

1

前段时间，用友发布了用友云营销服务新品——友零售，本来，一个IT服务巨头发布一个针对智慧门店的新零售解决方案，没什么大惊小怪的，毕竟，线下门店的IT服务市场空间，是极其巨大的。

但，与众不同的是，用友居然还发布了一款机器人——小友智能云平台商用服务机器人（以下简称小友），现在的新零售，居然都要标配一个机器人了吗？

其实，去年就有针对门店的迎招机器人，但好像效果一般，除了机器人的仿真度差了点，更多的原因是，机器人只是一个摆设，并没有深入门店的业务层面。

小友是否也是一个摆设呢？

2

我们先来看一下小友到底能干啥：



这是一个把管理者、店员、消费者的行为全部数字化的体系，同时还包括生产和采购等ERP的环节，也可以打通，用友是ERP起家，所以做这些打通工作，也是水到渠成。

可能很多人会问，管理者和店员是企业员工，工作流程数字化可以理解，毕竟他们愿意配合，但消费者如何能完成呢？

其实也没那么难，在店内安装摄像头和传感器，建立一套智能感知系统：包括：

人脸识别，包括识别年龄性别，体貌特征，以及消费属性；

轨迹跟踪，消费者在店内的活动路线，店内热点和消费喜好；

行为识别，比如看了多久，拿起来又放下等购物行为；

商品识别，包括货架监管和智能结算。

通过这些数据的采集，能够更好的指导导购对顾客做出反应，而不是简单一句“欢迎光临”或者“随便看看”。

另外，全方位的数据，不只是完成门店的服务，如果用户在家里购物，门店也要能够提供配送服务，甚至有铁杆粉丝愿意做你的分销，系统也可以支撑，也就是有全场景的服务能力。

最终，整个体系建立之后，就会形成业务财务一体化的模式。

这一套解决方案，对企业的价值在哪里呢？

4

金一珠宝是一家成立于2007年的珠宝连锁企业，2014年1月，在深圳上市，上市之后，通过一系列并购，快速扩张到400多家门店。

这几年，恰好是电商快速发展的几年，线下珠宝零售，也遇到瓶颈，金一为何又能逆势突围呢？

这跟用友的新零售解决方案，有很大关系。

2017年，金一采用用友的“智慧门店”系统，有效的解决了连锁企业快速发展面临的几个大难题：快速扩张与有效管理的问题、跨地区经营与实时控制的问题、规模效益与集约经营的问题、门店数量与管理水平的问题。

举个例子，金一是做黄金的，其产品都是从金块上切割的，而黄金的价格是实时变化的，所以每克黄金的定价和折扣都要管理的非常灵活，对库存控制也要很精确，否则会侵蚀利润。

但金一作为连锁企业，尤其有很多加盟商，在传统模式下，很难做到精确的单品管理，现在用用友之后，不但单品管理很精确，用户也能不断沉淀，有时候，一些促销，只针对部分用户，很快售罄，不会影响到自己的大盘。

现在，金一正在走向第三阶段的发展，从珠宝连锁走向珠宝生态平台，这一阶段的关键点就在于，要改变珠宝零售的发展模式。

传统的珠宝门店模式已经离年轻人越来越远了，但是，如何才能接近新用户群体呢？

这就需要重新解构珠宝行业的组织模式，金一的生态玩法是把供应商、生产者、设计者、加盟者、消费者汇聚到一个平台，用更优惠和更具创新的产品，来吸引用户、经营用户。如图：