

数昌业务发展及员工诉求探讨会议纪要

会议时间：2026 年 05 月 12 日

会议主题：数昌业务发展研讨、员工心声诉求收集、本地生活业务复盘、公司战略与组织制度完善

整理人：智行 汇报对象：孟总、董事长

一、全员个人分享：优势、短板与核心诉求

（一）商学院个人岗位适配情况

1、讲师类人员擅长底层逻辑授课、企业家对接、线下沙龙赋能招商；配合公司做商家宣讲、商学院赋能、配合市场成交，可接受出差配合工作。

（二）商学院全员核心共同诉求

1、身份定位迫切需要明确，部分员工归属模糊，建议未考核通过之前不进入正式工作。

2、建立清晰考核与淘汰机制，全员诉求：设定明确考核周期、量化业绩目标，达标定岗深耕，大家愿意凭结果说话，希望公司给足确定性。

3、收入与分润机制需要落地，所有人入职不是只为保底薪资，真心看好数昌长远发展；但家庭生活压力大，有明确月度收入目标，希望公司优化分润体系，看得见实际收益、有奔头、能生存，再全力以赴拼长期事业。

4、诉求反馈希望有人承接落地，大家多次主动反馈业务问题、优化建议，但普遍存在「投石无声」，没有人专项跟进、闭环落地，团队产生无力感。

二、本地生活业务专项研讨

1、业务现状判断

① 本地生活是数昌核心根基与长期管道收益，沉淀消费流量与商家数据，未来体量巨大；

② 外部市场竞争激烈、行业乱象多，中小商家信任度偏低；

③ 内部现状：大家愿意做，但公司重视度不足、资源配套跟不上。

2、当前突出痛点

1) 扫码乱象严重：很多商家被随意扫码，扫码后无人服务、无人运营，造成市场负面口碑，还容易产生内部争抢矛盾；

2) 物料配套缺失：商家入驻后无门头标识、宣传物料、运营配套，入驻后没有实际流量扶持，商家积极性快速下滑；

3) 打法定位偏差：团队习惯主攻街边小店，小店格局小、利润薄、极难洽谈；大企业、连锁品牌、大酒店认知更高、更好洽谈、影响力更大，应该作为主攻方向；

4) 缺少标杆样板：没有集中打造标杆合作商家、没有可视化展示，对外宣讲无案例、说服力不足；

5) 缺少标准化体系：没有统一入驻流程、培训话术、执行模板，新人无法复制、市场难以批量铺开。

3、落地优化思路

- 1) 优先打造 10 家标杆品牌 / 连锁门店，集中资源做样板、做可视化展示；
- 2) 主攻连锁企业、大酒店、商会资源，放弃低效街边小店消耗；
- 3) 完善配套物料、门头标识、社群运营，扫码必进群、进群必做持续赋能服务；
- 4) 采用沙龙、户外游学、AA 吃喝玩乐圈子模式做引流，轻松做圈子、做信任、做转化；
- 5) 搭建社区顾问体系，反向锁定小区流量，反哺周边合作商家；
- 6) 商学院输出统一标准化话术、执行模板、傻瓜式操作流程，实现全员可复制拓客。

三、公司组织架构与战略方向问题

- 1、组织架构还不够完善：商学院、企划部没有同步配套推进，缺少宣传、物料、标准化、落地执行专项部门；
- 2、战略方向需要明确：到底侧重短期业绩冲刺，还是侧重体系搭建长期落地，需要有明确的时间周期发展计划，每月根据计划侧重不同的工作内容；
- 3、问题反馈链路不通：基层发现大量实操问题，但缺少专人承接、专人拍板、专人闭环，层层上报但迟迟没有结果；

四、后续待办工作安排

- 1、上层对接明确：本地生活板块明确牵头负责人、战略启动时间、资源配套支持；
- 2、推动公司尽快定岗定编、明确商学院人员身份、出台考核标准与分润机制；
- 3、推进商学院 + 企划部双线同步搭建，补齐物料、宣传、标准、模板整套配套；
- 4、建立问题闭环机制：所有反馈问题有人接收、有人跟进、有人答复、有人落地。

五、会议总结

全员人心向善、真心干事，认可公司长远价值，愿意同频共进、一起把事业做大；当前核心矛盾集中在：**待遇不明、标准不清、反馈无果、配套不足**。上层领导将尽快梳理全员诉求、明确战略方向、补齐制度配套、闭环落地问题，给团队确定性与希望，上下合力稳步推进数昌整体业务与本地生活板块同步落地发展。