

省级电信运营商电子商务解决方案



项目背景

省级电信运营商规模都比较庞大、用户数量也相对众多。为支持业务更加有效地开展，其网络商城呈现出蓬勃发展的态势；套卡、定制终端、积分兑换等销售形式在网上全面展开，并逐渐延伸开办地市级网上商城，实行自主运营模式。

业务挑战

- **承载功能简单:** 为单一销售型，无法充分发挥互联网营销的潜在优势；
- **销售品目较少:** 手机类型只有几十种，相当于集团平台的三分之一；
- **资源管理不足:** 资源管理流程复杂，网上销售的套卡资源不足；
- **手机采购渠道:** 物流、支付、账务管理流程长、成本高、效率低；

- **支撑响应较慢:** 基于BOSS的支撑，无法做到产品快速上架管理及需求响应；
- **建设分散重复:** 多个地市网络商城独立，模式不统一，无法有效联动和形成规模效益；
- **组织保障不足:** 组织架构中缺乏移动商城统一的管理和运营团队，不利于协调相关资源，制定和规划政策，监督和管理商城的运行；

解决方案

架构图示

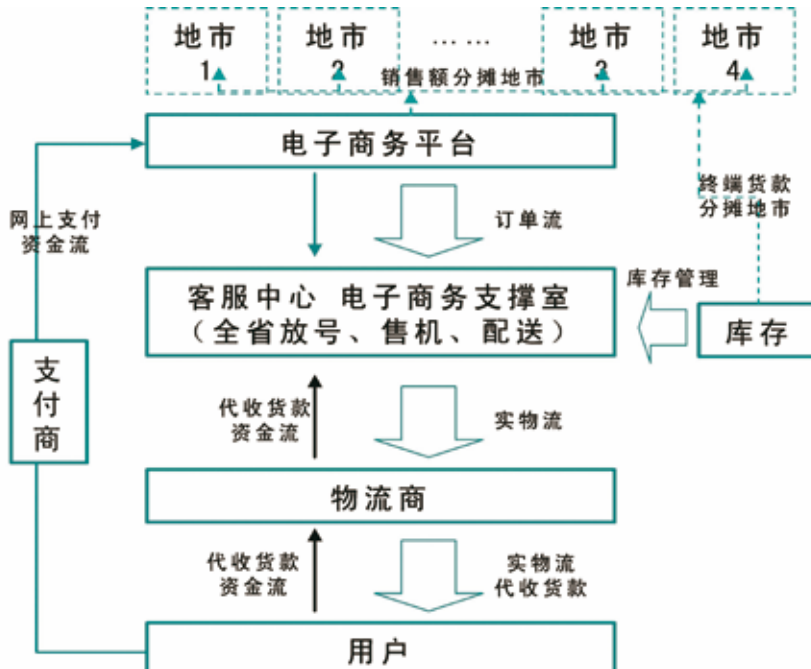


图1: 运营架构



图2: 电子商务平台系统架构

方案优势

1. 方案组织结构清晰，财务报表较易实现，最终被客户采纳和认可；
2. 各种产品资源能够被有效地整合到电子商务销售平台中进行销售；
3. 电子商务平台定位为跨渠道的核心销售平台，支持不同用户接入到统一电子商务平台；
4. 电子商务平台与企业后端业务支撑系统无缝集成，实现端到端业务流程的效率最大化；
5. 基于前期与各部门、支付商、物流商的交流及领导决策，电子商务运营模式采用全省集中运营；
6. 客服中心的电子商务支撑室承担仓储管理、订单审核、业务开通、营业报表、投诉受理等工作；
7. 销售业绩及终端货款分摊至各个地市，终端费用预算统一纳入到地市公司原有的预算管理体系；
8. 为保证集中运营的同时，销售收入和成本分摊至地市的操作便利性，需要在BOSS系统中在各个地市创建“电子商务虚拟营业厅”；热线以各地市虚拟营业厅身份进行集中操作、写卡、配套餐等操作。

IBM软件

- IBM WebSphere Commerce