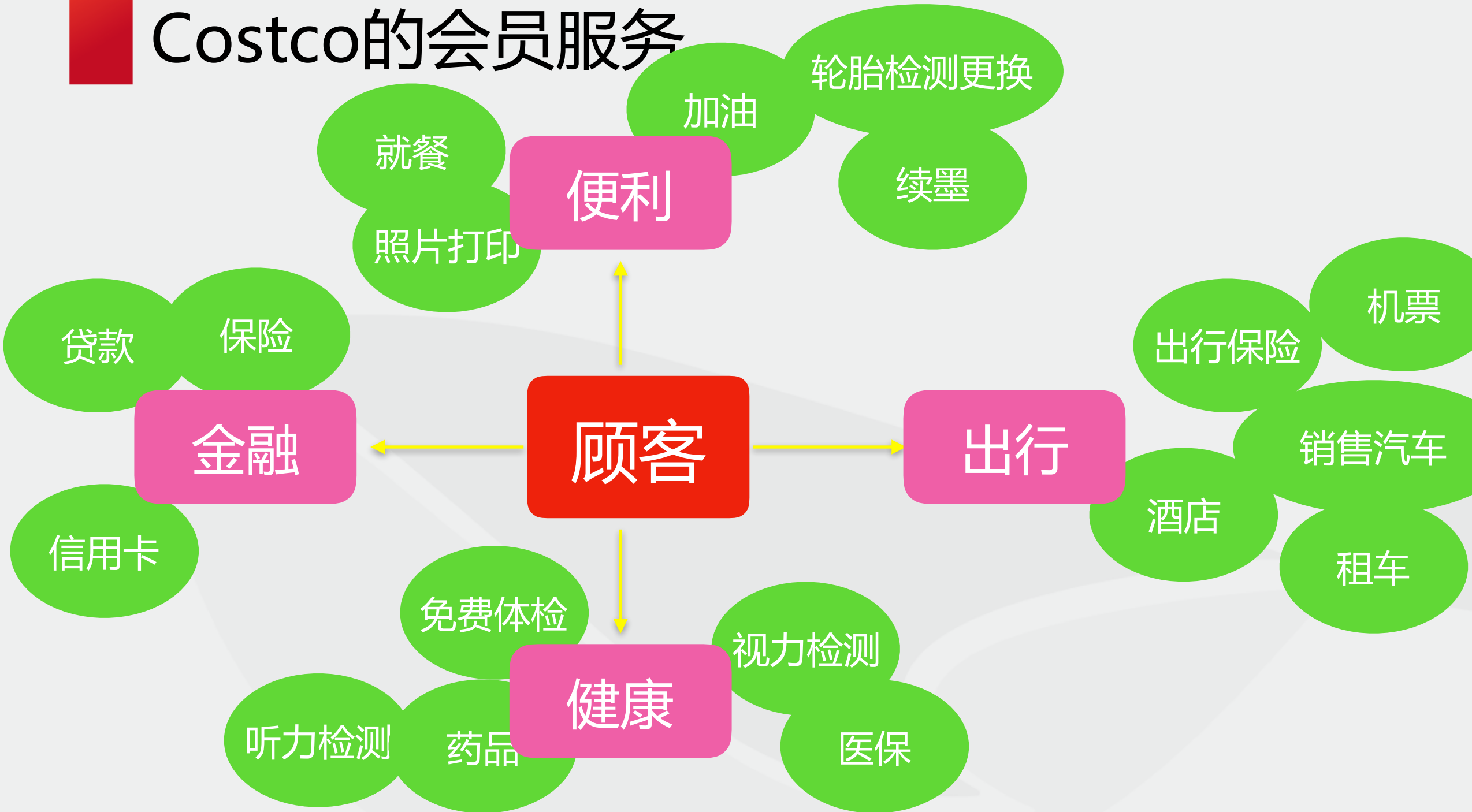
第十九节：走进顾客的生活方式

www.yanghao.org.cn

Costco的会员服务



好市多使命

致力于以最低的价格提供给会员
最优质的产品和服务

产品

引流顾客

服务

走进顾客需求链

www.yangzhao.org.cn

沃尔玛是做所有人的同一类生意

Costco是做同一类人的所有生意

找到你的核心顾客群



www.yangzhao.org.cn

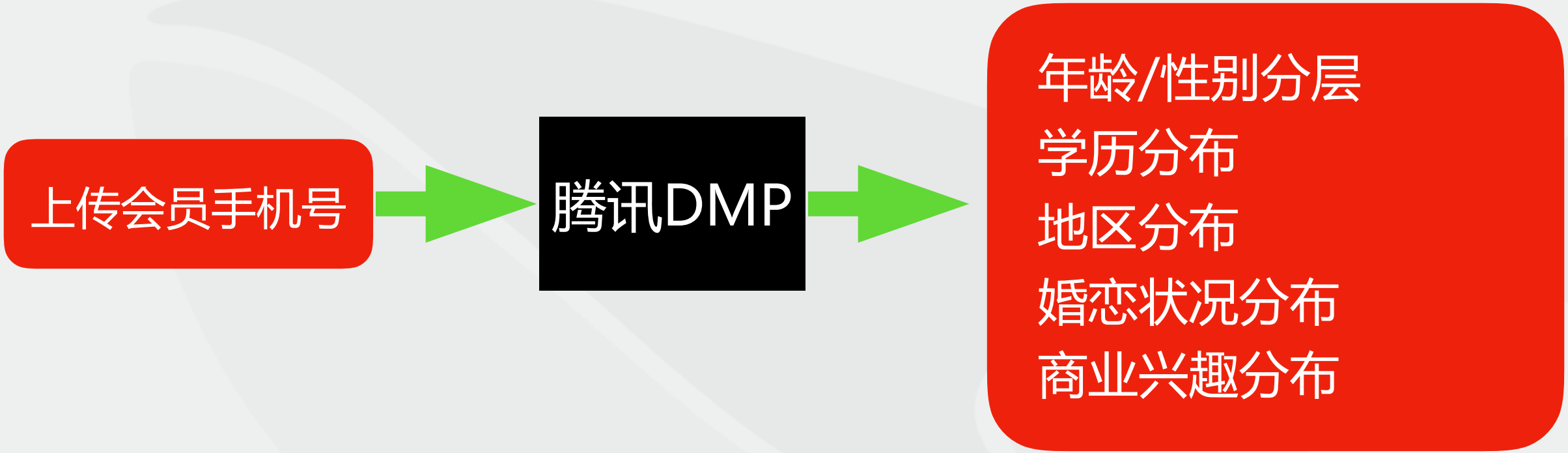
找到核心顾客群

共同特征

共同需求

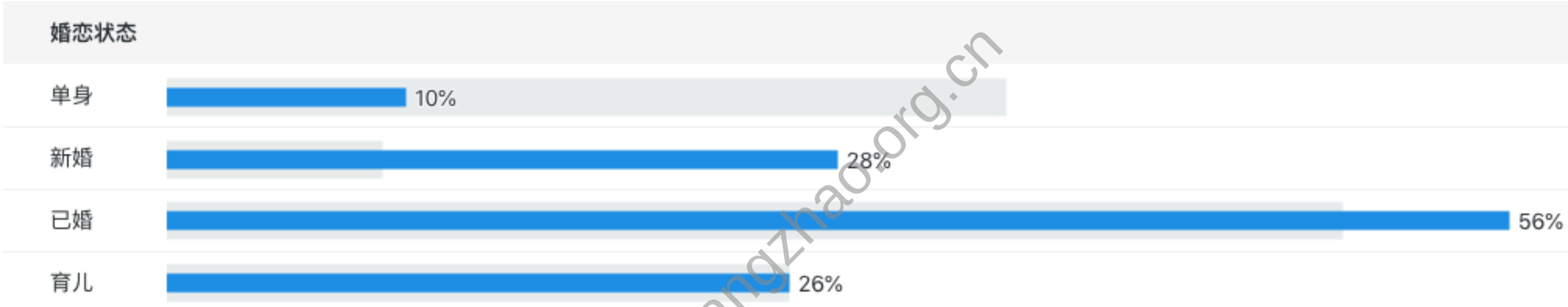
顾客特征分析法

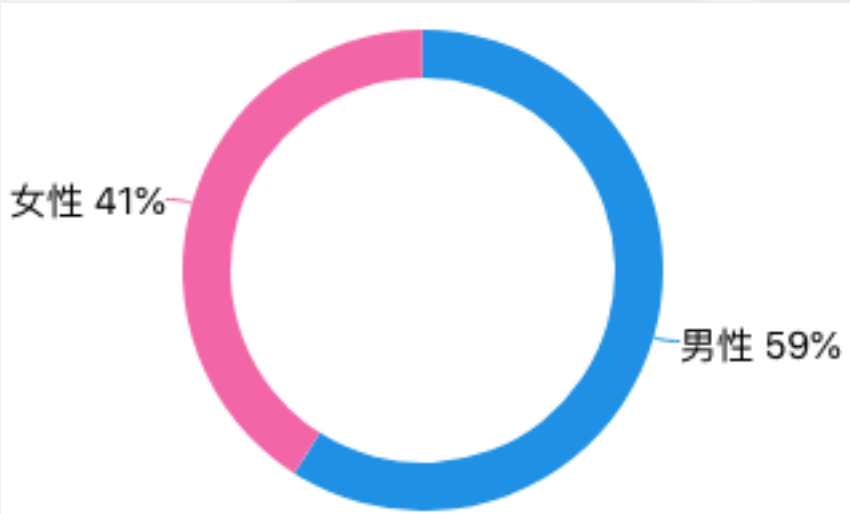
https://de.qq.com/ 腾讯DMP数据管理平台



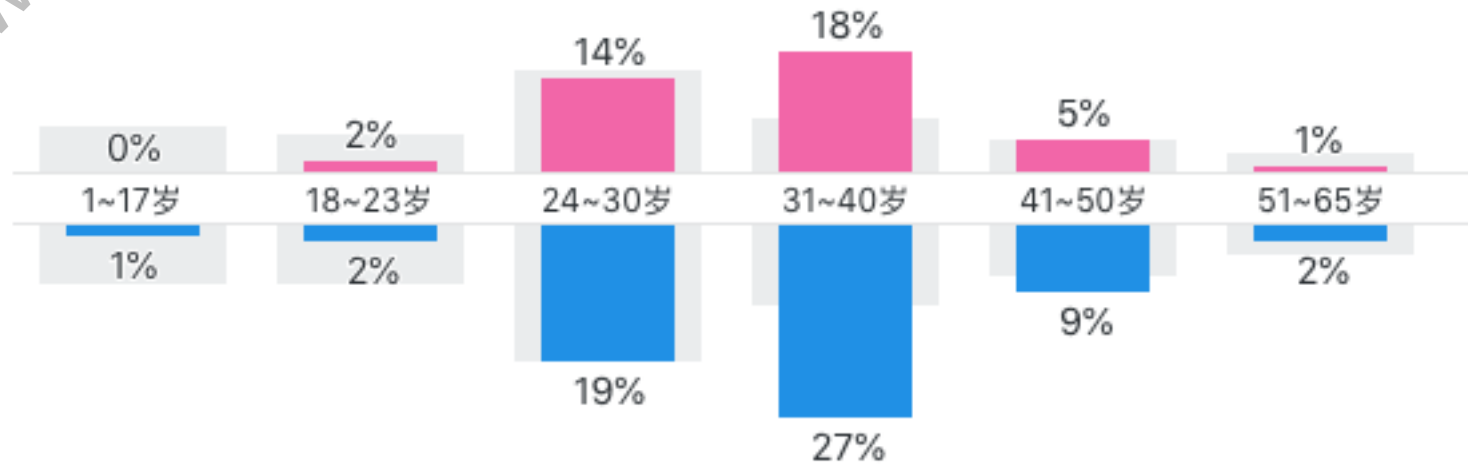
基本特征

婚恋状况分布



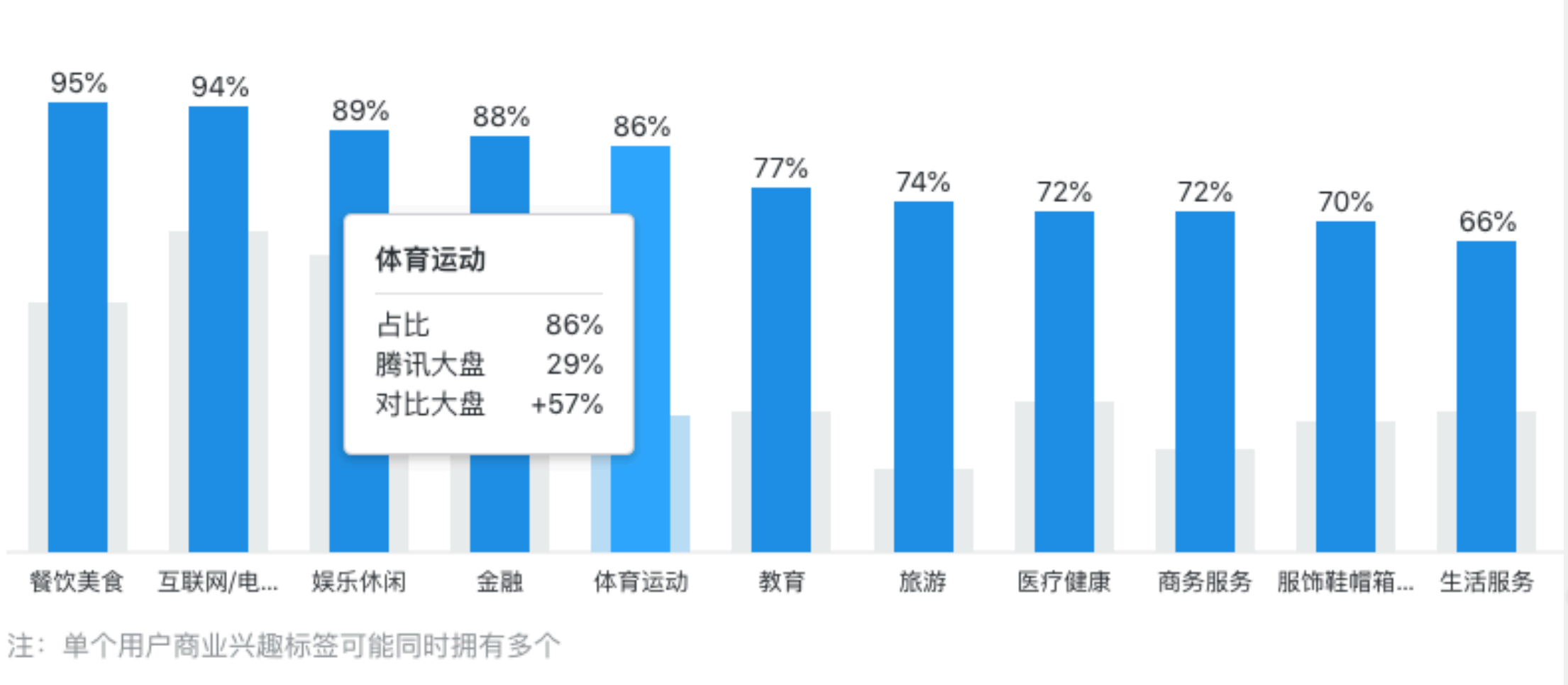






www.yangzhao.org.cn

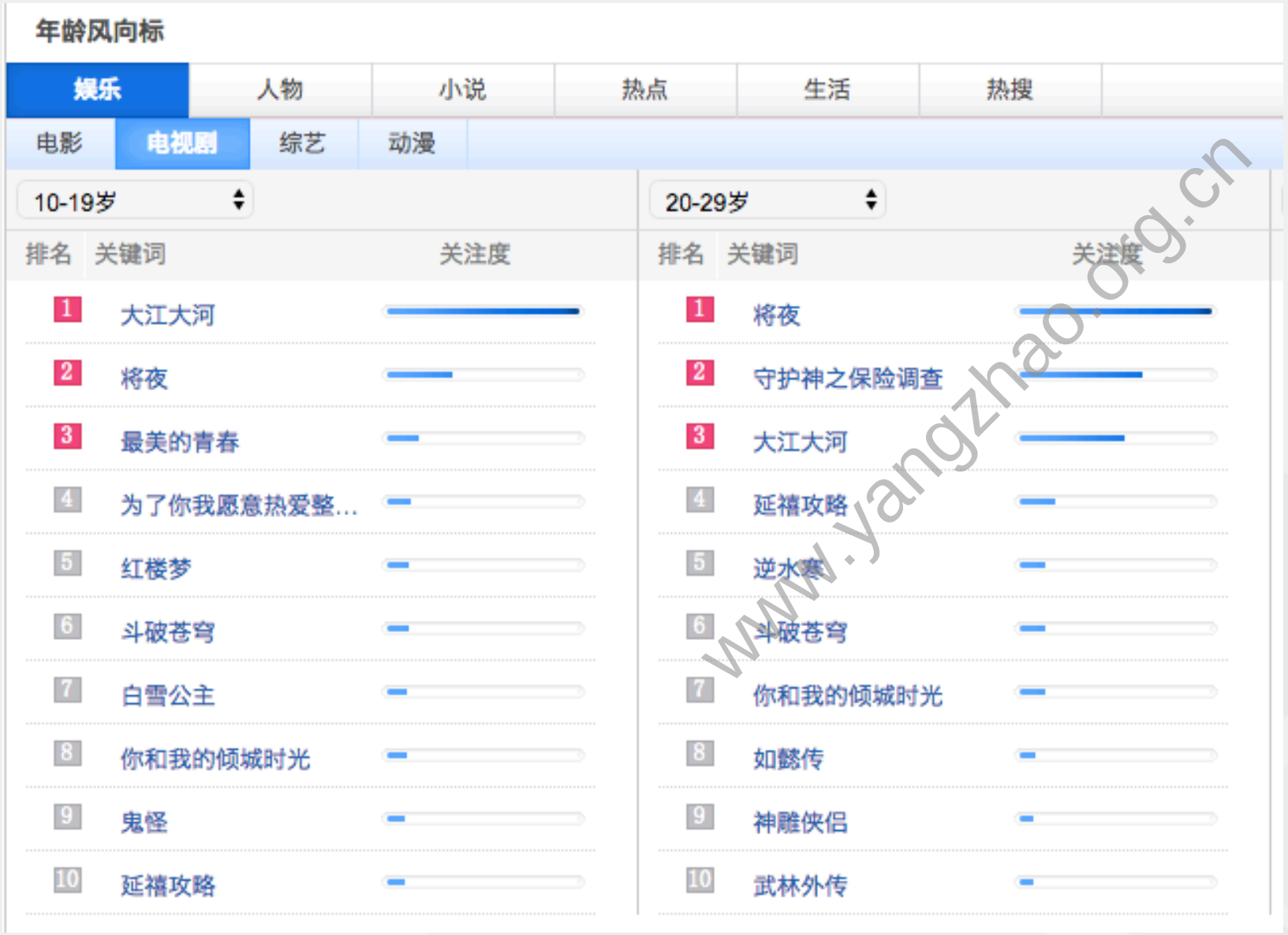
用户商业兴趣



注：单个用户商业兴趣标签可能同时拥有多个

86%的人对体育运功感兴趣，比一般群体要多出57%
说明大部分顾客群体对体育运功有强烈的需求

兴趣细分



top.baidu.com

百度搜索风云榜

www.yangzhao.org.cn

西贝的核心顾客群



有孩子
追求健康美食

孩子社交
提升孩子动手能力
孩子教育、娱乐
购买优质食材
学习制作美食

趣味搓莜面



每家店每周一场

每场1个小时

每场10~20人

www.yangzhao.org.cn

儿童性格培养



打卡时间：2018年9月25日--10月15日

适合年龄：2岁以上

打卡内容：4天读完一本书，每天一个行为任务

打卡方式：家长记录宝宝的打卡行为变化，图片或者文字，语音都可以哟！

打卡奖励

活动在班级群内展开哟！

家长们一定要记得入群！！！

班级群内发阅读内容和每日行为任务

21天无缺打卡

特邀参加线上毕业典礼，发放品格证书

最佳品格学习3名

21天后根据孩子表现写一封给孩子，选出最佳3名奖励《小原始人》礼盒+最佳坚持学习奖+媒体宣传+100元西贝储值

已结束

联合红马童书

进群打卡

每天读故事

每天做任务

获得奖励

睡前听故事



咔哒故事提供内容

会员宝宝录音

www.yangzhao.org.cn

亲子教育课堂





喜悦读书会

知名出版社、作家

一年40本亲子育儿图书

精选精华内容

与孩子一起快乐成长

手机摄影教学



邀请专业大师

指导家长拍好宝宝的照片

www.yangzhao.org.cn

亲子私房菜



有包间的大店

每场1个小时

每场10~20人

私房菜线上课





大厨教学视频

线上观看

微信群互动

www.yangzhao.org.cn

社区商务

趣味搓莜面
汉字娃娃班
亲子私房菜
甄选商场
亲子读书会
手机摄影班
大厨视频课
睡前听书

内容
互动
客服

体验官
票选新菜
收集需求

走进顾客需求链

提升沟通频次和深度

参与企业生产经营

使命：创造喜悦人生

产品



服务

非常热情
非常干净
非常快
非常非常非常好吃

提供顾客的美好生活方式

www.yingzhao.org.cn

星巴克金卡会员活动



音乐会



艺术展

日本蔦屋书店

咖啡馆

唱片

文创产品

音乐区

旅游产品

影视区

厨房产品

餐厅



贩卖生活方式

经营产品和经营顾客的区别

	经营产品	经营顾客
用户价值	效率	体验
运营目标	转化率	时长（线上+线下）
品类策略	定位清晰	打破品类界限
人群策略	人群宽泛	相同特征的人群
营销目的	传播	深化关系

从促销到营销、从经营产品到经营顾客！
从会员营销，迈向社区商务

www.yangzhao.org.cn

企业存在的目的是创造顾客，为顾客创造价值，而不是追求利润，利润只不过是创造价值的结果而已。



彼得·德鲁克