

# 新零售如何经营VIP粉丝

## 课程背景：

竞争激烈的市场环境下，获取流量对任何品牌都是头等大事，而品牌吸引新粉丝的难度越来越大，成本越来越高，如何持续保持存量会员的粘性，持续吸引他们返店，是支撑门店业绩的核心关键。因此，需要一套为顾客量身打造的会员服务管理体系，同时结合新趋势，为门店人员制定一套行之有效的会员管理工具。

本课程从实体门店的会员管理特点出发结合最新会员服务趋势，建立一套会员的服务管理体系和工具。

**课程时间：**2天，6小时/天

**课程对象：**店长，区域经理，零售经理，商品经理

## 课程收益：

- 理解会员分级管理的意义和方法
- 掌握会员分析的关键指标，有的放矢
- 学会维护会员的方法和如何提供超出顾客期望的服务
- 学会如何利用新媒体吸引粉丝
- 掌握处理活动和顾客的关系的方法

## 课程风格：

- **源于实战：**课程内容来源企业实践经验，课程注重实战、实用、实效
- **幽默风趣：**课程氛围非常好，擅长用互动、故事、案例点燃培训现场
- **逻辑性强：**系统架构强，课程的逻辑性能够紧紧抓住每个听众的思维
- **价值度高：**课程内容经过市场实战打磨，讲解的工具均能够有效运用

## 课程工具：

工具一：会员管理 KPI 四大率

工具二：会员四个等级结构

工具三：会员消费结构四个维度

工具四：会员维护的十种方式

工具五：会员维护两个误区

**课程方式：**案例分享+主题讨论+游戏+沙盘模拟，掌握顾客纳新和维护的有效方法

## 课程大纲

### 第一讲：新零售环境下的 CRM 管理

#### 一、CRM 决定成败

1. 新零售环境获客难度大大增加
2. 顾客体验需求升级，忠诚度越来越低
3. 品牌差异化竞争越来越激烈

#### 二、CRM 管理要求和误区

##### 1. 管理要求

- 1) 足够的沉淀
- 2) 自上而下的统一共识

## 2. 管理误区

- 1) 大锅饭：所有会员无差别待遇
- 2) 小灶：过度透支 TOP 会员

案例：某品牌会员管理的分析

## 第二讲：CRM 分类管理体系

### 一、会员分类管理

#### 1. 会员等级分类

- 1) 基于品牌制度的级别
- 2) 基于消费金额的级别
- 3) 基于顾客消费特点的级别

#### 2. 会员等级结构金字塔

案例：特卖引发的惨案

### 二、会员结构

#### 1. 什么是会员结构

#### 2. 会员结构分类和管理

- 1) 从会员等级看结构
- 2) 从地区分布看结构
- 3) 从渠道类型和级别看结构

#### 3. 如何判断会员结构是否优质？

- 1) 销售结构对比分析
- 2) 关键指标分析

案例：会员的消费结构告诉我们什么？

## 第三讲：CRM 数据经营体系

### 一、人——会员健康度

#### 1. 会员分析

- 1) 会员总量分析
- 2) 会员 KPI 数据分析
- 3) 会员非 KPI 数据分析

### 二、货——会员消费习惯

#### 1. 会员 TOP 商品销售分析

- 1) 消费金额
- 2) 消费数量
- 3) 购买频次
- 4) 购买会员数量占比

#### 2. 关联产品会员销售分析

- 1) TOP 商品平均渗透率
- 2) 商品关联排名
3. 周期内购买产品分析

### 三、场——活动效果

1. 活动响应率



## 2. 活动 ROI 分析

案例：某品牌数据告诉我们会员分析的维度

## 第四讲：CRM 流动性管理

### 一、新会员管理

#### 1. 招募方式

- 1) 老会员转介绍
- 2) 针对会员的主题沙龙
- 3) 异业联盟合作吸纳对方的优质会员
- 4) 商场会员也是我们很好的资源池

#### 2. 晋级方式

- 1) 临界会员的处理技巧
- 2) 利用活动帮助顾客晋级

案例：不同渠道纳新

#### 3. 建立顾客档案

- 1) 硬性档案
- 2) 软性档案

### 二、存量会员管理

#### 1. 会员分级 ABC 管理

- 1) 建立会员评分机制
- 2) 根据会员消费情况划分等级

#### 2. 会员维护方式

- 1) 做好会员的日常维护
- 2) 做好朋友圈管理
- 3) 电话和微信注意事项
- 4) 社群管理

案例：抖音百万粉丝分析

### 三、服务创造价值

#### 1. 为顾客增值

- 1) 提供具有附加价值的产品或服务
- 2) 提供具有强烈差异化的服务
- 3) 提供顾客刚需的特色服务
2. 特殊日期的感动/惊喜服务
3. 超 V 的特殊礼遇

案例：时装周案例

### 四、活动和顾客

1. 活动类型和目的
2. 基于商品做活动
3. 精准定位会员针对性做活动

## 第五讲：工具和应用

工具：会员消费跟进表

### 一、关键知识点

#### 1. 会员关键指标分析

日期	星期	伙伴今日目标	新客单数	新客件数	新客金额	老客单数	老客件数	老客金额
4月29日	一							
4月30日	二							
5月1日	三							
5月2日	四							
5月3日	五							
5月4日	六							
5月5日	日							
周合计		0	0	0	0	0	0	0

- 1) 流失率
- 2) 转化率
- 3) 新增占比
- 4) 复购率
2. 新老会员的维护方式

## 二、应用场景

1. 单店会员分析
2. 品牌全盘会员分析
3. 门店差异化对比分析