

酒店客房运营方案 便利店运营方案(实用5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

酒店客房运营方案 便利店运营方案篇一

20xx年2月14日

xx便利店

：店内所有员工

- 1、提高便利店的知名度，扩大品牌效应
- 2、通过活动拉动便利店的销售量，增加效益
- 3、建立便利店的品牌忠诚度

爱情至上浪漫无罪

1、活动形式

比赛赢奖品，爱心墙抽奖以及其他促销活动。

2、活动人员安排及职责

1) 活动总负责□xxx店长

主要工作：总体协调，人员调配

2) 策划、现场协调□XXX

主要工作：活动策划与安排、现场资讯采集；

3) 人员分工、布场及撤场安排□XXX

主要工作：人员的调配，布场、撤场时的相关事宜安排；

4) 物品准备□XXX

主要工作：负责抽奖，发放奖品。

5) 现场照相、录像□XXX

主要工作：现场活动的拍照与录制

1、便利店内（现场不让进行布置）

a□用带有“情人节快乐”字样的粉色彩带、气球布置店内

b□在店内一角摆上“爱心墙”

2、店外

门口拉上横幅“祝大家情人节快乐！今天参与活动，各种大礼等着您来拿”

a□情侣比赛活动

1、爱我就把我抱回家

参与活动的情侣，由男生将女生抱起并且坚持住。时间能够

持续3分钟、2分钟、1分钟以上的，可以分别获得不同的礼品。

2、姻缘一线牵

抽奖箱内放进店内的商品，并用红色绳子拴住，绳子另一端放在抽奖箱外。参与活动的情侣共同选取一根绳子，进行抽奖。

3、我的心思你不用猜

女情侣回答，比如说，主持人问，你女友喜欢吃什么东西，然后男人在题板上写出自己的答案，同时女方也要去写自己喜欢的、东西。一致答案的数量最多的情侣，获得大奖。

4、爱心墙

情人节当天，无论单身还是情侣都可以用便利贴记录自己的心情，或者写下祝福的话并留下联系方式，贴在爱心墙上。当天晚上由店长抽取5张作为幸运顾客，送取礼品或购物券。

5、促销活动

a□买巧克力礼包送一朵玫瑰花

b□购物满100送玫瑰花一朵，满200送巧克力

c□团购：3对以上情侣团购打8.8折

酒店客房运营方案 便利店运营方案篇二

第一章：

装饰公司各部门岗位职责

1. 总经理职责

a处理公司内部的日常行政工作的管理。

b统筹安排公司各个部门的工作并下达工作指令单，负责协调部门之间的工作配合□c负责组织和落实装饰工程项目的工作开展并监控装饰工程项目的总体施工质量□d负责装饰工程材料采购及相关资金表格的审核，及对材料采购价格的审批□e负责审核《预结算书》 《装饰工程施工合同》 《装饰设计委托合同》等□f负责审核图纸，包括方案、施工图、竣工图及设计变更。

g负责落实各部门经理的工作安排。

2. 业务部职责范围

a配合总经理制定合理的部门市场发展战略并组织实施。

b负责公司企业形象的宣传和装饰设计作品的推广。

c负责业务联系及与业主沟通、洽谈、协调并签订合同、合约。

总经理。

e负责组织材料采购协助更新和补充装饰材料种类。

3. 设计部职责范围

设计方案的整体构思。

c设计师负责材料样板的选型定板。

d设计师负责陪同业主选购装修主材。

f设计师负责设计工程项目的全套施工图的设计并安排相关人员电脑绘制图纸□g设计师负责设计图纸的会审及讲解，并移交给施工项目工程师。

h设计师负责设计方面在施工过程的解释权，对设计变更须有正式书面通知，并记录存档，协助施工项目工程师检查施工过程中的设计质量，贯彻设计意图。

i项目施工验收后，设计师负责安排相关人员负责竣工图的绘制，并须有业方及部门主管签字确认。

件的使用和统一安排。

k设计师负责协助项目推广服务部的相关企业形象的推广宣传工作。

l设计师负责编制装饰工程项目概括、预算书、投标报价。

m设计师负责设计变更、工期延误等的签证工作。

n设计师负责及时同公司施工部人员进行装饰工程项目的竣工结算。

4. 项目施工部职责范围

a负责编制项目施工人员的组织、管理及安全措施准备工作，填写施工人员安排表□b负责编制项目施工进度计划表及项目工程材料采购计划的编制。

c负责组织设计师，各工种施工员对设计图纸会审、技术交底。

d负责材料分析表及实际材料用量统计表的编制。

e负责编制利润预车测表、含材料用量、人工费预计、毛利预

测等内容。

f负责工程项目中的协调工作，包括施工人员，场地设施，工具借用的审批、发放材料进场安排，现场施工放线、定位工作。

g负责对装修前装修套房的物品检查，并接收。负责施工人员人工费结算及临时水电费、装修押金的退还。

h负责组织施工人员学习安全操作，施工工地的规章制度，教育违章行为，并对临时设施及搭设脚手架等组织验收，合格后方可使用。

i负责施工质量检查，对不负责或明知故犯的施工人员，项目施工负责人可自行处理甚至开除。对质量意识不强，不能按设计要求的施工班组，可联络部门主管、设计师确定更换新班组。

j施工完成后安排材料的清点入库、退库等工作。

k负责安排竣工后的垃圾清理、清洁工作；

l负责组织相关人员竣工验收，并办理相应的验收报告、移交手续等；

m负责施工人员人工费汇总，及临时水电费，装修押金的退还；

n对施工质量事故，工期延误等引起的公司经济损失，形象损害负责。

o负责组织材料搬运、装卸等；

p负责仓库材料的日常管理及材料标和维护。行政部职责范围

总经理

b负责公司程序资料、相关文件的管理工作。

c负责对公司人员的德、能、勤、绩考评，协助总经理对员工的晋升工作□d负责协助总经理对公司人员的调整、调配工作。

e负责协助总经理对员工进行定期培训。

a公司制定完善的管理办法

b业务开展

c 公司家装市场的定位

装饰公司如何拓展业务？

装饰公司拓展业务的基本思路可以分为两个阶段：让客户知道您的公司让客户选择您的公司这一行为属于公司的外在品牌影响力，这一点对企业来说相对容易做到，企业可以利用传媒（报纸、电视、刊物以及电台等）、互联网以及户外媒介（路边车身广告等）对企业的品牌及闪光的举措等进行宣传和推广。只要企业有一部分钱，最长三个月时间就可以让所在城市及周边城市知道有这个公司。当然，效果的好坏还要涉及企业推广的方式，如广告投放的方式、如何选择媒介以及如何运作企业的闪光点等等。公司由于集团公司的影响是有很高的知名度，但在家装乃至装饰市场的影响上要加强。

以上因素属于对客户的感观影响，感观影响决定了客户是否还与公司继续下一步的联系。而下面的几点决定客户最终是否签单。设计师的设计能力和沟通能力预算报价是否合理到位（合乎客户心里标准）

者。

公司在整个装饰业力的开展上形成一套固有的操作模式。

公司家装市场的定位

公司有着它运作一定成本，要保证工程施式的质量，良好的售后服务，对材料的选择，工班的使用，都关系到家装市场的定位。

业务的开展

公司在市场的拓展上，可以参照运作较力成功的家装公司的运作方式。

外地公司进驻当地时，在完善管理的同时，在各楼盘征集一套零利润样品房（由于初来没有供业主参观的施工成品）在做样品房的同时规范管理，树立好的施工品象，在量招收业务员，进行岗位培训，迅速的将业务的开展拓宽到城市的各个城区，为客户提供优质服务。公司在市场的拓展可部分参照成功公司运作方式，结合本公司的本土优势进行发展。现在在一些大城市，在推进住宅全装修房，也就是几年以前提出的菜单式装修房概念。现在一些高端楼盘有这种现象。房子实际已经销售完，业主入住已经一年多了，过道还是乱七八糟的，电梯还是给保护着，人员出入繁杂，每天噪声不断。越来越多的人意识到这点。假如有这么一个好楼盘，如果业主在定房时就明确装饰内容和装饰公司签定装饰合同，在材料上采用团购的形式，早在交房前设计公司已经根据户型设计了若干套装修标准和设计布局不同的方案供业主参考。在一定程度上降低了装修成本，保证了业主轻松的入住。再也没有上面所述的诸多烦恼。当然在考虑业主的承受能力的同时不能忽视对房开销售的影响。

公司还可以在房开项目交房前提前进入大型楼盘，根据户型

图做出若干装饰方案，供业主选择，在说服力和沟通方面都会起到意想不到的优势。

人员的组合业务人员可采用外聘的形式扩大业务人员的队伍，采用底薪+提成的形式来调动业务人员的积极性。这个方式还可以用到设计人员、施工人员的外聘上。在薪金上体现个人的付出和收获成正比也是留住人才，调动工作人员积极性的好办法。设计人员是业主沟通的一个桥梁，一个好的设计师可以通过设计去打动业主，通过合理的资金预算安排去说服业主。可见设计人员在工程承接上的重要性。设计这一块可划分为主任设计师，设计师，助理设计师，绘图员，主任设计师负责设计任务的总体安排，工程、大户型方案的拟定，助理设计师配合设计师的设计任务和图纸的绘制。绘图员从事绘图建模工作。真正好的设计师要将精力放在设计方案上，而不是将精力放在图纸的绘制表现上，让设计师有更多精力投入与业方的沟通上。在硬件上，健全公司的内部计算机网络，让更多的设备得到资源的共享。可购买正版的装饰画图软件，轻松的制作出精美的设计图纸和三维虚拟现实。让设计师与业主的沟通更加明了清晰。材料上健全材料供货商体系，和材料供货商达成一定供货协议，合力形成双赢局面，根据业主接受能力可选择高中低不同档次的材料合作，在与业主确定装修标准推荐不同的材料采用，在预算上与业主的沟通更加透明，也更利用装饰装修业力的承接。形成自己的材料配送制，家装的利润源于施工的有效成本控制，如何降低材料、采购成本，成的家公司保证利润的重环节，建立辅材、基材库房，可保证施工中供应不间断，且可减少交通运输，人工方面的各种支出，有利于资金的整体控制成本。

在工班的管理上，固定施工队伍合作关系，选择合作关系的施工队伍并形成良好的质量管理办法，控制施式单位业务能力有利于品牌的建立及售后质量的保证。

大盘操作

业务人员、‘设计人员、施工人员的工资可采用底薪+提成
的方式

业务员的工资底薪较低

可采用3个月试用底薪制，试用底薪为500基数，公司的宣传资料发上注明业务编号单，当业主能执宣传资料来了解情况，可支付业务员一定奖金50元提成基本费（每个月满足5户可提取），如果业主最终签定合同可支付业务员工程总价的1.5-3%，这样可以充分的调动业务人员的工作积极性，只有业主找到我们，来了解我们，接触我们。才有可能有合作的可能。

设计师的工资是底薪+提成，可根据能力的不同确定底薪基数。设计师完成的设计任力每户出基本图概算的任务，可支付50元提成基本费（每月底数满足5户可提取），如果业主最终签定设计合同可提取设计费用的20%（图纸需所含施工图整套图纸）。如果业主最终签定施工合同，直接提取工程总价的2-3%。

另一种方式

采用小盘网点式

公司采用建装饰点形式，鼓励公司员工走出去，公司形成一定管理办法和企业品牌运作办法（内似连锁加盟店）。将家装业务分离。有员工自行组织人员，设备投入，进入可小区设点，进行专点的家装业务承接。承接任务后公司上交一定管理费。公司不负责其人员，设备所有资金。也为企业减负走出一条新路。（这样运作的好处是。公司的投入精力相对要小些，无论从公司的人力，物力上，但在选择和控制在个网点要有一套切实可行的办法）

酒店客房运营方案 便利店运营方案篇三

超限满足的引擎升级养护

（一）、现状分析：

- 1、从02年开始4s店将引擎免拆养护引入中国。
- 2、定期引擎养护消费认识成熟，市场基础庞大。
- 3、鉴于4s店虚高的价格及不方便的地理位置，车主需要一个更具性价比的养护场所。
- 4、传统引擎养护品大多为“到渠道止”渠道模式，根本没有营销模式。
- 5、传统养护品企业是“各有精品一两项，无法做到全覆盖”，“万国牌”养护店成为尴尬。
- 6、传统养护品大多无车主价值模式4s店勉强可行，传统店面经营比较困难。

（二）、市场机会：

- 1、市场有一个让车主不是胁迫接受而是内心认同的养护品牌机会。
- 2、这个养护品牌必须的以车主价值和利益为中心。
- 3、市场存在一个保养不只是让车不坏，更是超强驾驶感受及省钱省心的选择的养护机会。
- 4、渠道需要一个车主能认同，市场有推广的养护品牌。

5、渠道需要一个全覆盖的一个统一品牌，而非“万国牌”。

(三)、市场定位及模式：

威士邦汽车引擎深化养护——安全环保又节能

1、价值导向：

a□天天开新车b□养护更省钱c□终身保大修d□会员高增值

2、项目组成三大系列：深度清洁、深化保养、升级养护

十大系统：燃油喷射系统、燃烧系统、进排气系统、润滑系统、传动系统、动力转向系统、冷却系统、空调系统、刹车系统、尾气治理系统。

3、盈利模式：

超限满足需求，为车主带上金手铐！

a□零费用养车计划□b□终身保大修计划。

(四)、传统常规引擎养护的危害

1、引擎内部油泥、积碳、胶状物得不到及时清除：会导致引擎运动连贯性差增加驾驶负担；导致磨损加剧增加维修几率，增加维修的时间和成本的支出。

2、常规的润滑油只能提供即时性保护，无法解决干摩擦及边界摩擦问题进一步加快引擎磨损老化，增加维修的成本支持。

3、据统计，仅做常规更换机油、三滤保养，引擎每运行10万公里会导致油耗上升10%以上，极大的增加燃油费用的支出。

1、店面装修，根据店面的实际情况公司提供合适的装修内容，

一般包括产品体系功效牌，养护效果图，展品展示柜□ci形象包装。

2、入店培训，需要您提供一台车，由公司的培训人员负责对所提供的车辆进行整车保养培训，培训所用产品由公司提供，培训内容包括设备使用讲解并示范操作，产品体系及效果说明，产品服务销售技巧培训。第一次培训完毕后，一个星期后公司将安排系统的总部培训每个新店必须派员工参加人员不限（费用由公司支出）。

3、客户梳理，店面需对自己的老客户做系统梳理，统计老客户资料，划分客户种类，对整体客户情况进行分析，根据客户情况制定第一次活动方案，店中必须指派专人负责活动事项。

1、体验活动，制定第一次体验活动，了解整个客户情况，并作详细说明，反馈整个活动的结果，上报公司备档。

2、技术要求，店面设备操作人员，需对设备熟练操作，包括设备维护，故障排除，操作流程，设备使用特色，老板配合公司严格要求通过考核。

3、营销方案，根据第一次活动情况，及整个店面人力资源情况，制定店面营销方案。

4、维护工作，公司销售部人员上报公司维护方案，并由店面老板确认，确认后维护方案将作为销售人员重要绩效考核标准。

一、市场拓展方案：

1、两公里商圈方案

在店面可辐射的两公里商圈开展店面活动主要包括（每个季

度一次的大型促销活动、中国汽车心脏调查活动、节油动力双冠王城际挑战赛)

2、外联商家方案

1、威士邦会员客户均可在外联商家享受餐饮、休闲优惠打折活动。

2、威士邦会员客户均可享受免费科学养车大讲堂免费听课机会。加威士邦车主俱乐部服务体系。

3、养车顾问方案

全放位的按照威士邦汽车深化养护顾问方案培训，需根据店面后期的销售情况申请此服务。

4、品牌再造

落实项目运营过程中出现的突发问题协助经销商建立品牌服务体系，销售体系，及项目运营体系。

开业活动方案

一、活动主题：威士邦汽车深化养护项目进店优惠月

二、活动时间：

三、活动内容：

1、活动当天免费发放体验装，限额50名。

2、活动当天邀请新老客户入店，公司派人员进行产品介绍、模拟实验演示等介绍工作。

3、活动开始之前对老河口地区车主完成宣传单页的大面积发

放工作。

4、开展为期一个月的优惠活动。

5、优惠月活动内容：

a:进店有礼：每天进店前五名客户均可免费活动精美小礼品一份。

b.清洁养护送“节油”：活动期间凡进行清洁服务的客户均可免费获得价值48元燃油机能增强剂一支。

值128元的引擎强力清洁服务+价值48元燃油机能增强剂一支。

d.你做引擎升级，我送超价值礼品：活动期间进行399元引擎升级服务，同时免费赠送汽车遮阳伞+车载吸尘器+车载空气净化器一只。

美国威士邦汽车深化养护用品

酒店客房运营方案 便利店运营方案篇四

该项目位于某市某区(以下简称“项目园区”)，是目前某上市公司投资已建成最大的项目，在项目建设初期未进行严格的科学的可行性论证，为提高财务管理部集团经济管理职能部门的专业作用，为公司领导项目决策提供有力的经济决策支持，特对本项目做事后的经济效益分析，通过分析，使公司领导清晰的知道项目的投入产出，从而判断本项目的可行性和经济效益情况。

一、本次分析报告的意义与必要性 1、符团公司未来发展的需要

20__年5月左右，上市公司将园区单独成立全资子公司，园区

的资产将全面投入到新公司中，子公司主要上市公司部套的加工及模具的制造。所以园区产生的经济效益就是园区项目投资产生的经济效益，根据产出的经济效益能很好的分析该项目投资的情况。

2、提高部门人员财务管理和项目投资分析与水平和部门的经济管理职能财务管理部是公司的经济管理部门，应为公司重大经济决策提供依据。部门的职能管理水平取决于部门人员的专业知识和能力。学好财务管理的相关知识，并把知识充分运用到实际工作中去，把知识转化成生产力，这样才能提升我们的职能管理作用。通过锻炼撰写本项目投资分析报告，可以提高部门人员财务管理和项目投资分析与水平，很好的把学到的知识运用起来，提高管理意识，最终达到提高整个部门的职能管理作用。

3、提高整个集团重大项目投资的决策能力

企业的投资风险是企业经营过程中的主要风险之一，重大的项目投资成功与失败将决定企业未来的命运。对一个重大投资项目，一旦决定进行投资，该项目的投资风险就无法改变了。所以项目投资的前期可行性分析就至关重要。建立一个科学民主的投资决策体制和规范化的投资项目管理是控制投资风险最好的方法。项目园区项目投资并未进行科学的论证，公司在重大项目投资决策还存在不足，没有形成很好的内部控制。为今后提高公司重大项目投资的决策能力，今天我们对该项目做事后的经济分析也是很有必要的，拟提高整个集团重大项目投资的决策能力。

二、项目及投资情况简介

20__年取得园区土地使用权，土地使用权面积为27000m²，土地使用期限为50年。取得土地的主要使用目的是进行母公司产品配套的加工及模具的制造。

三、本分析报告分析的理论依据与假设条件

1、收益期计算年限

本项目投入资产主要为土地使用权、厂房和机械设备。三类资产均有不同的使用年限。机械设备经济使用年限一般为20__年，钢结构厂房一般为40年，土地使用权工业用地出让年限为50年，扣除厂房建设期2年，剩余年限为48年。本次项目园区项目投资分析主要以机械设备经济使用年限20__年为收益年限。

2、折现率的确定折现率是将未来预期收益转换成现值的比率。

折现率=无风险报酬率+行业风险报酬率+公司特有风险报酬率

折现率的确定区间最低为五年以上贷款利率，最高为公司近几年最好的净资产收益率。一般折现率的确定，以行业利润率基础，适当考虑风险率，综合确定。公司近两年的净资产收益率为全社会所有企业的平均净资产收益率常常被称之为社会平均投资报酬率。公司的净资产收益率可以看做是公司要求的投资回报率，结合公司近两年的净资产收益率情况，本次投资分析折现率确定为15%。

3、假设条件

1) 土地使用权价格维持不变，即20__年后项目园区土地使用权出让价格与原始取得的价格一致或相差不大。也就是说项目园区项目的投资收益主要是依靠项目投资的生产经营取得，而非靠土地增值取得。

2) 20__年后房屋建筑物的市场转让价格与账面净值相差不大。

3) 不考虑机械设备残值的变现价值。

4) 不考虑出售土地使用权或机械设备的相关税费。

5) 房屋建筑物投资是在建设期(两年)平均投入的, 机械设备是在建设后一次性投入的。

6) 持续经营假设。假设企业以目前的经营方式、目前的经营规模持续经营, 即在收益年限内公司不在投入新的设备、扩建厂房等。

7) 不考虑通货膨胀因素的影响。资金的无风险报酬率保持为目前的水平。

4、计算时点

本项目土地使用权在20__年底取得, 建设期为20__年和20__年, 设备在20__年采购到位, 从20__年正式投产, 所以本次项目分析报告的计算时点为20__年12月31日。四、本报告的经济效益分析项目投资分析, 以一定期间的现金流量作为分析的依据。净现值大于零或内含报酬率大于要求的报酬率即该方案是可行的。本方法是按照折现率为15%(内含报酬率)的情况下, 根据目前项目的投资额, 计算出在收益期(20__年)每年项目园区应实现的净利润或利润总额。

营业现金流量=净利润+折旧 净利润=营业现金流量-折旧年折旧额=固定资产折旧+无形资产摊销=61, 937, ×95÷10+41, 415, ×95%÷40+12, 593, ÷50=7, 119, (元)

(1) 投资资金在20__年12月31日的终值

$12, 593, \times (1+15\%) + 41, 415, \div 2 \times (1+15\%) + 41, 415, \div 2 + 61, 937, (元)$

(2) 20__年后土地使用权与房屋建筑物变现价值的现值

20__年后土地使用权帐面净额=12,593, ÷ 50 × 38=9,571, (元)

20__年后房屋建筑物帐面净额=41,415, × 95% ÷ 40 × 10
=31,578, (元)

现值=(9,571,) (1+15%)=10,172, (元)

(3) 20__年12月31日的投资额

123,113, (元)

(4) 20__年每年应流入的营业现金流量

根据年金现值计算表, 15%的折现率, 20__年的年金现值系数
为 每年应流入的营业现金流量=112,941, ÷ =22,503, (元)

(5) 每年应实现的净利润 净利润=营业现金流量-折旧

每年应实现的净利润=22,503, (元) 每年应实现的利润总额=15,384, ÷ (1-25%)=20,512, (元)

(6) 结论

根据上述计算得知, 项目园区每年为上市公司创造净利润1, 万元以上, 该投资项目的内含报酬率超过15%, 该项目为可行的。

五、与预算经济指标的比较

酒店客房运营方案 便利店运营方案篇五

1. 定位:

定位是电商的根本, 不管是店铺还是产品, 都要有一个能够

占取消费者心智的定位，就是能够与用户产生关系的东西。

现在人们每天所接收的信息量大概是几百个g(包括视频，图片，声音)，然而在90年代的时候，这个数值是远远低于现在的信息量。

现在的每个人几乎都饱受选择困扰，从而也出现了“选择的暴力”知识社会带来的信息爆炸，使得本来极其有限的顾客心智，更加拥挤。

然而真正能进入到用户心智里的东西，又少之又少。

用户的购买行为，总是会选择他们所熟悉的东西。

2. 展现：

展现是电商的枝，基于互联网的限制，电商只能通过图片，视频，文字，将企业产品信息传递给用户。

在企业与用户的交互过程中，用户则通过这些信息来了解企业，了解产品。

如果企业的展示效果好，那么用户在了解的过程中，逐步的产生信任，使信任再到信赖，从而产生购买意向，最后达成交易。

如果展示效果不好，则会随着用户的理解不同，对产品原本的信息产生误解。

然而这种主观意识上的误解所导致的直接后果，就是退货。

退货是电商企业最为头疼的事情，费时，费力，费钱。

3. 营 销：

营销是电商的叶，一棵树长的好看与否，全凭树叶来点缀。

那么营销就是电商的`叶子，营销可以让电商产生事半功倍的效果。

但是电商人员往往会有这样一个误区，那就是营销和推广分不清楚。

那么到底什么是营销，什么是推广?简单的来讲，营销就是让这个产品好卖，而推广则是让这个产品卖的好。

营销的精髓在于包装，推广的精髓在于渠道。

营销的主旨是将产品的定位，通过一系列的包装，展示给用户，并在用户群里产生传播效应，从而达到提升品牌知名度，权威性，美誉度等目的。

4. 总结:

总之，产品定位，产品结构，产品定价，展现体系，营销策划，市场推广，客服与售后，数据分析，聚焦策略，完整的建立了电商运营模型，能够解决多数电商企业，或者传统企业在做电商转型时遇到的问题。