

万惠达一卡通落地实施方案

- 2017 -

撰稿人：刘刚

万惠达商户联盟营销系统

落地实施过程中需要注意的几个问题

1、商家支持力度

没有商家的支持力度，万惠达平台就没有吸引力，因此，商户的支持力度是一个重要环节。

首先，万惠达当地运营商要有力度，古人云“舍不得孩子套不住狼”，通过自身的力度支持引导其他商户给出力度。

其次，针对近 60 个细分行业，如：餐饮【火锅、牛排、中餐(酒店)、中餐(餐厅)、休闲农庄、中餐(快餐)、龙虾、咖啡、茶楼、蛋糕房、日韩料理、冷饮/热饮、水果/干果】、娱乐【影城/电影院、量贩 KTV、商务 KTV、酒吧、清吧、健身房、舞蹈/瑜伽、足浴/沐足、洗浴、汗蒸、影 K/私人影院、美容养生、美甲/美妆、水上乐园、儿童乐园、亲子、采摘、跆拳道、婚纱摄影、儿童摄影、桌球/台球、射箭、网咖、主题酒店、快捷酒店】、生活服务【洗车/汽修、车险、美发、珠宝首饰、刺青、手机店、艺术培训、教育培训、孕婴店、婚礼婚庆、土特产(鸡蛋、干洗店、鲜花/绿植、宠物店)】等，不同的商户给出的活动方案、力度不同，要灵活把握这些行业的活动力度。

2、先从哪些行业着手？

本身我们有一些关系比较好的联盟商家，先从这些商户入手，他们会给予一定的支持。这些商户的活动上线了，拿着这些案例跟其他商户沟通也便利些。

并且，在沟通过程中，这些商户可能也会给我们介绍一些其他的商户。每个商户都有合作的商户，我们就是整合这些资源。一步步的跟进、扩展。

3、如何吸引商户加入

此次合作，主要是我们联合本地知名商户进行一场联合推广宣传，所有商家都给免费、特价的活动，用共同的资源吸引网友、顾客办理万惠达会员卡。比如有 30 个商家合作，每个商家每月发展 300 个会员（日均 10 个），那就是 9000 会员，意思就是有 9000 个人会到他们喜欢的商家去消费，这样的力度很强大，关键是，所有过程中商家不用出一分钱的费用。

这里有三个重点：一是免费、特价活动；二是免费推广；三是推广量很大，必然有效果。



商务经理去商户的谈判说辞：

(1) 亮明身份：你好，我们是****

(2) 说明来意：我们准备举办一个联盟商家互助的推广活动，邀请知名的公司一起参加，全程免费推广、宣传。鉴于你们在行业的地位与口碑，希望你们可以参加。

(3) 具体解释：我们每个商家都出一个免费、特价的活动，在我们的营销平台上进行展示，通过这些活动来吸引顾客到店体验，进而进行促销，达到发展顾客、提升业绩的目的。

4、如何宣传

一般的，宣传渠道是活动的成败关键，但是我们不缺宣传渠道，并且都是免费的，关键是各个商家得配合。当然，既然能主办这次活动，我们可以让商户进来，也可以请他出去，所以，大家必须行动一致配合宣传。主要途径有：

(1) 商户微信公众号群发

如果有 10 个微信公众号，每个 10000 粉丝，就是有 100000 粉丝可以收到活动信息。

(2) 商户员工朋友圈转发

如果有 30 商家，平均 10 个员工，每个员工 500 粉丝，就有 150000 粉丝可以看到。

(3) 扫码营销系统逐一群发

如果有 100 人扫码（店内搞活动吸引），人均 500 粉丝，就有 50000 粉丝可以看到。

5、大型品牌商户不好谈

大型品牌商户谈一些，对于万惠达在当地档次的定位也很关键，大家都想谈好的商家。

大型商户因为股东关系、管理体制的限制，很难接触到主要负责人，存在一定的难度。可以尝试去接触，无非就是碰壁，如果实在困难，放弃也无妨。另外，通过后续商户的资源人脉，可能也会有人给你引荐，从而实现见面谈判。

其次，既然是知名商户，在当地必然有一定的口碑与业绩，生意好的商户与我们合作的机会比较低：本来赚钱的事情，不可能给你免费。但是也有一种可能，如果那个老板有好几个不同行业的门店，那就可以进行利益交换：所有的门店都上架，用生意好的门店给生意不好的门店进行引流。生意好的门店力度低点，生意差的力度高些。

最后，努力了，既然拿不下，就算了。老大不合作那就找老二，老二不合作就找老三，每个行业的商户都是有很多家，总会有人愿意合作，只是过程是否曲折的问题。



一般的，大型商户的履约能力相对较强，因此，就算有困难，也要谈大型商户。试想，生意差的商户，除了市场因素，与内部管理、沟通有直接的关系，履约能力也会相对较弱。

6、商户临时毁约

有些商户给的活动力度很大，在实行的时候却不合作了，这个很正常：

（1）哪些地方都有一些垃圾商户，他们不诚信很正常。在谈商户的时候我们要根据商户的口碑进行挑选。

（2）商户内部的股东、管理之间可能存在方案的认同问题，如果有人反对，这个方案肯定就会流产。因此，活动上线前要与每个商户进行沟通，如果可以，提前 1 天邀请所有商家聚会（培训）一次。另外，可以创建商户共赢群，群里可以随时沟通。

（3）在洽谈商户时，如果感觉到商户的意愿不是很强烈，那就找下此行业愿意积极配合的商户，以免出现问题。如果两个商户竞争，那就会好操作些。

（4）如果毁约，或者没有兑换服务，先电话沟通，无法立即解决的，直接给予该商户活动全部下架，以避免更多的麻烦出现。

7、商户需要沟通的问题

遇到的各类问题，除了平时的积极沟通外，最好通过专门的商户培训会议，对此次活动对着所有商户再讲解一遍，并且允许商户提问，以便解决更多商户的疑惑：

（1）活动的意义：通过建立共赢生态圈，以共赢的目的发展会员

（2）宣传效果

（3）扫码群发问题：可能有的员工会担心扫码的安全性，通过说服、引导即可。主要是要求老板会店长督促到位，每人都必须扫码。如果老板有意见，可以这样引导：我们是建立的共同营销联盟，如果你不群发别人的，别人为啥群发你的。所有人的格局都大些，更有利于我们的发展。

（4）在线购买流程

（5）会员激活码激活流程：因为系统是根据你的地理位置判定你所在的城市以及你周边的商户。所以，在登陆系统后弹出的“地理位置授权”信息对话框必须点“确定”，不然什么都无法操作。

（6）消费验证流程

(7) 活动使用：如果商户有空余的资源，就算是规定的预约的没有预约，尽量给顾客安排。我们做活动的目的是做口碑、做宣传，不能因为一些限制而冷落了顾客的心：就算顾客用的是免费的资源，他们也不矮一截，不要用任何歧视的目光看待他们。伤了一个人，损失的可能是很多顾客。我们要一视同仁，做好每一个服务细节。

8、会员去商户消费，店员竟然不知道活动

最大的可能是店内没有宣达，或者不知道活动开始时间。

因此，为避免此类麻烦，在活动开始前要跟他们负责人沟通好，提醒他们在店内进行宣达，活动开始的第一天，要通过电话预约的方式进行询问，测试前台是否知晓。如果前台还未知晓，就立即联系该商家的负责人紧急通知、解决。

事实上，再完美的准备工作只是让误会少一点，减少顾客的投诉。实际操作过程中，第一批去店消费的顾客，总会遇到一些麻烦，后续会慢慢好起来，毕竟有流程可操作，店内不会茫然无措。

9、KTV 联盟商户谈判示例

A=KTV 商务代表 B=C=联盟商户工作人员

(如果是认识的商户，最好提前预约。不认识的或者没有联系方式的直接前往即可)

(到达商户门店)

A: 你好，我是***KTV 的(亮明身份，让对方知道你是谁)

B: 你好。

A: 我们 KTV 准备举办一个联盟商家互助的推广活动，邀请知名的公司一起参加，全程免费推广、宣传。鉴于你们在行业的地位与口碑，希望你们可以参加。(说明来意，让别人知道你准备干嘛？以方便下一步解说)

B: 哦，这个你跟我们老板说吧。

B: 这个就是我们老板。

A: 老板你好。

C: 你好，你们这个活动具体怎么操作啊？

A: 老板你好，我们这个活动是免费参加的。

A: 我们每个商家都出一个免费、特价的活动，在我们的营销平台上进行展示，通过这些



活动来吸引顾客到店体验，进而进行促销，达到发展顾客、提升业绩的目的。

A: 活动全程商户不用出一分钱，通过活动给店内带来客流，直接给公司赚钱。

C: 我们需要做什么啊？

A: 咱们店只要出 1-3 个活动即可，比如，咱们店可以上一个免费的活动，一个特价抢购的活动，通过这些活动吸引不同消费层次的顾客来消费。

C: 你们是怎么宣传的啊？

A: 我们主要通过以下方式进行宣传：

(1) 所有参与商户的公众号进行群发

(2) 所有商户的员工进行朋友圈转发

(3) 所有商户的员工进行扫码群发。我们公司研发的有一款群发系统，扫码登陆后，一对一的发送给他的所有好友，通过这种病毒式的营销达到宣传的目的。执行好的话，一周之类基本 50% 的玩微信的人可以看到这个信息。

C: 这个倒是挺有意思的，你们可以保证执行到位吗？

A: 当然，执行的效果直接决定我们这次活动的成功与失败。所以，我们原则上每个商圈的每个行业只找一个合作商户，至少周边 3 公里之内没有他的竞争对手。这样最大程度的保证合作者的利益。反过来讲，他们不合作，同类型还有很多的商户，其他商户或许有兴趣。毕竟是免费的宣传，对他们只有好处没有坏处，为啥不合作呢？

C: 活动是谁都可以参加的吗？那会不会影响我们的生意呢？

A: 所有活动只有会员才能参加。会员需要在线上或者线下开通，开通之后在有效期内才可以使用。一般是月会员是 30 天。30 天内所有活动可以使用一遍，因此，顾客前往商户消费是有一个门栏的，与满大街的发的优惠券有本质的不同，所以，我们都要求商户给最大的优惠力度。

C: 你的意思是商户也可以卖会员吗？

A: 是的，线下会员主要是商户进行售卖。就是会员激活码，只要登入系统激活就成为会员了。顾客在商户购买会员是直接给商户付款完成的。商户提前在我们这买码即可。会员码从激活开始计算，30 天的使用期限。

C: 买多少有限制吗？

A: 这个没有限制，因为如果你挣钱，肯定会继续购买，没钱赚你肯定不会买。另外，因为会员是月会员，所以，你不用担心会员码卖不出去。就自己店的店员，你就可以卖出去很多。

因为一年一人如果全部购买的话，可以卖 12 个激活码，因此，这个会员码的市场很大。

C: 什么价格哦?

A: 线上我们计划是 19.9 元/月，给商户是 5 元/个，25 个起，购买的都需要是 25 的倍数。我们不限购买数量。

C: 我们如何售卖啊?

A: 有这几种方式:

(1) 全员营销，到店的顾客均进行促销，通过员工的途径卖码。可能有人会说，我们店内为什么卖啊。其实你要是懂得营销就知道商家都卖码的能量了，如果每天每家卖 10 个，30 个商户就是 300 个，意思就是有 300 个顾客会到所有感兴趣的商户进行消费。表面上你在卖我们的会员，其实是在给自己发展更多的会员。

(2) 会员谁卖出去都是赚钱，与其让别人赚钱，为啥不自己赚。就算让员工赚，也是一种福利啊。为啥不卖，怎么算都是好处。

(3) 结合店内的产品进行组合式销售。搭售的方式更能让别人接受。

(4) 把这个会员激活码与店内活动结合，比如，进店消费就送价值 1280 元的全免特权，其实送的就是一个会员激活码，可以享受所有活动的优惠。

C: 还有其他好处吗?

A: 是的，其实你可以这样理解，这个系统对外宣传可以说是你们店的，无疑，通过这么多的活动可以提升年你们的知名度与档次，并且所有的商家都不用你联系、维护的，只是买了一个会员码就可以享受这些好处，是联盟商家与商户合作的最佳途径。所有的工作，我们都给你做了。