



美业+小程序解决方案

一站式小程序开店工具 / 让营销更简单

目录

——行业分析

——商家分析

——解决方案

——适用行业分析及案例

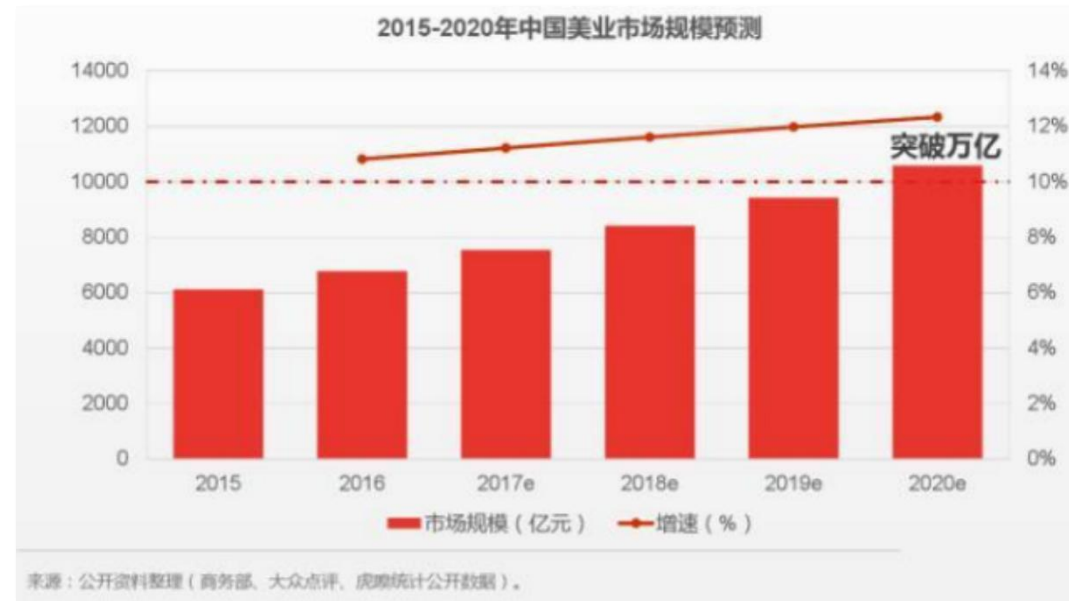


1

行业分析

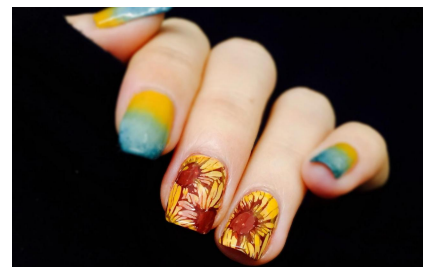
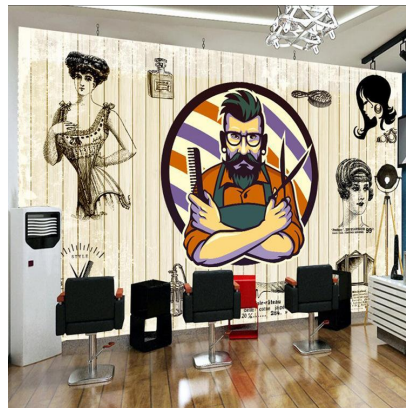
美业，一个刚需、高频的消费市场。广义上的美业包含美容美发、美甲、化妆、美体等多个细分服务行业，美业服务既有基础居民服务性质，又能产生极高的附加值。

随着消费升级和“颜值经济”的不断驱动，美业在中国的发展非常之快。美业市场平稳上涨，预计2020年整体市场规模有望突破万亿。



美业市场极度分散，80%都是中小店。全行业人员、商品、现金和客户的流动性都比较大，管理流程比较复杂。目前整个行业的管理水平和管理效率及信息化程度还比较低

国内市场而言，随着美业技术服务企业影响力的扩大，用户市场逐渐被教育以及业内从业人员向年轻化趋势发展，美业将迎来新的发展机遇，在业内人士看来，近几年将是美业发展速度较快、较好的时期。



行业特点

- 巨大无比。
- 高度分散。
- 发展极度不均衡。
- 供给侧质量和消费者需求之间存在巨大差异。
- 太缺少有‘逼格’的品牌。
- 互联网+会对这个行业的升级有很大帮助。

尽管美业作为服务行业而存在，但因其管理营销效率低、供应链效率低、商业模式不健康、服务质量跟不上等原因，一直饱受各界的诟病。传统的美业营销已很难吸引和触达客户，获客成本越来越高，行业急需转型升级。

2

商家分析

日坪效

中等规模美甲店铺的日坪效是53.3-80.1元/m²，如果按照这个数据来对比，一线城市中小规模美甲店日坪效属于靠前，单位面积生产力表现出很强的竞争力。

《报告》数据显示，美甲店处于坪效平均水平以下的占比是57.8%，最低的达到42.6元/m²。可见，店铺坪效高低悬殊。

日人效

报告显示，2015年美容店铺日人效1086元/人，体现出一定的运营水平，成为最大赢家。而美甲店铺日人效701元/人，美发店铺日人效597.5元/人，养生店铺日人效519.8元/人。



日坪效



日人效

年度最贵客单价在上海

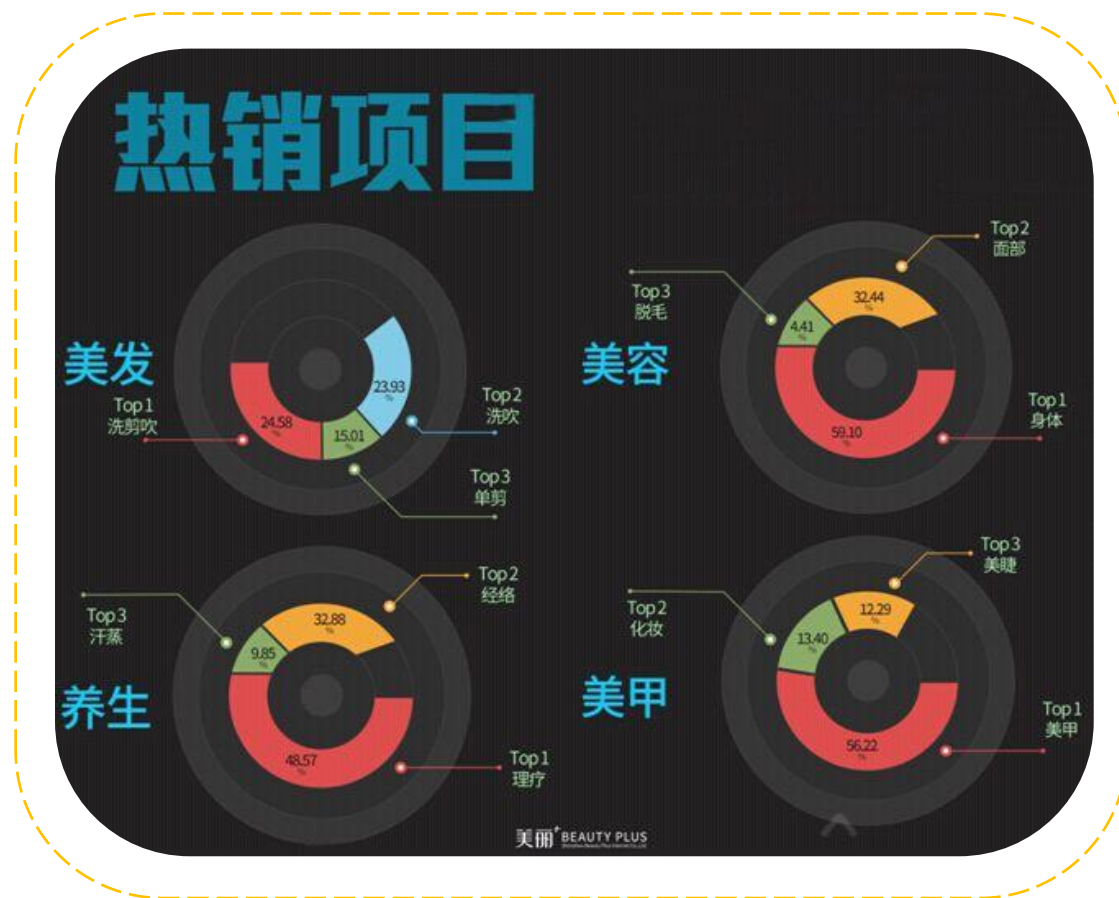
美容店铺客单价上海达到338元，美甲店铺客单价达到152元，美发店铺客单价86元，养生店铺上海客单价达121元。

“颜值”成上海美业店铺客单价取胜的一大利器。通过抽样对比美丽加平台入驻的店铺，上海店铺普遍颜值较高，在店面装修、服务水平上符合了上海人小资浪漫的追求。



理疗项目

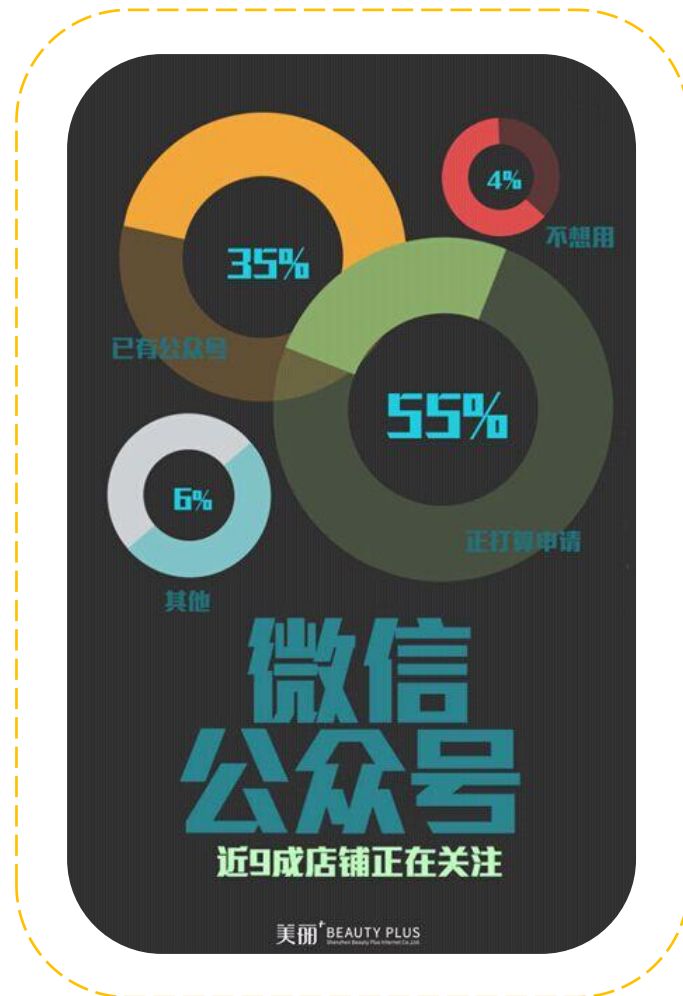
理疗在养生店铺中热销，占据半壁江山，成为新宠。调研显示，推拿、按摩、刮痧是是最热销的理疗类项目，肩颈和乳腺是养生店铺重点关注的部分，与一线城市工作压力大密切相关。



微信公众号成店铺新关注点

中小美业店铺已申请微信公众号的店铺约占35%，但其中正常运营的不到10%，人力和技术成为主要的制约因素。

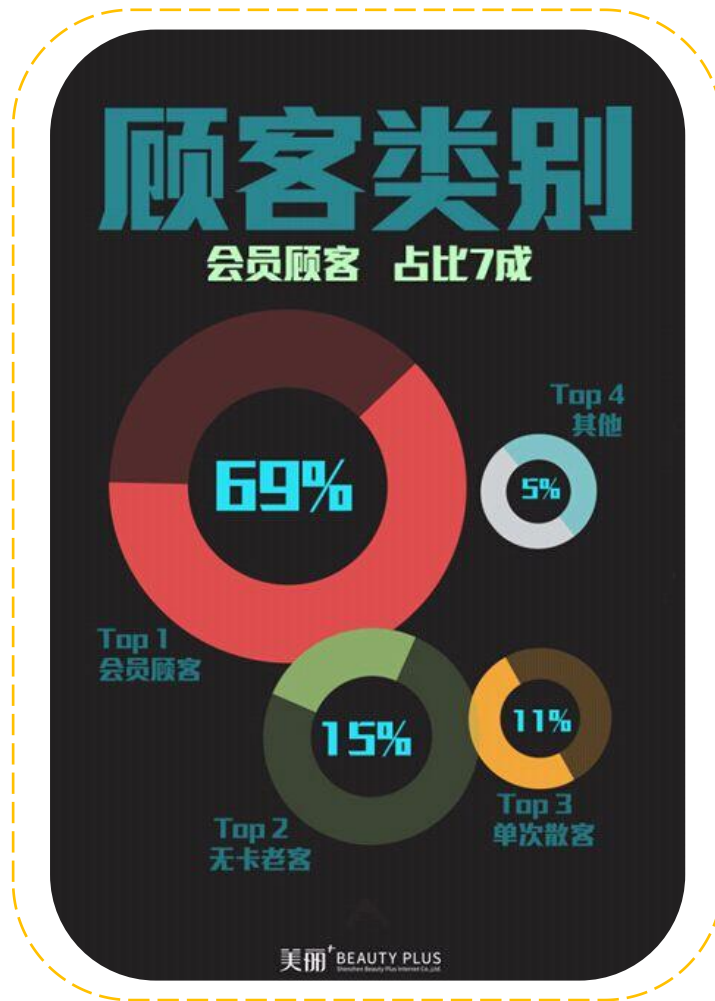
数据显示，55%的店铺正打算申请和使用微信公众号，关注度逐渐提升。个性化、智能化的微信公众号功能成为吸引美业店铺的服务新爆点。



年度最贵客单价在上海

《报告》数据显示，2015年美业顾客类型中，排名第一的是会员顾客，每10名中就有7人是会员。此外，未办卡的老顾客占15%，单次的散客占11%。

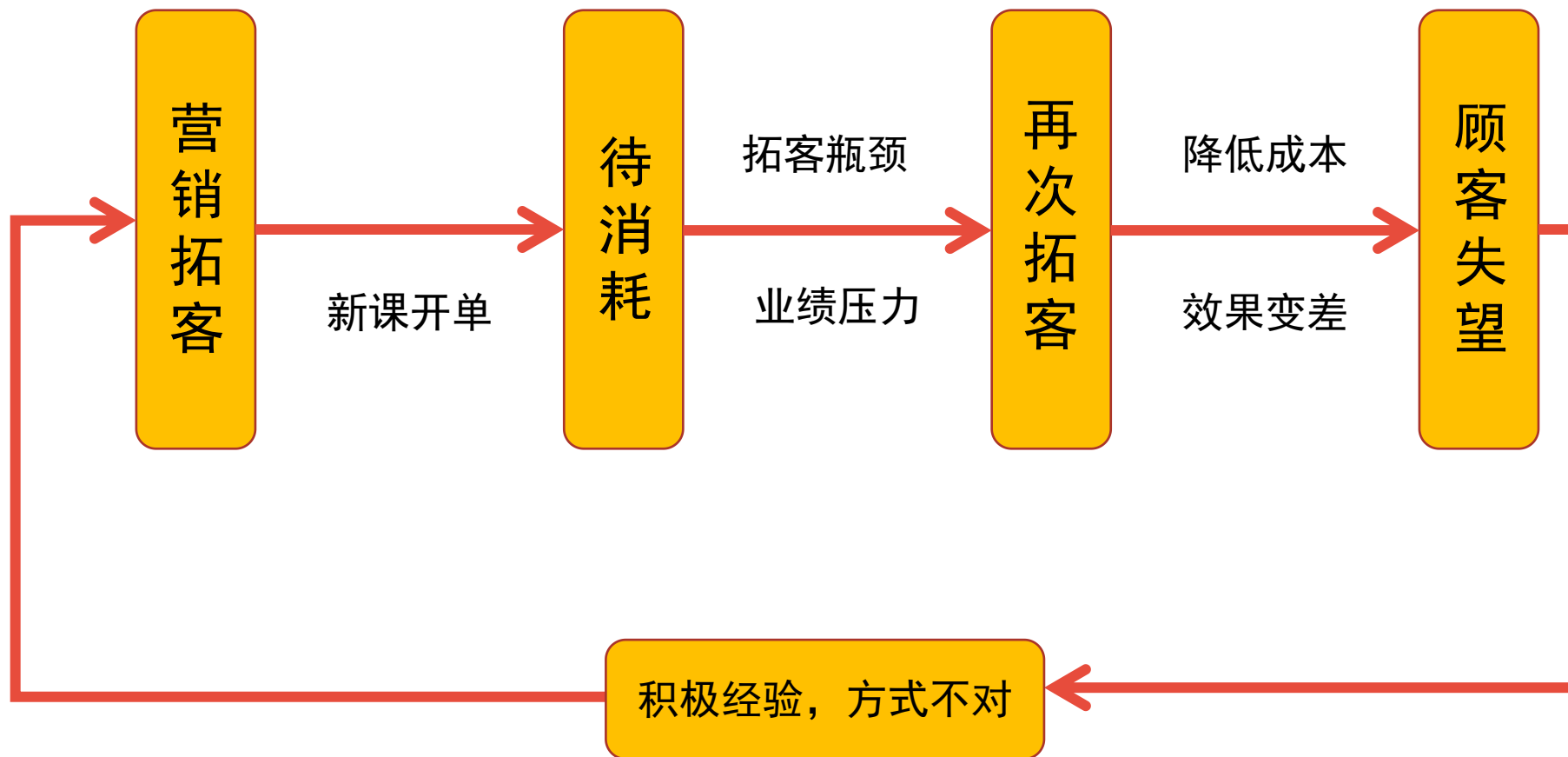
调研显示，Q3、Q4以来店铺运用更多顾客关怀手段，散客晋升VIP的比例和速度均有较大提升。



3

解决方案

3 解决方案



场景

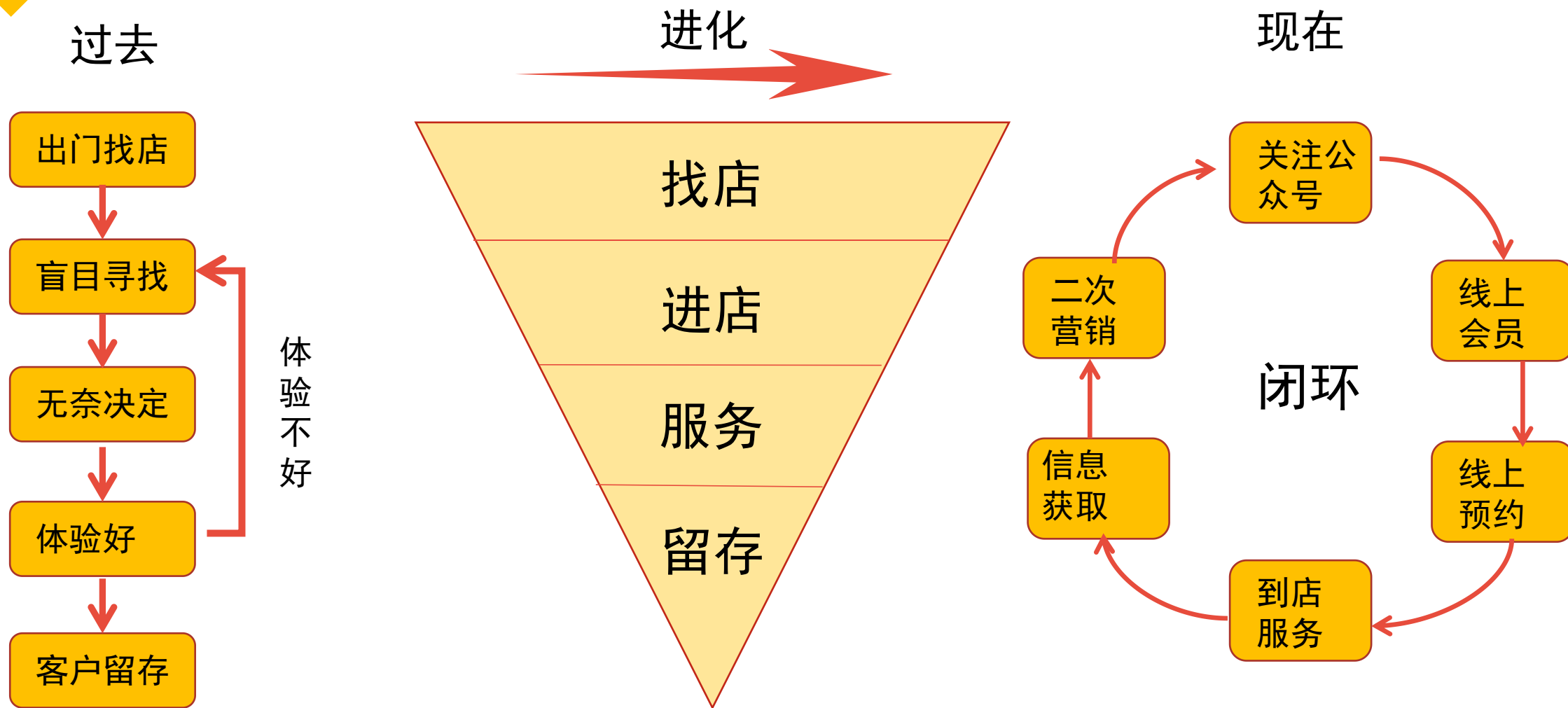
拓客瓶颈又遇业绩压力，75%商家通过降低员工技能培训、产品采购成本，实现更有力度刺激顾客开新卡

结果

- 靠技术服务、效果口碑做复购的美容院，造成客户流失；
- 客源局限，靠低价高频次活动会使会员积累大量待消耗项目，造成死账坏账，产生纠纷
- 产品结构调整困难，拖慢整体发展速度，最终可能导致关店。

原因——缺少有效的拓客、会员留存、促活消耗的方式

3 解决方案



预约服务

会员信息

会员营销

商城销售

视频教学

解决管理与营销

VS

传统管理软件

营销单一

管理复杂

缺少展示模块

获客方式较少

缺少与顾客互动

传统管理软件

看似功能丰富，并未帮助商家增加新创收，只是解决了工具是问题，没有解决营销引流获客的问题。



新型自由组合

可以各模块间自由组合，根据自身的营销需求，搭配营销模块(拼团，砍价等)，需要销售商品可以搭配商城等，增加多元化收入渠道。或者对接其他服务，自由度更高。





突破门店限制，实现转型升级，
增加新的营收

- 拓新方式单一，获客成本高低转化
- 顾客资源无法持续沉淀、促活
- 互联网运营仅有概念，不会操盘运营。
- 利润来源方式单一，没有多元化发展
- 对店内服务依赖较强，所交易商品为服务，无法量产化
- 针对会员没有再次激活方式方法

实施步骤



搭小程序

- 无缝连接公众号
- 随时随地查看并下单
- 提高会员的关注度与活跃度



会员

- 增加顾客粘性
- 轻松深度服务
- 提高精准营销



拉新客

- 通过微信关系链传播活动
- 以拼团、砍价吸纳新顾客



易管理

- 前端通过预约方便顾客的预约需求
- 通过商城方便周边商品的售卖

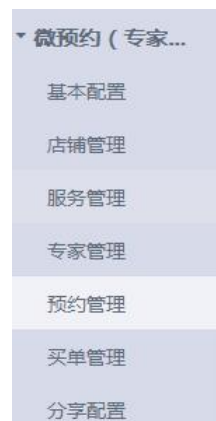
3 解决方案



预约



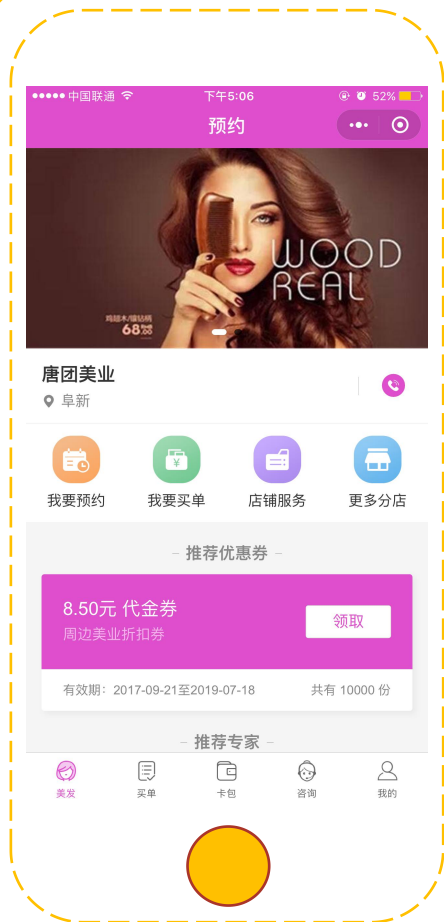
(顾客端入口
线上一键预约
自己喜欢的发
型师)



预约列表							
店铺		支付状态	订单状态	请输入订单号	请输入关键字(用户名/用户电话/服务名/专家名)搜索		
					请先筛选再点“搜索”后再导出		
				Q 搜索		导出Excel表	
ID	订单号	用户信息	预约信息	支付状态	订单状态	操作	状态
3074		姓名: 孟可 电话: 18518181818	专家: 技师一 店铺: 店铺一 服务: 好 预约时段: 2018/05/05 13:30-14:00 周六	免费	已取消	详情	

PC端管理后台

3 解决方案



首页



咨询



会员



优惠券

3 解决方案

- 多门店
- 线上买单
- 大转盘
- 秒杀
- 猜题游戏
- 人气大比拼
- 多人拼团
- 积分商城
- 秒杀
- 优惠券
- 砍价

★ 功能模块

- 微砍价
- 万能表单
- 电话本
- 万能网页
- 微培训
- 互动社区
- 内容管理
- 微商城
- 微拼团
- 微名片
- 酒店
- 智慧餐厅(多店...
- 超级群助手
- 微单页(新版)
- 微预约(服务...
- 拼车
- 同城
- 企业展示
- 卡券
- 内容管理+
- 微咨询

营销插件

- 幸运大转盘
- 集字活动
- 人气大比拼

预约列表

店铺 ▼ 支付状态 ▼ 订单状态 ▼ 请输入订单号 请输入关键字(用户名/用户电话/服务名/专家名)搜索 Q 搜索

请先筛选点击“搜索”后再导出 导出Excel表

ID	订单号	用户信息	预约信息	支付状态	订单状态	操作	状态
3074		姓名: 孟可 电话: 18518181818	专家: 技师一 店铺: 店铺一 服务: 好 预约时段: 2018/05/05 13:30-14:00 周六	免费	已取消	详情	

预约列表

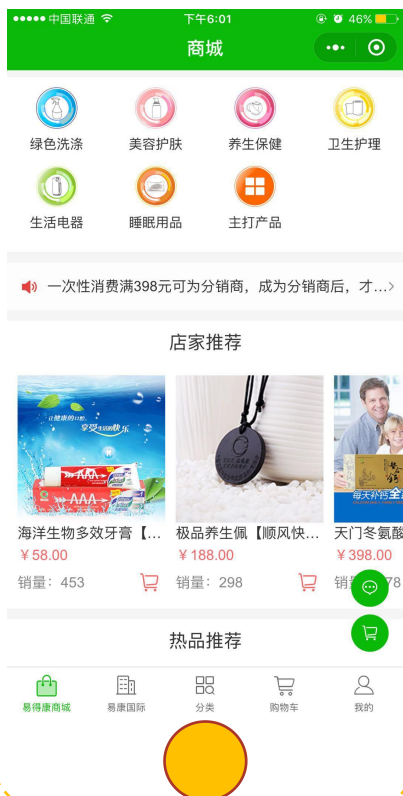
店铺 ▼ 支付状态 ▼ 订单状态 ▼ 请输入订单号 请输入关键字(用户名/用户电话/服务名/专家名)搜索 Q 搜索

请先筛选点击“搜索”后再导出 导出Excel表

ID	订单号	用户信息	预约信息	支付状态	订单状态	操作	状态
3074		姓名: 孟可 电话: 18518181818	专家: 技师一 店铺: 店铺一 服务: 好 预约时段: 2018/05/05 13:30-14:00 周六	免费	已取消	详情	

线上线下全面经营，轻松会员互动，
拉新、留存、活跃客户

强大的基础模块和营销模块



商城



拼团



砍价

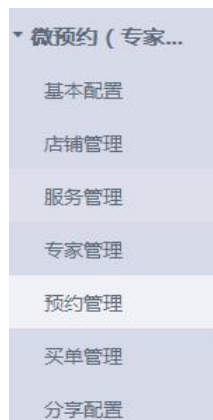
3 解决方案



预约



(多门店，展示更多，离顾客最近的店方便顾客查询)



预约列表

店铺: 支付状态: 订单状态: 请输入订单号: 请输入关键字(用户名/用户电话/服务名/专家名)搜索

请先筛选再点“搜索”后再导出

导出Excel表

ID	订单号	用户信息	预约信息	支付状态	订单状态	操作	状态
3074		姓名: 孟可 电话: 18518181818	专家: 技师一 店铺: 店铺一 服务: 好 预约时段: 2018/05/05 13:30-14:00 周六	免费	已取消	详情	

PC端管理后台

预约

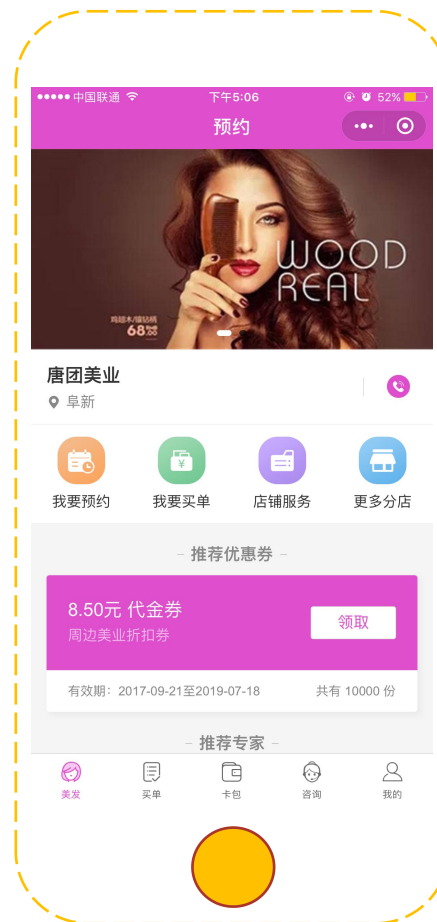
- 线上下单、预约
- 随时获得最新服务优惠活动

多门店

- 通过多门店定位
- 服务便捷更省时

线上商城

- 关注公众号，及时接收优惠信息
- 顾客享受优惠，享受深度服务



精细化数据 解决运营难 控制成本

- 数据概况
- 粉丝分析
- 页面流量
- 来源监控
- 交易分析
- 扫码统计
- 卡券统计



4

适用行业分析及案例



美甲，属于即时性消费，当看到好看的产品就会产生购买欲望，所以需要有工具经常性的展现到顾客面前，加上活动营销，拉动消费。



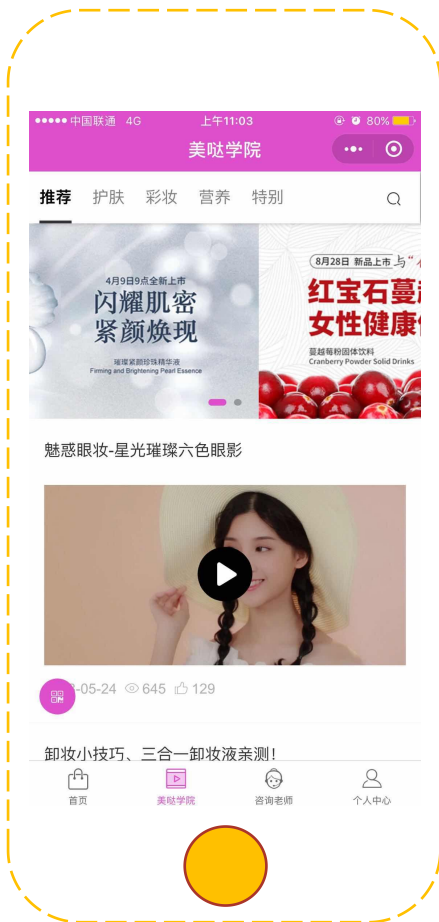
spa，需要提前了解技师情况，并且有更多的商品展示空间向客户展现，而不是传统的通过服务员去不断的推销，避免引起顾客的不适感。



其他一些相对低频服务，如家政，二手回收，月嫂，送桶装水等服务，利用小程序实现引流，并且可以一键预约，时间清晰明了，省事省力。



微商城



美哒学院



预约

- 商城销售彩妆以及护肤品
- 利用内容管理+提供技巧和常识等内容





为用户提供服务，客户之托，重于泰山，实现客户价值