

任务3 会员管理

【工作准备】

是否正常培训：（部门经理填） ☐到席 ☐请假 ☐旷工 原因：

是否遵守纪律：（部门经理填） ☐严格遵守 ☐迟到 ☐早退 ☐出位 ☐其他

检查电脑的完好性： ☐完好 ☐故障：报告值班经理并换机

【工作过程】

引言

会员管理是最常见的客户管理模式。会员管理的核心是设置会员等级和奖励制度。通常情况下，网店会员等级是根据客户购买频次和累计购买金额为依据划分的。合理地管理会员信息，及时给予客户关怀，能够增加客户黏度。

案例学习

米马生活的会员管理

米马生活是一家有着十多年经营历史的淘宝店铺，店铺首页如图4-33所示。店主非常重视客户管理，针对自家店铺的客单价和客户的购买次数等多方面信息，设计了一套行之有效的通过会员管理方案。

记录
学习案例 通过学习“米马生活的会员管理”的案例，简要回答一下，会员管理有何重要性呢？ 答：_____ _____ _____ _____ _____ _____



图4-33 米马生活店铺首页

设置会员管理制度的操作参考如下：

一、设置四级会员制度

米马生活根据自家店铺商品的价格、客户购买特点来设置会员制度，店铺以交易额和交易频率为主要划分依据，设置了4种会员等级，分别给予相应的会员折扣。同时，为这些会员进行标签管理和忠诚度设置，如图4-34～图4-36所示。

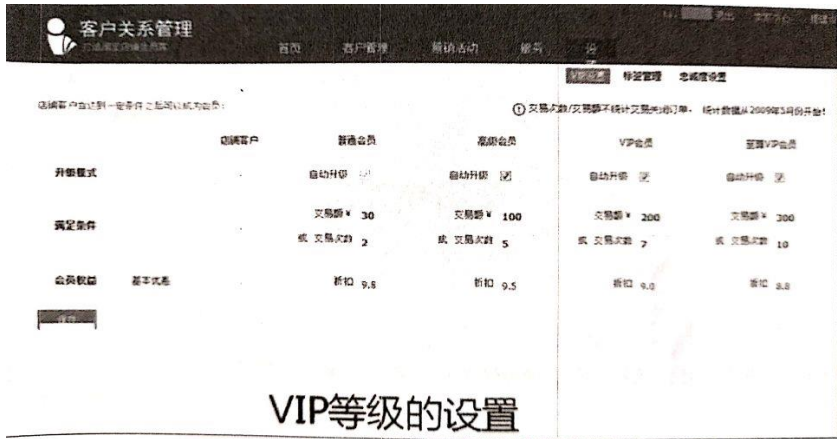


图4-34 VIP等级设置

米马生活店案例中，客户忠诚度的设置分为五级，根据案例填写（忠诚度设置，前六个自然月）：

一级忠诚度：

消费次数

（ ）次；

消费金额

（ ）元；

二级忠诚度：

消费次数

（ ）次；

消费金额

（ ）元；

三级忠诚度：

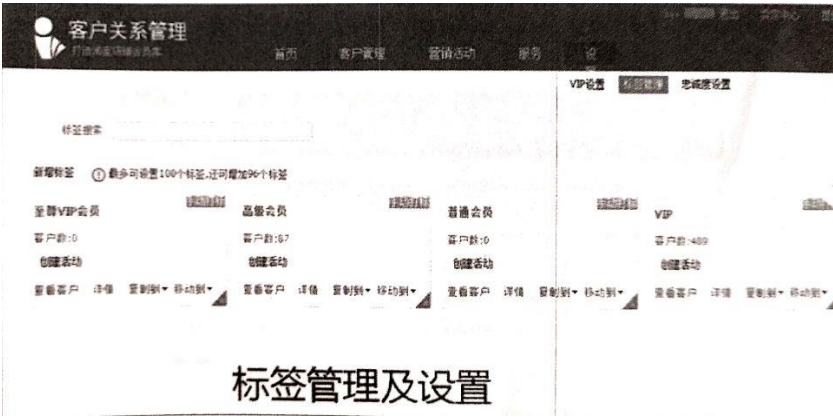


图4-35 标签管理及设置

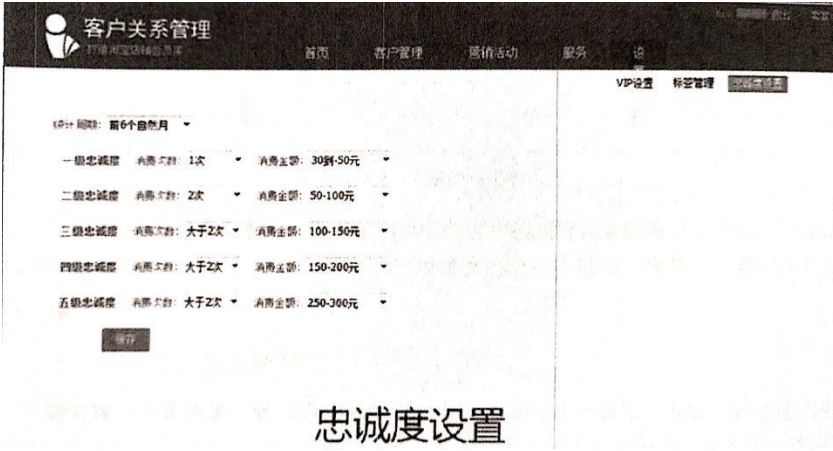


图4-36 忠诚度设置

二、收集客户信息

店铺主要利用淘宝卖家中心来进行客户信息的收集并进行客户分析，如图4-37和图4-38所示。

消费次数
()次；
消费金额
()元；
四级忠诚度：
消费次数
()次；
消费金额
()元；
五级忠诚度：
消费次数
()次；
消费金额
()元；

卖家主要利用
()
来进行客户信息的收集
并进行客户分析，单击
()即可看到所有店铺内的会员信息。

米马生活的客户信息管理包括三个方面：一是
()；
二是 (

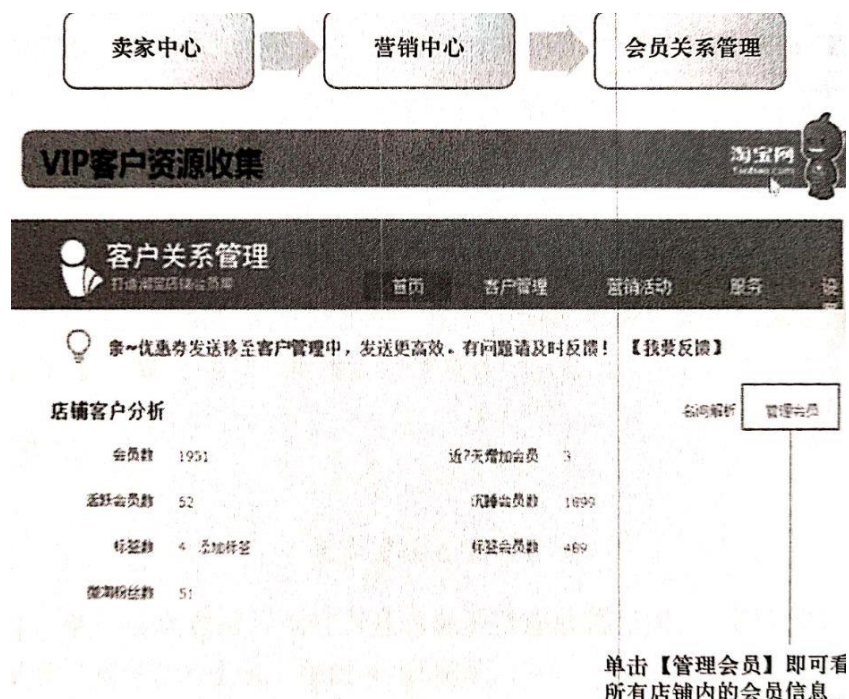


图4-37 店铺客户分析

客户信息	交易额(元)	交易次数(笔)	平均订单金额(元)	上次交易时间	客户来源
店铺客户	6.00	0	0.00		未成交
标签:					
普通会员	134.46	2	67.23	2014-01-09	交易成功
标签:					

图4-38 店铺客户信息

从图4-38我们可以看出，米马生活店铺的客户信息管理包括三个方面：一是基本客户信息，主要由店主自行设置的客户等级来决定；二是客户来源，主要信息源是成交记录信息；三是基本操作功能。

三、建立客户信息档案

建立客户信息档案，可以更加有效地进行客户管理。最初，由于客户数量少，米马生活店主设计了简单的Excel电子表格进行客户信息的录入，方便查询管理，如姓名、性别、年龄、交易商品记录、收货地址等基本信息，如图4-39所示。

); 三是
(
)。

建立 (
)，可以更加
有效地进行客户管理。

模仿案例建立一个自己的客户信息基本档案表，并把需要收集的项目名称填写在下面横线处。

答: _____

建立电子表格，方便查询管理

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7	序号	交易日期	商品ID	姓名	性别	年龄	所在地区	联系电话	交易商品记录	商家名称	数量/金额	收货地址	收货人姓名	收货电话	收货地址
8															
9															
10															
11															
12															
13															
14															
15															
16															

图4-39 管理电子表格

随着业务的发展，交易量不断增加，电子表格无法满足客户信息管理的需求，米马生活店主采用了CRM软件来帮助自己管理客户信息。

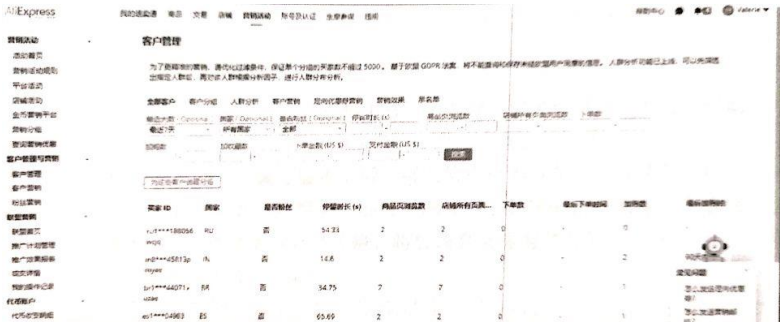
随着业务的发展，交易量不断增加，电子表格无法满足客户信息管理需求的时候，我们可以采用（ ）来帮助自己管理客户信息。

平台拓展

在案例学习的基础上，拓展到速卖通平台，进行学习与操作。

速卖通店铺会员管理

速卖通店铺的会员管理与淘宝店铺的会员管理思路相同，但是操作不同，速卖通店铺后台提供了客户管理工具，如图4-40所示。



记录

速卖通店铺的会员管理与淘宝店铺的会员管理思路相同，但是具体操作不同，速卖通店铺后台提供了（ ）。

速卖通后台的客户管理工具为卖家罗列了买家的具体信息，包括

图4-40 速卖通客户管理工具

客户管理工具为卖家罗列了买家的具体信息，包括买家 ID、国家、是否粉丝、停留时长、商品页浏览数、下单数等信息，并且提供分组操作功能，卖家可以根据买家的特点进行分组，每个组对应不同的会员类别，可以针对不同类别的会员进行管理。

()、
()、
()、
()、
()、
()、
() 等信息，
并提供 () 功能。

实战应用

任务1：淘宝店铺之会员体系设置

要求：登录淘宝千牛工作平台，通过分析客户信息，进行客户分类，制作符合本店铺特点的会员体系制度等实战任务，完成表4-5。

表4-5 淘宝平台客服工作实战记录表

序号	实战任务	具体要求
1	客户分类	利用千牛客户管理平台，对客户进行分类归纳
2	设置会员体系	设置四级会员等级制度、升级模式以及会员权益
3	收集客户信息	设计电子表格收集客户信息

任务2：速卖通平台之会员体系设置

要求：登录速卖通客服工作平台，通过分析客户信息，进行客户分类，制作符合本店铺特点的会员体系制度等实战任务，完成表4-6。

表4-6 速卖通平台客服工作实战记录表

实战记录

实战记录

序号	实战任务	具体要求
1	客户分类	利用速卖通客户管理平台，对客户进行分类归纳
2	设置会员体系	设置四级会员等级制度、升级模式以及会员权益
3	收集客户信息	设计电子表格收集客户信息

知识链接

一、会员体系的含义

会员体系，是通过一系列的运营规则和专属权益来提升用户对平台的忠诚度、反哺平台的各项业务、将用户一步步培养为产品的忠实粉丝。通过基本的等级规则以及伴随着等级所附带的权益而逐步将其培养成为核心用户，引导他在平台持续活跃，深入参与平台的各项业务，增加用户的粘性、活跃度、存留率，最后甚至自发向身边的人推荐产品。会员体系串联全业务服务触点，最终目的一定是促使用户购买、使用平台产品或服务。

二、会员体系种类

1. 注册即可成为会员：新用户注册即为VIP0或者VIP1；这种体系对会员的加入几乎是没有任何门槛，也不需要先消费，甚至为了鼓励加入，还提供新人礼及新人优惠或试用服务。这一类会员制度的设计在于吸引更多新会员的加入，我们通常称之为免费会员体系。

2. 消费到一定金额才可成为会员：这类会员制度鼓励用户先消费，当消费金额达到一定标准即自动晋升为会员，消费金额越高，会员等级越高，相应权益也会不同；这一类会员制度的设计，在于从经营忠诚用户的角度出发，常见于航旅、酒店等产品店铺。

3. 付费才可成为会员：这类会员制度代表的是产品商业模式，不仅仅再是以营销为目的；收费模式分为一次性收费和批次性收费，可拆分为按次、天、周、月、季度、半年、年度、两年、终身等。售卖的是产品核心权益和附加价值。

对于一般的淘宝店铺来说，首要任务是吸引新顾客，所以更建议采用免费会员体系。

三、设置会员等级规则

1. 等级分层：根据店铺销售策略进行会员等级分层规则设置，如可以根据会员消费行为（即消费金额、消费次数）划分等级，后续还可支持根据会员互动行为划分等级。

2. 等级名称：有了等级分层规则后，可以给每个等级会员取个昵称。等级名称可以跟品牌特性相结合，人格化运营培养会员心智。如乐町店铺是一家专卖女装的淘宝店铺，乐町将自己定位为甜美少女系风格，在会员中心宣导“在乐町的每天都要甜度爆表”，将会员称为“布丁”，高级会员称为“高级布丁”，与店铺的风格十分贴近。

3. 等级有效期：会员等级可以设置长期有效，也可选择滚动生效。具有时效性的会员等级可帮助商家准确触达沟通，避免营销资源浪费。

四、客户关怀服务

客户关怀是指利用数据库存储所有客户及潜在客户信息，分析顾客偏好，在合适的时候推荐合适的产品，目的是在留住老客户的同时抢夺更多新客户。客户关怀的方式主要有：

1. 记录客户信息

客户关怀建立在数据库营销的基础之上，需要记录的数据包括顾客的姓名、手机号码、生日等重要纪念日、消费记录、最后一次消费距今时间等。

2. 节假日问候

特别的纪念日对每个人来说都是特殊的，如果商家能够抓住时

机送上祝福无疑会被划分到“亲朋好友”之列，客户自然更加忠诚。
如生日、妇女节、中秋节、春节等。

3. 促销通知

通过淘宝站内信、淘宝即时聊天、或短信通知客户店铺有活动，
激发客户的购买欲望。

4. 赠送礼品

即附在商品里的礼品，可以是小样、挂件、糖果等重量比较轻
的物品，当客户收到商品时，让客户体验到卖家是有心的，能迅速
提升对卖家的好感。

课后作业

1. 米马杂货的会员等级制管理三部曲有：_____、_____
和_____。
2. 美国的客户，最关心的首先是商品的（ ）
A. 包装 B. 质量 C. 价格 D. 折扣
3. 会员体系种类有：
(1) _____； (2) _____；
(3) _____。

【工作结束】

数据整理及备份： ☐ 完成 ☐ 未完成

关机检查： ☐ 正常 ☐ 强行关机 ☐ 未关机

整理桌面： ☐ 完成 ☐ 未完成

地面卫生检查： ☐ 完成 ☐ 未完成

整理椅子： ☐ 完成 ☐ 未完成

