

# 《会员制营销的理念与操作》

<12 课时>

会员制营销亦称网络会员制营销,英文是“affiliate program”或者“associate programs”，国内也有文章翻译为其他名词，如“联属网络营销”、“会员制计划”、“合作行销”等。

本课程介绍了会员制营销在国内外的基本概况，总结了会员制的五大核心观点，并对会员制的规划与实施做了详细说明。更重要的是，本课程对各行业中最成功的会员制企业作了详细的剖析以便学习与借鉴。

本课程注重实战技能的传授，并配以大量的案例，可操作性强，旨在引导会员制从初级走向高级、从原始走上专业、从促销手段转变为系统战略，为广大企业实行会员制提供有价值的借鉴与参考。

## 课程大纲

### 引言: 会员制营销的理论基础

四大经典营销理论精要

五大营销操作系统分析

六种客户心理学规则解读

### 第一篇：开宗明义—会员制营销

## 第一章：什么是会员制

会员制的起源

会员制的四大类型

会员制的双赢之道

会员制在中国的发展演变

我国会员制存在的问题与对策

案例分享；

## 第二章 会员制营销的核心观点

客户忠诚的四个层次

会员制对培养客户忠诚的影响

会员制核心：为客户创造价值

会员制的灵魂：不断创新

避开会员制的五大误区

## 第二篇：纵横江湖---会员制营销操作实务

## 第三章 会员制营销规划

会员制营销的七大流程

客户忠诚计划的两大类型

客户忠诚计划的四种模式

客户忠诚计划制胜的两大关键

找出客户真正利益的三个步骤

会员制规划的十一个方面

案例分享：

#### 第四章 会员制营销方案的操作与实施

组建专门的组织部门

建立会员制的管理制度

制定完善的会员章程

会员征集与推广/招募规划

会员制营销实施的六大注意事项

构建会员沟通的平台

建立独特的沟通工具

会员制的费用管理

#### 第五章 会员数据库的建立与管理

为什么要建立客户数据库

数据库建立与应用的六大流程

建立客户数据库的四大原则

会员数据库的内容

数据收集的两大途径

会员数据库的应用

会员数据库管理的六大方面

利用数据库管理建立客户忠诚

案例分享：

### 第三篇：它山之石----各行业会员制营销的成败经验

#### 第六章 零售业大众化会员制现状与经验

零售业会员制如何走出困境

零售业会员制面临的困境

我国发展零售业会员制应采取的对策

#### 第七章 健康体检会员制现状与经验

定位：白领精英

五星级会员服务

关爱会员的精神健康

“花钱买健康”成为时尚

#### 第八章 网络会员制俱乐部现状与经验

十年风雨兼程

打造会员核心利益包

分析：贝塔斯曼的核心优势

网络会员制前景无限

## 第九章 航空业会员制现状与经验

航空公司常客计划指南

票价分级的制定基础

航空公司联盟的重要因素

值得借鉴的常客计划经验

会员资格的控制

会员分级管理

让奖励更具吸引力

里程积分——新的促销工具

销售里程——新的收入来源

## 第三篇：高瞻远瞩-----红酒业会员制营销的分析与展望

精准定位： 高端客户

整合宣传： 专为你策划

品位服务： 为你“量身定做”

浮动定价： 为你考虑周全

格调消费： 为你建立“根据地”