

消费者洞察及会员体系搭建

【课程背景】

建立客户忠诚度是越来越多企业的共识和追求的目标，而打造忠诚客户最好的办法是建设会员制营销体系。会员制营销在零售、餐饮、服装、健身、教育、航空服务、汽车、化妆品等行业大量采用。可以说，“会员制营销”是企业实现企业的销售提升及长远的“客户忠诚度”目标的一个具体的、操作性很强的一个载体。然而，绝大部分企业在推出“俱乐部”或发行“会员卡”前并没有真正做好规划。相当一部分的“会员计划”在照抄甚至全盘照搬其它企业。于是会员计划在运营过程当中，离最初的想法越来越远、无法得到合理的投入产出、更不能有效地提升客户忠诚和由此带来的销售提升。会员计划成为越来越多企业不能扔的“鸡肋”。企业如何规划和利用会员计划，促进销售、提升客户价值是企业经营者要考虑的重要问题，怎样去搭建一个专属于自己企业的会员制营销体系成为广大企业的呼声。

【课程特色】

1、关注学员所关注，解决实际问题

该课程全面解决企业搭建会员制营销体系具备的条件，从会员制起源讲述会员制营销的前世今生，通过大量案例为大家展示会员制营销推行的障碍，用学员所关心的问题，展开小组讨论，深度解析问题，让带着问题来的学员有收获，让参与的朋友有启发。

2、全新教学体验——建构式教学

西方有句教育格言：学生有问问题的权利，老师没有直接给答案的权利，要让学生自己找到答案。课程中推行的建构式教学是以理论为纲，实际问题为血肉；形成以学员是老师；老师是催化师的教练式培训。杜绝灌输式教学，与传统课程区别开，注重学员互动，来让学员自我判断自我超越。

3、课堂之外的超值服务

因为一个人的学习途径一般来自三种：1、工作中学习；2、社会关系中学习；3、课程中学习。其三者的比例应为7:2:1，所以课程只是学员学习的很少一部分，培训是否更有用的还是在培训课程之外，所以在每次培训结束之后，除了布置作业，更重要的还是经常的和学员交流，跟踪在课堂上所学的知识技能是否在工作中落地，在工作中遇到的障碍提供专业意见。

【课程目标】

本课程以系统化的眼光，结合多个国际国内领先企业的营销实践案例。通过培训，您将收获到：

- 互联网公司会员制营销运营体系的最佳模式
- 消费者洞察
- 不同行业会员制营销的合理目标定位（错误的目标导致运营的失败）
- 如何利用会员制营销来解决分级服务和客户持续运营的问题
- 如何进行会员分级，实现分级服务与分类营销？
- 如何设计核心会员利益
- 如何进行联盟商家的拓展与运作

如何进行会员的招募
如何进行通过会员俱乐部实现更多的销售 ……

【培训方式】

训前一周收集店铺具体产生问题，在基本框架的前提下，根据实际店铺问题为血肉填充课程内容，以案例分析、小组活动、游戏互动、情景演练等形式让学员提高参与度。鼓励每人都要提出需要解决的问题，让后再从中筛选大家公认的要解决的问题，排名靠前的问题具有普遍性，挑选出来作为课程的核心内容。

教学过程：聚焦问题，激活旧识，论证新识，验证新识，融会贯通。

【培训对象】

总经理、营销总监、客户总监、销售总监、客户俱乐部总经理、客户服务总监、高层管理人员、客户中心经理、市场中心经理、销售经理、品牌经理、渠道经理、营销策划分析主管、客户俱乐部经理、高级客户经理、客户服务经理、服务运营主管、客户中心总监、呼叫中心经理、客户中心经理、电子渠道主管、信息技术总监、数据分析主管、运营分析主管、客户分析主管

【课程大纲】

第一块：消费者洞察

- 1.当今时代消费都发生了哪些改变
- 2.如何洞察消费者变化
- 3.如何使用场景地图还原消费者需求
- 4.如何确认消费者需求
- 5.如何通过心理学探索用户变化
 - 1) 模糊心理
 - 2) 沉锚心理
 - 3) 注意力偏见心理
 - 4) 可利用法则心理
 - 5) 可利用叠加心理
 - 6) 逆火心理
 - 7) 聚焦错觉

第二：会员制特征

我们最早参加的会员制组织——少年先锋队

- 1、入会有门槛
- 2、自愿入会
- 3、契约性
- 4、层级结构
- 5、共同价值观

案例分析：深度分析沃尔玛山姆会员店

第三块：会员制推行中的障碍

案例分析：国航白金卡会员闹事

案例分析：沃尔玛山姆会员店陷入信息买卖门

案例分析：杭州健身俱乐部陷入全面信誉危机

学员互动时间：阿里巴巴及京东会员制体系

主题讨论现行会员制所遇到的障碍

第四块：会员制能为企业带来的利益

- 1、提升客户忠诚度
- 2、建立长期稳定的消费市场
- 3、互动交流、改进产品（服务）
- 4、新产品（服务）研发能力加强
- 5、通畅的现金流

案例：COSTCO 的会员体系介绍；意大利零售巨头 EATALY 会员体系介绍；茑屋书店会员体系介绍；

第五块：会员制体系的核心观点

- 1、忠诚度和满意度的关系
- 2、什么是满意度
- 3、何为“忠诚的客户”
- 4、忠诚客户的四个层次

忠诚顾客深度分析：果粉白皮书

第六块：会员制体系搭建的七大流程

- 1、明确目标
- 2、确定目标群
- 3、选择正确的利益
- 4、做好财务预算
- 5、构建沟通平台
- 6、组织与管理
- 7、数据库的建立

实战运用：和学员一起选择一家或两家企业搭建其专属的会员制体系。