

# 购物中心会员管理

## 【课程背景：】

一、你的会员管理和维护仍停留在短信、电话老一套吗？

2015年6月30日起，滥发垃圾短信最高罚3万元

5月28日，工信部公布了《通信短信息服务管理规定》，明确提出未经用户同意或者请求，不得向其发送商业性短信息。用户同意后又明确表示拒绝接收商业性短信息的，应停止向其发送，否则将处以1万元至3万元罚款，规定将自6月30日起施行。

二、为什么开业的时候，顾客很多，现在，顾客越来越少了呢？

三、为什么顾客川流不息，却始终没有真正忠诚于自己的客群？

管理大师彼得德鲁克说：“衡量一个企业是否兴旺发达，只要回头看看其身后的顾客队伍有多长就一清二楚了。”要想把生意做大做好，无非就是两件事情：一是稳住原有的老顾客，二是不断把新顾客变成老顾客。

诸多零售店铺还存在以下问题：

员工对于会员管理不重视，会员档案不完善；

给会员顾客发信息或打电话，顾客觉得很烦；

.....

现今的顾客管理不再仅是会员办卡，节日问候，促销告知，到底是什么原因造成以上尴尬的局面？

## 【课程目标：】

一、让学员了解会员的重要价值，从内心真正重视会员管理；

二、掌握会员的开发和维护技巧，学会建立详细的会员档案；

三、提升销售人员的会员销售服务技巧，保证会员顾客产生最大效益；

课程时间：1天，（6小时/天）

授课对象：零售人员、加盟商、会员专员培训

课程特色：1、主题讲授 2、视频欣赏 3、情景模拟 4、案例研讨 5、学员分享

6、落地工具

## **【课程大纲：】**

### **第一章：学习促销**

#### **一、促销的概念、内容及作用**

- 1、促销的概念及作用
- 2、促销的分类
- 3、促销策划的 5W2H 法则

#### **二、促销策划流程与组织执行要点**

- 1、促销工作业务流程
  - 1.1、促销市场研究
  - 1.2、确定促销要素
  - 1.3、实施促销
  - 1.4、执行和评估促销结果

## 2、实效促销方式及操作要点

2.1、特价促销

2.2、赠品促销

2.3、联合促销

2.4、抽奖促销

2.5、活动促销

2.6、路演促销

2.7、现场演示

## 三、洞察顾客的消费心理

1、顾客购物动机与识别技巧

2、常见顾客组合及需求把握

3、顾客个性类型分析及接待技巧

4、顾客购买的准备阶段心理特点

## 四、独具慧眼的促销策略选择

1、营销的 4P、4C 与促销定义

- 2、促销策划的六大考虑要素
- 3、基于 3C 分析的促销活动类型
- 4、促销的“推”和“拉”策略

## **五、周密策划的促销方案**

- 1、优秀促销方案的评价标准
- 2、促销活动的目标选择体系
- 3、促销主题策划的两个基本原则
- 4、常用促销工具的认识与选择
- 5、完整策划所包含的其它因素

## **第二章、会员管理的意义与价值**

案例分析：会员管理能带来多少效益

### **一、会员管理对零售的意义**

- 1、什么是会员
- 2、会员的作用
- 3、客户生命周期分析与理论应用
  - a)什么是客户生命周期
  - b)客户生命周期的几个阶段

工具：客户关系 RFM 分析模型

## 二、会员流失预警与针对性保有策略

- 1、客户流失原因的一般性概述
- 2、中高端客户流失的主要原因分析
- 3、客户流失原因的现实情况
- 4、客户的流失预警分析方法
- 5、客户流失预警模型的使用

## 三、解析会员的价值

- 1、会员价值现状
- 2、维护会员的意义

## 四、会员回头率

- 1、如何提升回头率
- 2、顾客四分模型
- 3、回头率计算公式

## 五、提高会员顾客的忠诚度

- 1、零售品牌的 DNA
- 2、零售建立新的销售力运营模式
- 3、通过会员服务提高客户忠诚度
- 4、衡量品牌忠诚的关键指标

## **第三章、会员营销**

### 一、什么是会员营销

- 1、会员营销核心

## 2、会员的功能

### 二、会员营销的七大流程

#### 1、明确实行会员的目标是什么

#### 2、会员的目标客户群

#### 3、为会员选择正确的利益

#### 4、做好财务预算

#### 5、为会员构建一个沟通的平台

#### 6、会员的组织与管理

#### 7、数据库的建立与管理

### 三、建立会员群体

#### 1、品牌

#### 2、五感销售技巧

### 四、会员招募七步曲

#### 1、迎宾

#### 2、了解需求

#### 3、推荐产品

#### 4、展示和试用

#### 5、排除异议

#### 6、美程服务

#### 7、附加推销

### 五、如何吸引顾客加入会员

#### 1、那些是最有价值的礼仪吸引顾客

2、找出顾客真正利益的三个步骤

3、会员规划的八要素

## **第四章：会员的保有维护方法**

一、展现品牌形象的会员物料

1、会员登记本

2、会员生日卡

3、会员感谢卡

4、会员贺卡

二、以应用促进保有的技巧和方法

1、功能效果是核武器

2、独特应用绑定客户

3、客户社区凝聚人心

三、以服务促进保有的技巧和方法

1、基本服务内容

2、增加客户体验

3、让客户信任才是关键

四、以捆绑促保有的技巧和方法

1、业务捆绑

2、积分捆绑

3、余额捆绑

4、利益捆绑

5、智能捆绑

## 五、以关系促进保有的技巧和方法

- 1、客户生日祝贺
- 2、节假日问候
- 3、线下沙龙
- 4、网络互动

## 第五章：如何让会员顾客产生最大效益

### 一、术有专攻---设立会员管理部门

- 1、组建专门的组织部门
- 2、建立会员的管理制度

### 二、精细化管理

- 1、制定《会员客户年度销售目标》
- 2、制定《年度促销计划》
- 3、会员消费行为分析
- 4、提高会员客户的购买次数及单价

### 三、零售店的顾客分级管理

- 1、顾客分级管理的要点
- 2、顾客分级管理的法则
- 3、在分级基础上进行顾客细分

### 四、会员卡奖惩方案

- 1、奖惩措施
- 2、操作流程图
- 3、礼品/现金券登记表