

外卖平台自主入驻商户的运营管理研究

艾燕琴

杭州她力量咨询服务有限公司, 中国·浙江 杭州 311500

【摘要】随着外卖平台也在快速的发展。外卖平台上入驻的商户数量及质量,对外卖平台的成功与否起到关键作用。商户入驻外卖平台,主要包括谈合作被动入驻和自主入驻。自主入驻对于外卖平台来讲,可以增加平台的商户数量,让更多会运营的商户加入,丰富平台内容,同时减少公司的运营成本。因此,怎样使商户更多更方便的自主入驻外卖平台是个需要研究的问题。影响商户自主入驻外卖平台的因素主要包括入驻政策、措施、入驻流程、审核通过率和店铺开张等。本文对这些影响商户自主入驻外卖平台的因素进行分析,并在商户自主入驻外卖平台运营流程中提供解决方案,从而提升外卖平台自主入驻的商户数。外卖平台自主入驻的商户数的增加,会促进外卖平台的高速发展。

【关键词】运营管理; 审核通过率; 店铺开张等

引言:

近年来,外卖平台随着移动互联网的快速发展而不断的发展,方便了人民的生活,也为线下的商户拓展了线上的渠道,从而增加了顾客和收益。外卖平台上商户的种类和数量,在很大程度上影响了外卖平台上顾客的数量,从而影响外卖平台上的收益。因此,需要不断的增加外卖平台上商户的数量,这样才能使外卖平台有源源不断的客源。但外卖平台如何吸引商户自主入驻,这是需要研究的问题。影响商户自主入驻外卖平台的因素主要包括入驻政策、措施、入驻流程、审核通过率和店铺开张等。入驻政策会使更多人了解外卖平台及准入门槛;入驻流程清晰,商户申请入驻过程中会比较顺利,那么商户申请数就会增加,从而导致审核通过率高;审核流程标准统一,会提升审核通过率,商户入驻数增加;店铺开张准备如门店信息、店招、核心菜品等信息,店铺开张准备的越充分,被线上用户的选择概率也就越高,平台的成交量也会提升。综合概述,在商户自主入驻外卖平台流程中,如何更好的运营管理,是提升自主入驻商户数的关键。

本文先介绍运营管理的流程和概念,再介绍外卖平台上的商户入驻流程,最后介绍商户自主入驻外卖平台的运营管理。通过分析影响商户自主入驻外卖平台的因素,并在商户自主入驻外卖平台运营流程中提供解决方案,从而提升外卖平台自主入驻的商户数。

1 运营管理

运营管理,通俗来讲,就是为了实现目标而对事项流程

进行计划、组织、实施和控制的一个决策过程^[1]。在这个决策过程中,会决定实现目标进行的方案、工作流程等。运营管理是企业很多职能中重要的部分,很多职能围绕运营管理而开展。比如在运营管理中,需要成本管理和人力资源管理的辅助,确保整个运营过程顺利进行。运营管理,最初开始于制造业,是一个组织生产的管控过程。后来经过时代的发展,运营管理时常也运用到服务行业,是一个输入到输出的过程。

运营管理的种类很多,目前的种类主要包括用户运营、产品运营、数据运营、精细化运营和智能化运营^[2]。用户运营,是指针对目标用户采取方案进行管理,吸引用户并留住用户^[3];产品运营,是指针对产品进行产品化运营,发掘产品的特点进行管理;数据运营,是指运用数据驱动的方式帮助企业找寻市场需求,并在管理过程中时常运用数据分析来不断更改运营策略^[4];精细化运营,是指运用最小成本优化业务流程,使用户熟悉业务步骤,更好的依赖产品;智能化运营,指运用人工智能的互联网技术去参与流程,提高运营效率。不同的运营种类,对应的运营方式不同,在运营过程中采取的方案也有些许不同。总结来讲,就是不同的业务目标,需要使用不同的运营管理方式去实现。

2 外卖平台商户自主入驻的流程

移动互联网的发展,促进了很多外卖平台的产生。外卖平台的发展成长离不开商户的加入,商户加入的越多,外卖平台的发展越快。在外卖平台上,商户入驻的主要方式

包括被动入驻和自主入驻。对于外卖平台来讲, 商户被动入驻需要外卖平台不断的去线下接触不同的商户, 期间会产生沟通成本、差旅成本和合同成本等。除此之外, 还会有一些额外的成本, 比如首次谈判失败导致的二次接触成本。而商户自主入驻的方式, 对于外卖平台来讲, 将减少很多成本。首先, 商户自主入驻是一种自发的行为, 表示对该外卖平台的认可。其次, 商户自主入驻的流程可以线上化, 减少线下的差旅成本等。总之, 商户自主入驻对于外卖平台来讲, 是个吸引商户并留住商户的好途径。

外卖平台商户自主入驻的流程, 一般包括下载外卖平台注册商户信息、准备入驻申请材料和提交材料等待审核。下载外卖平台注册商户信息, 是指找到入驻的外卖平台, 注册商户信息; 准备入驻申请材料, 是根据外卖平台入驻信息要求提交材料, 主要包括商户工商注册信息、商户经营种类、商户地址和商户联系电话等信息; 提交材料等待审核, 是指外卖平台需要根据提交的材料审核是否批准入驻。如果按照入驻申请材料准备充分, 通常就会容易通过审核, 成功入驻外卖平台。外卖平台商户自主入驻流程是否通顺、简单操作, 决定了商户成功入驻的通过率。

3 自主入驻外卖平台商户的运营管理

商户自主入驻外卖平台的数量和质量, 对外卖平台的发展起到关键作用。因此为了外卖平台的成功发展, 需要研究如何提升有质量的商户自主入驻外卖平台的数量。本文通过研究商户自主入驻外卖平台的运营管理, 来增加外卖平台自主入驻商户数。

外卖平台上面的自主入驻商户数受多重因素的影响。这些因素主要包括自主入驻商户引流政策、措施、入驻流程、审核通过率和咨询转化率及店铺开张等^[5]。可以通过常规线下地推引流、入驻流程优化、审核通过率提高、咨询转化率提高来增加外卖平台的商户自主入驻数^[6]。常规线下地推, 一般通过挖掘特征、调研分析来进行常规转化; 入驻流程优化, 包括工商数据对接、承诺函线上化、健康证上传取消、平台身份认证绿色通道、平台企业认证绿色通道等措施。也可通过分析入驻流程中的跳转流失率来进一步反向优化入驻流程, 提高入驻数; 关于审核通过率、咨询转化率, 可通过布点引流增加曝光、优化审核标准、优

化咨询转化流程来提高审核通过率、咨询转化率。下文分别针对影响自主入驻商户数的因素进行详细分析, 以此提高外卖平台上的自主入驻商户数。

3.1 自主入驻商户引流措施

为了吸引商户自主入驻外卖平台, 需要运营一些布点引流措施。布点引流运营管理, 具体措施包括分析圈定目标商户、广撒及精细化运营、提升商户的产品认知和提升商户留存。简单来讲, 运营节奏主要包括基础搭建、主动推进和提升留存环节。

基础搭建环节, 主要针对目标商户做运营。这里的目标商户特指线上目标商户。针对线上目标商户, 采取两种方式进行运营管理: (1) 精准(定向)运营。在站内, 通过合法数据短信推送。这些站内数据包括外卖平台内类目数据、已入驻商户行为分析、采购餐饮类相关买家数据。在站外, 通过短信、邮件电话邀约等方式。(2) 广撒(覆盖)运营。具体运营方式包括投入关键词搜索、发软性帖子(美食网站、美食论坛、人气论坛)、微博发文、站内布点(争取卖家中心资源)^[7]。

主动推进环节, 主要应用各种运营方法来吸引商户。运营方法主要包括发短信(有手机的前提下)、横幅广告、邮件(有邮箱的前提下)、单页小册子(考虑成本)、新媒体、论坛软性帖子。通过这些运营方法, 使很多商户了解到外卖平台, 吸引商户自主入驻到外卖平台当中。

提升留存环节, 主要通过产品优化留存商户。具体产品优化方式包括入驻操作引导功能强化升级、商户留存数据分析^[8]。入驻操作引导功能强化升级, 可以使商户更方便快捷入驻, 节省时间; 商户留存数据分析, 可以帮助分析商户流失的原因。针对流失原因改正方案, 吸引新商户, 加强老商户的维护。

3.2 入驻流程

商户自主入驻外卖平台, 往往需要遵循外卖平台上面一定规则的自主入驻流程。这个自主入驻流程, 往往是展示在外卖平台上面, 说明商户自主入驻需要做的事情及步骤。因此, 自主入驻流程是影响商户是否成功入驻的首要因素。

在自主入驻流程说明文件或系统页面中, 需要将流程可

视化,即将流程通过图文结合的方式展示给商户。商户只有清晰理解入驻的流程,才能促使其自主入驻;在具体的自主入驻材料提交环节,可以将入驻流程简单化,比如地理位置定位(1bs)、工商数据对接核实注册信息、平台身份认证绿色通道、平台企业认证绿色通道等措施;此外,可通过分析入驻流程中的跳转流失率来进一步反向修改入驻流程,提高自主入驻数。

3.3 审核通过率

审核通过率,是指商户自主入驻外卖平台时申请商户数通过审核成功入驻的比率。提升审核通过率,主要方式包括分析数据、优化解决方案和推动落地执行。

分析数据,是指分析审核不通过的原因。将审核不通过的原因分类,一般包括平台原因、商户材料提交原因和运营审核人员主观原因。平台原因,是指平台的一些硬性规定需要遵守,比如需要遵从法律法规要求。商户自身原因,是指商户提交的材料不够等。运营审核人员主观原因,是指运营审核人员对于审核材料的主观性,个人主观认为的不合理。针对这些审核不通过的原因,逐步改善,统一审核标准,可以提升审核通过率;优化解决方案,是指按照不通过类目优先解决核心的问题。核心问题包括系统优化(主营业务及配送时间)、改进操作、商户引导等。通过对系统的优化改进商户的操作流程,引导商户按照步骤操作,可提升审核通过率;推动落地执行,是指将提升审核通过率的措施真正落地执行。将初审环节强化、审核标准严格落地,降低误退回率。针对自主入驻的商户,如果审核不通过,需要补充材料的可以安排客服跟进流程,并且基于自主入驻的商户审核流程,制作商户自主入驻指导手册引导商户一步步正确的完成入驻,从而进一步提升审核通过率,最终增加入驻商户数。

3.4 咨询转化率

咨询转化率,在外卖平台上,是指潜在商户访问平台之后,经咨询自主入驻商户数与总咨询入驻商户数的比例。提高咨询转化率,就是提高潜在商户转化为入驻商户的比率。

优化咨询转化流程,包括转化流程讨论(人力、流程)、转化流程输出(跟进节奏)、提高转化数据基数。转化

流程讨论,是指关注跟进情况(人力、成本),分析不合理咨询流程、优化跟进方法,从而提高咨询转化率;转化流程输出(跟进节奏),是指针对审核不通过、咨询没转化的商户进行复审,筛查适合的商户,避免遗漏;提高转化数据基数,是指转化数据基数越大,入驻商户转化的精准性越强。通过宣传,外卖平台咨询入驻商户增加,那么咨询转化率就会增加。

4 结语

对自主入驻外卖平台的商户进行运营管理,主要是通过自主入驻商户政策、引流措施、入驻流程、审核通过率和咨询转化率等提升入驻数。自主入驻商户引流措施中,可采取措施吸引商户、转化商户、留下商户;入驻流程中,可使流程环节简单化、可视化,增加自主入驻商户数;关于审核通过率,统一审核标准,加快审核速度;提高咨询转化率,不遗漏任何一个潜在商户。综上所述,对于外卖平台自主入驻的商户运营管理,通过合理有效的措施,将提升商户入驻数,并且增加商户对外卖平台的依赖性,可以不断促进外卖平台的发展。

参考文献:

- [1] 李新然. 运营管理[M]. 清华大学出版社, 2019.
- [2] 许乃利. 存量客户一体化运营管理体系探索及思考[J]. 信息通信技术, 2020, 14(4): 6.
- [3] 王玉皎. 浅谈互联网用户运营管理的常见手段——以“知乎”为例[J]. 经营者, 2019.
- [4] 郭燕萍, 苏雪峰. 基于数据挖掘技术的电商零售平台数据化运营管理研究[J]. 电子商务, 2018(12): 3. DOI: CNKI: SUN: DZKJ. 0. 2018-12-029.
- [5] 张小龙. 外卖O2O平台入驻商家销量的影响机制研究[D]. 哈尔滨工业大学[2024-01-22]. DOI: CNKI: CDMD: 2. 1017. 864557.
- [6] 朱丽军, 邹佑林, 郑远强. 美团外卖平台入驻商家月销售量的影响因素研究[J]. 商场现代化, 2020(22): 3.
- [7] 高晓晓. 移动电子商务背景下外卖APP的传播策略分析[D]. 兰州大学, 2020.
- [8] 范玲珊. 外卖运营平台的设计与实现[D]. 北京交通大学, 2016. DOI: 10. 7666/d. Y3124316.