第十一节：关键指标数据分析

www.yangzhao.org.cn

看哪些指标

执行力度

会员开卡率
会员买单率
储值沉淀率

忠诚度

续储率
二次回头率
消费频次
老会员流失率

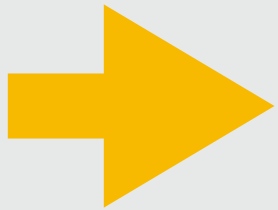
喜爱度

开卡礼核销率
生日券核销率
营销券核销率
活动中签率

执行力度-会员开卡率

会员开卡率 = 开卡会员数 / （堂食非会员交易笔数 + 开卡会员数）

某咖啡店当天新增会员15名，
当天堂食非会员交易45笔，则会员
开卡率 = 15 /（45 + 15）=25%



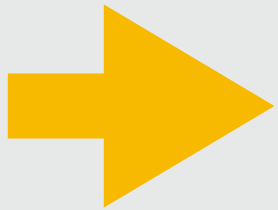
各店执行力度
同店不同时期执行力度

www.yangzhao.org.cn

执行力度-会员买单率

会员买单率 = 会员买单笔数 / 堂食总交易笔数

某咖啡店当天堂食交易笔数100笔
会员买单共50笔，则会员
买单率 = 50 / 100 =50%



各店执行力度
同店不同时期执行力度

执行力度-储值沉淀率

储值沉淀率 = 当天储值消费后剩余金额 / 当天储值总额

某咖啡店当天会员充值5笔，共2000元
当餐会员共使用储值消费600元，储值沉淀1400元，则储值沉淀率 =
1400 / 2000 = 70%

沉淀率越低效果越差

www.yangzhao.org.cn

会员忠诚度-续储率

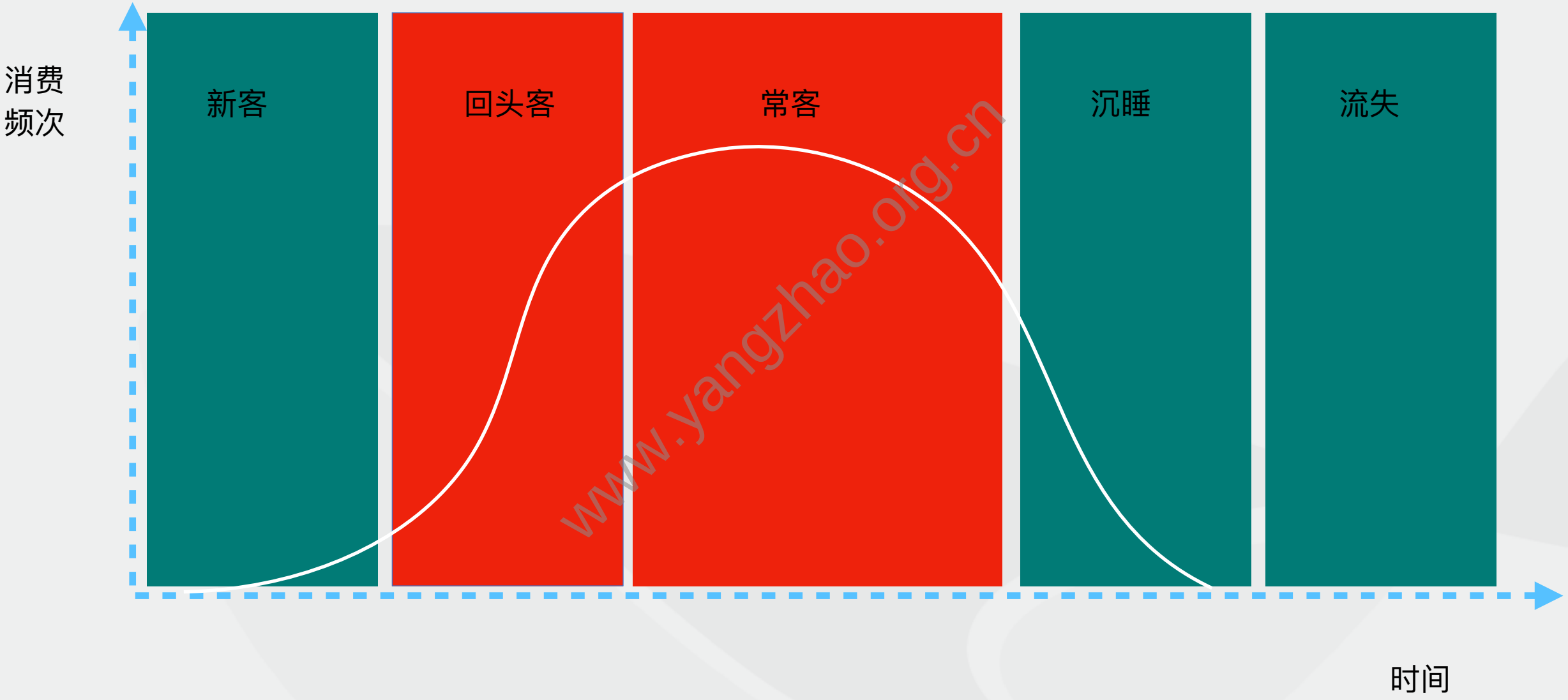
样本　某月份储值的会员

观察周期　90天

会员续储率　= 样本在观察周期内再次储值的人数 / 样本数

某咖啡店3月份储值的会员共有1000名，在接下来90天内，这1000名会员中有600名会员继续储值，则会员续储率 = 60%

顾客消费生命周期



www.yangzhao.org.cn

会员忠诚度-二次回头率

样本 某月新开卡会员

观察周期 30天或90天（回头需要时间，茶饮用30天回头率，中餐用90天回头率）

回头率 = 样本在观察周期内回头消费的人数 / 样本数

某火锅店3月新开卡会员1000人，在接下来90天内共回头700人，那3月份新会员回头率 = 70%

会员忠诚度-消费频次

样本	某月有消费的某等级会员
观察周期	90天
消费频次	= 样本在观察周期内的消费总次数 / 样本数

某咖啡店统计3月份有消费记录的金星级会员共1000名，在接下来90天内这些会员共消费5000次，则该咖啡店金星级会员90天内消费频次是5次

www.yanghao.org.cn

会员忠诚度-会员流失率

样本 某月份有消费的会员（或某等级会员）

观察周期 6个回头周期

会员流失率 = 样本在观察周期内未消费的人数 / 样本数

某中餐厅一个回头周期是30天，3月份金卡消费会员数共1000名，在接下来180天内共有200名会员未消费，则3月份金卡会员流失率 = 20%

会员喜爱度-开卡礼使用率

样本 某月份新开卡的会员

观察周期 90天

开卡礼使用率 = 样本在观察周期内开卡礼券完整使用的人数 / 样本数

某咖啡厅开卡礼有3张优惠券，3月份开卡会员共1000人，在90天内完整核销掉开卡礼3张券的会员数共700人，则开卡礼使用率 = 70%

www.yanghao.org.cn

会员喜爱度-生日券使用率

样本	某月份过生日的会员（或过生日的等级会员）
观察周期	30天
生日券使用率	= 样本在观察周期内生日券使用的人数 / 样本人数

某火锅店5月份过生日会员共有1000人，到了6月底，5月份发出的生日券共被核销了400张，则生日券使用率 = 40%

会员喜爱度-营销券核销率

营销券核销率 = 券核销数 / 券发放数

某中餐厅国庆节赠送高等级会员优惠券500张，最终核销200张，核销率 40%

www.yangzhao.org.cn

会员喜爱度-活动中签率

活动中签率 = 中签人数 / 报名人数

某咖啡店举办一次咖啡讲堂，计划招募会员10人，活动共报名100人，活动中签率为10%