互联门店业态画像与店长招募指引

合伙人找店长：找什么样的门店、怎么认、怎么谈

用途：合伙人按本指引在本镇逐村筛选候选门店，一村至少储备三个候选，择优签约善行店长。自提点硬件标准以《善行店长自提点配置与验收规范》为准，本指引只解决“找谁”和“怎么判断”。

一、什么是互联门店

互联门店指的是同时具备三个特征的门店：有固定场地，能存放和交付货物；有固定营业时段，店内长期有人；能上线，店主会用智能手机完成接单、核销、建群和转发。它可以一店三用：线下是卖货和交付的场地，线上是平台货架的一个节点，社群里是村民下单和复购的入口。三件事同时做，门店的收入才不止于原来那点到店客流。不需要另租门面，也不需要囤货。自有货架卖原有的货，平台货架卖平台的货，订单到店负责核对、通知、核销、交付。

它和普通门店的区别在于角色。普通门店只卖货，互联门店既是销售点，也是平台的最后一公里交付点和村里的社群节点。客户在线上或群里下单，货到店、人核销、服务在本地完成，交易才算闭环。

因此选店长不是选最大的店，而是选最能聚人、愿意上线、能长期守店并且建私域群服务客户的。

二、六类优选业态

以下六类是本镇最常见的可选业态，按适配度排序。

表 1　优先招募的门店业态

业态	为什么优先	上门时的切入点
村级小超市、便利店	客流稳定，有货架可暂存，店主日常在店，客户本来就会进店	你这里天天有人来，加个自提点不占地方，多一份分润
快递代收点、驿站	村民已经养成到店取件的习惯，交付场景现成，几乎不需要教育客户	取件的人顺手就能下单，场地和设备都是现成的

业态	为什么优先	上门时的切入点
水果生鲜店	有冷藏条件，客群与生鲜、节令礼品订单高度重合	冰柜现成，生鲜和冻品订单来了你能直接接
粮油副食、杂货铺	客群是家庭采购主力，米面油复购稳定，订单黏性高	高频品客户线上下单，你只管到店交付和核销
农资、五金店	有仓储空间，农忙季人流集中，店主在本地有声望	仓库空着也是空着，农忙时你这里人最多
社区团购团长点、微商自提点	已经有群、有分拣经验，换成我们的系统和货盘，转型成本最低	你现在帮别人团，用我们的工具和货盘，收益归你自己

另有两类可作社群合作对象，理发店、农资服务点人流集中，但店主离不开岗位。这两类可先开服务商账号做分享，不承担交付。

三、条件要求

第一，有可独立划分的场地，净使用面积不低于 8 平方米；

第二，有固定营业时段，日均不少于 8 小时，能覆盖客户取货的主要时段；

第三，店主本人或家人常驻店内，不能只挂名、只出租场地；

第四，会用智能手机，能扫码核销、能建群发消息、能转发直播链接；

第五，无严重失信记录，未与其他平台签订区域排他协议。

五条缺一条，先不签，列入备选后续跟进。

四、不适配类型

流动摊位、临时占道经营、没有固定场地的，不选：今天在明天不在，客户取不到货。只出租场地、本人不参与经营的，不选：出了问题找不到责任人。

已被其他平台签下独家、明确排他的，不选：签约即违约。只做批发不做零售、没有到店客流的纯仓库，不选：能存货但聚不到人。近两年有严重食品安全处罚且未整改的，暂缓。

五、快捷筛选（五个信号）

扫街时先看再问，五个信号能快速判断这家店值不值得坐下来谈：门口有没有快递代收或代寄的牌子；店内有没有冰柜、冷柜；门口或柜台是否贴着自己的客户群二维码；问街坊“村里有事一般找谁”，答案指向哪家店。

五个信号里满足三个以上，就值得进店谈；只满足一个，先登记不深谈。

六、面谈六问

面谈不要宣讲模式，先用六个问题把真实情况问出来，再决定要不要讲收益。

表 2　面谈六问与判断标准

问题	想验证	合格回答	需要警惕
一天大概多少人进店	客流是否真实	能说清高峰时段和大致人数	只说“挺多”，说不出数
平时谁在店里守着	是否有人长期值守	本人或家人排班常驻	“我一般不在这”“交给别人看”
有没有自己的客户群	线上运营基础	有群、有人说话、能发货	群是死群，只有广告
能腾出多少地方放货	场地是否够用	说得出面积和具体位置	“随便放”“哪都能堆”
系统好不好学，愿不愿意试	学习与配合意愿	愿意当场用手机走一遍	“太复杂我不学”“让年轻人弄”
希望一个月多赚多少	动机与预期是否现实	有具体目标和用途	“先试试看”“能赚多少算多少”

六问里“谁在店”“愿不愿意试”这两问答不好，其余条件再好也先放一放。这两条决定这个自提点能不能长期运转。

七、分级评估

面谈结束后按五个维度打分，满分 100 分，用于在多个候选之间排序。

表 3　候选门店评估表

维度	分值	评分要点
场地条件	25	面积、可分区、能上锁、进出方便
时段与值守	20	日均营业时长、是否有家人轮守
线上能力	20	会用手机接单核销、有活跃客户群
本地口碑	20	街坊信任度、有无投诉与处罚记录
合作意愿	15	是否愿意当场试用、是否接受统一价格与规则

80 分及以上优先签约，一周内完成报备与验收；60 至 79 分列入培养名单，先开服务商账号试运营，条件改善后再转店长；60 分以下暂缓。三条一票否决不受分数影响：无固定场地、本人不参与经营、已签排他协议。

八、扫街五步

第一步，按村列清单。以行政村为单位，每村至少列三个候选，标明业态、位置、店主姓名，形成本镇招募台账。

第二步，先外围打听。找村干部、快递员、供货商问一句“这个村谁家最能聚人”，比自己在街上转更准。

第三步，上门先看后问。先看五个信号，再问六个问题，全程不急于讲分润。

第四步，当场演示。用手机走一遍下单到核销的流程，愿意试的当天登记信息、拉进候选群。

第五步，一周内跟进。报备地址与联系人、拍照提交验收、开通系统、纳入首月带教，避免谈完就断线。

九、常见误区

只看店面大小，不看人在不在店：大门面但老板常年不在，交付一定出问题。只找最有钱的店，不找人流最密的店：店长要的是稳定客流，不是装修。

一次谈不拢就放弃：多数店主第一次会拒绝，转化率各有不同。承诺收益、承诺包赚：一旦兑现不了，纠纷和投诉都落在平台，招募时只说规则和算法，不做收益承诺。