

门店系统

轻松做好会员管理和营销



TABLE OF CONTENTS

01	产品介绍	01
	产品简介	01
	产品定位	
	适用行业	

02	行业现状	02
	中小型门店面临的行业现状和痛点	02

03	行业场景介绍	03
	健身行业	03
	美业	06
	宠物店	09
	商超便利	11

目录

04

产品功能

14

产品总架构

14

多店版介绍

15

亮点子功能

17

05

产品优势

24

多样化的营销场景

24

完善的线上线下店铺运作模式

操作简单易上手

超高的性价比

产品介绍

门店系统是一款为门店用户打造的门店运营系统；
专注于解决用户运营门店过程中遇到的会员管理效率低，获客成效差、顾客黏性弱、推广成本投入难以跟踪成效的核心问题，配上丰富的店务管理功能，助您高质低成本地快速获得门店数字化运营能力，大数据时代不再落后于人。

产品定位

专门为线下门店量身定制的智慧门店系统，免费拥有小程序店铺，助你打通线上小程序+实体店；会员卡/储值/积分/多种营销应用，助力门店获客留客。



适用行业

本地服务



美容美业



运动健身



汽车服务



家政服务



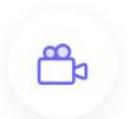
宠物服务



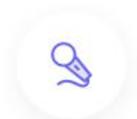
教育培训



餐饮服务



婚纱摄影



休闲娱乐



更多

零售



商超便利



服装



生鲜果蔬



礼品鲜花



蛋糕烘焙



母婴



数码家电

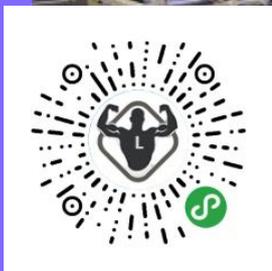


更多

1	<p>门店面向区域小，且竞争激烈</p> <p>线下门店的客户来源主要依托于现有区域的周边人流，门店周边客户有限，没有突破地域限制；且在同一区域也可能会有多家同类型的门店；这对中小型门店来说很不占优势，如果中小型门店不合理维护好现有客户资源并不不断开拓新的客户群体，会很难在众多竞争店铺中脱颖而出。</p>
2	<p>新店开张，市场开拓引流难</p> <p>新店开业周边客户都不知道，手上又没有老客户，想通过发传单引流，却无法监控发传单的成效，导致钱花了却没有得到想要的效果。新店开业后三个月内的经营状况直接影响店铺未来的发展和客户积淀，所以对于新店来说，拥有一套完整的营销策略是非常关键的。</p>
3	<p>已有客流，却无转化</p> <p>一个活动或服务的成功与否，取决于活动或服务过后能留住多少顾客，人气有了，生意却没有，散客消费完即走，缺乏渠道管理客户，客户就这样流失了。客户没有转化成会员，以后的生意还是难做。</p>
4	<p>已有会员，却难互动，无法实现会员裂变</p> <p>粗放式经营，对顾客关怀不足，难以转化为忠实客户，粘性低。没有好的营销活动策划，无法跟会员建立良好的经营关系。没有好的途径和方法充分利用现有会员资源去进行分享推广产生真正的裂变。</p>
5	<p>资金回笼慢，运营周转难</p> <p>资金周转率越高的企业生存的才会更好，对于中小门店来说，有充足的流动资金非常重要，银行出款审批程序复杂，利率高，很多老板血本无归。对于商家特别是面向个人消费者，要好好利用会员储值这个出资工具显得尤为重要。</p>
6	<p>内部运营管理混乱，工作效率低</p> <p>服务分配全靠喊，客户预约全靠记，容易造成混乱，效率低，体验差。员工素质参差不齐，招人、用人、育人、留人难，没有一套完善的员工管理机制。</p>

行业场景介绍

健身行业 悦炼健身俱乐部



悦炼健身是一家位于商圈附近的中小型健身房。商区人流量比较稳定，从硬件环境、器材选配到集体训练课程、训练方法和配套设施等，都面面俱到。但在接触到门店系统之前悦炼健身还是一家传统健身房，大多数时间健身者寥寥无几，只能通过发传单引进少量客户，勉强维持生存。



使用门店系统前遇到的问题

1

推广方式单一，获客难

集中在线下推广，推广方式单一。主要通过雇佣多个兼职人员派发传单，传单派了很多，却没有多大成效。

2

简单体验后，会员转化率低

新用户进到健身房，器材不会使用，又没有专人辅导，用户找到教练，对用户没有深入了解，就给客户推销课时、卡次，基本体验过后客户就已经流失了。

3

会员流失率极高

会员的健身热情不能被充分调动，直接表现为会员的续费率低，会员流失率居高不下。

4

业绩无法突破，资金回笼慢

健身房业绩不佳，而人员和器械的开支导致店铺没有充足的资金进行运转，门店经营压力越来越大。

5

员工人流变动大

健身房人流变动大，教练的高流动率对健身房的士气打击很大，严重打乱了悦炼健身的发展计划。



门店系统在悦炼健身的使用场景



1.快速引流拓客



2.引导激励客户转化



3.会员管理和运营



4.会员激活和留存



5.改进店务经营问题



快速引流拓客 1

线下传单派发（带小程序二维码）

将系统生成带有传单员个人标识的店铺二维码印在传单上

A.客户接收到传单，可扫码进入【店铺专属小程序】查看了解详细信息和领取会员卡。

B.监控传单员派单转化情况，（派发数量→会员转化率→到店转化率）

进店有礼活动

通过进店有礼等活动刺激客户完成会员注册，获取用户手机号等

注册会员→领取【到店大礼包】和新客免费体验服务→到店首次免费体验

推广员营销（通过会员推荐裂变）

成为推广员→生成推广海报或分享链接→邀请新客→新客通过推广员分享的链接进入到小程序→注册会员，购买服务→到店消费→推广员获得返佣。

2 引导激励客户转化

设立免费辅导卡

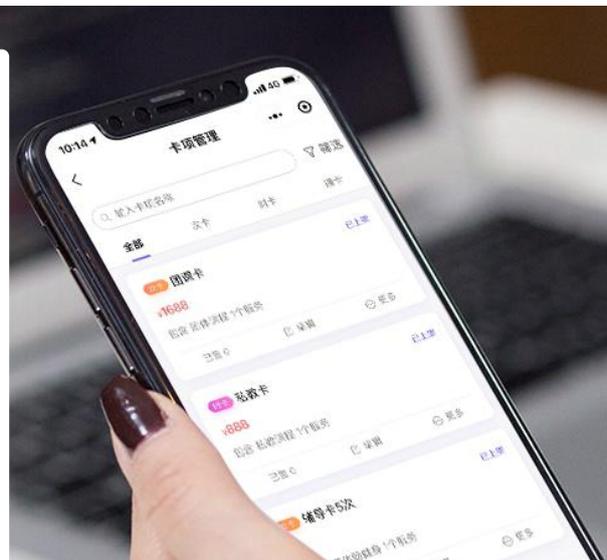
新客到店通过扫码【注册会员】可领取免费【辅导卡】，前五次安排专人辅导支持，让用户快速度过生疏期，建立起对健身的兴趣来，防止会员在过渡期流失。

深入挖掘需求

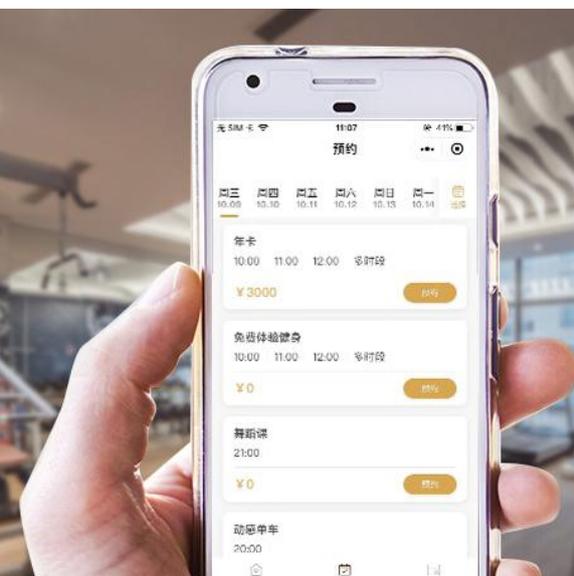
悦炼健身教练在辅导过程中会通过使用门店系统的【标签功能】收集用户信息，从一开始询问用户的健身目的、健身习惯、能够到访的时间。然后通过【短信营销】在用户告知的时间进行发送提醒，培养用户健身习惯。

设立健身卡项

在客户建立健身爱好后，悦炼健身设立了多种卡项：【私教卡】、【团课卡】、【时卡】，根据不同客户的意向给其推荐最适合的卡项，提升开卡率。开卡后，会员到店后只需出示电子会员卡打卡即可。



会员管理和运营 3



课程在线预约

悦炼健身在门店系统上开设了私教课、大小团课、动感单车和舞蹈课程，并借助【智能预约功能】设置了各个课程的预约规则。教练上课前可以对会员发送上课提醒，提醒会员前往预约课程。会员每次上课前需预约，每节课有不同的人数限制，人数已满则系统自动禁止预约，免去了繁琐的人工记录和沟通成本。

会员档案管理

店铺会员在系统内都有独立的档案管理，会员到店后，健身房管理员可以快速了解到会员的详细档案资料，了解会员的喜好、消费能力等，制定针对性的营销方案。

4 会员激活和留存

打卡签到活动

健身本身不是一种趣味性的运动，客户容易疲劳而放弃，悦炼健身通过组织线上打卡签到活动来对会员进行激励，人为增加趣味性，连续打卡满一周可以到店领取小礼品。

消费奖励活动

悦炼健身通过给予消费会员大额优惠券奖励、折扣优惠等手段，有效留住顾客，提升会员消费力度。

回访维护提醒

同时定期借助会员筛选功能筛选出长时间未到店健身的会员，批量发送挽回短信，对于多次发送短信仍未成功唤回的会员，打上“高危流失”标签，并有专人负责电话联系召回，有效防止会员流失。



改进店务经营问题 5



"储值"回笼资金

悦炼健身推出“充就送”在线储值营销手段，在好处的驱使之下，大大提高了会员充值的积极性，帮助商家回笼资金，给予健身房时刻充裕的现金流，并提前锁定大量客户。

系统化员工管理

悦炼健身的每一个员工都拥有自己的后台账号，可以对自己的客户、预约记录、订单等进行跟踪。悦炼健身管理员通过对员工进行权限配置，灵活调度每一个员工的工作内容。

美业 精致国际美容中心



精致国际美容是一家位于社区附近的美容机构，地理位置不算优越，在使用门店系统前店铺的主要客户群体是源自老板的自有客户，经营过程中有使用一个会员系统简单管理店铺会员信息，但客户预约和到店提醒这些还是依托经营者微信与客户沟通。



使用门店系统前遇到的问题

客源少，拓客难

1

客源少，客源增长缓慢，做来做去总是那么几个老顾客。而且周边同类型的美容店多，但客流有限，店铺竞争大且没有优势。

营销活动效果差

2

想通过各种促销活动进行推广，但活动触及不到目标用户和会员群体，导致活动效果很差。

会员预约管理乱，工作累却不饱和

3

客人预约只能通过打电话和发微信，没有系统进行记录统计，客人不可调度，美容院一周忙3天闲4天，感觉上生意不错，实际累得要死，赚的实在是辛苦钱。

深度会员管理难，用户体验差

4

对疗程型的美容项目，没有顾客提醒功能，只能凭美容师个人记忆去锁定客户的美容疗程进度，周期长的项目会遗忘到店提醒的发送。

好口碑得不到传播，会员裂变效果差

5

服务到位、设备先进，部分体验过的老会员满意度和评价极高，但这些评价没能触达其他潜在客户，没有提供给老会员进行传播拉新的途径和利益刺激点，会员裂变效果差。



门店系统在精致国际美容的使用场景



1. 开启多种拓客形式



2. 到店客户转化



3. 完善会员管理流程



4. 会员关系维护



5. 会员分享裂变

开启多种拓客形式 1

新客优惠活动

- A. 精致国际美容设立了新客首次体验优惠服务，用户可以在小程序端进行购买新客体验服务，吸引新客消费，提升新客到店率。
- B. 注册有礼，新用户注册会员可以领取优惠券大礼包。
- C. 新客支付即成为会员，提升会员注册率。

线上搜索发现

在5公里内，通过微信小程序搜索可以快速找到店铺，有利于提高精致国际美容的线上曝光率以及店铺形象的提升。

推广员营销活动

客户可申请成为精致国际美容的推广员，通过邀请、再分享产生交易后可获取一定金额的分享提成及邀请奖励，不断通过分享吸引用户及获得金钱奖励。

2 到店客户转化

扫码注册有礼

到店客户可通过扫店铺小程序码自助注册成为会员，注册成功付款时可享受会员优惠折扣，激励用户转化成为会员。

会员储值功能

精致国际美容使用了【会员储值】，通过引导会员储值，给出相应的优惠或者是赠送相应的服务项目，让会员觉得提前储值金额是很划算的，这样会员进行储值商家不仅拥有现金流，还可以刺激会员多次复购消费。

设立组合卡项

组合多个服务项目搭配包装成为次卡套餐，办卡后客户直接出示小程序会员二维码即可消耗卡次。



完善会员管理流程 3



线上智能预约

精致国际美容利用【智能预约】功能设置了美容师的排班和同时接待的顾客数。顾客根据已设置好的规则在小程序自助预约空闲的美容师，避免了到店后等待时间过长的的问题，提升了顾客体验。

制定服务计划

对一些周期性的项目，如祛斑，精致国际美容会针对会员的皮肤状况制定疗程计划，在服务前会给相关美容师发送提醒去关注这个服务进度，便于美容师与客户及时沟通交流好，同时也会对客户自动发送短信提醒，提升客户满意度。

4 会员关系维护

会员标签管理

精致国际美容利用会员管理功能记录会员的全方位信息，包括：基础信息，消费习惯，消费能力，消费偏好，工作类型，平时打扮风格，并给所有会员打上标签，平时根据标签给会员推荐个性化的项目。

会员短信营销

除了会员营销，精致国际美容在平时对会员的关怀也做的很好，例如在会员生日的时候发送祝福短信并赠送生日礼品，在气候变化的时候短信提醒会员注意保暖和护肤，以及在节日时发送节日关怀短信和优惠券，大大提升了品牌好感。



会员分享裂变 5



海报分享裂变

精致国际美容通过使用全民推广【分享海报】营销手段，成为推广员的老会员可生成专属海报分享推广，让老会员实时有效地获取朋友圈流量并快速分享购买分佣。

拼团老带新裂变

精致国际美容通过会员标签筛选发现在店铺内的会员补水美容这一标签的用户群体很大，于是制定了小气泡美容补水的拼团活动，通过设置了拼团成功后团长能以更低价购买，促进老顾客开团。再结合良好的忠诚度管理，一个忠诚的老客户通过拼团推荐新客户、一个新客户带多个客户的方式来提升客源量。

行业场景介绍

宠物店

魔力宠物MoliPet



魔力宠物是一家位于高档住宅小区附近的新开宠物店，主营业务有宠物用品、宠物洗护、宠物美容、活体销售四大块，充分利用30平米精致空间，满足宠物主人对更高服务品质的追求，希望能通过推广快速进入市场并获得一部分流量。



使用门店系统前遇到的问题

1

客户余量不足 同业低价竞争大

从3公里辐射范围进行深入的市场分析，开店后周边陆续有多家新开宠物店入驻，而宠物存量有限，同业的低价竞争压力大，品牌效应不够，推广难。

2

客情维护不佳 用户粘性低

深知客户维护的重要性，但是实践起来的效果却差强人意。主要体现在老客户的复销率不高，老生带新生的几率很低，新人到店消费数量不多等。

3

服务低效 用户体验差

传统的到店服务模式，宠物美容、洗护等待时间过长，容易流失客户。

4

缺乏财务管理能力

宠物店有储值卡，当在花客户预存的钱来维系经营的时候，没有把账算清楚，导致对服务的定价没办法跟据店铺的支出进行判断，店铺缺乏财务方面的收支管理能力。



门店系统在魔力宠物的使用场景



行业场景介绍

商超便利 乐家便利店



乐家便利店是某大型小区周边的便利店，一直靠着优越的地理位置维持着不错的经营，但随着时间的发展，现在的家庭越来越多喜欢在网上购物，导致到店的顾客逐渐减少。老板发现客源流失的问题，希望能通过建立会员制度来管理会员，防止流失。



使用门店系统前遇到的问题

1

流量少，线上及新零售业态不断分羹

实体店受到地域限制，覆盖范围有限，线上电商的蓬勃发展也带走了一部分线下零售业态的流量，门店客流持续下滑，到店成本持续升高。

2

传统零售利润下降

传统零售商家经营模式，商品“薄利”依然存在，“多销”却难以为继，店铺经营利润不断下降。

3

库存积压，资金周转难

门店转化低，导致库存积压居高不下，商品流转困难导致资金占用，形成巨大压力。

4

复购率低，缺乏营销手段

门店基本无营销手段，全凭顾客的自然偏好“作主”，没有引导没有培养当然也没有复购



门店系统在乐家便利店的使用场景



1. 低成本获取客流



2. 数字化门店管理



3. 实时掌握库存情况



4. 开展营销活动



5. 提升复购率



低成本获取客流 1

构建线上商城

基于小程序，乐家便利店搭建了线上商城，拓宽销售渠道，快速获得小程序60多个流量入口，扫描二维码、微信搜索等，降低商家获客成本。

线上线下载流量承接

线上流量，导入线下，提升门店客流。打通线上线下一体化经营模式，通过线上店铺赋能，帮助门店更好地卖货。

多渠道推广

利用店内员工、异业合作等店铺资源，给员工、合作商家等提供专属渠道推广码，通过多渠道推广挖掘更多潜在客户。

2 数字化门店管理

数字化商品管理

打造商品数字化全流程，提升商品周转效率，统一维护商品信息，线上线下商品库存互通，清晰掌握进销存。

数字化会员管理

会员统一实现数字化管理，会员编码、会员档案、会员等级、会员积分、会员关怀、会员分析及个性化营销。

智能收银台

快捷商品搜索，扫码开单、扫码收银，多种收款方式让门店收银更高效



实时掌握库存情况 3



商品库存明细

商品库存智能监控。实时掌握商品售卖情况，通过及时了解商品出入库明细，分析商品脱销和滞销情况，及时补货或清仓。

进销存管理

商品入库、出库统一管理，提升门店工作效率。同时帮助门店把控成本，实现利润最大化。

4 开展营销活动

优惠券营销

针对不同客户实施精准优惠券营销，非会员通过进店有礼领券活动刺激注册成为会员，发展中会员通过领券中心自助领取优惠券促进成单，沉睡会员通过商家主动派券唤醒激活会员。

拼团、积分商城

乐家便利店及时发现店内滞销商品，通过设立拼团、积分商品优惠购买的形式将这类商品加大推广力度，获得收益的同时也解决了商品滞销问题。



提升复购率 5



多渠道引进会员

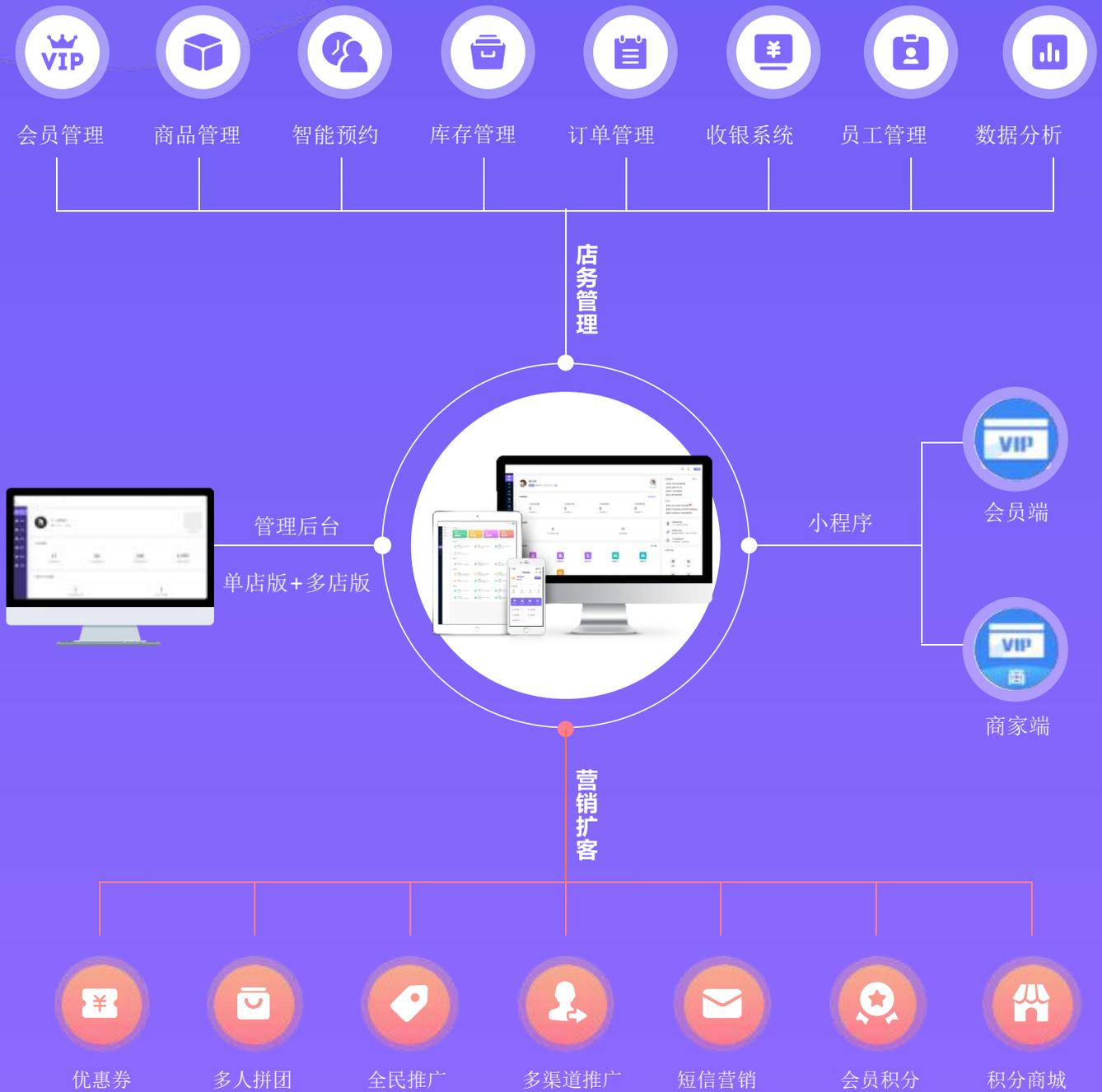
开单即会员，消费即会员，自助注册会员，参与拼团、进店有礼、全民推广等营销活动即可成为会员，告别即消费即走的无经营模式。

会员精细化管理，提升复购

数字化经营工具，会员进店消费后消费水平和消费习惯都会被进行记录，结合会员等级会员优惠价、会员积分制提升顾客粘性，培养忠实客户群体，提升商品复购。

产品总架构

门店系统产品总架构



多店版融合门店系统产品的营销优势，实现了会员、活动、门店等多方位线上线下的打通。多门店全面对接，线上营销吸引流量，线下多门店消费，灵活的多门店体系，商家自主管理更方便！



门店系统多店版优势



提高转化
根据会员位置自动推荐附近门店



省力
品项由总部创建，门店一键关联



高效
订单数据自动关联门店，快捷筛选



可控
总部统一制定促销活动，统一管理



品牌
统一风格，建立专属品牌形象

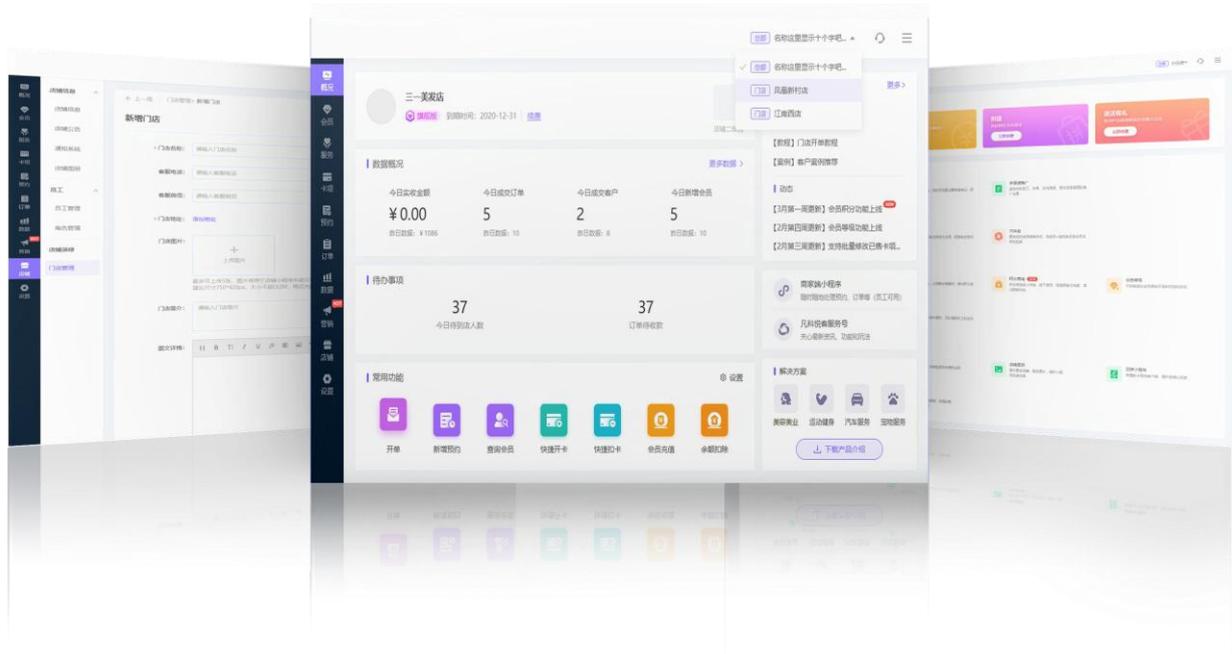


灵活
各门店店员权限灵活配置

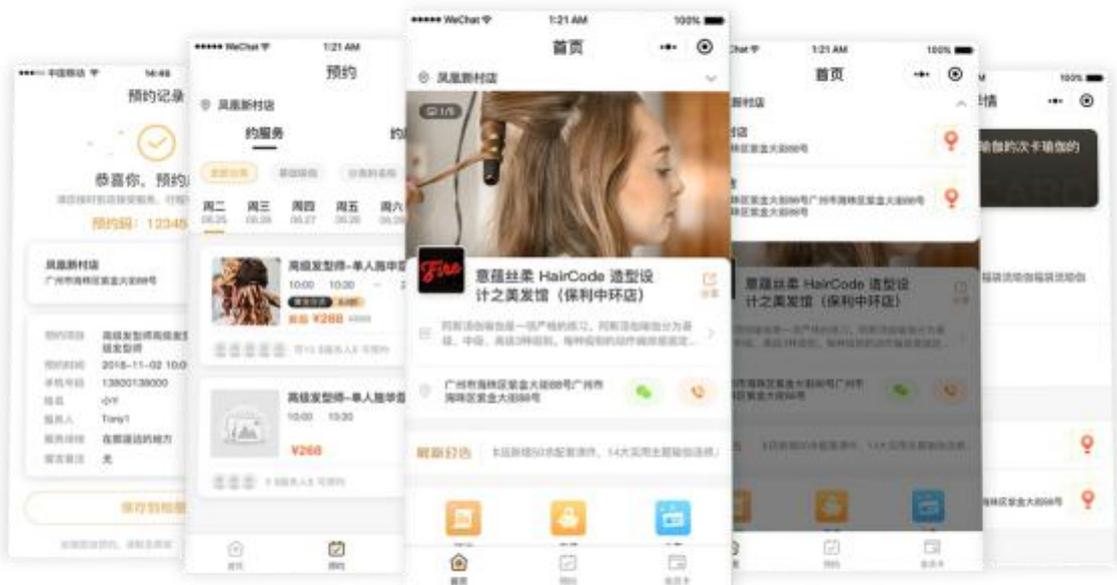
门店系统多店版介绍



多店版管理平台展示

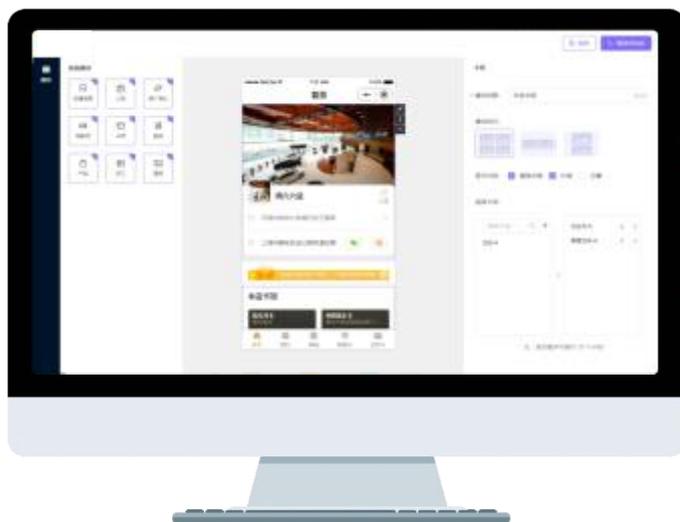


多店版营销小程序展示



个性化店铺装修

门店系统拥有在线编辑的小程序装修工具，不需要下载和安装，随时随地，有电脑上网即可快速搭建专属小程序。模块化、控件化的设计器，拖拽式的操作体验，可视化的编辑场景，轻轻松松即可完成店铺搭建。



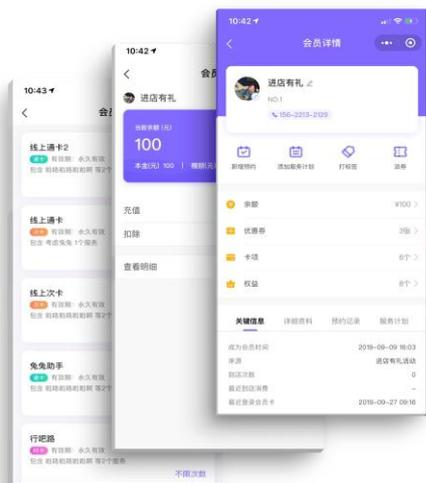
丰富功能控件
店铺公告、导航项、服务、卡项、员工、图册等功能控件，一应俱全



拖拽式自由操作
拖拽式操作体验，页面布局自由拖拽建设，随心所欲，随建随改



可视化编辑
支持实时编辑，多种模块样式随意挑选，搭建效果即改即显、实时感知



会员多维度档案管理

数字化记录会员的基本信息，消费记录，系统信息，通过标签管理会员，让商家更加了解每一个会员，从而进行精细化管理，提升每个会员的满意度和归属感。



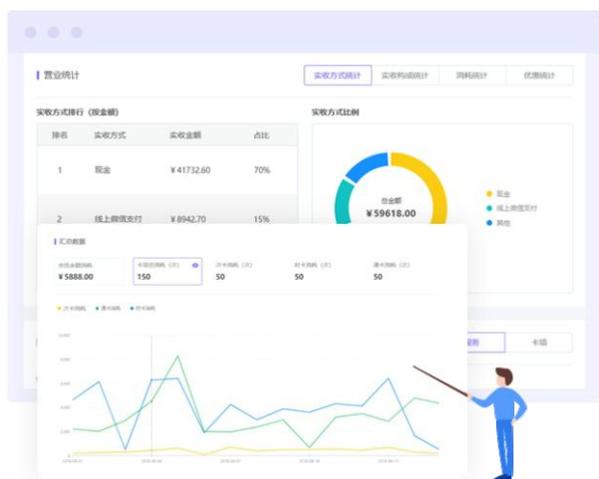
智能预约功能

顾客预约时智能检测服务资源的冲突问题，让每个服务资源最大化利用，让每个顾客的等待时间减到最少，让管理者的服务资源管理成本大大降低。



服务计划功能

教育培训行业能给学员排课，健身行业能给会员制定健身计划，让顾客和商家都能直接清晰地了解接下来什么时间要做什么。



多维度数据统计

财务数据、会员数据等多维度数据分析；准确核算订单收款和余额卡项等消耗统计，区分线上收款和记账收款等不同账单实收统计数据。



智能开单收银

服务开单、开卡充值、快捷收款、扣卡扣余额等开单操作；融合多种收款方式，支持扫码支付，高效收银。



员工管理

分角色管理员工权限，每一个员工都拥有自己独立的小程序后台使用场景，可以对自己的客户、销售、业绩等进行跟踪。



优惠券

- 1、拉新：通过给新客派发优惠券吸引新客消费
- 2、留存促活：通过给消费过顾客派发优惠券，刺激其进行二次消费
- 3、会员关怀：会员生日或节日时，给会员派发优惠券表示关怀的同时又可以促进其消费
- 4、唤醒：对久未消费的会员，给其派发优惠券有利于防止会员流失



进店有礼

- 1、拉新：新店进店后引导注册后领取优惠券礼包，有效提升注册会员数
 - 2、提升复购：会员进店后自动派发优惠券礼包，促进老会员再次到店消费
- 活动效果评估：通过活动数据分析，评估活动成本收益比，并给下一次进店活动带来指导性



多人拼团

- 1、拉新：可设置老带新团，让老会员邀请新人拼团，有效提升注册会员数量
- 2、促活：通过长期有规律性地上架拼团活动，能较大程度上促进老会员的活跃度，让其感觉到能持续收益，从而更高频地登录会员卡



全民推广

- 1、会员即推广员：轻松招募推广员，拓宽推广渠道，提升销售额
- 2、会员裂变：以裂变推广的形式，不断扩充会员资源和流量
- 3、实现双向共赢：会员通过推广获得奖励，商家获得更多用户资源和订单



营销短信

- 1、一对一营销：精准锁定消费者，一对一传递信息，时效性强
- 2、会员关怀：用创意和关怀拉升短信的价值，打造尊贵的会员体验
- 3、直击目标客户：有针对性地发送营销信息，施展程度不同的推广手段



会员储值

帮助商家提升客户忠诚度、增强会员粘性

- 1、对商家：会员储值可提升客户忠诚度、增强会员粘性，进而提升复购力
- 2、对会员：预充值后在店铺下单可直接使用储值余额支付，更优惠便捷

会员等级

商家可通过等级管理，建立一套专属会员成长体系

- 1、自动升级规则：可选择"按消费升级""按充值升级""按累计积分升级"设置自动升级规则，让会员通过消费、充值等行为来决定自己的会员等级
- 2、会员等级权益：不同等级获得不同的会员权益，从而更好的维护客户关系、保证会员的活跃度



会员积分

- 1、积分获取：支持注册、消费、充值多种积分奖励设置，全面覆盖会员行为，高效提升会员成就感
- 2、积分消耗：积分抵现规则灵活设置
- 3、积分明细：系统完整记录积分收支明细，商家会员均可随时查阅



积分商城

完善积分闭环，维系老客户，提升客户活跃度

- 1、留存促活：发放积分礼品和优惠券回馈用户，提高用户忠诚度
- 2、促升复购：低价出售积分商品，提升销售额
- 3、提高用户黏性：与积分体系相辅相成，完善积分闭环，有效提高用户黏性



产品优势

多样化的营销场景

线下门店，营销活动才是决胜利器，门店系统针对拉新、留存、激活等不同场景有各种多样化的营销活动场景，可制定多种营销方案。

线下流量
线上推广投放
线下平台流量
移动社交流量
新媒体流量

引流

优惠券 体验价
推广员 转发跟踪
多人拼团 短信营销
积分商城 进店有礼
大转盘

营销工具

特价让利 捆绑促销
凭券优惠 现金返还
积分换购 全民推广
免费体验 结伴优惠
裂变返佣 限量团购

营销玩法

完善的线上线下店铺运作模式

外部客户运营上，打破了地域限制，门店可以将业务范围和优惠活动有效的传递。同时，顾客也可以在移动端轻松实现商品购买、服务预定和进程跟踪，在拓展客源的同时，也加强了与客户之间的粘性，极大地提升了客户服务体验。

内部管理上，配备了包括员工管理、员工权限等在内的系统功能，实现了店内运营的透明化、数据化。同时，为员工配备了专属的系统账号，对每一位员工的工作轨迹进行数字化的记录，为绩效管理提供了可靠的依据。

商品管理
库存管理
智能预约
开单收银
智慧财务
数据分析

门店运营

服务人概览
按员工预约
员工开单
员工权限
角色管理

员工端

智能推荐
线上购买
自助预约
电子会员卡
订单配送
账户明细

消费者

操作简单易上手

可以装进口袋的会员系统，移动端后台；
简单易上手，三步完成开店，早上开通下午就能用；
开通即拥有小程序店铺，免去繁琐的注册小程序流程。



第一步：配置店铺信息



第二步：新增店铺服务



第三步：推广店铺

超高的性价比

行业冰点价，
在性价比上，我们是认真的。

门店系统试用版

限时试用
用得爽，赚到钱，再来升级

门店系统初级版

满足店铺经营基础需求
更了解会员
更高效处理店务
次卡、时卡、会员储值

门店系统中级版

拼团、老带新等多样化营销
优惠券拉新，提复购
多维度数据分析
会员预约、注册即时通知

门店系统高级版

最高权益
满足店铺规模化经营

门店系统

轻松做好会员管理和营销

13552939619

北京优品致远信息技术有限公司

<http://bjypzy.cn/>