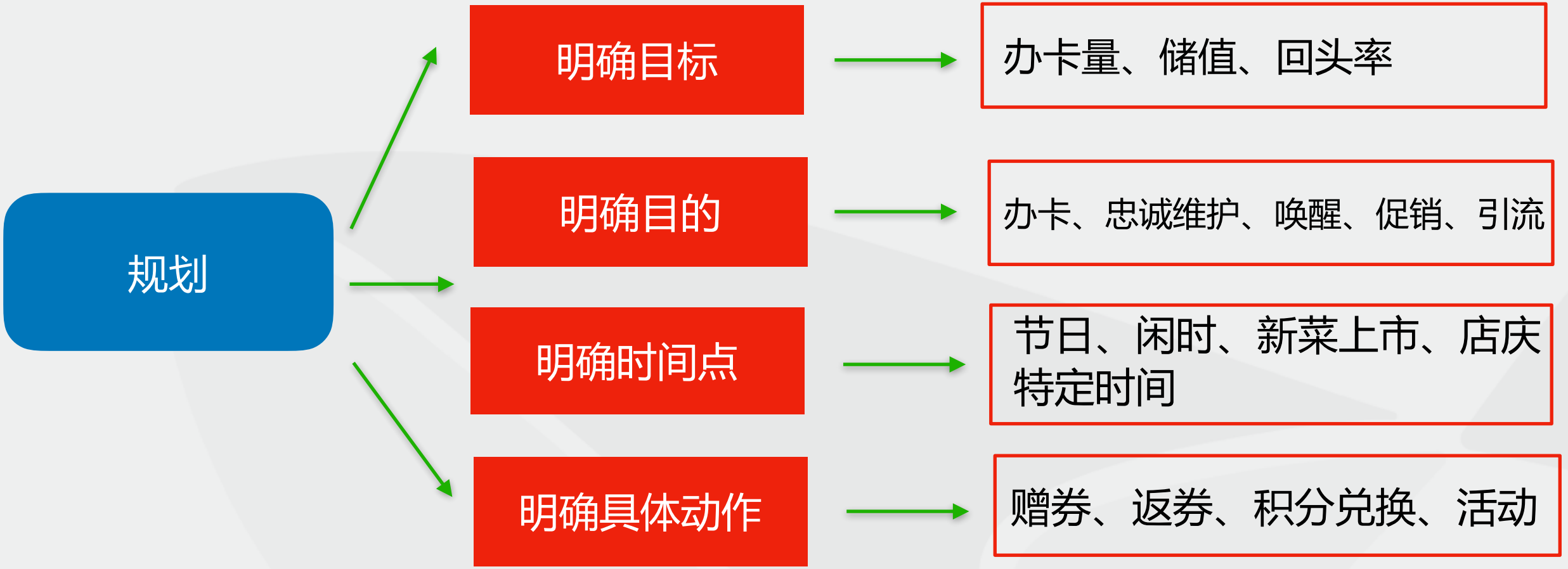
第十二节：制定季度营销规划

www.yangzhao.org.cn

规划的意义

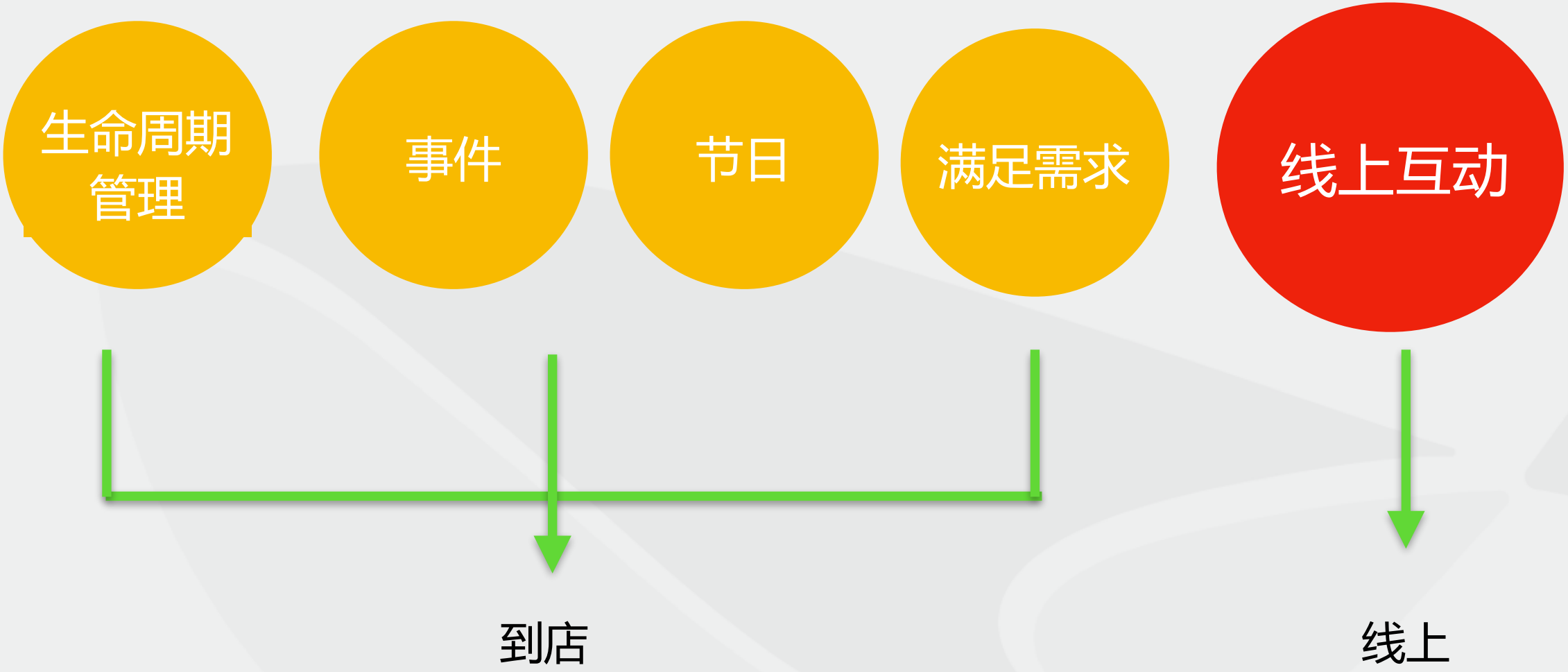

规划
明确目标
办卡量、储值、回头率
明确目的
办卡、忠诚维护、唤醒、促销、引流
明确时间点
节日、闲时、新菜上市、店庆
特定时间
明确具体动作
赠券、返券、积分兑换、活动

关键指标目标

办卡量	制定每日、每周目标，再制定季度目标
储值金额	制定每日、每周目标，再制定季度目标
会员买单率	制定季度结束后目标
储值沉淀率	制定季度结束后目标
二次回头率	制定季度结束后目标
老会员流失率	制定季度结束后目标

www.yangzhao.org.cn

营销活动



未来三月生命周期管理

11月3日新客促回头	11月4日回头促活跃	11月5日唤醒	11月6日流失挽回
12月3日新客促回头	12月4日回头客促活	12月5日唤醒	12月6日流失挽回
1月3日新客促回头	1月4日回头客促活	1月5日唤醒	1月6日流失挽回

www.yangzhao.org.cn

未来三月重要事件

11月20日会员品鉴	12月1日店庆	双12活动	1月20日新品上市
12月31日积分清零	12月10日会员品鉴		

未来三月重要节日

12月7日大雪	12月10日会员日	12月25日圣诞节	12月30~1月1日元旦
1月5日小寒	1月13日腊八	1月20日大寒	1月22日会员日
1月28日小年	2月4日~10日春节	2月14日情人节	2月19日元宵节

www.yangzhao.org.cn

满足会员需求

11月18日大厨教做菜	12月10日大厨教做菜	元旦迎新跑	1月10日店内品酒学堂

制定营销日历

11月5日 （唤醒）	11月18日 （大厨教做菜）	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+元旦迎新跑）	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）

www.yangzhao.org.cn

制定节点动作

活动	时间	目标	动作
店庆	12月1日	感恩回馈 忠诚维护 流失挽回	1、储值促销活动 2、券包售卖活动 3、消费返券活动 4、忠诚会员赠券赠礼 5、流失会员挽回
唤醒	12月5日	沉睡唤醒	1、按照RFM模式进行沉睡唤醒
双12	12月12日	拉新促活	1、券包售卖活动 2、消费返券活动
圣诞节	12月25日	打造参与感	1、线上互动活动 2、线下店内体验活动

制定节点动作

事件	时间	目标	动作
元旦	12月30~1月1日	拉新促活 忠诚维护 流失挽回	1、储值促销活动 2、券包售卖活动 3、消费返券活动 4、忠诚会员赠券赠礼 5、流失会员挽回 6、元旦迎新跑
积分清零	12月31日	忠诚维护	1、积分兑换好礼
唤醒	1月5日	沉睡唤醒	1、按照RFM模式进行沉睡唤醒
腊八节	1月13日	忠诚维护	1、赠送好礼

www.yangkeduo.com

完整的季度营销规划

关键指标
目标

营销日历

具体动作