第十三节：会员运营报告

www.yangzhao.org.cn

报告模块

会员数

- 按等级
- 按门店
- 按性别
- 按年龄
- 按时间

忠诚度

- 消费力
- 生命周期分析

收益/折扣

- 开卡费
- 储值
- 券包售卖
- 会员价
- 积分
- 开卡礼

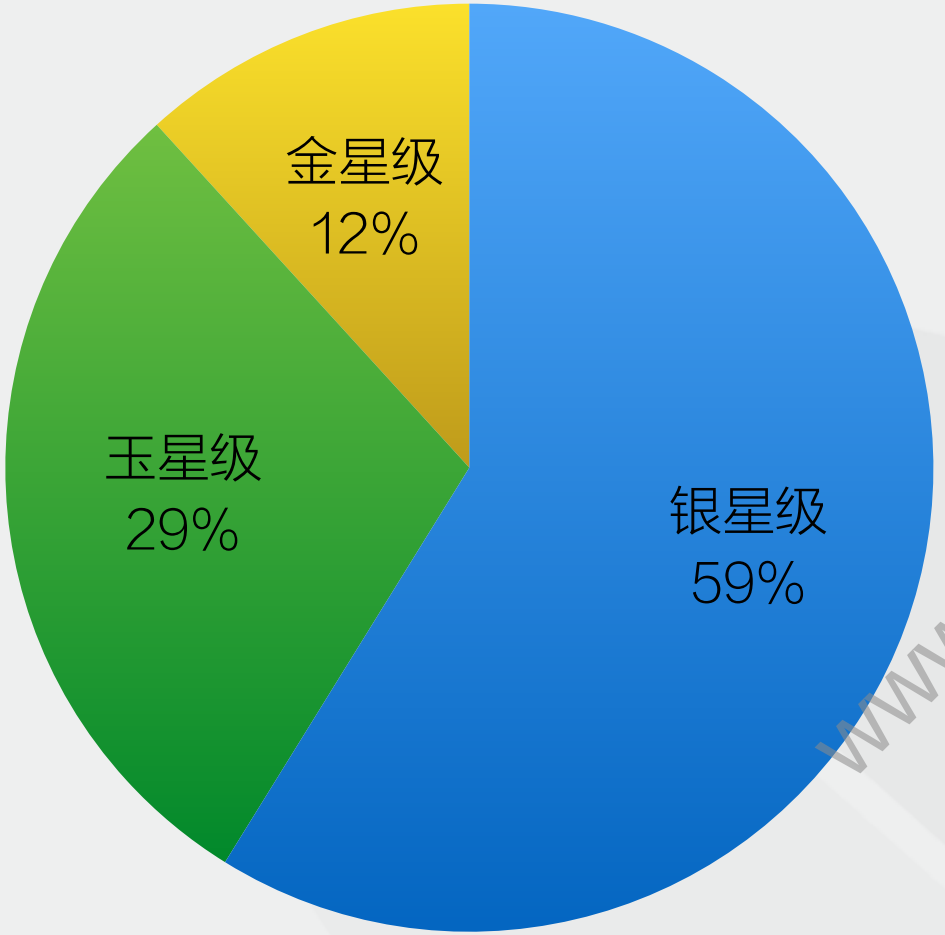
营销活动

- 忠诚维护
- 沉睡唤醒
- 赠券
- 会员关系维护

下季度营销规划

- 活动
- 预算

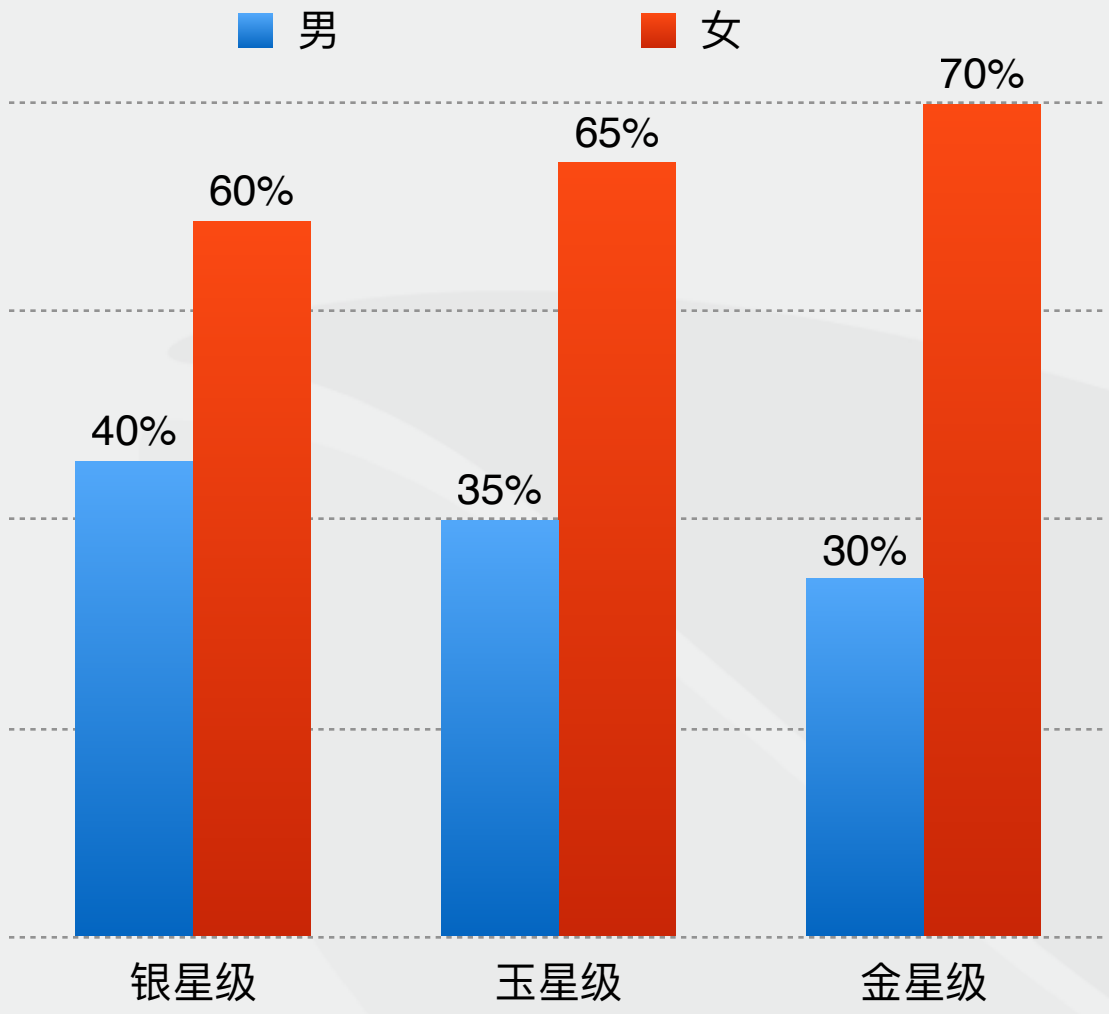
会员数样例-按等级分布



	银星级	玉星级	金星级	总计
第三季度	6000	3000	1000	10000
第四季度	10000	5000	2000	17000
增幅	67%	67%	100%	70%

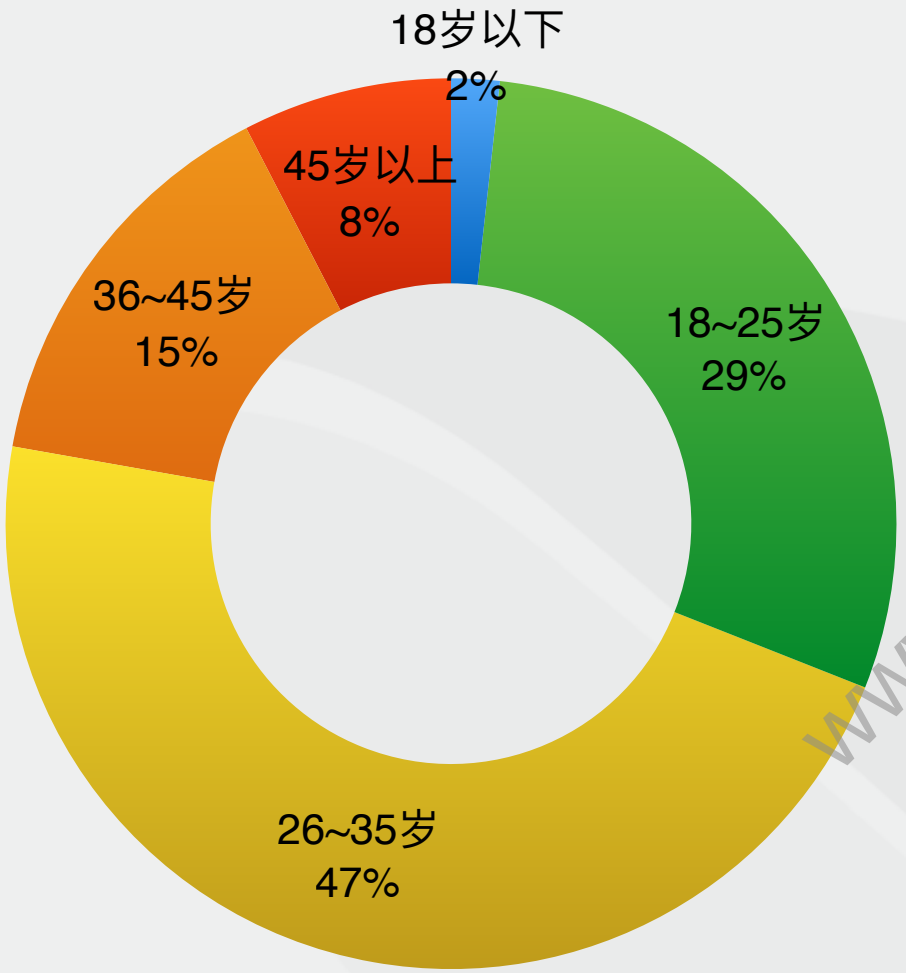
www.yangzhao.org.cn

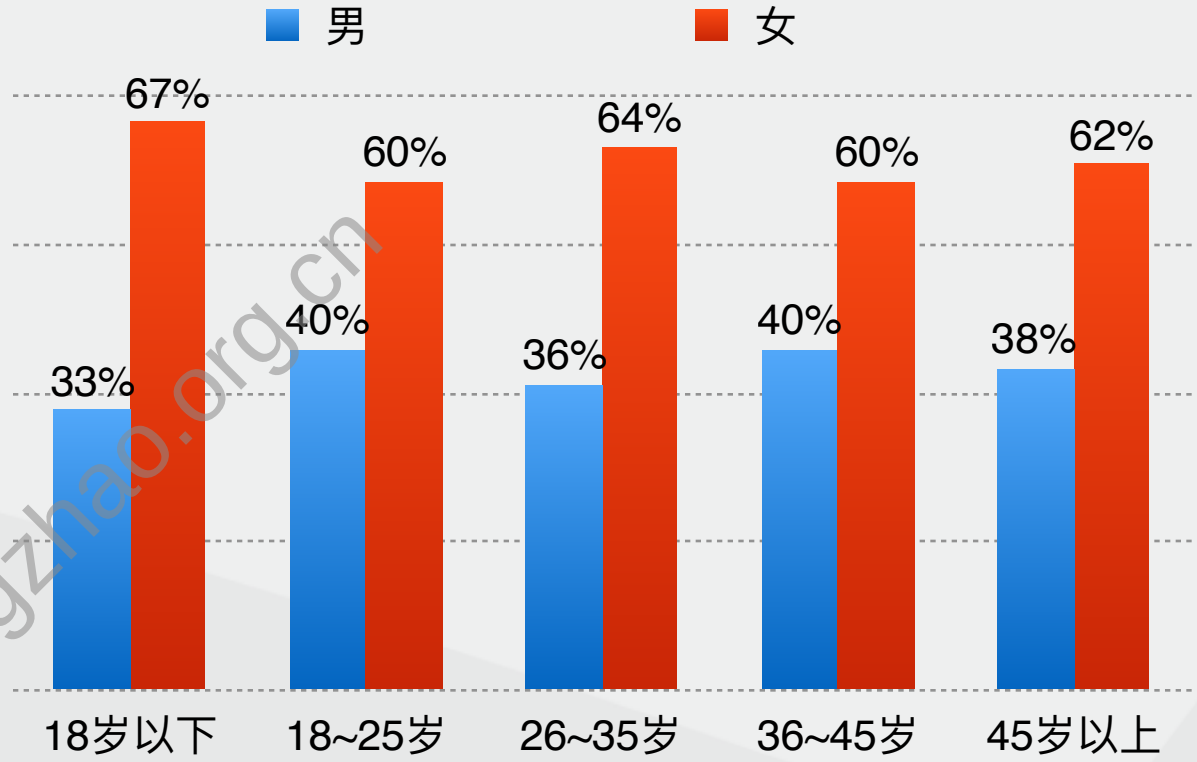
会员数样例-按性别分布



	银星级	玉星级	金星级	总计
男	4000	1750	600	6350
女	6000	3250	1400	10650

会员数样例-按年龄性别分布

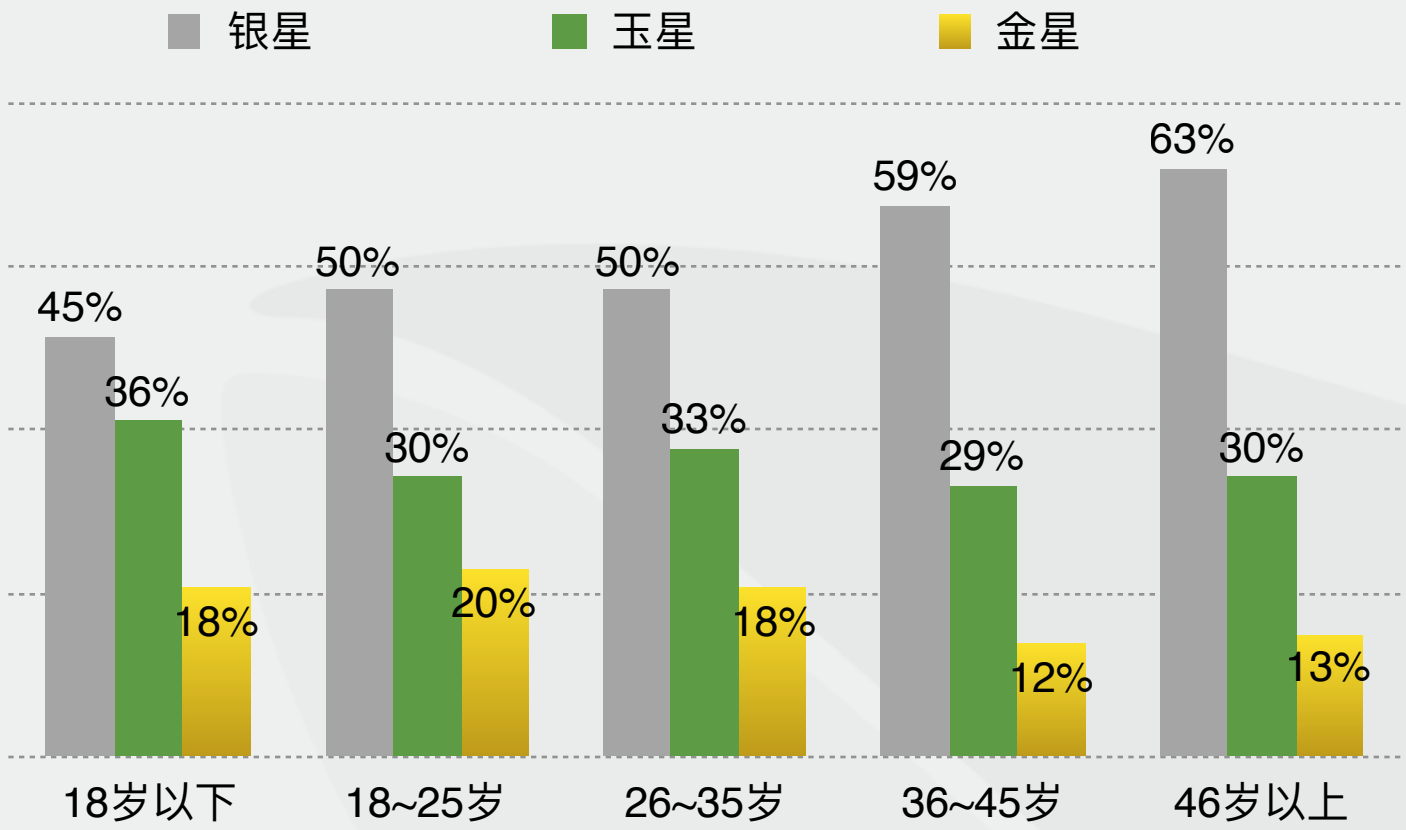




www.yangzhao.org.cn

	男	女
18岁以下	100	200
18~25岁	2000	3000
26~35岁	3000	5000
36~45岁	1000	1500
46岁以上	500	800

会员数样例-按年龄等级分布



	银星	玉星	金星
18岁以下	100	80	40
18~25岁	2000	1200	800
26~35岁	3000	2000	1000
36~45岁	1000	500	200
46岁以上	500	200	100

会员数样例-按门店等级分布

门店	银星	玉星	金星	总计	上一季度	增幅
大连路店	100	80	40	220	100	55%
四川路店	2000	1200	800	4000	2500	38%
万达广场店	3000	2000	1000	6000	3000	50%
银泰广场店	1000	500	200	1700	800	53%
云南南路店	500	200	100	800	500	38%

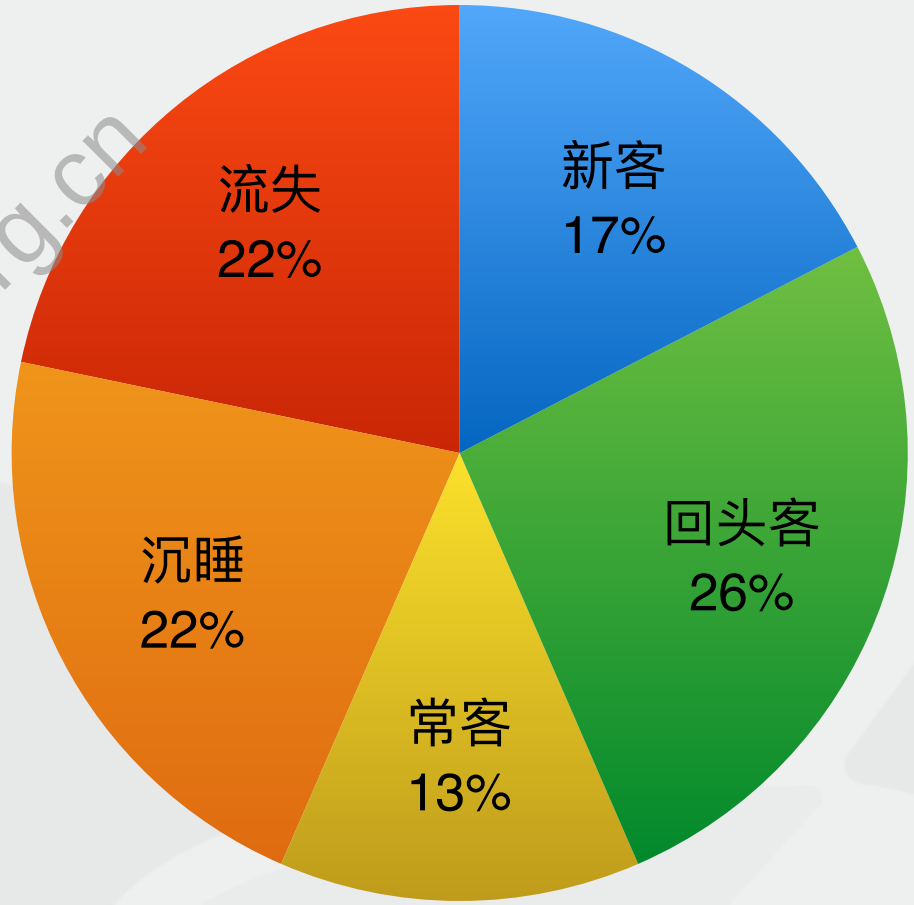
www.yangzhao.org.cn

会员忠诚度分析-消费力

	非会员	银星级	玉星级	金星级
平均笔单价	28	30	35	40
季度消费频次	-	3	8	20
平均季度内贡献金额	-	90	280	800

会员生命周期分析样例

生命周期	定义	数量	占比
新客	近三个月内首次消费	2000	17%
回头客	近三个月内消费两次	3000	26%
常客	近三个月内消费满三次	1500	13%
沉睡	有消费记录，近三个月内未消费	2500	22%
流失	有消费记录，近六个月内未消费	2500	22%

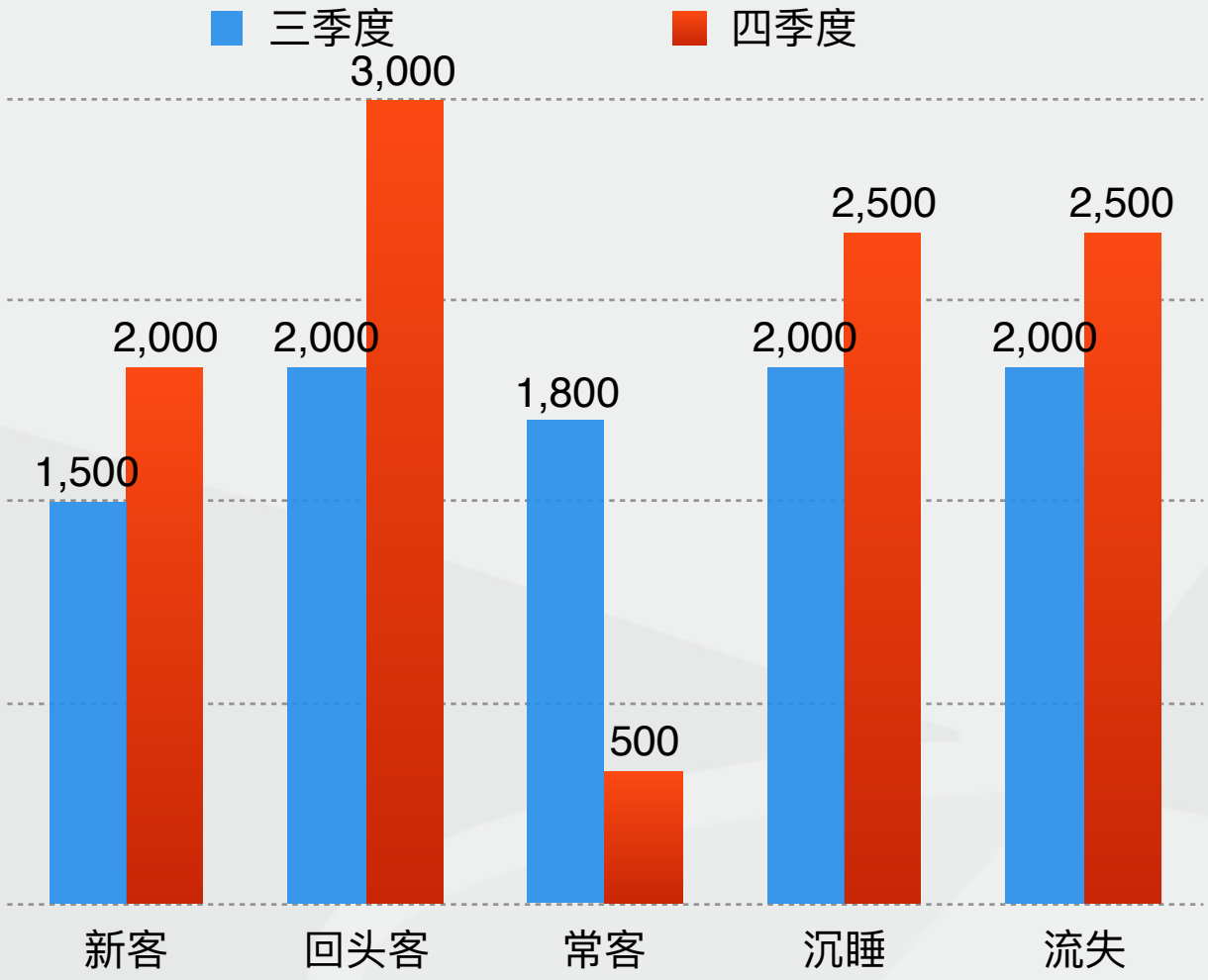


假设一个回头周期是一个月

www.yangzhao.org.cn

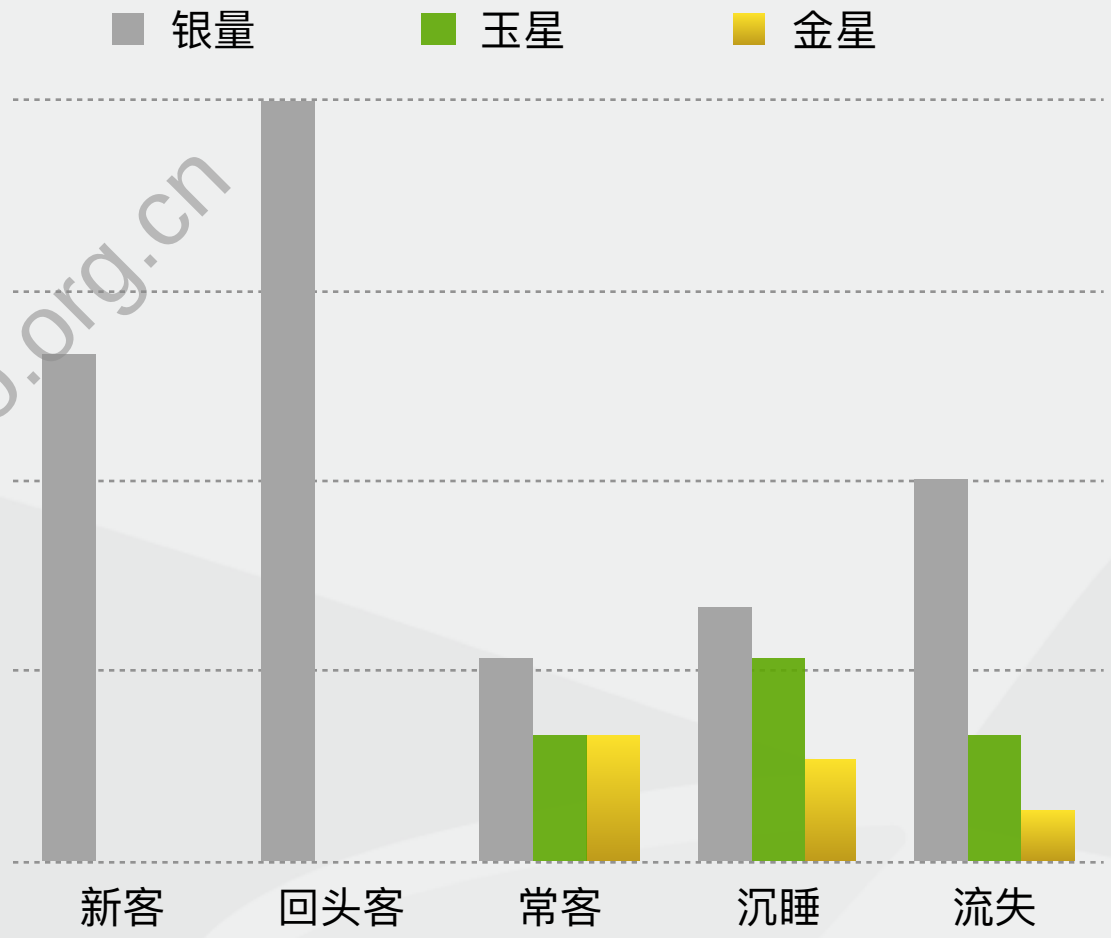
会员生命周期分析-按时间

生命周期	第三季度	第四季度	增幅
新客	1500	2000	33%
回头客	2000	3000	50%
常客	1800	1500	-17%
沉睡	2000	2500	25%
流失	2000	2500	25%



会员生命周期分析-按等级

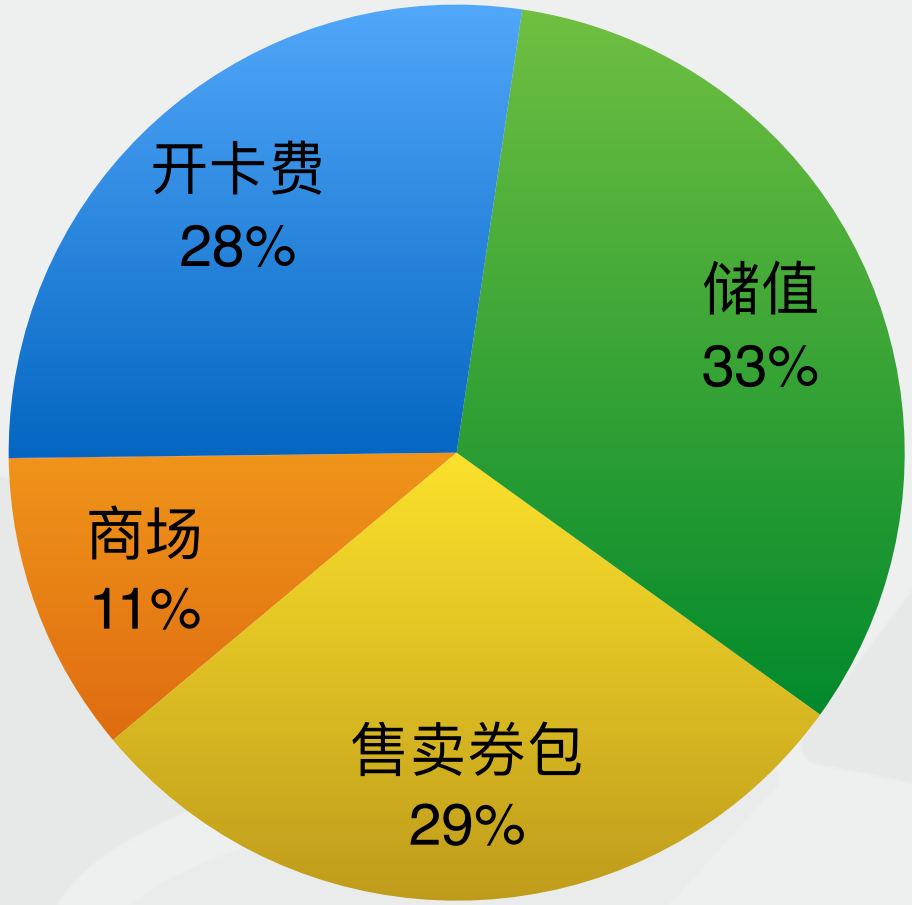
生命周期	银星	玉星	金星	上一季度金星
新客	2000	0	0	0
回头客	3000	0	0	0
常客	800	500	500	400
沉睡	1000	800	400	450
流失	1500	500	200	250



www.yangzhao.org.cn

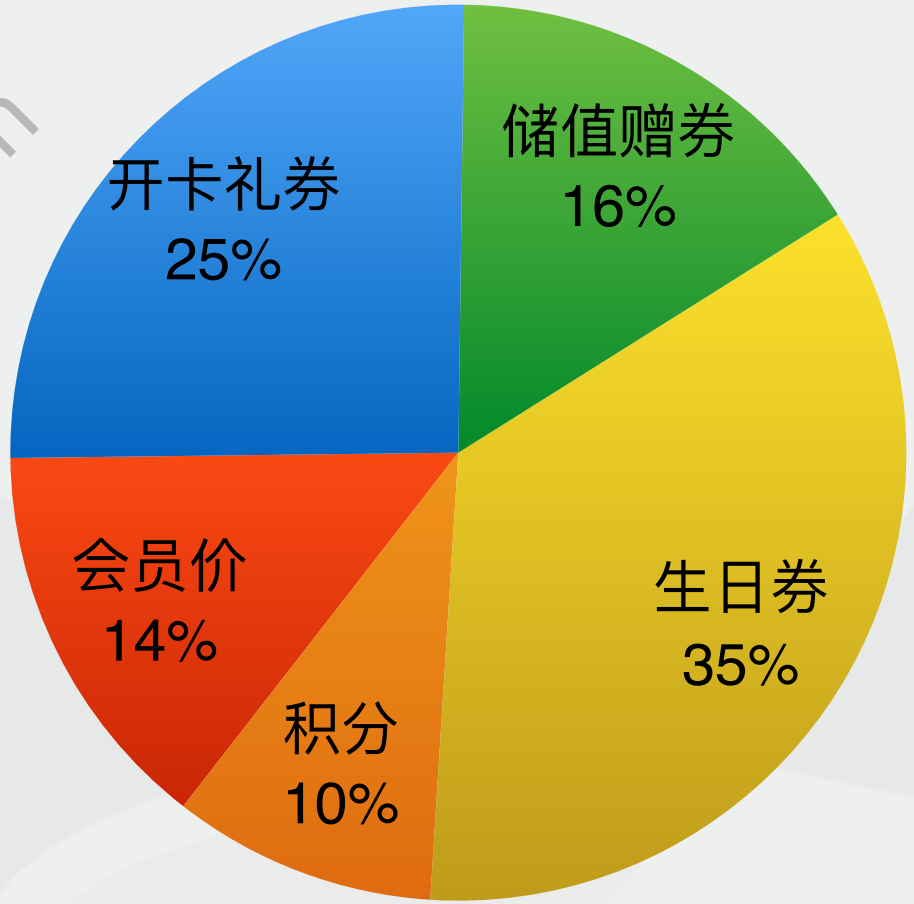
收益分析

	第三季度	第四季度	增幅
开卡费	29000	38000	31%
储值	59000	45000	-24%
售卖券包	25000	40000	60%
商城收入	10000	15000	50%
总计	123000	138000	12%



折扣分析

	第三季度	第四季度	增幅
开卡礼券使用抵扣	5000	8000	60%
储值赠券使用抵扣	4000	5000	25%
生日券使用抵扣	8000	11000	38%
积分使用抵扣	2500	3000	20%
会员价抵扣	4000	4500	13%
总计	23500	31500	34%



www.yangzhao.org.cn

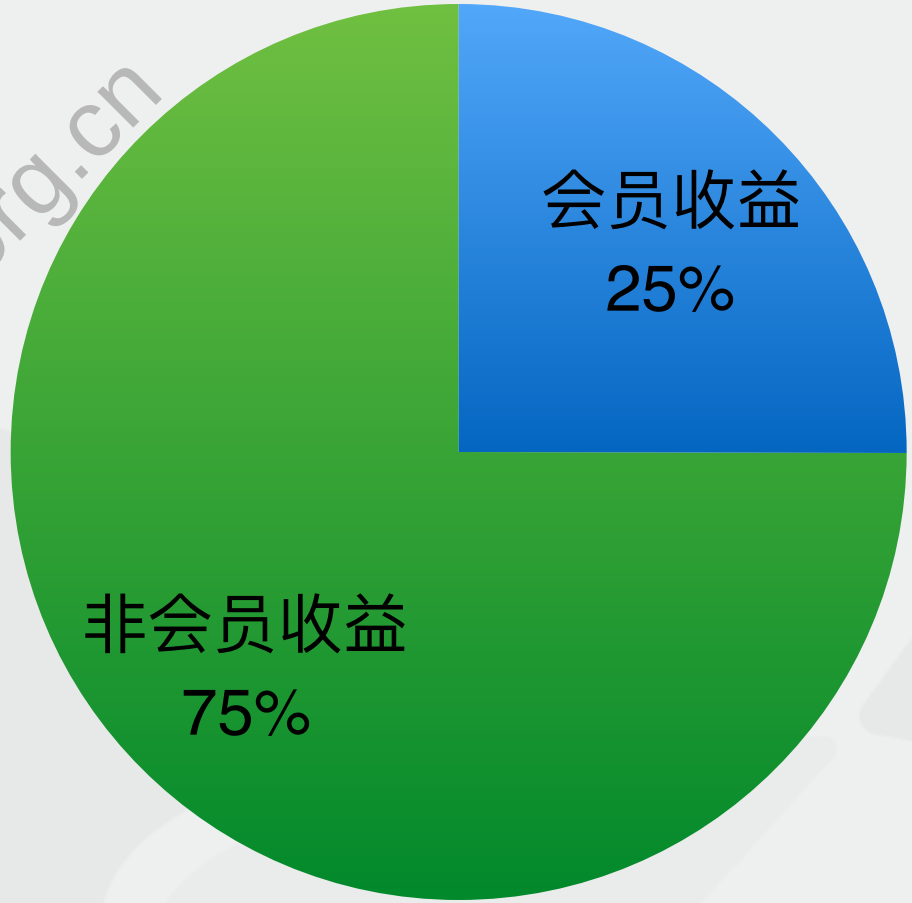
营销活动分析

营销活动	带动营收	使用储值	使用积分	券抵扣	券使用率	现金实收
中秋节消费返券	50000	1000	800	8000	20%	40200
中秋节忠诚会员赠券	70000	12000	8000	10000	35%	40000
10月份沉睡唤醒	120000	18000	4000	20000	5%	78000
11月份沉睡唤醒	90000	13000	7000	18000	6%	52000
国庆节引流促销	180000	2000	500	25000	8%	152500
总计	510000	46000	20300	81000	-%	362700

总收益-折扣

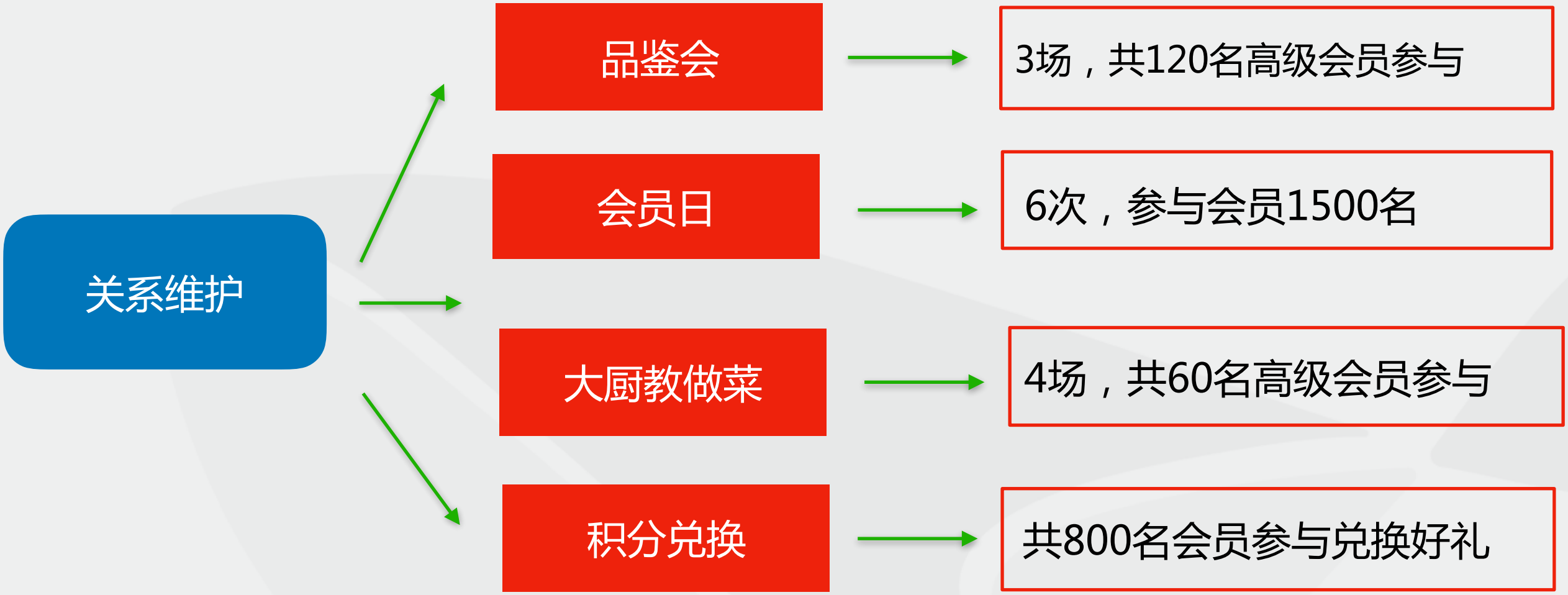
	第三季度	第四季度	增幅
收益	450000	500700	11%
折扣	98000	132800	36%

	会员总收益	门店总营收
第四季度	500700	2000000



www.yangzhao.org.cn

会员关系维护


关系维护
品鉴会
3场，共120名高级会员参与
会员日
6次，参与会员1500名
大厨教做菜
4场，共60名高级会员参与
积分兑换
共800名会员参与兑换好礼

下季度营销规划-预算

12月1日店庆（感恩回馈+忠诚维护）	12月5日（沉睡唤醒）	12月12日（拉新促活）	12月25日圣诞节（营销活动）
12月30~1月1日元旦（拉新促活+忠诚维护）	12月31日（积分清零）	1月5日（沉睡唤醒）	1月13日腊八（忠诚维护）
1月20日新品上市（营销活动+忠诚维护）	1月28日小年（忠诚维护）	2月5日（沉睡唤醒）	2月4日~10日春节（感恩回馈）
2月14日情人节（营销活动）	2月19日元宵节（忠诚维护）		

营销规划请详细内容请见上一节

www.yangzhao.org.cn