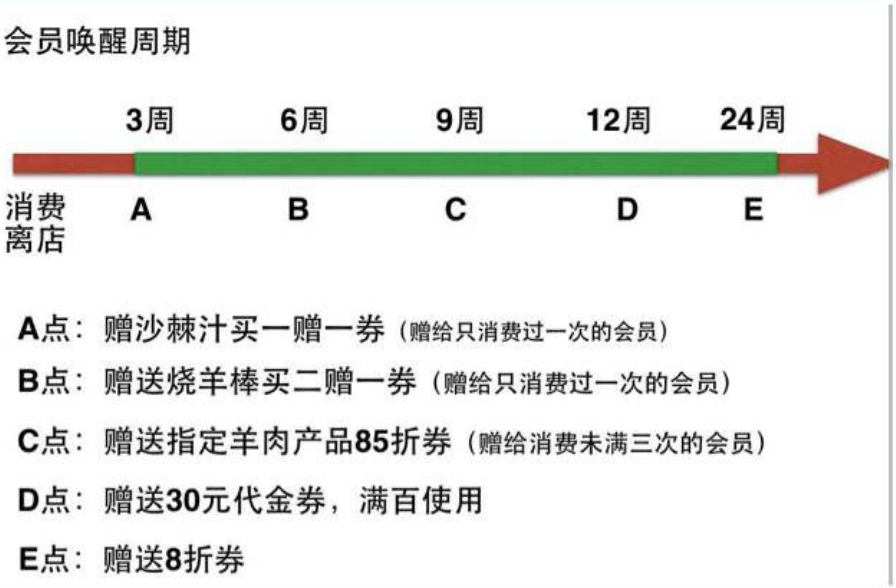
杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

会员唤醒的设计，ABC点距离近，不赠代金券，以免掉价，D点顾客已流失了三个月，需要赠送代金券刺激，E点流失半年，前几个唤醒都没有效，只好出大杀器折扣券，前5个唤醒点都失效，那么就不再唤醒。设想中，未落地，靠系统也不大好落地。



微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

来吃味千拉面，关注了微信公众号并领取了会员卡，结账时服务员告知没有储值余额不能用会员卡结账，连积分也没有，这一点我感觉很意外，只有储值才能使用会员卡，否则会员卡等于没什么用处。

但毕竟储值是很少部分会员的行为，难道味千放弃了积分会员？







微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

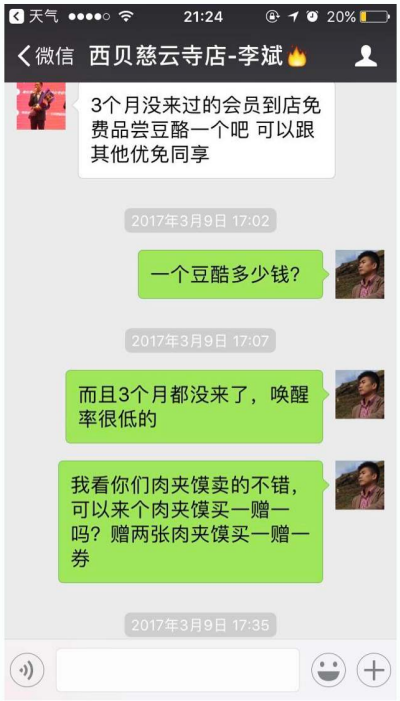
由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

给会员赠送了两张肉夹馍买一赠一券，店长今天反馈效果很好😆

代金券虽然直接，但是会降低毛利，也不能频繁发，顾客也会把注意力关注到价格上，但这个肉夹馍买一赠一券，顾客把注意力关注到菜品上，赠送的两个肉夹馍价值只有20块，比纯20元的代金券有诱惑力。





微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

目前大多数会员系统都能对接到微信公众号，能记录到会员的姓名电话生日，每次的消费记录储值记录用券记录，但会员在公众平台里的行为都没有记录到，如会员看了哪些文章，回复了什么，留了什么言，如果把每篇文章都设定好相应的标签，会员看了这篇文章，就给该会员打上相应标签，营销起来更精准。



（感谢北京未来广场店的场地支持）

阅读 25568　61　投诉

精选留言

写留言

AKIRA　60
羊肉串！自己拿起一串又一串
2小时前

作者回复　37
2小时前

箱包批发.诚招代理　46
必须是鱼鱼面呀！！还有肉夹馍他也能吃大半个
2小时前

微信长按识别二维码，查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

折腾了三个月，选择在我入职西贝两周年的日子来发布这个重要产品:西贝白吃。
只要西贝会员在最近三个月内累计消费次数达到18次且消费金额达到1000元，就可以升级为西贝白吃卡会员，白吃卡会员可以在所有西贝门店吃饭不用付钱，月底一次性支付并享受85折优惠。多年来我一直想吃完饭拍拍屁股直接走人的理想，今天终于实现了！





微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

我一直觉得优惠券还要分工作日券，午市券，晚市券，同城里相同品牌不同门店还不能通用，是比较操蛋的，但因为是免费发的，顾客还能忍受些，而如家的优惠券是反人类的，我有17张代金券，下个订单后居然一张都不能用，一张代金券要能使用必须符合4个前提条件，而且一个订单哪怕住10个晚上也只能用1张券。会员营销讲方法，也得讲温度呀。🤧🤧





优惠券详情

优惠券使用说明

1、有效期为绑定成功后180天内，逾期作废；适用于如家、莫泰部分酒店.

2、不适用于促销房、特惠房、99风暴房，并与其他优惠促销不同享.

3、使用电子券后的房价为：会员级别对应折扣价格上递减.

4、每个间夜限用一张，并请单独生成一张订单，不可转让、兑换现金及找零，打印无效.

完成



优惠券详情

6、发票只开具现金消费部分，电子券抵扣金额不开具发票，抵扣部分不享受会员积分.

7、在保留时间内通过官网、APP、微信取消订单，券可返还。非官网、APP、微信渠道取消或修改，电子券不返还.

8、法定节假日、其他特殊节日期间(例2月14日、12月24日等)或大型展会期间均不适用.

9、30元电子优惠券仅限周日、周一、周二使用

完成

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多
知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

最近接到一些一线收银岗反馈到总部关于会员结账的一些问题，今天就有个收银反馈说顾客收到一个生日券提醒，来消费结账时收银员告诉说是没有达到优惠券起用金额，顾客比较郁闷说短信里也没提示说要消费满多少钱呀。

这的确是我们没有做到位，我们经常在这个营销的工作岗位上，与普通顾客的思维是不一样的，如果我们也收到其它品牌同样的短信，会不会也有这名顾客同样的遭遇，会员营销，最重要的是以会员为本。😌

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

门店在日常经营中，除了给会员做活动发券外，有的还要给供应商发券，给关系户发券、总部职能部门要给关系户发券，做活动发券，会员运营部门要做活动发券，这就需要一个发券管理机制， 以前没有，有门店在后台创建了100元面值的电子券，给供应商发了几万元券来抵扣欠款，券还全国门店通用，乱的很。现在将创建券和发放券的权限全部回收到总部来，要发券需要来申请，并抄送总部财务知晓，防止乱发券。

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

来自河北邢台的@鲜来鲜吃涮涮锅-李方夏，在当地经营七家连锁火锅门店，会员办卡全部办理实体卡，且需要花29元购买，。上线会员营销一年，已累计会员六万，其中储值会员就有三万，门店的会员消费比率达到百分之九八，忠诚度非常高，平时很少做活动，就靠这一会员体系运转，非常牛。

下面截图是他的会员权益。



微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道



龙二

提问



杨昭

问一个比较概念的问题 线下门店做会员与不做会员的本质差别在哪里?

杨昭:
我们老板贾国龙曾在某次大会上说: 营销的本质，就是建立企业与顾客的关系，并且不断深化这种关系。

我理解的会员营销的本质，就是将企业与顾客的关系数字化，再不断深化企业与顾客的关系。

所以，做会员与不做会员的本质差别，就是不能将企业与顾客的关系数字化。对于每天也就十几个客人，当然无所谓，但相对于每天有几百个客流，或者有好几家连锁店，就非常有必要建立起关系的数字化了， 大多数企业做会员营销，还只是停留在把会员营销当作拉动客流、拉动营收的层面上，这一点无可厚非，这也是会员营销的一大作用，门道也很多。这只建立了数字化的关系并在此关系上进行了销售，但在深化企业与顾客的关系上还比较弱，关于这一点，如果大家有一些想法，欢迎在此探讨。

2017/3/16 22:38

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

85度C这种礼包售卖形式，既给出了用户一定的优惠，又能锁定用户好几次消费，是个不错的形式。



（以上图片来自网络）

周五咖啡专场再临
会员商城每周五上架特卖
【熟客咖啡券】
1套10张 只要100元
最高立省70元
（已经是优惠价，结账时不需要再输入优惠码哦）

全国门店同步售卖

没有使用期限
再也不用担心过期忘记兑换





微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道



提问



胡胡　　杨昭

我们店里现在有推销会员卡，充值500元，送价值246元的菜品礼品，这个活动已经进行并会一直持续推广。其他部门要进行一个直接打7.8折的活动，活动15天。两个活动共存，不能同时使用的前提下，是不是会对发展我们的会员卡客户有影响？麻烦杨老师分析一下。

杨昭：

直接打78折是面向所有顾客吧，当优惠面向所有的消费人群，不区别对待，就会弱化会员权益，当会员优惠不及78折优惠力度大时，会员营销就会失效，但你的充500送246元的菜品，优惠力度比78折要高，且活动只有15天，建议顾客打折结完折后服务员再跟进储值。所以有冲击，但冲击不大。

2017/3/19 21:57

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道



火夫哥

提问



杨昭

通过很多次的刺激，会员来店里消费的还是效果起不来，这时要如何办

杨昭：
通过很多次的刺激还没有效果，不知道你刺激的是什么样的会员群体，如果是长时间不来的沉睡会员，按平均2%的唤醒率，你刺激了1万名会员，才有200个会员进店，才稍微看见点效果，如果要刺激的会员数量太少，肯定看不见效果。

如果你刺激的是常客，仍然没有效果，要么你刺激的力度太小，要么你门店的会员忠诚度太低。
所以要看看你店的会员忠诚度有多少，可以这么算下：拿16年4月份新加入的会员做分析，看这些会员这一年的消费情况，做一个表，第1列是消费了1次或以上的会员数，第2列是消费了2次或以上的的会员数，第3列是消费了3次或以上的会员数，。。。。。 你做个对比，可以看出来会员的流失曲线，如果会员在前几次消费就流失绝大部分的话，说明你们家的服务，环境和菜品吸引不了啥回头客，就得从这方面改进了。

2017/4/9 11:37

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

周熙的主题

来自 餐饮会员营销之道



匿名用户

提问



周熙

你们怎么定义流失会员？针对流失会员你们做过什么有效的激活措施？

周熙：

谢谢提问。流失会员的定义需要通过两方面来考察，1、数据层面，抓取某一天的1000条会员数据，观测会员生命周期情况，可以做出一个曲线，横坐标是时间，纵坐标是会员数量，曲线快速下跌处就是平均流失时间，比如145天。也就是说145天没来过可以当流失了。2、业务逻辑层面，有些业务非常具有特征的，例如奶粉，用户买了3罐，4个月没再买，就可以认定流失了。实际执行层面两方面结合来看，酒店作为低频应用，铂涛定义流失为1年没来过（无任何消费、微信访问、app访问）

2017/4/8 15:51

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

一点点的门店挺多，而且每家店都很火，都要排队，可惜没有做会员，公众号很简陋，已经近两年没有更新了，门店在火的时候最适合做会员，生意不行的时候才想起来做就晚了。









微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道



提问



赵永-永盛Yesion　　杨昭

海鲜餐厅主要接待高端客户的，桌均1000以上，几百的很少。食客都是非富即贵或者政府人员，压根不扫二维码，如何做营销？商请官，商人也不一定看得起或者就是没时间听你啰嗦充值条件。怎么破，老板想做，没方案

杨昭：

海鲜类顾客年龄群偏大，不太会玩扫码类型的会员卡，比较适合办实体卡，另外你的顾客群都比较有钱高大上，对价格不太敏感，所以会员优惠并不是他们想要的，他们需要的软性服务，彰显尊贵感，所以看看这个海鲜餐厅能不能做些VIP服务，只会员专享，我觉得这是此类顾客需要的。

2017/3/18 23:26

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

今天给有储值卡内还有余额但三个月都没来消费的会员发送了消息提醒，让他们记得自己西贝的会员卡里还有余额，要来花掉，不要放在那里睡觉。

我发现有相当比例的会员，在当天充值消费后就再也没来，但卡里余额还有上百块的，希望通过这样的唤醒，让他们感受到西贝的关怀。

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

来云海肴吃晚饭，会员卡里正好有张券，吃完使用会员卡结账，服务员需要抄卡号，从服务员抄下卡号拿去吧台后到我付款完，总共等了8分多钟。对于像云海肴这样的热门餐厅，会员买单还需要提高买单效率。

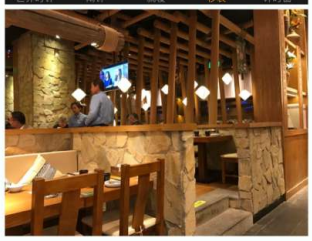
西贝采取的方案是顾客手机扫码买单，自动使用会员权益和返积分，自动清台。或者使用点菜手机输入会员卡号扫描顾客手机支付码结账，都无需返回到吧台。

但这中间需要投入很大的技术开发资源，普通中小商家还不行，这些中小商家如何解决的呢?









微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多
知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

最近有家店生意不好，一定要让做会员活动拉动客流，店长要求给他门店所有会员发一张券，这样的效果肯定是立竿见影的，但原本就要来的会员也同样获得了优惠，表面上提升了客流，但同时也提高了门店的优免，降低了利润。

实际操作，我们筛选近三个月在该店有消费过，且近三个月消费次数不高于4次，储值余额低于50元、卡里没券的会员作为营销对象，并不直接发放代金券，则是发放烧羊棒买一赠一券。3个月未到店的会员属于流失会员，我们在每月一次的沉睡会员唤醒中唤醒，不在此次营销范围内。

但效果我觉得效果不会很乐观，筛选到的会员数只有两千人，会员日常开台占比只有百分之三十多，这家店的问题我觉得应该是怎么提升会员的开台占比。

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道



提问



小队长　　杨昭

火锅店怎么做储值营销，储值是开业前做还是开业后，多大金额比较合适！

杨昭：
如果是有一定知名度的品牌火锅，可以在开业前就做储值，毕竟已经有品牌知名度和消费人群了嘛，如果是新品牌，开业前做储值没有意义，别人都不知道你好不好吃服务好不好，所以不会提前掏钱的，肯定要在开业后，顾客就餐买单后推荐储值最有效。

多大金额比较合适，一般我们要让顾客储值后可以提前锁定他接下来的两三次消费，所以最低储值金额可以是桌均价的3倍，再取整数。比如火锅桌均是200，那么储值档次可以分500、1000和2000这些档次。如果桌均是100，那么储值可以是300、500、800和1000这些档次。

吸引顾客储值必须要有优惠，常见的有储值返一定比例的现金，或是储什么档次打相应的折扣，储值赠送优惠券，这些方法都可以，把握好额度就行，赠送金额的比例不要超过你家店的净利率。

2017/3/14 11:41

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

周熙的主题

来自 餐饮会员营销之道



提问



杨昭　　周熙

七天连锁酒店线下门店几千家，你们是怎么做到短时间内活动的统一下达或方案的培训呢？门店有没有主动做会员营销的需求，还是你们总部统一做，门店只要执行就行了？

周熙：

很赞的问题！一线传达是大连锁企业的痛点，如果层层传达信息会递减，我们有一个店员app，方案和考核一起传达。活动方案是一方面，关键还在执行，所以我们通过店员app进行考核。培训部门主要负责思想和方法的传达，不做具体活动讲解。目前我们的大部分门店主动意识不强，不过已经有店长在觉醒，活动权限我们也在逐步下放，总部主要做审核和监管

2017/3/9 20:57

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

幸福的嘎嘣豆的主题

来自 餐饮会员营销之道



杨昭

提问



幸福的嘎嘣豆

请问新辣道在会员营销上关注哪些运营数据，总部层面和门店层面有没有相关的kpi指标，门店最常需要总部支持的工作是什么？

幸福的嘎嘣豆：

最关注的数据一般是老会员的消费频次，开台占比，还有活动的回收数据；kpi方面没有具体和会员营销相关的指标；一般需要支持的是活动方案及活动后的数据分析和总结😄😄

2017/3/7 19:36

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

如何安全的使用储值卡?
今天出现一例会员卡储值余额被盗刷情况，具体是这样的，我们会员分微信会员卡和实体卡，都可以进行储值，实体卡可以通过刷卡消费储值余额，如果卡忘了带也可以报手机号，系统下发短信验证码验证进行消费，不可以直接输入卡号消费，对微信会员卡，因为关注即会员，不需要完善手机号，可以直接报卡号消费，我们的卡号为了安全也做的特别长，有12位，但还是有一个顾客的卡号不知道怎的泄漏了，被人使用消费了储值余额，😓 其实系统有密码功能，但我们考虑了下还是没有提倡会员使用，这样会给门店收银增加时间，会员也不大能记住密码，有什么安全可实行的方法呢? 😉

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

今天收到某店长做会员活动的申请:给所有会员发10元代金券，周一到周四中午12:30到13:30，晚上19:30到20:30使用。这是典型的商家思维，根本未从顾客角度出发，这不叫会员营销，这是玩死会员，这种方法吸引来的顾客就是纯粹来占10块钱便宜的，算什么会员？何况客单在80块，有多少人会因为这10块钱优惠特地来吃饭？餐饮门店店长对会员营销基本没有概念，尽量不要让门店自己想方案，门店应该提出遇到的问题，我们专业的来想解决方案。

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

上午最后一个环节:如何与会员建立粘性。两位男嘉宾带口音听不清楚，我捡重点的摘录如下:

大商总裁:一年来一次，买了十几万的大家电的会员，不如每月都来的小额消费的会员。

乐友孕婴总裁:生日优惠，根据宝宝的年龄推送相应年龄段的产品，打折促销太简单粗暴，要解决消费者的痛点

目前企业存在的痛点:要把所有会员都转移到app上，app的会员消费频次是其他渠道的3倍，但app的发展速度很慢，收到体制的制约，影响门店收益和提成，被门店抵制。

宝岛眼镜董事长:卖眼镜为入口，为会员传达健康用眼，眼保健，建立粘性。





微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

这个东西叫街电，前段时间这个项目的地推人员微信找到我，说把这个装备放到门店，可以给门店引流，就餐顾客如果手机没电了，也可以取个充电宝使用，类似于摩拜单车模式，注册会员，查找附近的充电宝，交押金，取充电宝，可以在任意一个装备中归还。

我没同意见面，我觉得餐饮商家放这个东西，都是给街电引流，这个东西并不能左右顾客就餐的意向，顾客要充电了，到西贝门店取个充电宝，仍然会到隔壁的某餐厅吃饭去。不知道大家什么看法，这个玩意儿已经在上海铺开了。





微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道



提问



象渡一卡易老牛　　杨昭

请问西贝对扫码点餐怎么看？是基于降低人工点菜成本的考虑吗？门店推行扫码的积极性高吗？会员部门对扫码怎么看？

杨昭：
我们去年年中就已开始扫码点餐了，场景是在顾客等位时扫描等位二维码后进行预点餐，等到顾客就餐时服务员可以快速下单，提升高峰期翻台。

今年我们在北京部分门店在测试顾客入座时扫码自助点餐，在高峰期的确可以提升效率，但也有缺点，如会造成降低客单价，无法推荐菜等，目前只有少数几个门店在试点，还在暴露问题解决问题中，扫码点餐我们会继续推进下去，吸引新会员，提升效率，缩减人工，减少等位时间，好处是显而易见的。

2017/3/24 21:53

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

美团点评会员营销系统到底长啥样，现在我们还看不了后段，但已经有商家在使用了，我们能看到系统的前端展现，搜索微信hiqilaila关注体验下吧





微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

昨天买星巴克，店元在扫我卡号后，推荐我花88元买张卡，我说我已经是会员了，她说这88块钱的卡里有三张买一赠一，一张升杯券，一张早餐邀请券。

猜测是店员扫我卡后，发现我是金卡会员，有一定的消费频次，才向我推销这个业务。这个88块礼包，已经是会员的也可以买，而且星巴克一直在卖。

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

左亭右院给我发了128元大额的代金券，他们的人均是128，我去年10月份去第一次吃，当时花了29元办了卡，之后就没再去吃了，这中间给我赠过两次价值没超过40元的券，这次距上次吃饭刚好5个月，出王炸了，账户还有26元积分，吃次饭一下子优免154元，看来必须要去了



微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多
知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送