圈

微信社群

视频号

抖音号

流量资源整合

数据深沉整合

数据洞察分析

CDP

标签体系搭建

全员画像构建

有机渠道

广告渠道



转化

留存

业务中台

复购

裂变

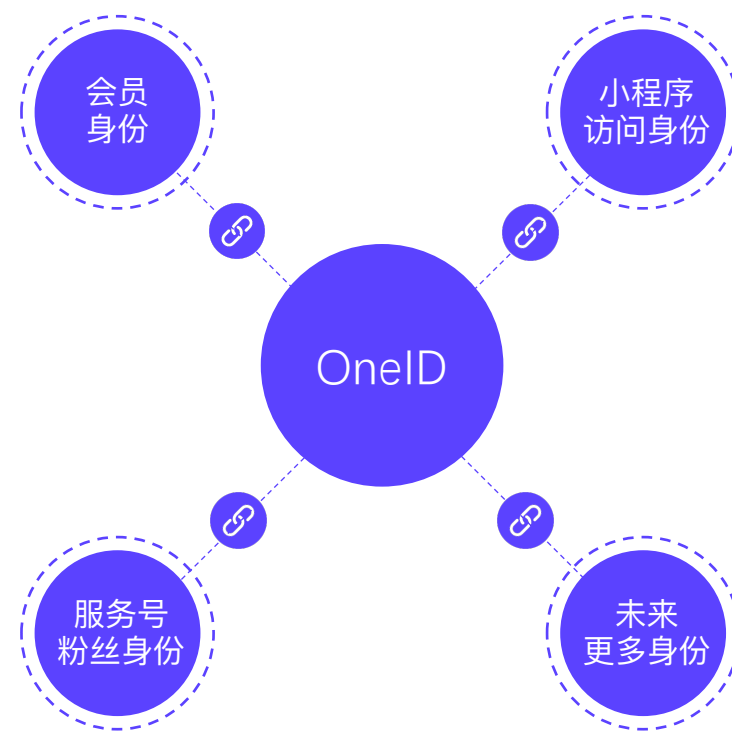
业务数据反补拉新环节的数据决策，构建私域运营的闭环

TwinsPower 数据与分析——CDP

- 基于全渠道顾客身份识别算法，为企业搭建完整的顾客数据库。

The screenshot displays the TwinsPower CDP interface. On the left is a navigation menu with options like '会员管理' (Member Management), '顾客列表' (Customer List), '会员卡' (Member Card), and '积分结算' (Points Settlement). The main area is titled '顾客列表' (Customer List) and includes a search bar and filters for membership level, gender, and follow status. Below these filters is a table of customer data.

顾客信息	消费总额	消费次数	最近消费	消费偏好
沈浩宜 V2 18754142840	¥9999.00	3	2021/05/02	餐饮-火锅 品牌-JNBY 娱乐-KTV
范哲 V3 13582370402	¥9999.00	3	2021/05/02	餐饮-火锅 品牌-JNBY 娱乐-KTV
朱梦华	¥9999.00	3	2021/05/02	餐饮-火锅 品牌-JNBY 娱乐-KTV
薛夏 V1 13381188241	¥9999.00	3	2021/05/02	餐饮-火锅 品牌-JNBY 娱乐-KTV
孙世华 V1	¥9999.00	3	2021/05/02	餐饮-火锅 品牌-JNBY 娱乐-KTV

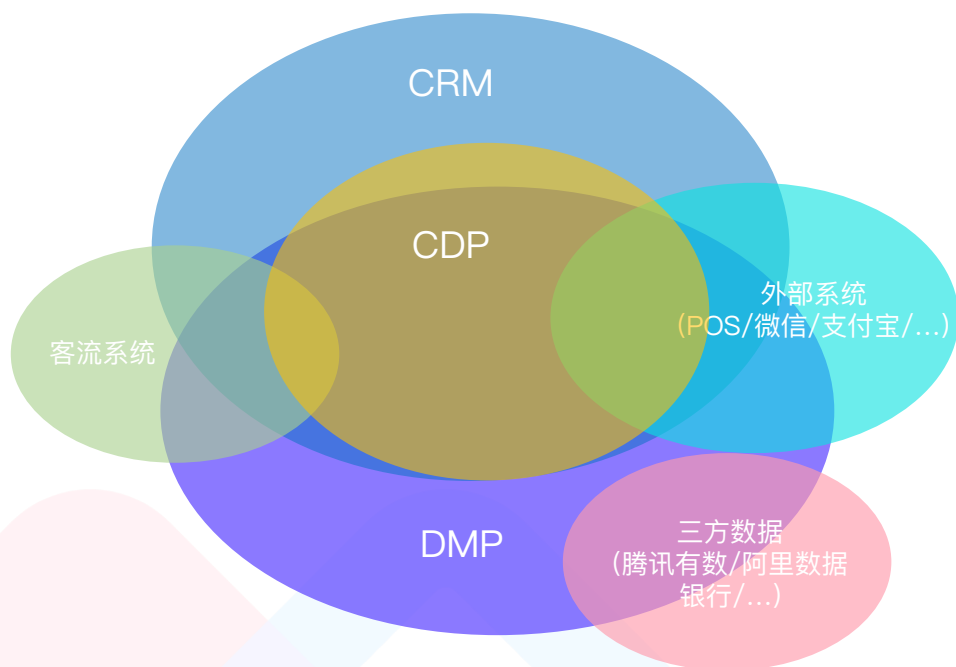


TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

TwinsPower

数据与分析——DMP

● 把多方的消费者数据进行结构化整合，应用于精准营销和服务场景。



基本信息

姓名 性别 年龄 生日 手机号码
升高 体重 鞋码

位置信息

所在城市 城市等级 住址信息
办公区域 天气特征

会员卡信息

开卡时间 开卡渠道 等级信息
积分信息 储值信息 卡券信息

消费信息

消费力分级 消费额分层 消费频次分层 消费时段分布 消费宽度分层 消费渠道
类目偏好 品牌偏好 商品偏好 活动偏好 购物决策导向

亲缘信息

宝宝性别 宝宝年龄 宝宝身高
宝宝体重 宝宝鞋码

设备信息

手机型号 操作系统 屏幕尺寸
网络信息

微信信息

服务号粉丝信息 小程序访客信息
企业微信好友信息 社群成员信息

社会特征

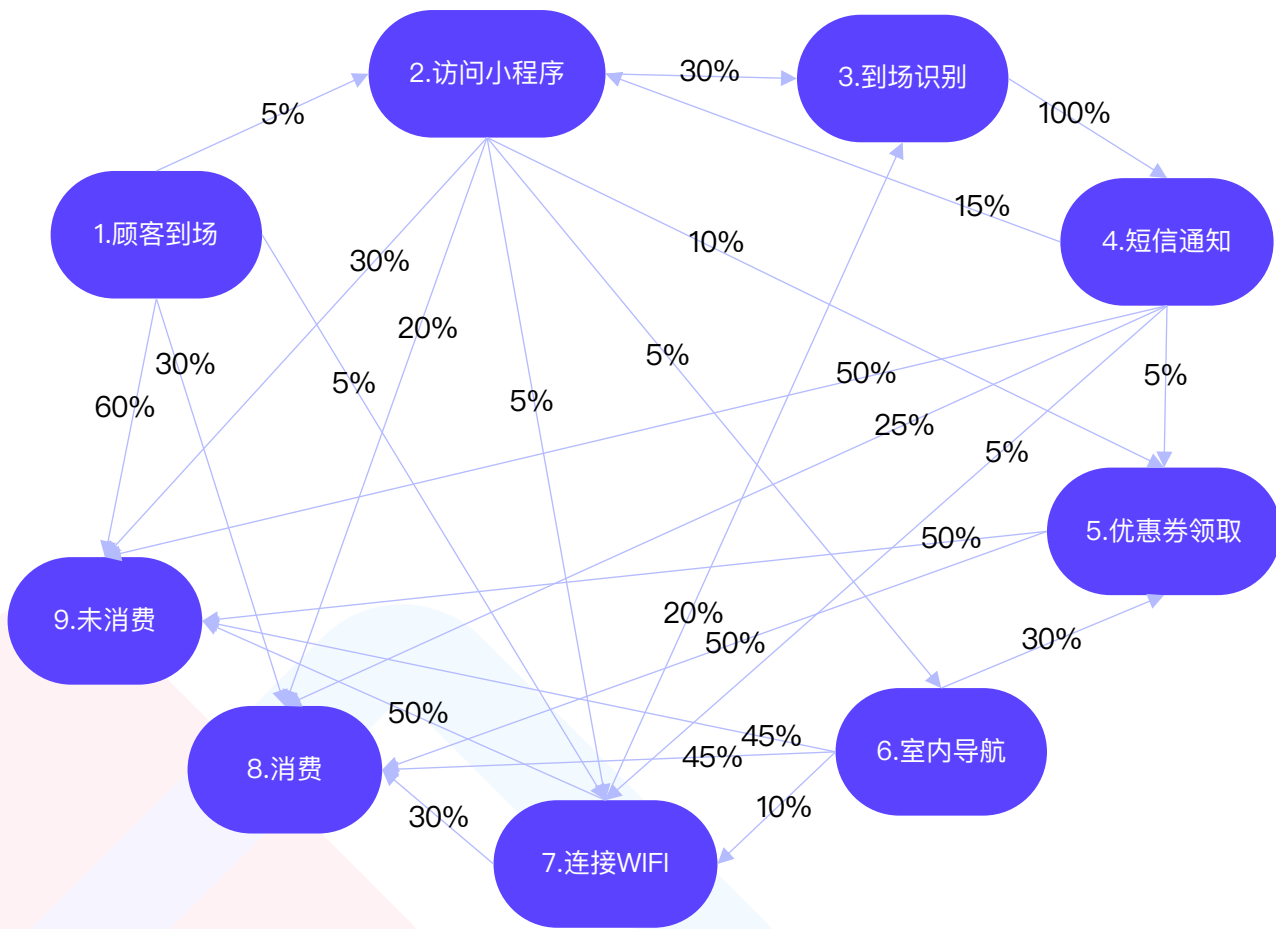
职业 学历 收入状况 人生阶段
信用等级

兴趣偏好

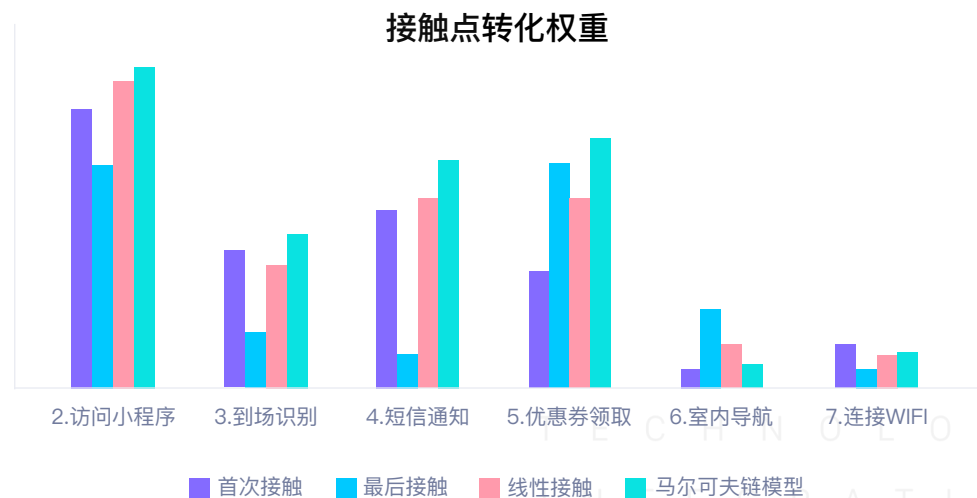
运动兴趣 美食兴趣 文娱兴趣
内容兴趣 特技数码兴趣 旅游兴趣

数据与分析——营销效果归因

● 通过对营销路径上的各个接触点分配价值，来反映各接触点在促进销售上的相对权重。



转化路径	总次数	转化权重
Journey1: 1→2→8	3983	0.21797187
Journey2: 1→2→5→8	992	0.05428775
Journey3: 1→2→6→5→8	152	0.00831828
Journey4: 1→2→3→4→8	1482	0.08110327
Journey5: 1→7→3→4→8	1505	0.08236195
...



- 通过对A/B测试法的充分应用，实现业务决策与执行质量的持续精进。

应用场景

内容运营

- 线下海报
- 短信模板
- 图文内容/标题
- 短视频

小程序运营

- Banner
- UI
- 页面布局
- 交互流程

活动运营

- 活动方案
- 优惠券
- 礼品
- 合作渠道

会员运营

- 会员卡制度
- 会员权益
- 会员分组
- 忠诚度管理方案

商户运营

- 活动招商方案
- 激励政策
- 系统教程

对营销受众做随机样本分离，可控制各个组的样本规模比例



实验数据回收

A组

banner点击率
优惠券领取率
成交转化率
...

是否置信

B组

banner点击率
优惠券领取率
成交转化率
...

是否置信

对照组

banner点击率
优惠券领取率
成交转化率
...

实验结论、数据分析

如何分配流量

- 尽快得到实验结论，预期需要多少天
- 对体验影响最小

实验数据回收

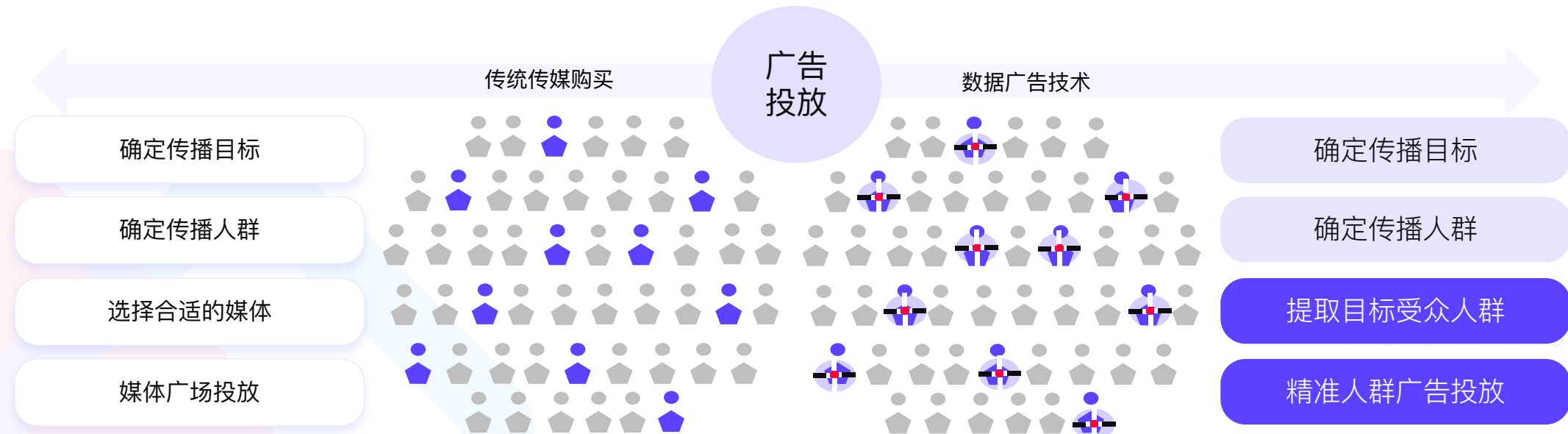
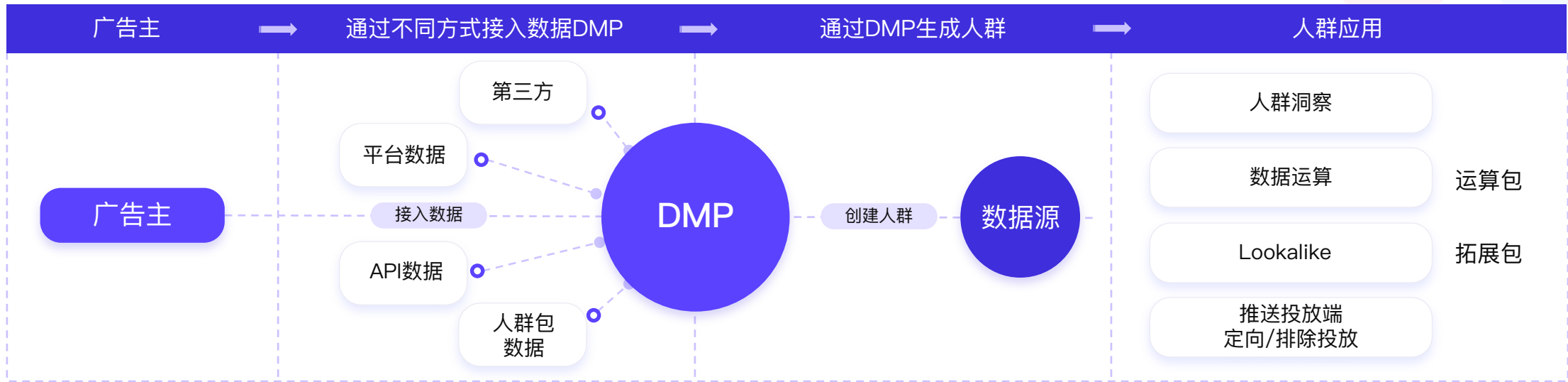
- 各项指标怎么样，可信吗？
- 对哪个方案效果更好？
- 方案1、方案2的ROI更高？
- 有没有新奇效应的存在？
- 对于不同的群体，存在差异吗？

实验结论

- 定性定量判断
- 分析性结论和建议，人群、边际效应等
- 下一步还需要进行什么实验

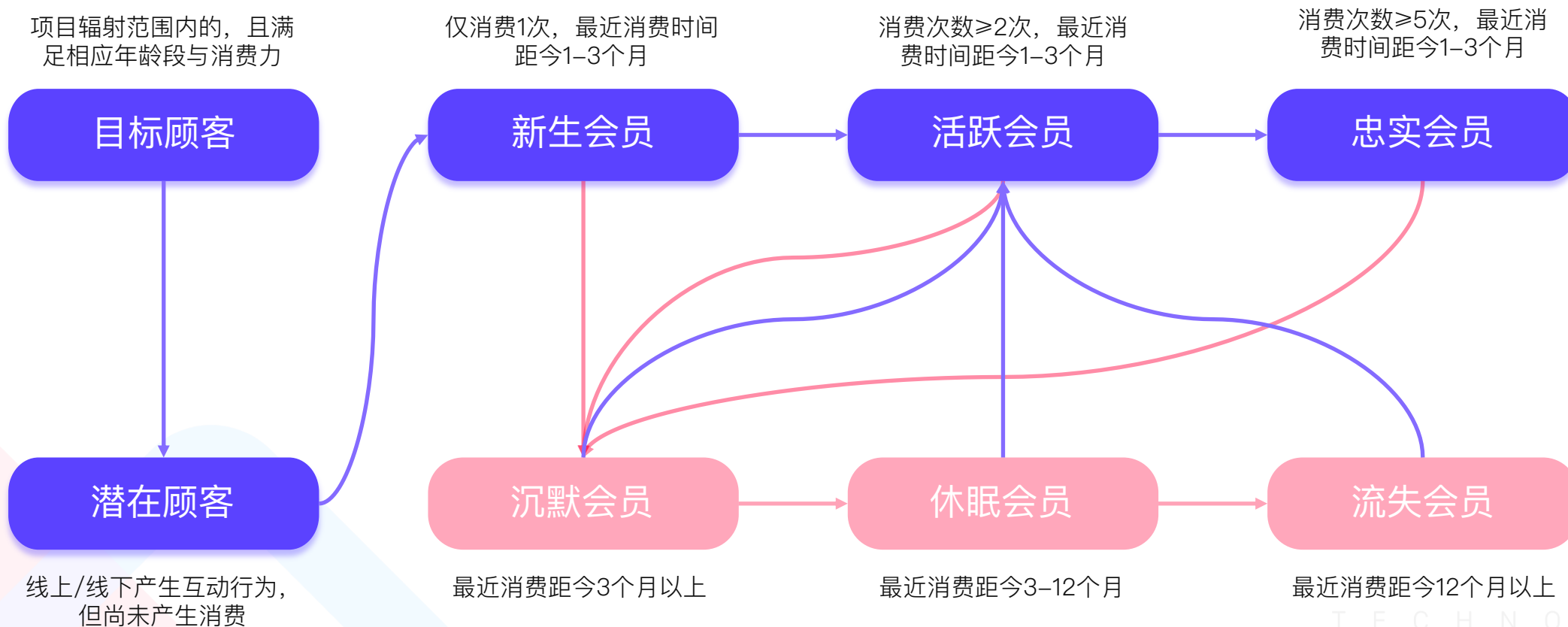
- 提供三层数据应用服务，满足企业在不同场景下的数据分析需求。

	适用场景	特点	使用成本
取数平台 (ipaas)	决策支持	低代码、取原始数据进行分析	大
数据可视化 (apaas)	数据诊断	无代码、自定义配置图表样式	中
嵌入式报表 (saas)	数据呈现	无代码、标准化图表样式	小



TwinsPower 顾客全生命周期管理解决方案

- 依赖于RPA（机器人流程自动化）的持续监听与干预，实现会员LTV（生命周期总价值）的持续提升。

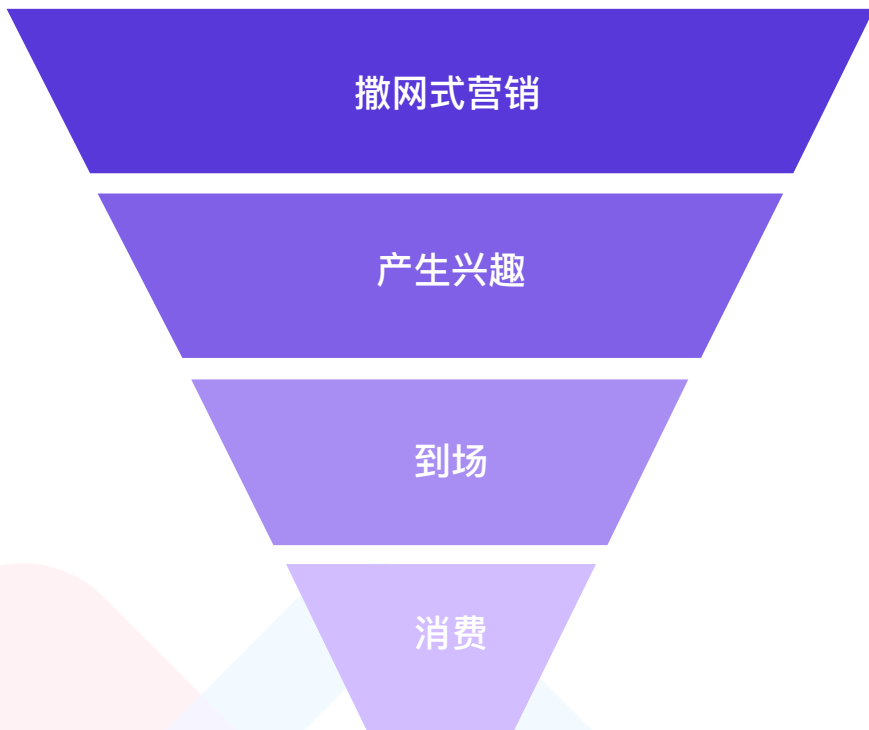


*图中的会员生命周期设定参数为示例，具体需根据企业自身的经营特征进行设计。

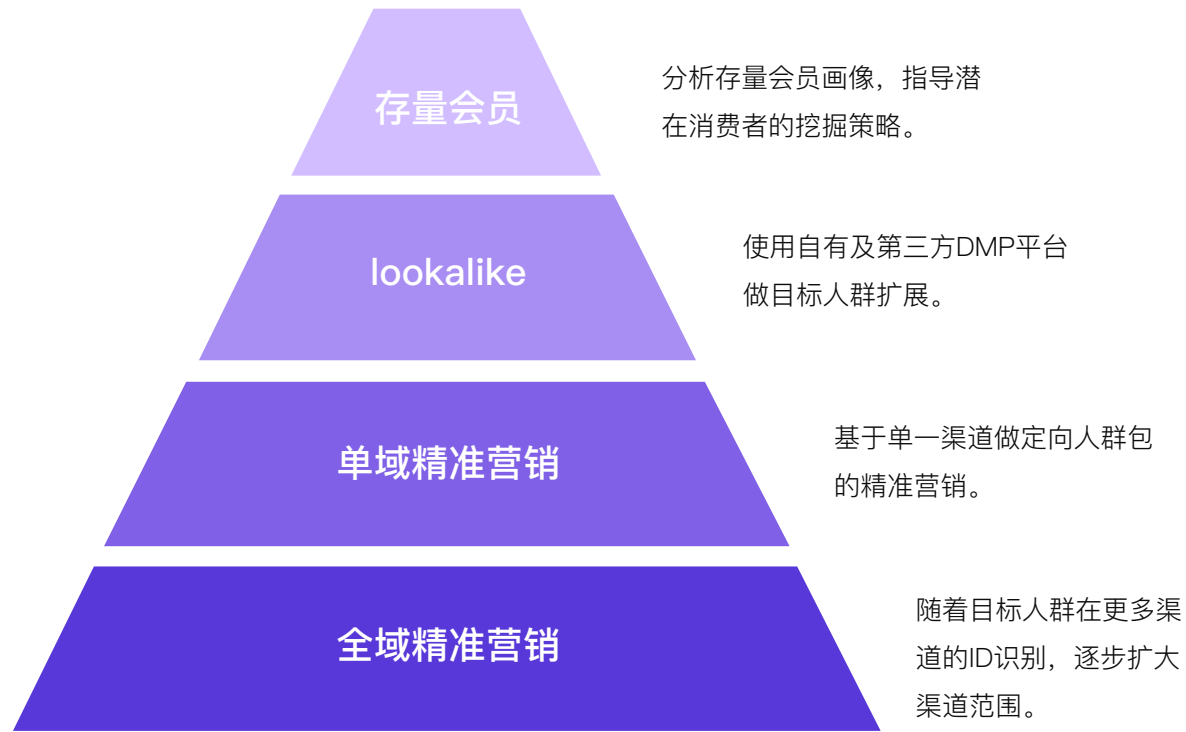
TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

顾客全生命周期管理解决方案——营销逆漏斗

- 借鉴ABM (Account Base Marketing) 的营销思想，颠覆传统漏斗营销模型，将营销预算用在有价值的潜在消费者。



传统漏斗营销模型



逆漏斗营销模型

顾客全生命周期管理解决方案——目标客群的拉新转化

● 基于AIDMA理论模型，围绕全域触点对目标客群做心智干预。



顾客全生命周期管理解决方案——新客启动SOP

成熟的SOP与完备的自动化工具，让每一位顾客在新手启动期都受到“悉心照料”。



顾客全生命周期管理解决方案——自动化场景营销

● 将6年所沉淀的大量最佳实践产品化，以开箱即用的方式快速赋能企业。

服务号营销



粉丝拉新



欢迎语



关注有礼



关键词回复



取关挽回

服务即营销



到场识别营销



车场营销



排号营销



点餐营销



导航营销



WIFI营销

会员卡营销



会员拉新



开卡有礼



升级有礼



降级提醒



积分过期预警



积分兑换提醒

生命周期管理



新客成长



沉默激活



休眠唤醒



流失挽回

消费后营销



支付后营销



消费有礼



评价有礼



分享有礼

节庆营销



生日福利



周年庆营销



节日营销

自动化生命周期管理示例

营销场景	营销人群	触发方式	周期	营销内容	触达方式	营销目的
泛会员拉新	潜在客户	关注触发	/	1、欢迎语 2、小程序认证开卡	小程序卡片	促销潜客转化，扩大流量池
	公众号粉丝	每日触发	关注时长超过7天未开卡	1、新会员礼包触达 2、游戏抽奖（卡券、噱头礼品、家居用活礼品）	模板消息 图文营销	会员拉新，促进粉丝转化，扩大品牌流量池
	新会员	认证触发	/	1、新会员礼包触达（卡券/礼品/积分） 2、会员完善资料提醒	模板消息 小程序卡片	促进新会员消费转化
首次消费转化	开卡未消费	每日触发	开卡7天内未消费	1、卡券使用提醒（挑选热卖商品嵌入图文）	公众号图文/企业微信/模板消息 /短信提醒	促销未消费会员转化
会员生命周期	首次消费会员	消费触发	消费3分钟	1、3分钟感恩短信 2、订单评价	短信 模板消息	温情关怀，提高客户认知 收集客户反馈意见，提升服务
		每日触发	消费间隔7天	1、洗涤保养内容 2、清洗卡券触达	企业微信 模板消息	让客户感知优质的售后服务体验， 提高客户的信赖感
			消费间隔15天	1、售后回访（顾客穿着体验调研及搭配建议）	企业微信/导购电话	
	所有会员	每日触发	消费间隔30天	1、二次复购卡券（礼品券/现金券/折扣券） 2、商品爆品触达	模板消息/公众号图文/企业微信 /短信营销/导购电话/AI电话	促进会员二次复购
		每日触发	消费间隔30-90天	1、会员分享有礼（礼品/卡券）	图文营销/企业微信	会员营销裂变，扩大品牌流量池
			消费间隔90-180天	1、复购优惠券（大额优惠券） 2、话务邀约，提醒顾客福利	卡券营销 短信营销/话务营销	会员激活，提升会员活跃度
			消费间隔180-360天	1、激活优惠券（大额优惠券） 2、话务邀约，提醒顾客福利	卡券营销 短信营销/话务营销	会员唤醒，提升会员活跃度
特定场景营销	升级会员	升降级触发	/	1、升级福利（卡券/礼品） 2、会员升级权益介绍	模板消息 公众号图文	促进会员消费升级
	有积分的会员	每日触发	积分达到X积分	1、积分兑换图文推送（介绍积分玩法，积分兑换的礼品/卡券，引导顾客进行兑换）	公众号图文 企业微信	消耗会员积分，促成会员复购
	生日会员	每日触发	每月1日	1、生日福利投放（不同等级、人群不同福利） 2、会员生日祝福	公众号图文/模板消息/企业微信 /导购电话/AI电话	促进生日会员复购

TwinsPower 数字化转型蓝图

数字化愿景

智慧经营

以消费者为中心、数字化技术为核心抓手，为会员提升消费体验，为合作伙伴创造价值，建立商业空间核心竞争力。

数字化目标

智慧服务

智慧营销

智慧生态

数字化场景

场内服务

智慧停车 快速积分 室内导航 智慧餐饮 智慧WIFI

会员权益

智慧停车 消费积分 积分抵现 积分兑换
生日福利 免费停车 免费出行 会员日

社群权益

社群等级 社群积分
群任务 群商城

积分商城

礼品管理 履约管理
活动管理 礼品供应链

资产数字化

会员卡 积分 卡券
购物小票 储值 权益凭证

数字端营销

顾客小程序 群空间

流量运营

抖音号 生活号 订阅消息
服务号 视频号 短信
社群 朋友圈 即时聊天

在线商城

抖音小店 支付宝商城 微商城 群小店

增值业务

付费会员 储值卡 有价券

内容运营

顾客小程序

内容量化

内容社区

工作流

服务支援

会员关系管理 服务履约协同

营销支援

自助式营销

私域共享 分销管理

信息流

顾客资料 门店信息

货品信息 消费信息

促销活动 人事信息

商管业务

物业管理 活动管理

销售对账 财务结算

租务管理 合同管理

物流

门店仓发货 就近门店发货

总仓发货 到店自提

资金流

分册管理 自动分账

嵌入式报表

会员分析 流量分析 销售分析 营销分析 素材分析 服务分析 活动分析 门店分析 货品分析

商业自动化

知识库构建 脚本编辑器 业务流程建模 组件工厂 中枢控制台 场景控制器 应用分析 应用市场

数字化技术

标准规范体系

开放平台

应用服务群

安全保障体系

云原生

数据中台

业务中台

企业总线

数字化保障

关键项目

管理体系

组织人才

绩效激励

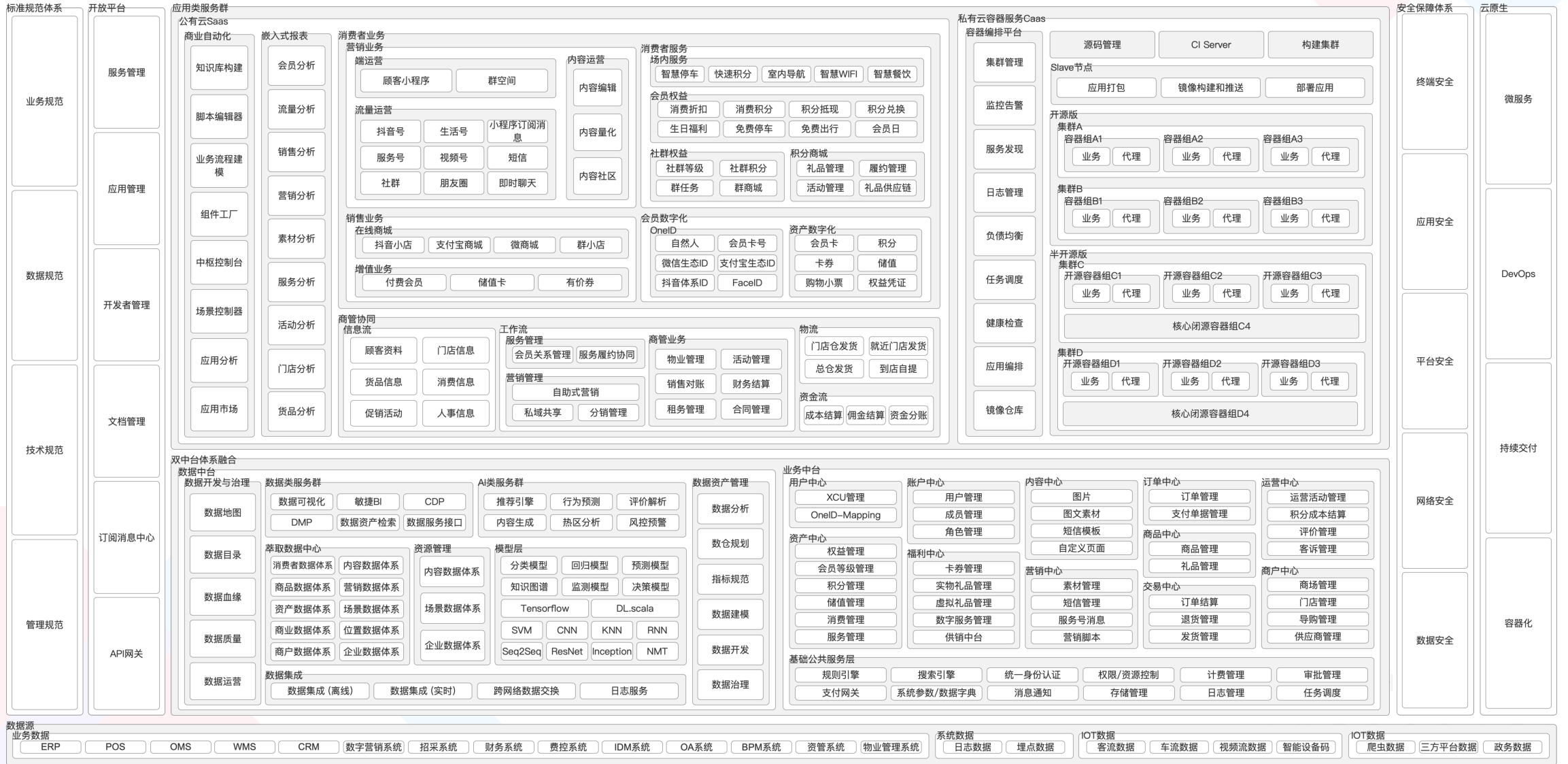
O G Y
I O N
I N N O V A T I O N

TwinsPower

数字会员业务成熟度模型

实施内容	Stage 1 了解	Stage 2 筹备	Stage 3 启动	Stage 4 进阶	Stage 5 成熟
内部对齐	<ul style="list-style-type: none"> 评估企业文化的契合度 行政/董事会支持 数字会员业务 规划初步预算 	<ul style="list-style-type: none"> 已成立了初步的数字会员发展团队 主要利益相关者已参与 会员、企划、营运等职能部门达成一致目标 	<ul style="list-style-type: none"> 会员、企划、营运通力合作 数据会员团队按商家的目标执行 	<ul style="list-style-type: none"> 增加预算和资源的投入 在许多层面上都有内部的拥护者 	<ul style="list-style-type: none"> 全公司范围内支持数字会员的业务建设 与招商和其他利益相关者充分合作 市场的地位提高了
会员定向	<ul style="list-style-type: none"> 企业内部主要利益相关者看到了数字会员的价值, 但还没有相关数字化实践 	<ul style="list-style-type: none"> 对会员进行量化、挑选和分组 梳理了典型的会员生命周期 制定标准化的会员忠诚度管理计划 	<ul style="list-style-type: none"> 落实小规模个性化定向营销 会员的参与度提升 	<ul style="list-style-type: none"> 大规模的定向营销贯穿于会员的全生命周期 会员销售占比、复购率、会员终身价值贡献等核心会员指标已经提高 	<ul style="list-style-type: none"> 定向营销被用于潜在客户挖掘、老客留存和关联销售 支撑内容与服务供给端的定向规划
数据与洞察	<ul style="list-style-type: none"> 对现有的会员洞察力进行评估 梳理数据需求 	<ul style="list-style-type: none"> 收集调研数据和第三方数据 确保所有数据是干净的, 且已被收集 	<ul style="list-style-type: none"> 定期共享和更新数据 数据被用来在小范围内进行定向营销 	<ul style="list-style-type: none"> 将整合后的数据用于在所有触点上开展定向营销 	<ul style="list-style-type: none"> 数据洞察持续性推动销售增长 数据用于企业战略决策
技术方面	<ul style="list-style-type: none"> 已配备且经常使用CRM和营销自动化系统 	<ul style="list-style-type: none"> 定期更新并适当使用CRM和营销自动化系统 加大对数据、沟通和销售洞察方面的技术投入 	<ul style="list-style-type: none"> 落实个性化内容和事件管理的相关技术 开始向消费者提供动态内容 	<ul style="list-style-type: none"> 实现营销投资回报比(ROM)的数据仪表盘 使用CDP、DMP、定向营销等 Martech平台 	<ul style="list-style-type: none"> 使用数据仓库、营销测试与归因分析工具 所有技术被充分应用, 员工定期开展培训
计划与执行	<ul style="list-style-type: none"> 营销工作的开展与数字会员理念一致 (而非刻意) 	<ul style="list-style-type: none"> 明确消费者需求 内容经过审核 明确方案计划 	<ul style="list-style-type: none"> 基本对消费的洞察, 向其提供个性化内容 内容在恰当的时间点触达消费者 	<ul style="list-style-type: none"> 对客户的全生命周期开展定向营销 营销工作对消费的消费决策产生影响 	<ul style="list-style-type: none"> 营运工作持续围绕个性化定向营销来实现成功

TwinsPower 系统架构图



TwinsPower 项目实施流程

项目启动

- 项目启动
- 成立项目小组
- 确认实施计划

GIC系统搭建

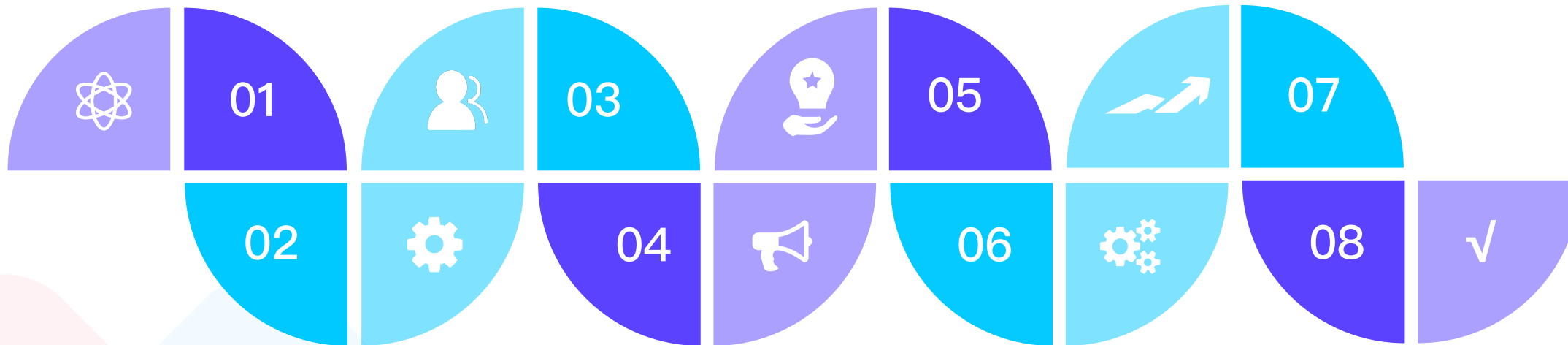
- 静态数据准备
- 账号初始化
- 静态数据导入

业务测试验收

- 执行测试计划
- 业务集成测试
- 测试环境联调
- 生产环境联调
- 输出测试报告

培训计划

- 商家团队培训
- 管理层培训
- 门店培训



项目解决方案确认

- 业务调研
- 需求调研
- 探讨解决方案
- 确认接口清单

接口开发

- 接口开发
- 程序部署

历史数据割接
































- 历史数据清洗
- 历史会员导入
- 历史订单导入

上线验收

- 系统切换
- 试点运营
- 全面推广
- 上线总结

TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

TwinsPower 项目文档体系

 2-1项目组成员组成及工作职责	 2-2项目小组清单	 2-3客维部筹建建议书	 3-1项目实施调研提纲	 3-2调研记录	 3-3调研问卷结果	 4-1项目实施计划书	 5-1公众号申请资料	 5-2公众号基础资料	 5-3会员制度优化建议书	 5-4会员制度确认书
 5-5门店资料收集表	 5-6门店资料收集模板	 5-7企业管理人员收集模板	 5-8企业管理人员资料收集表	 5-9所需设计模板	 5-10所需设计输出	 6-1短信验证码申请模板	 6-2短信验证码申请确认	 7-1GIC接口文档	 7-2卡券核销方式利弊分析	 7-3ERP服务器相关信息收集模板
 7-4ERP服务器相关信息收集表	 7-5ERP系统规范建议书	 9-1培训计划	 9-2培训记录模板	 9-3培训签到表模板	 10-1项目需求跟踪总表	 10-2店员绩效考核建议书	 11-1项目上线报告	 11-2项目上线验收报告		

严格把控项目进度，阶段性交付项目文档，整合管理项目活动

TECHNOLOGY
INTEGRATION
INNOVATION

类型	沟通内容	参与人员	沟通方式
每日项目交流	<ul style="list-style-type: none"> 每日问题汇总与讨论 评审当天工作完成情况及风险 明确第二天的工作计划 及时跟踪项目进度 	项目小组成员	按需 电话、飞书、邮件等
每周项目例会	<ul style="list-style-type: none"> 周进度跟踪 汇报本周工作进展 下周计划讨论和制定 讨论项目风险和问题 	项目管理小组 项目各小组Leader	每周五 邮件
项目专题会	<ul style="list-style-type: none"> 围绕某些专题进行讨论 	相关人员	按需 电话会议、现场会议

企业管理层

项目介绍

移动端产品演练

各部门工作衔接

项目落实方案

营运团队

项目介绍

产品演练

培训考核

各部门工作衔接

项目落地方案

各阶段运营规划

项目工作安排

商户成员

项目介绍

移动端产品演练

培训考核

终端收银演练

会员运营理念

门店运营方案



TwinsPower
Digital Commerce Builder

心不喚物 物不至