

智用门店管理系统 美发店解决方案



目录

01
行业概况

02
消费者与常见店铺

03
行业痛点

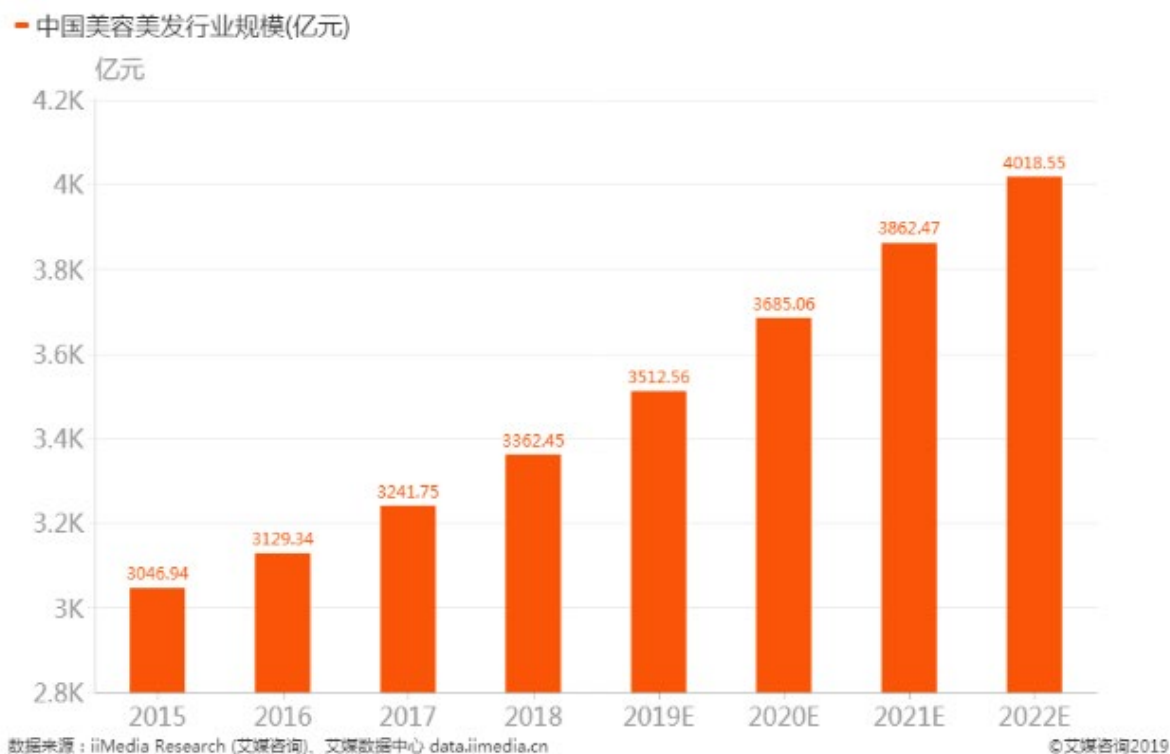
04
解决方案介绍

05
案例分享

01 行业现状

市场规模 | 行业概况 | 未来趋势

中国美容美发行业规模 (单位: 亿元)



2020年3月19日, 微信发布的“复工者联盟”大数据显示, 复工复产“最旺”的行业是美容美发美甲, 该项微信支付增幅高达356%。对于行业的未来发展, 艾媒咨询 (iiMedia Research) 给出了更让人振奋的预测。截至2019年底, 中国美容美发行业规模达到了3512.6亿元, 预计未来五年内, 市场规模将维持4.6%的复合增速增长, 到2022年将突破4000亿元。美容美发行业已经成为继房地产、汽车、旅游、通讯, 我国居民的第五大消费热点, 而且行业正处于稳定上升期。

行业概况

- 颜值经济时代及他经济崛起，消费者更关注自身形象，且追求方便快捷体验好的服务。

- 美容美发市场规模大，但整体线上化程度偏低。下沉市场在线化速度逐渐加快，美业与互联网联系愈加紧密

市场需求增加

消费者行为成熟

线上化偏低

市场透明度增加

- 消费者越来越理智、不在盲目跟风，关注自身感受，追求便利个性化服务。

- 美发小程序/app的出现一定程度上缓解了市场混乱的情况。公开、透明的平台，让消费者更容易了解到店铺的产品服务信息。

未来趋势

O2O模式 覆盖更广

- 更多的美发店愿意构建基于会员管理的O2O营销闭环，升级产品和服务，将店铺移动互联网化以获得更多效益。

在线营销 常态化

- 在线营销将为消费者提供重要的消费参考，如试用、评价等。在线营销使美发业降低获客留客成本，供需匹配更加合理，门店经营更加高效。

专业化 垂直化

- 顾客的选择越来越多，对产品要求越来越高，美发店的产品和服务必须更专业。美发消费更加细分，如：快剪、亲子美发。

护发项目 更受重视

- 社会节奏快、工作压力造成脱发问题已成为了一种“时代病”，护发、防脱发产品成为这一人群的必需品。

消费者与常见店铺

消费者概况 | 常见店铺 | 商家特征

消费者概况

美团APP和大众点评APP用户数据显示，2019年上半年，20-40岁年龄段的美业活跃用户占比为92.1%。其中30岁以下(含30岁)活跃用户占比超过55%。——美团研究院《2019年中国生活美容行业发展报告》

以90后为代表的新消费群体更关注个性化、多样化、体验式的享受型服务，喜欢通过手机寻找美业店铺，筛选服务，提前预约完成购买和体验后进行评价。

常见店铺



街边店

一般在乡镇地区或生活社区，夫妻店或个人店为主，店面大多不到80平，业务以日常的发型修剪为主，技术能力一般，洗剪吹价格在20~40元之间。



综合店

开在客流量大的商业区，店内面积多超过100平，铺租较贵，经营成本比较高。发型服务项目较多，发型师被分成多个等级，总监洗剪吹价格在80~120元，资深美发师在60~80元，普通美发师价格在30~50元。



专业沙龙

工作室形式为主，技术能力特别强，价格较高。男士洗剪吹价格在150元以上，成交的顾客都是对发型特别讲究的中高端顾客，如网红、主持人等，利润丰厚，顾客须提前预约服务。



洗剪吹是基础服务，利润微薄。烫染为高利润低频消费产品。
头发/头皮护理愈加受到重视，属于高频高利产品。

商家特征



类型一：小型店老板

老板大多都是美发师创业，有一定的技术功底，但营销策划推广是短板，店铺经营管理模式比较传统，经常会为店铺的收入发愁。

期望：在控制成本的基础上能有更好的方式招揽客人，让店铺管理不繁杂，每月经营不再吃紧。



类型二：中型店老板

他们已经掌握一定的专业技术、资金和店铺管理知识，也会尝试用互联网手段去做营销拓客。而且他们注重于门店品牌打造、门店各项发展进度的整体把控、甚至是分店的日常管理。

期望： 找到一个将能顾客、产品技术和渠道场地三者整合的方法，高效经营、锁住顾客、提高竞争力。

The background features a white surface with four blue circles: a large one in the top-left corner, a large one in the bottom-right corner, and two smaller ones positioned symmetrically around the central text.

03.

痛点分析



耗时长又不能收获满意发型

很多消费者难以跟发型师清晰地表达自己的想法。尤其在高峰期，排队久且和没多少时间跟发型师沟通，导致很多消费者最终都无法收到自己理想的发型，体验感差。

商家痛点



1. 竞争激烈、拓客困难

美发店依赖周边人群。如今有越来越多的美发店开张，出现僧多肉少局面。大多店铺仍旧用发传单、口口相传的传统渠道，辐射范围非常有限。

2. 频次低复购少，资金回笼难

顾客一到来就盲目推销套餐卡项，没有真正了解顾客需求。缺乏用户与发型师有效沟通与记录的流程，没有用户档案，难有效升级服务，无法留住客户。铺租、人工、水电等花销巨大，店铺经常陷入经营困局。



3.高峰期易流失潜在大客

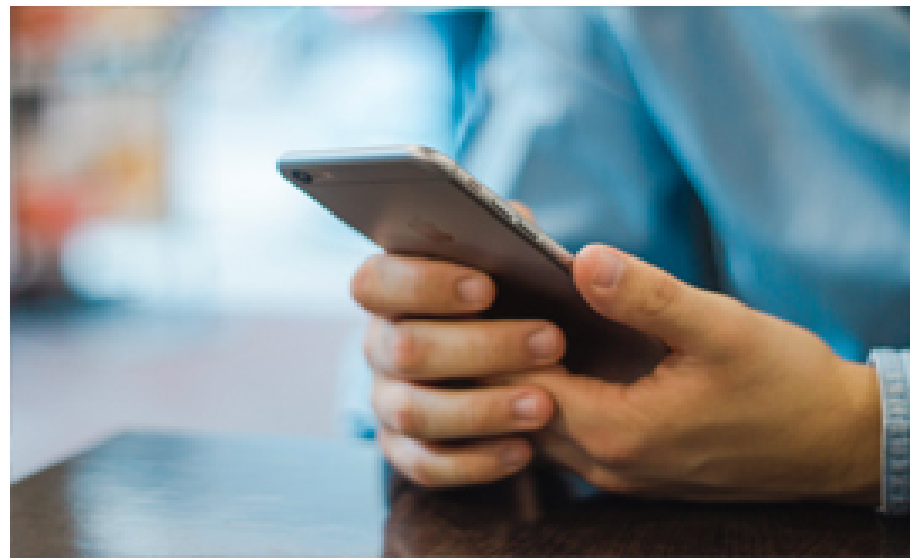
烫染比修剪赚钱。高峰时段，店里有多位男顾客排队修剪，若此时来了位想要烫染的女顾客，她很可能因不想排队离开。发型师可能剪一个头挣10元，而遗失了500元的大客户，而且这种情况经常发生。

4.员工业绩难记录、财务状况难统计

传统店难以有效员工激励和业绩，发型师工作积极性低。门店数据系统落后，仍有依靠账本记账的商铺，财务核查压力大且易出错漏。

100年过去了，人的需求没有变化，无非衣食住行，变化的只有工具和技术。未来十年、百年，什么经营模式也都会改变，但为顾客解决问题，从顾客身上获得更多利润和增值效益的本质是不会改变的。


如何用成本低、效率高、体验感好的方式去满足客户需求、获得更多效益是每位商家都逃不开的问题。





04 解决方案介绍

门店经营难题如何破解？ | 如何提高顾客体验感？



Step5：员工业绩与数据分析

提高员工积极性与经营效率+降低财务核算成本

Step4：私域再传播

多样化营销玩法

Step3：用户留存与复购

会员档案+短信关怀+会员福利

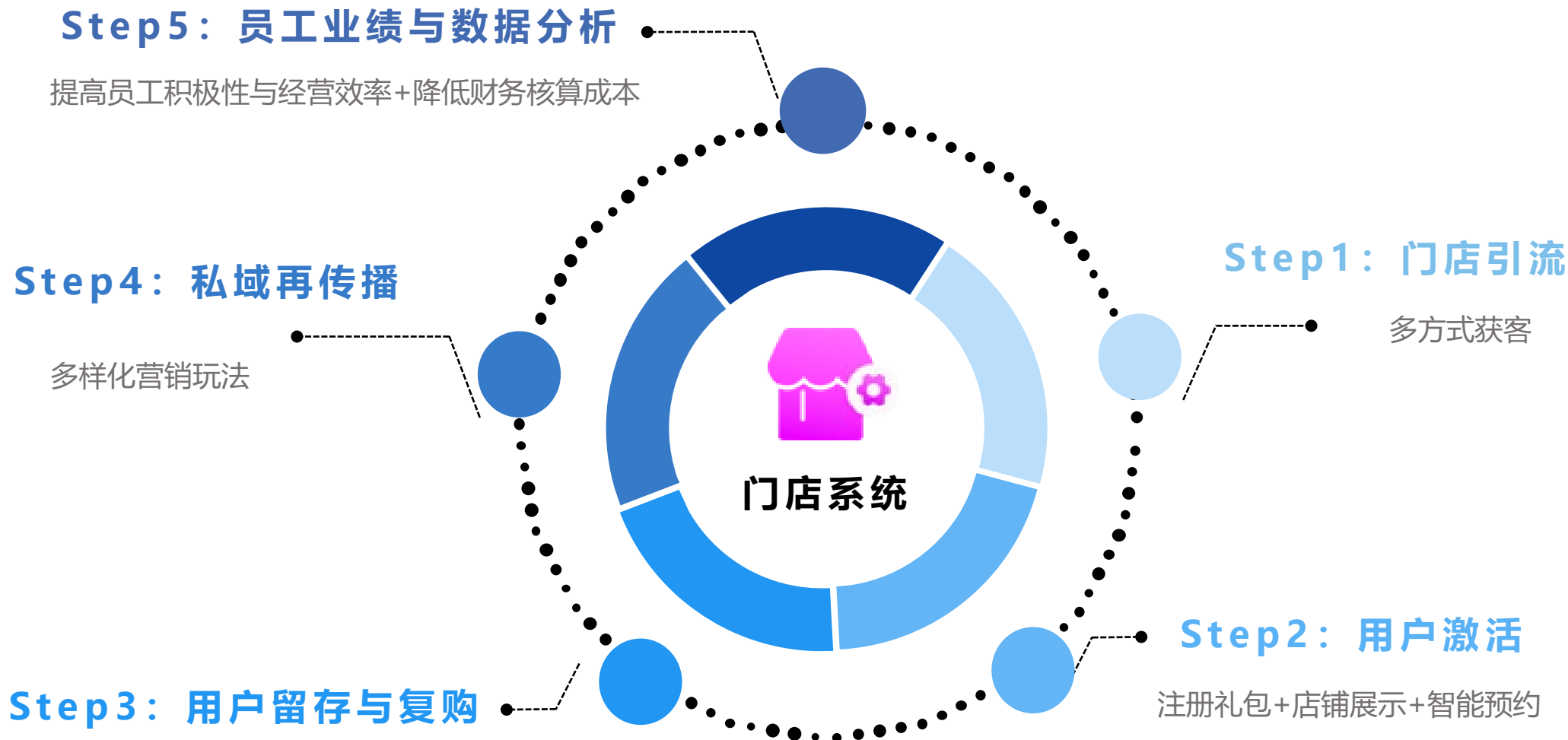
门店系统

Step1：门店引流

多方式获客

Step2：用户激活

注册礼包+店铺展示+智能预约

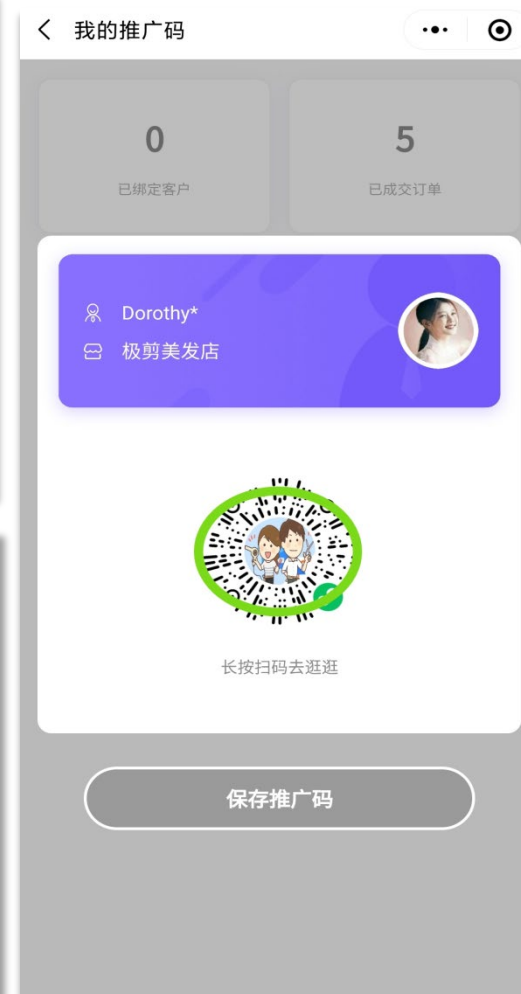
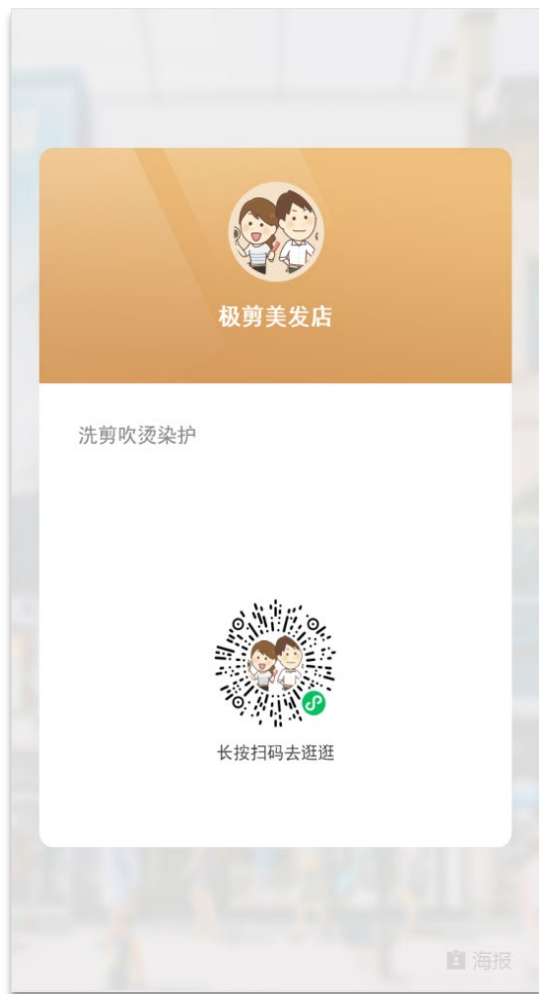


Step 1: 门店引流

全民推广+员工分销+多渠道推广+搜附近小程序=全渠道推广，打破地域限制

业绩记录、奖励刺激、数据跟踪，最大程度引发私域裂变，快速拓客。全渠道推广，打破地域限制，利用线上手段扩大流量入口。

位置【后台左边菜单栏-营销】



Step 2: 用户激活

进店礼包刺激新客注册会员。装修精美的店铺，优化浏览体验。顾客远程查看店内展示：产品服务介绍、评价，了解理发师特点，甚至进行[客服咨询](#)。



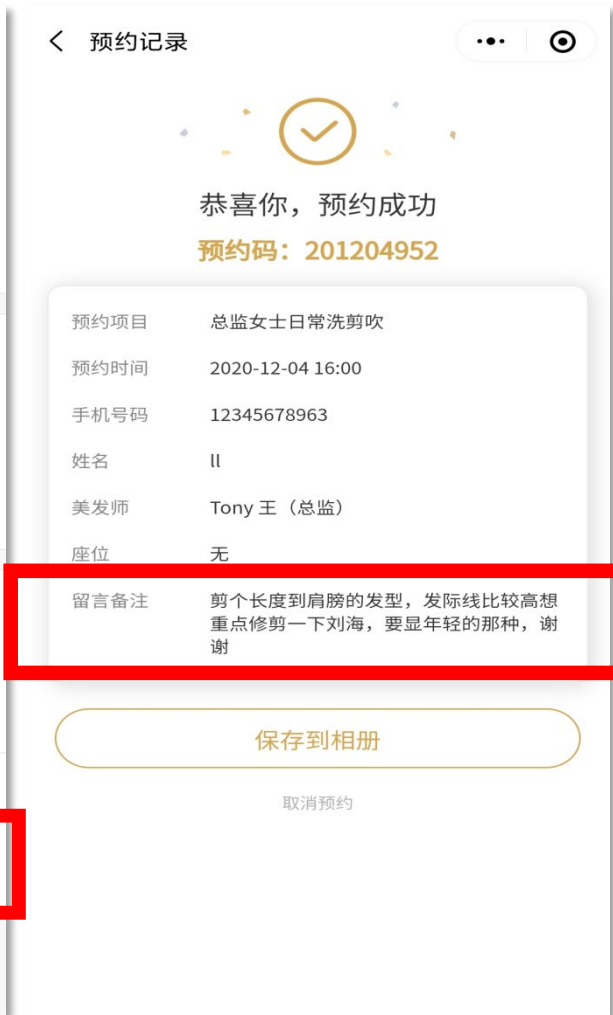
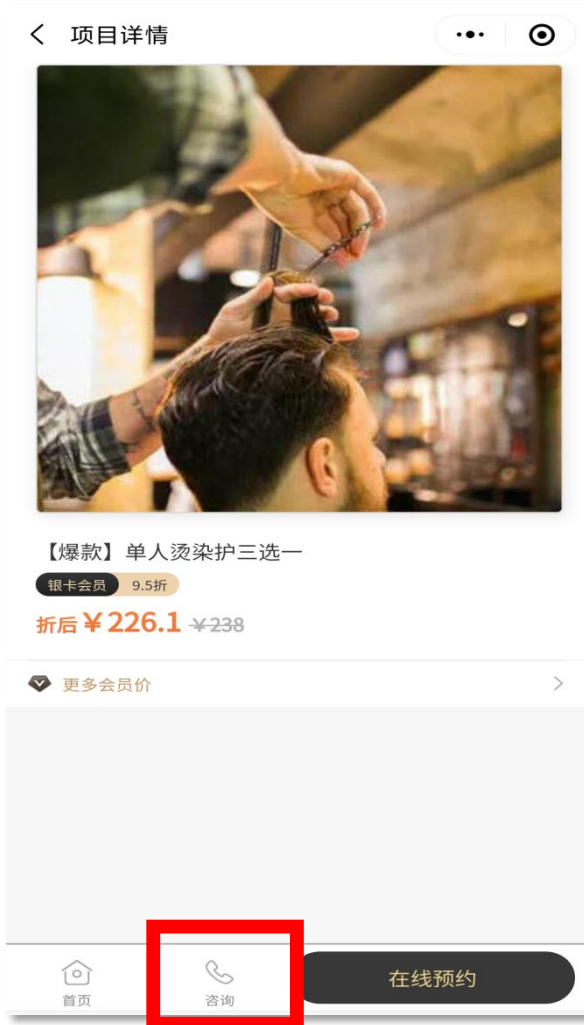
商家后台设置位置：【左侧菜单-店铺-店铺装修】

Step 2: 用户激活

预约:

顾客可提前**预约**好服务、时间、发型师并且**备注**好要求。到店即可与美发师快速确认需求，享受美发服务。

充分沟通加无需排队，顾客不用担心耗时长又不能收获满意的发型，商家也可以降低在高峰期流失潜在大客的风险。



位置【左侧菜单-商品-产品/服务】

Step 3: 用户留存与复购

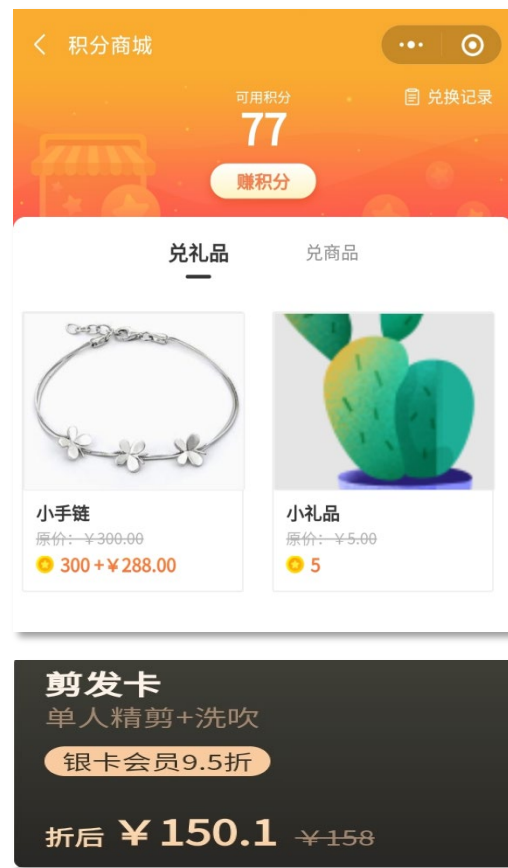
商家可在**会员档案**给顾客打标签、记录特征喜好，及时调整出符合顾客口味的产品服务。
短信营销及时唤醒沉睡会员，并将节日祝福、活动预告等触达对应会员，提高用户粘性。

The screenshot displays a CRM interface with three main sections:

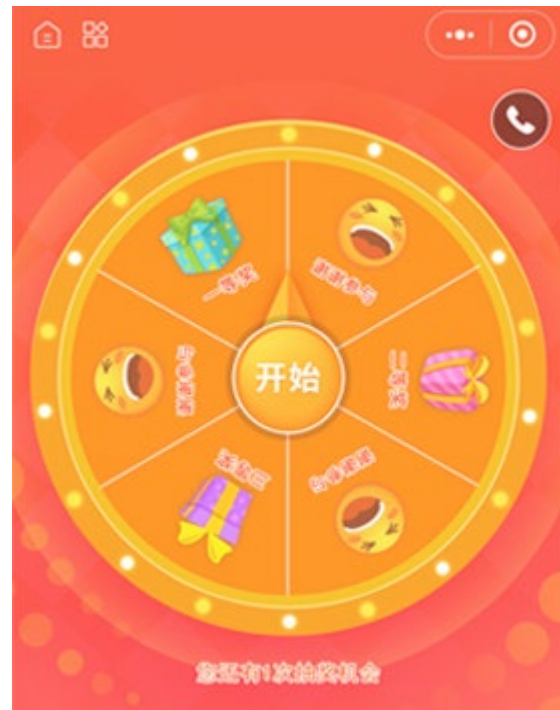
- Member Profile (会员详情):** Shows a member's profile with a photo, name (No.7), and membership level (金卡会员). A red box highlights a "+ 打标签" (Add Tag) button.
- SMS Marketing (短信营销):** A central panel with a green header and a blue background. It shows "当前剩余短信数量 (条)" (Current remaining SMS count) as 549. A red box highlights a preview of a birthday message: "滴滴滴, 祝您生日快乐, 平安喜乐!生日当天进店消费可以享受7.8折优惠!". Below this, there are options for "选择模板" (Select Template) and "群发对象" (Group Send Target).
- Filter Panel (右侧):** A list of filter options for the SMS campaign, including registration time, last visit, membership level, source, tags, dormant status, birthday, balance, and points.

Step 3: 用户留存与复购

会员储值、各类卡项、积分与积分商城和美发护理服务计划等营销功能可以提前锁客，提高会员复购率，加速资金回笼。



Step 4: 私域再传播



美发护理拼团、大转盘活动促进老带新并提高到店率。

新会员成功沉淀为老会员，全民推广有奖刺激会员继续向私域裂变，形成营销闭环。

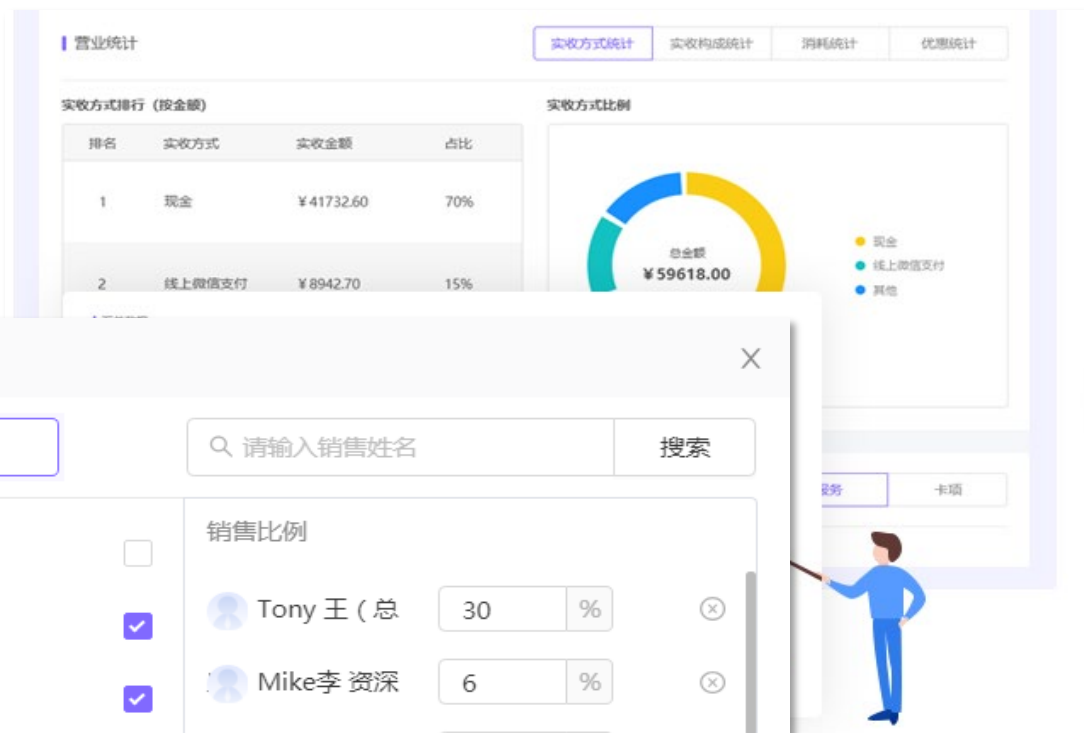
Step 5: 员工业绩与数据分析

收款:

支持微信支付、聚合支付（20年12月底）等多种开单记账方式，收款也可很方便。

数据:

服务开单可以记录美发师和销售业绩，且支持自定义比例，提高美发师工作积极性。数据模块可视化图表，多门店亦可一站式管理，商家可以快速了解店铺经营状况，缓解财务核算压力。



01

新客有礼，扫码领取会员卡
可获得进店大礼包！



店铺引流

- 线上
进店有礼
营销海报
小程序
拼团
大转盘
推广有礼
- 线下
推广奖励
投放广告
卡券系统



02

客人进店

- 在线预约
商家端预约
小程序预约
预约提醒
预约记录
会员预约码

03



开始服务

- 到店转化
购买会员卡
会员储值
优惠券
消费积分
- 员工端
员工开单
员工业绩

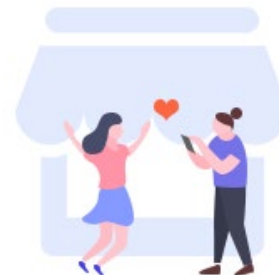


04

前台收银

- 收银方式
手机端
电脑端
- 便捷收款
多种支付方式
会员卡
优惠权益
会员余额

05



客人离店

- 离店维护
会员档案
短信营销
客户关怀
活动推送
线上店铺
- 营销闭环
老带新宣传
多人拼团
积分商城
海报裂变

门店系统产品优势

超高 性价比

体验版提供商家试用便利，核心功能尽情体验无压力。付费版同类产品冰点价，付费后版本功能无需重复收费。

多类功能 持续更新

多类功能覆盖拉新到复购再到内部管理各个场景，助力商家低成本高效率经营店铺。高频率更新迭代，只为更好的用户体验。

专人带教 轻松上手

后台帮助中心教程指引，业务运营专家一对一带教+专业客服团队7×12h贴心相助，助力商家轻松上线店铺。

多重防护 安全监控

提供DDOS攻击防护、HTTPS数据加密、CDN加速、全面支持IPv6。7×24h全方位安全监控，保证店铺数据安全。

The background features a white surface with four blue circles: a large one in the top-left corner, a large one in the bottom-right corner, and two smaller ones positioned symmetrically around the central text.

05.

案例分享

案例一：莱德斯美发造型店

位于人流较大的商业区。莱德斯已经积累了一批客人，但客人记录都存在员工微信里，并没有进行绩效管理，用户粘性不高。周边美发店越来越多，不但新客难以拓展，也面临着老顾客流失的风险。

解决办法：

- 1.利用会员系统，将老顾客录入会员档案并对其标签化管理、分层营销、消费跟踪。沉默会员唤醒和活跃会员奖励双管齐下，提升会员复购率。
- 2.利用积分鼓励会员进行订单评价，店员查看评价并及时回答、记录，不断完善用户档案和店内产品服务，提高会员体验感。
- 3.双12头发护理拼团，利用老带新拼图玩法，鼓励会员们进行私域裂变，在短时间内成功吸引新客到店消费，降低推广成本，提升获客效率。



案例二：美艺理发

位于住宅区和大学园区附近，新店名气不大，宣传以派传单为主，但晚上7点到9点到店的人比较多，经常需要排队。财务每月都要到现金账本、微信和支付宝进行汇总核对，效率低下。店内员工的积极性低、变动频率较高。

解决办法：

- 1.利用多渠道推广、全民推广和员工分销三个功能发起全渠道拓客，实现推广人有奖励、流量可跟踪的高效推广模式。顾客注册会员立即领取洗剪吹25元体验价优惠和烫染8折券，进一步刺激新客到店消费。
- 2.美奈店向顾客宣传“提前预约不排队、明码标价不套路”的理念。会员点开店铺小程序就可了解产品服务价格，不用担心被坑，放心预约，到店即服务。

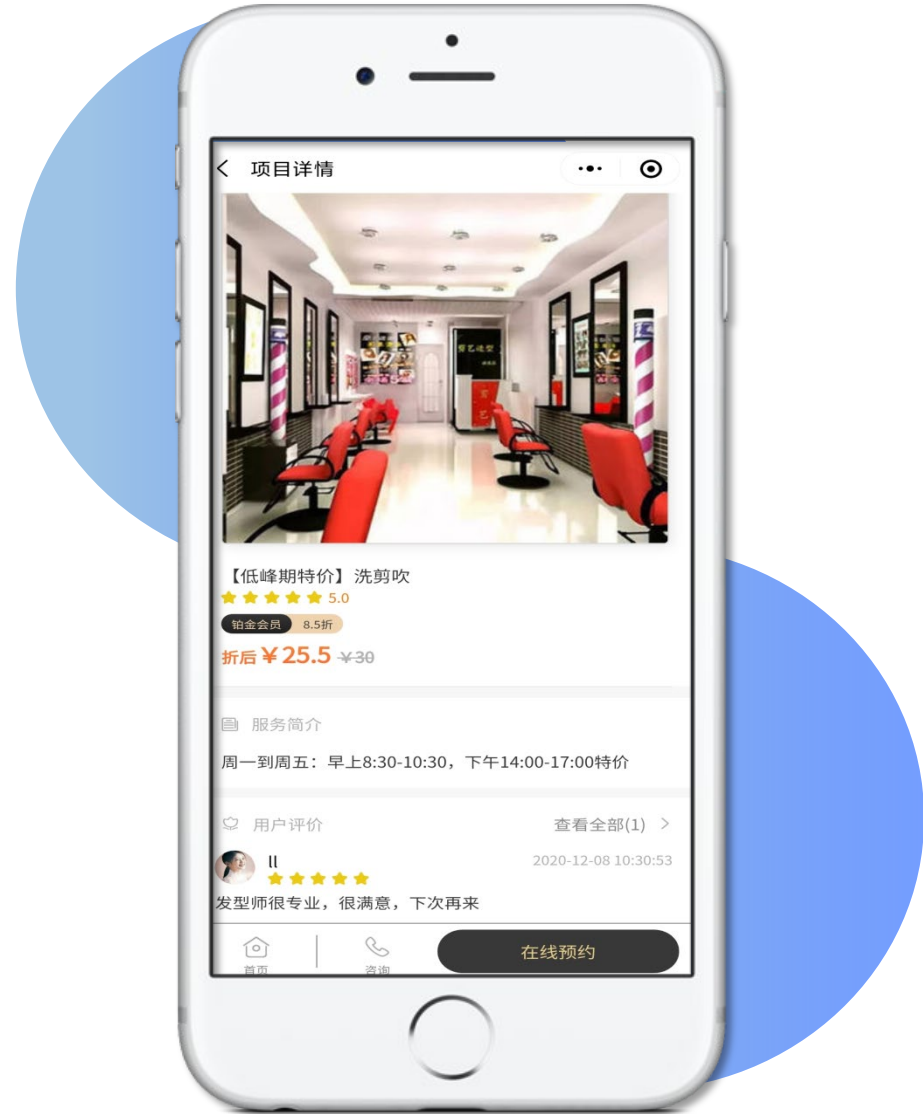


案例二：美艺理发

○ 解决办法：

3、预约时会员都要备注好自己的要求，以便让发型师了解，并到店确认，节省时间的同时又能做出让会员满意的发型。另外，为分流顾客，美奈店给与一定优惠鼓励空闲时间较多的会员错峰预约。

4、员工每一次成单都会按比例获得业绩，自身劳动成果看得见，大大提高了员工的工作积极性和稳定性。开单收银系统支持多种收银记账方式，月底盘点效率大大提高。





END 谢谢观看