# 杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

上午口碑某客户经理来交流，又碰撞出一些新的心得: 平台方提供流量给商户，让用户领券到店，完成引流动作。我一直怀疑这种流量对餐厅的忠诚度到底有多高？但作为中餐，顾客是要带朋友一起来吃饭的，即使领券的顾客是价格敏感型，但他的朋友不一定是，朋友吃过后就有可能转化为常客，所以，尽量要让顾客多带几个朋友来吃饭，来降低人均流量成本，提高转化。

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

餐厅为什么要做这样的傻逼活动？我们来分析下老板的心态：最近客流不理想，搞个优惠活动吸引新顾客进店，顾客觉得好吃下次可能还会再来的。

我们分情况分析下，如果餐厅菜品服务口碑都不行，新顾客尝鲜后下次不来，活动失败。如果餐厅菜品服务口碑还不错，新顾客尝鲜后下次再来，活动成功。

那既然餐厅菜品服务口碑还不错，那么经过时间的积累，口碑的相传，已经有一定数量的老顾客了，做这样的活动拉新有限，反而让本已进店的老顾客享受到了折扣，活动失败。

若餐厅菜品服务都不错，但是为新开门店，需要拉新，那优惠活动势必招来了一批对价格敏感的顾客，优惠活动结束就不再来，活动并非成功。

综上所述，这样的傻逼活动没有一个是对餐厅有益的活动。














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

这个会员体系从去年开始我一直体验和研究至今




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

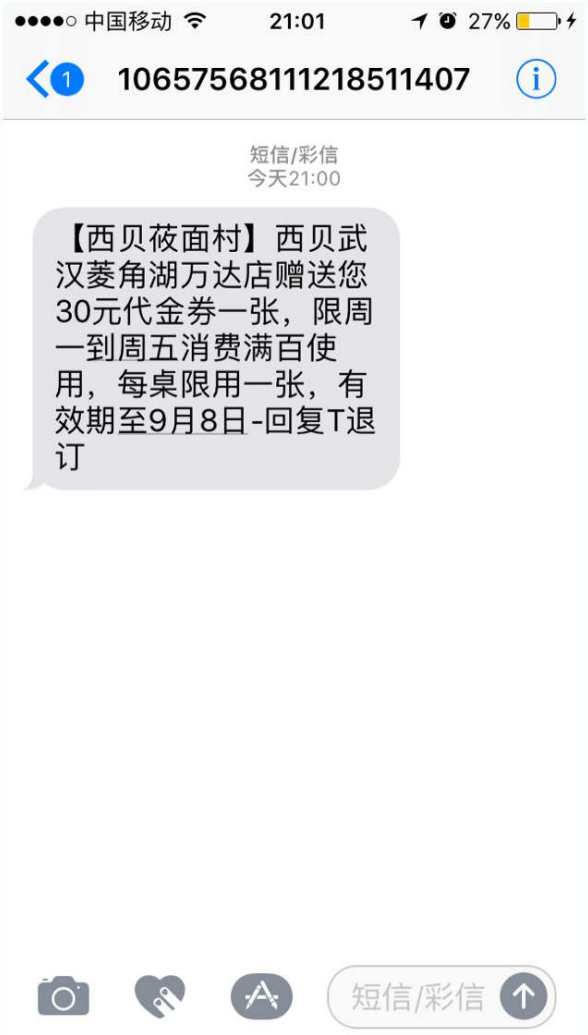
由知识星球发送

# 杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

做活动发送消息后，我一般会在后台看下粉丝的反馈，有些粉丝收到如下信息后就反问:券在哪，怎么用?

因为有的会员可能是支付后关注的，有的会员对使用会员卡并不熟悉，以后还是在信息里加上:向您会员卡里赠送了30元代金券，免得有些会员搞不清楚。




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

设计了这个西贝会员日活动，暂时只上线了上海两家门店，看看效果，通过会员系统，店长朋友圈通知和店内海报宣传，顾客若点羊棒时，服务员可以说今天门店会员日活动，多点多送，来引导顾客多点。




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

下午某互联网订餐平台来访寻求合作机会，除了个人有订餐的需求外，企业大客户也有大量的订餐需求，尤其是500强医药公司，医药代表们手握专门经费经常要请医院负责人吃饭，订餐平台专门给医药公司开发了订餐app，医药公司强制医药代表在此app上订餐，通过改造结账流程规避虚假报销，这就成了餐厅的商务宴请流量入口，适合有私密包间的品牌餐厅入驻。订餐平台的盈利点是向餐厅收取交易佣金。那么大家探讨下，这种模式能否合作，怎么合作才能使自己利益最大化

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

现在商家做会员营销的很多了，顾客对各种券也慢慢麻木了，企业用微信传递重要消息的有效性越来越差了，建议商家不要频繁打扰会员，重要促销优惠信息使用短信发送。

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



二维火西瓜

提问



杨昭

杨老师好，这家社区餐厅，会员营销一直坚持在做，店里的会员消费基本在63%，但是营业额一直上不去，请问没在原因和解决方案是什么！

杨昭：

63%并不能说明会员就一定喜爱这家餐厅，也有可能当餐第一次消费的会员比较多，要看看会员的回头率和回头频次，如3月份新开卡1000名会员，在接下来的这几个月里，有多少会员回头消费了，消费2次，3次4次的分布比例各是多少，这样好看出问题

2017/7/21 10:06

微信长按识别二维码，
查看主题原链接了解更多

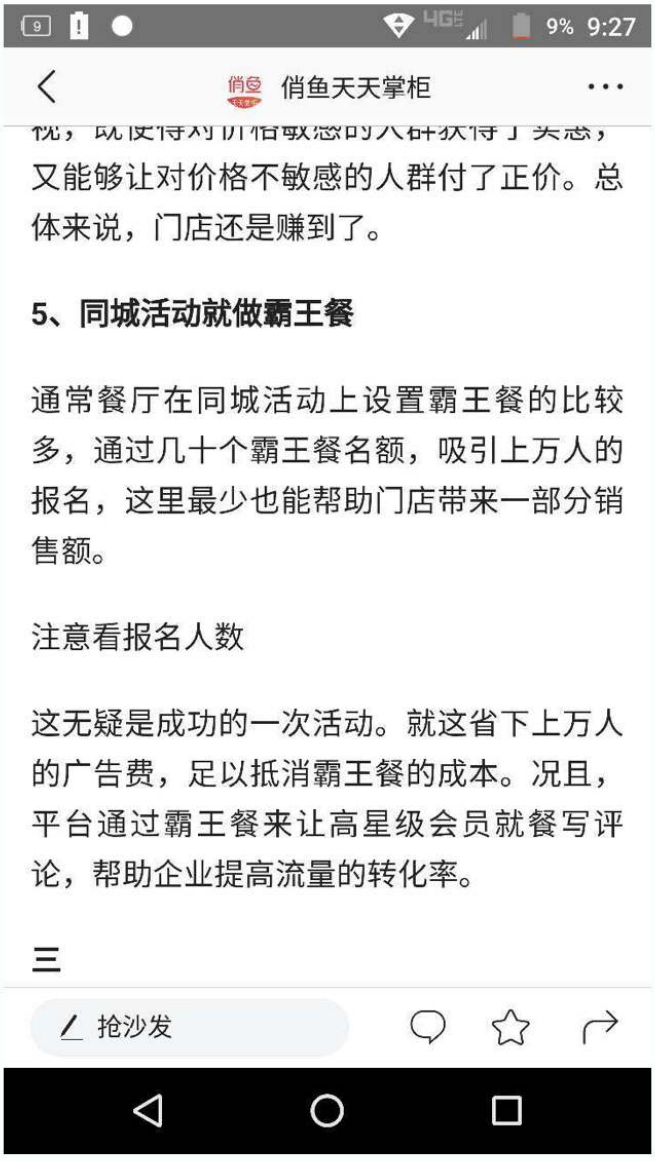
知识星球 连接一千位铁杆粉丝

由知识星球发送

# 杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道

大众点评的霸王餐，吸引来的都是贪便宜的顾客，那么多商户都在做，凭啥让顾客记住你，商户做霸王餐，纯粹是给大众点评发福利，做善事。不推荐！




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

买了两杯快乐柠檬奶茶，微信支付后推荐关注商家公众号，关注后可以领取会员卡，于是我就问收银员要积分，收银员却说这家店是加盟店，会员卡不能用。🍑奶茶制作好后，收银员又给了我两张纸质券，两块钱的纸质券，实在没有啥珍惜感，喝奶茶是随机性消费，有多少人天天把券放钱包里的。

这家加盟店真奇怪，微信支付后推荐关注总部公众号，但又不接受总部的会员营销策略，另外这个快乐柠檬官方的会员卡也是漏洞百出，每个门店都显示了两个，能用积分兑换的饮品又显示全都无货。这个会员卡弄着玩的？
















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

# 杨昭的主题

来自 餐饮会员营销之道



提问



胡胡　　杨昭

现在大部分会员卡的优惠都是充值送菜品或金额，按充值金额档位直接对应折扣，这种不多见了，能讲解一下吗？

杨昭：

折扣不能控制优免金额，尤其是中餐这样，桌单价差别很大，比如储值500享受8折，买单金额是200优免40，买单金额是1000就得优免200了。

2017/5/21 12:59

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

收银员问：有一个问题，多数客人对于会员卡充值金额不能小于消费金额存在不满，一直的意见就是既然让充值，况且钱是自己充的，为何还要限制金额?

我的回复是：顾客消费600，门店储值500赠100，顾客要要储500，你是店长你愿意吗?

换成你，你咋回复呢?



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

口碑推的口碑码，新美大推的在线点餐码，微信推的门店小程序，都是在争夺线下门店的流量，对餐厅来说，用户在哪个平台，就贴哪个码。没有用户，就无所谓贴哪个码。

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

中午在精悦蓉吃饭，一家以牛蛙火锅为特色的中餐厅，必须先结账才能上菜，真奇怪。每个桌子上都放着招行信用卡90元买100元的券，同时我也领取了会员卡，整个过程服务员都没告诉我使用会员有什么优惠，于是就用招行信用卡花90元买了100的券，省了10块钱，另外餐厅还有周三某个菜半价，任何顾客都能享受到，所以，这家店的会员营销是失效的。

服务员没有推荐，会员卡没有优惠说明，店里也没有会员能享受到的权益，最重要的是，店里有比会员更大的优惠活动。







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

刚过去的四月份，我们做了新的一期沉睡会员唤醒，对两个月到四个月没来的顾客，且消费次数不超过4次的会员，发了30块钱无限制代金券，回收率达到了5.3%，创了新高，笔均消费也能达到195块，给四个月以上的会员发了50块钱代金券满200使用，回收率达到2.8%，笔均达到290元，这一次我们分开唤醒，再配对不同力度的唤醒优惠，唤醒率比上次提高了近20%。

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

去巴黎春天买衣服，结账时店员让我加微信，可以领50元券，省50块钱呢，于是照领了，然后到服务台核销电子券兑换纸质券，一堆人在那排队核销券，店员说优惠是商场补贴的，只要顾客买单价格超过500块就让领券，商场营销人员脑袋被驴踢了吗？白白损失一大把利润




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

关于沉睡会员唤醒的思考:

1、门店周末客流大，门店接待能力有限，唤醒活动给门店周末引流效果不十分明显。我们将会在沉睡会员唤醒率与门店闲时时段引流上寻找最佳途径。

2、会员消费周期各异，每三个月消费一次，间隔周期虽然长，但会员仍然在持续消费中，不能归为沉睡会员，我们将更精准地定位沉睡会员，最大限度地减少营销误伤。

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

储值是建立在顾客对餐厅的品牌信任基础上的，新店刚开，人家还不放心一下子储多少，重点放在发展会员和消费返券上，刺激顾客下次再到店，吃上两三回后储值比较好推点。

另外储值当餐就消费掉了，储值沉淀几乎没有，这样就没有意义了，一定要拉高门槛，以桌均的3倍为最低门槛，再取个整数。

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

下午去了一个门店，属于在景点旁边，而是是体量非常大的商圈，餐饮特别多，客流也不缺，但会员的忠诚度特别低，60天回头率只有20%，这类门店，只有做储值锁定会员下几次消费才能做出来

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

在一个人均300块的粤菜馆喝喜酒，快散席时服务员挨个拿二维码给顾客让加会员，然后送个这个玩意儿，会员是这样玩的吗？谁谁都可以成为这样粤菜馆的会员，会员哪有尊贵感？没尊贵感哪里会常来呀





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

星巴克上个星期给会员卡充了一张买二赠一券，现在又在大众点评上对所有顾客发买二赠一券，但它从来都没有无偿发过单张咖啡券，买一赠一券或是代金券，可以给优惠，但必须有门槛。




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