

# 一杯奶茶的数字化转型

■ 郭缤璐文

不知从何时起,买奶茶不再需要排队,口味不再飘忽不定。不是茶饮品牌凉了,而是下单点单可以远程实现;不是茶饮师傅配料无误差,而是数字化设备实现了生产标准化。从原材料采购、加工制作再到配送至消费者手中,茶饮企业力求为每一段链条配上一把数字化“钥匙”,将不确定因素降到最低,以实现最大化的可控和最高效的效率。当然,在竞争异常惨烈的市场,但凡想成为连锁品牌,均要在数字化建设上做好前期投入,打破产品创新、人工成本、市场运营的天花板。



## 一个程序解决排队难题

从排队耗时数小时才能拿到一杯新潮奶茶,到逛着街就能顺路取走奶茶,这种变化归功于数字化点单工具的普及应用。一部手机、一个小程序、一个界面,让人头攒动排队购买奶茶的拥挤消失了。

起初,消费者需要在门店里才能进行点单,点餐和等餐的消费者又都挤在一起。“某茶饮店门口冬季排队1小时只为喝杯奶茶”“黄牛代排队、跑腿”等屡禁不止,更是成了一场闹剧。

为了让抱怨声彻底消失,也是

让排队和取餐的体验感足够“丝滑”,茶饮企业开始借力数字化工具解决问题。奈雪的茶在2019年上线了奈雪点单小程序,消费者无需到店直接可以下单,也可以在线查看排队进程。这样一来,消费者可自行安排取餐时间,门店坪效也有所提升。

尤其是在疫情期间,线下门店的经营状况遭受冲击,数字化成为“抗疫”的“刚需装备”,线上的点单小程序起到了大用处。奈雪的茶数据显示,3月奈雪点单小程序订单占比达到50.36%,奈雪

会员订单占比达到了53.15%,较疫情前分别增长了63.8%和72.3%。奈雪的线上订单总量占比达到了83%。

2020年2月1日开始,依托微信小程序以及第三方外卖平台等,奈雪针对“宅家点单”和“门店自取”两种渠道,推出了相应的“无接触服务”。这些新尝试缓解了疫情期间门店的经营压力,奈雪点单小程序和第三方外卖平台也成为了用户购买产品的主要渠道,订单量稳步提升。”奈雪的茶媒体公关副总监陈诗表示。