会员制活化方案初步动作拆分

会议只确定了大概方向，进入到落地阶段，给出具体节点需要在满足前置条件之后
本项目在达成前置条件后优先级与本月的“门店商品调改”项目一致，可以双线并行

目前会员制的痛点

1. 积分兑换的商品不够吸引人，客人没有什么兑换的欲望
2. 会员宣传效果不好，增加的会员很少
3. 会员复购率很低，哪怕有会员，让会员们持续来店的功夫也不够

前置条件

1. 门店客群主体清晰明了
2. 系统条件是否具备（乐檬系统）

总结：对于会员制活化，主要方向为为现有会员提供更多的情绪价值，优化福利机制

小程序

对小程序页面进行美化升级，引导顾客主动进入小程序，关注会员信息，对标赵一鸣、零食很忙等同行的小程序建设，后续可以在增加一些互动内容

1. 在小程序增加积分兑换功能，增加可兑换的商品，并将可兑换商品上传至小程序

（这个是必要步骤，第一步先做到与赵一鸣和零食很忙对齐即可）

具体动作划分：

A 页面美工，所有需要的素材，对零食很忙每个功能页面进行截图，记录所有需要的素材
责任人：建宇

B 了解所有的页面和其功能，再清楚所有功能后，探明实现方法和技术链路，着手将这些功能复现在我们现有的小程序中
责任人：江龙

会员积分

1. 增加积分可以兑换的商品种类，最好的办法是推出一些限定的又吸引人的物品，最好又能和门店形象，IP 相关联，客人没有办法直接购买的物品，可以是像泡泡玛特的潮玩（目前处于观望状态，保守的做法是先推出新商品，至于周边还需要打磨）

具体动作划分：

A 联系乐檬，询问积分兑换优惠券的顾客使用步骤，在小程序购买的兑换券是否支持门店收银机核销，如果不能，有没有其他解决办法

B 挑选 25 个品（参考零食很忙兑换），给出商品清单和挑选理由

责任人：王猛

C 积分兑换相关引导话术准备，准备落地后对接门店
责任人：阿威

2. 会员积分直接折现抵扣，满 100 积分即可进行抵扣，每 100 积分抵扣一元，相当于 99 折（需要查看乐檬系统是否支持）（乐檬系统能够支持，目前需要搞清楚能否实现常态 99 折和积分无感抵扣，无需店员额外动作）
具体动作划分：
A 联系乐檬，询问是否实现 1. 积分组合支付；2. 会员等级划分；3. 会员常驻折扣；4. 能否取消收银员动手操作，设置自动积分抵扣
（目前关于会员常驻 99 折和 98 折，我的想法是 1. 能否实现会员常驻折扣，实现方向为积分折现比例 100：1，也就是 99 折；2. 能否针对高等级会员，改动积分折现比例，调整为 100：2，也就是 98 折）
责任人：王猛

B 将会员等级同步至我们的小程序
责任人：江龙

C 讨论会员等级划分，99 折和 98 折是体现在累积消费上的，在这个方向，还能划分更多的等级，用于不同等级的播报和其他定制服务，达到了 98 折还可以升级会员，可以解锁更好的定制服务
需要明确不同等级会员的划分点（参考山姆会员卡），能享受的服务有哪些
在积分方面，要考虑积分的回收问题，本质是让积分更加有价值，增加其流动性，让积分带领顾客来到门店，例如设置有效期，设置常态化/限定活动积分抽奖（小程序功能）
责任人：业绩增长小组全员

B 会员制度解读话术，简单易懂，后续物料也会辅助进行机制说明，准备落地后对接门店
责任人：阿威

3. 会员无感积分，彻底删除报号码的环环节，同时还能提高收银速度（需要查看乐檬系统是否支持）（目前微信已实现无感积分，暂时先不推动支付宝）

门店体验

1. 增加会员日的物料，店内外要有显眼的标识，不只宣传会员日，更要宣传会员的福利，为什么要成为会员
具体动作划分：
A 会员宣传物料准备，先不印刷
责任人：建宇

B 会员宣传话术，准备落地后对接门店
责任人：阿威

2. 增加喇叭的会员专属播报，会员买单时进行播报，参考一些名车行的仪式比如“尊贵的梅赛德斯车主”，凸显会员身份价值，后续可以根据历史消费分等级，例如蜜雪冰城的屏幕投影显示

具体动作划分：

A 给出实现途径，并实现该播报功能（我的想法是因为播报都是针对会员，可以直接通过我们写的程序读取我们小程序中正在支付的用户信息，这样可以绕过乐檬系统的信息读取，例如手机尾号后 4 位，或者用户设置的 ID 名，然后报给程序，程序链接店内喇叭，执行播报脚本）【要注意的点是：希望在我们的会员小程序中，给予会员一定的自定义空间，例如设置是否播报，是否匿名云云，就是自定义，自制空间的方向】

同时实现投屏功能

这个在我看来难度系数在整个项目中最大，需要小组重点注意

责任人：江龙

B 投屏的动画显示 cg

责任人：建宇

C 对于等级高的会员播报，店员是否要进行配合？是否采取其他方式变通，尽量不要用到店员配合，除非是协助或者注册会员的情况，我觉得可以是一个很简单的动作，或者抬头一起看一下屏幕，眼神惊喜一点，行注目礼，也可以直接取消所有店员配合，要根据实际情况考量，准备落地后对接门店

责任人：阿威

3. 增加会员价商品，目前门店会员价商品少，而且不太显眼，相应物料也要跟上（目前不做此操作）

4. 增加会员日专属宣传音频

A ai 播报音频制作，或者外包定制创作，这个动作可以花资金解决，但是需要执行一定的评估和综合考量

责任人：王猛

落地准备

1. 物料入场摆放

责任人：建宇

2. 会员价商品取消，更换价签，修改商品价格

责任人：王猛 阿威

3. 门店话术对接

责任人：阿威

4. 会员程序测试

责任人：江龙

5. 项目指挥和验收

责任人：城哥