有赞.美业

美业连锁数字化解决方案

帮助每一位重视产品和服务的商家成功

01

关于有赞

有赞，是一个商家服务公司，
于2012年11月在杭州贝塔咖啡馆孵化成立。

我们帮助每一位重视产品和服务的商家私有化顾客资产、拓展互联网客群、提高经营效率，全面助力商家成功。

有赞目前拥有社交电商、新零售、美业、教育及有赞国际化五大业务体系，通过旗下的社交电商、门店管理和其他新零售SaaS软件产品、解决方案及服务，全面帮助商家解决在移动互联网时代遇到的推广获客、成交转化、客户留存、复购增长、分享裂变等问题。

面对商家与开发者的定制化服务需求，有赞还推出了PaaS服务平台“有赞云”，全面支持商家和开发者定制各类个性化解决方案。

针对商家的“流量”难题，我们还拥有有赞推广、有赞分销等服务与平台，帮助商家定向解决引流获客、搭建分销体系等难题。

同时，我们还推出了放心购、7x24h智能客服系统等一系列保障消费者权益的服务，逐步形成了一套完善的消费者保障体系，从商家监管、担保交易、消费者服务等多维度保障消费者权益，增强消费者与商家间的信任与链接。

做生意，用有赞。

北京	• 北京研发中心 • 市场营销中心 • 区域运营中心
上海	• 区域运营中心
杭州	• 有赞总部 • 区域运营中心
成都	• 区域运营中心
广州	• 区域运营中心
深圳	• 有赞美业运营总部 • 区域运营中心 • AllValue 运营总部
香港	• 中国有赞香港办公室



上市公司

2018年4月，有赞完成在港上市，香港上市代码08083. HK

4000+名员工

技术类人才占比 50%以上，产品技术高速迭代



支付牌照

持有中国人民银行颁发的《中华人民共和国支付业务许可证》

543万注册商家

截止2022年底

7大办公区，47个区域商盟

北京、杭州、上海、广州、深圳、成都、香港均设办公驻地，商盟覆盖全国，涉及巴黎等海外地区

致力于成为商家服务领域最被信任的引领者，和成就优秀人才的美好组织。



产品

超2000+营销工具

每年超900次重大更新



技术

99.99%系统稳定性

订单处理10万笔/秒



服务

一站式开店服务

专属服务团队助力提GMV



生态

对接流量平台、开发者

提供资源对接机会



资质

央行颁发支付牌照

资金处理全程合规



安全

国际顶尖技术认证

银行及安全保障

2022年服务商家总交易额 1014 亿元人民币

持续帮助商家创造增量价值



100%

订阅门店SaaS产品的
存量付费商家，同比增长超100%



28%

门店SaaS业务GMV占比
提升至28%，同比增长超100%



110万元

有赞服务单个商家的
平均销售额超110万元，同比持续提升

02

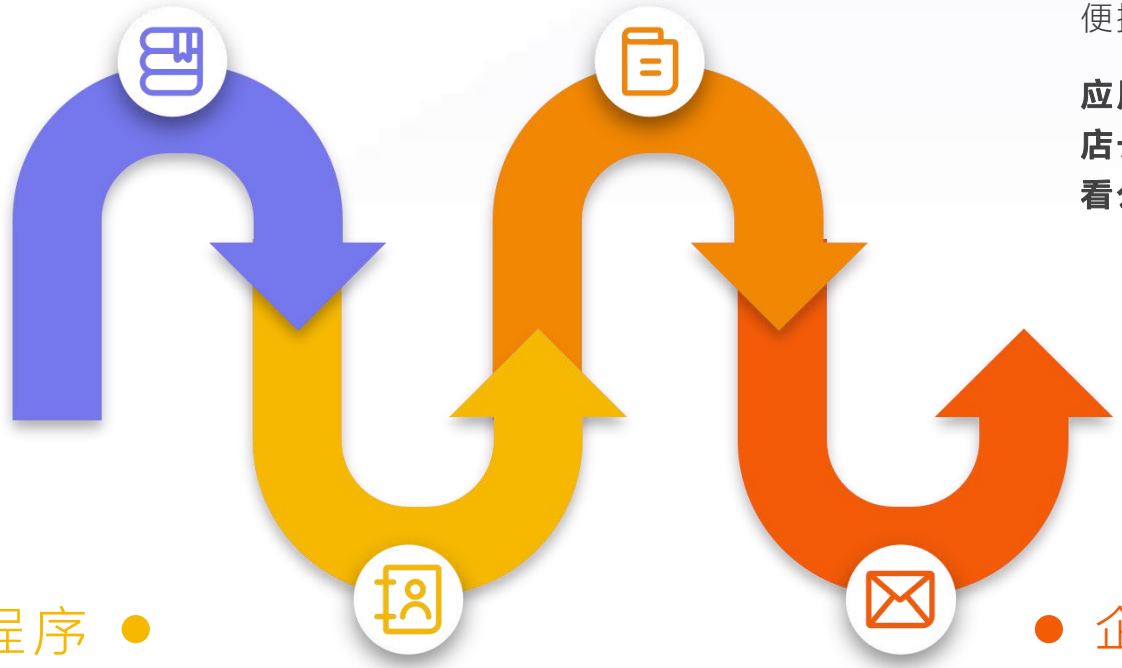
有赞美业解决方案全景图

有赞美业产品矩阵

电脑端管理后台

集成的关于员工管理、会员管理、品项管理、营销管理等的一体化SAAS系统

应用场景：门店应用于开单收银、营销活动等；总部应用于数据分析、资金归集等



手机端APP

便捷地进行数据查看的应用端口

应用场景：手艺人实时查看个人业绩；店长实时查看门店业绩；老板实时查看公司业绩

小程序

品牌直接面对消费者的线上直营渠道

应用场景：消费者进行预约、下单、查看卡项余额等

企业微信助手

基于企业微信二次开发的客户管理工具

应用场景：总部建立营销计划，帮助门店进行精准地自动化营销

受够了多系统的麻烦？ 一套软件解决全部经营需要！

美业连锁一体化经营解决方案



有赞.美业

有赞美业解决方案全景图

公域多渠道到店留存

公域多平台联动 | 到店核销 | 多策略留存

价值：公私域联动体系建成，促进招商，赋能门店多样化留存手段

有赞美业SaaS | 企微落地服务 | 营销活动策划服务

私域用户运营

公转私触达 | 私域用户运营 | 私域活动转化

价值：实现更多新客私域沉淀，提升非会员客户的转化

有赞美业SaaS | 私域代运营服务 | 私域直播代运营服务



品牌DTC与社交营销

小程序商城 | 社交内容运营 | 社交营销增长

价值：建立品牌自营渠道，构建私域营销流量池

有赞美业SaaS | 品牌装修服务 | 营销活动策划服务

会员精细化运营

会员体系运营 | 客户细分运营 | 精细自动化营销

价值：提升老客体验，促进消耗、续充、裂变

有赞美业SaaS | 数据导入服务 | 数字化深度实施服务

门店数字化

客户旅程数字化 | 门店管理数字化 | 账务数字化

价值：门店管理更高效，经营决策更科学

有赞美业SaaS | 数字化深度实施服务

连锁数字化

连锁多形态综合管理 | 总部赋能门店 | 品牌化与定制化

价值：加强总部连锁管理能力，构建品牌连锁生态

有赞美业SaaS | SVIP 服务 | 营销活动策划服务

03

公域多渠道到店留存

有赞美业公域多渠道到店留存全景图



让客户到店里来

多流量平台策略指导

流量基本盘

垂直场景流量

社交营销渠道

多流量平台连接支持

订单连接及核销

订单连接及核销　专属营销活动

运营链路连接　交易闭环

把客户留在手里

客户数字化资产留存

档案　资产

订单　跟进日志

到店多样化留存

关系留存&体验升级

小程序商城　个微　企微　卡项/Plus会员　公众号

体验升级&转化促进

1v1回访　社群　营销活动　表单邀约　会员积分　直播活动

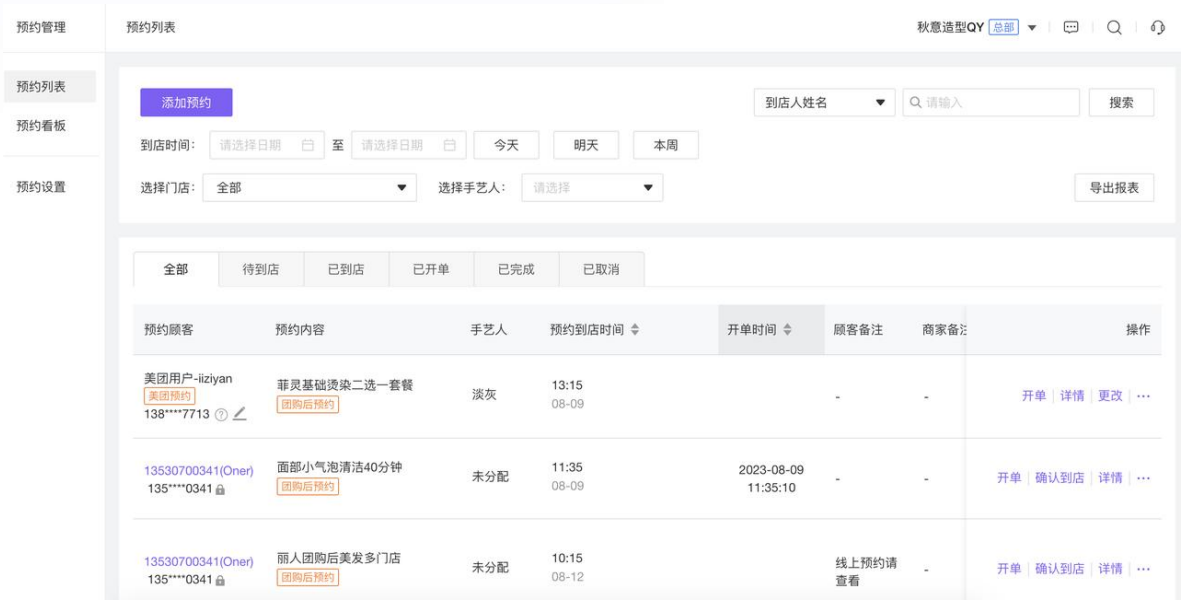
有赞美业实现公私域的完整一体化（美团）



美团购买后预约



预约信息直接同步

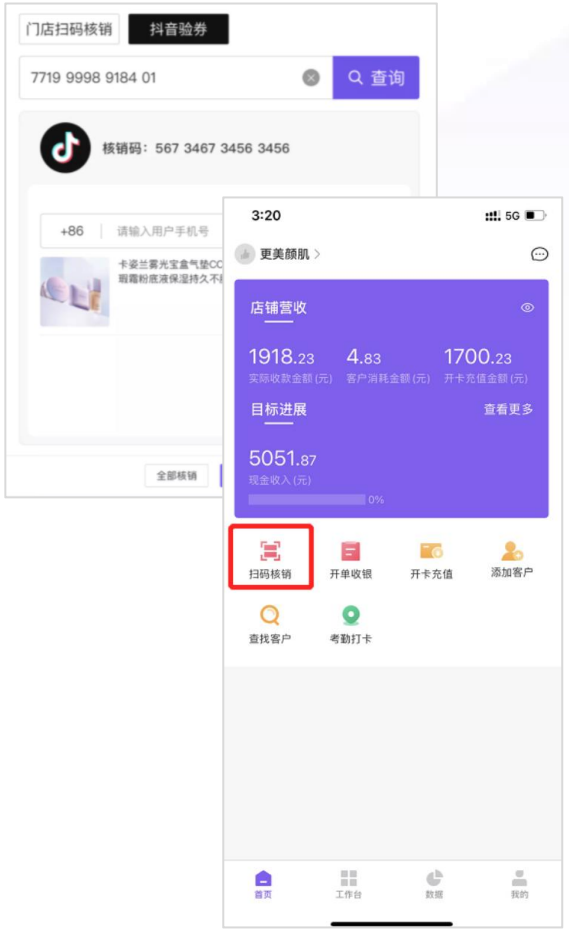


后台可查看客户预约信息

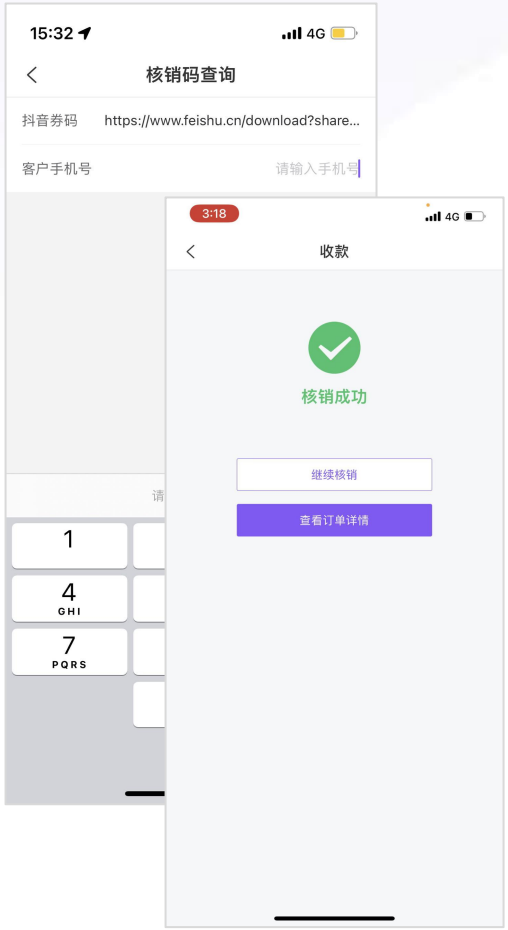
有赞核销示例（抖音）



抖音团购及券码

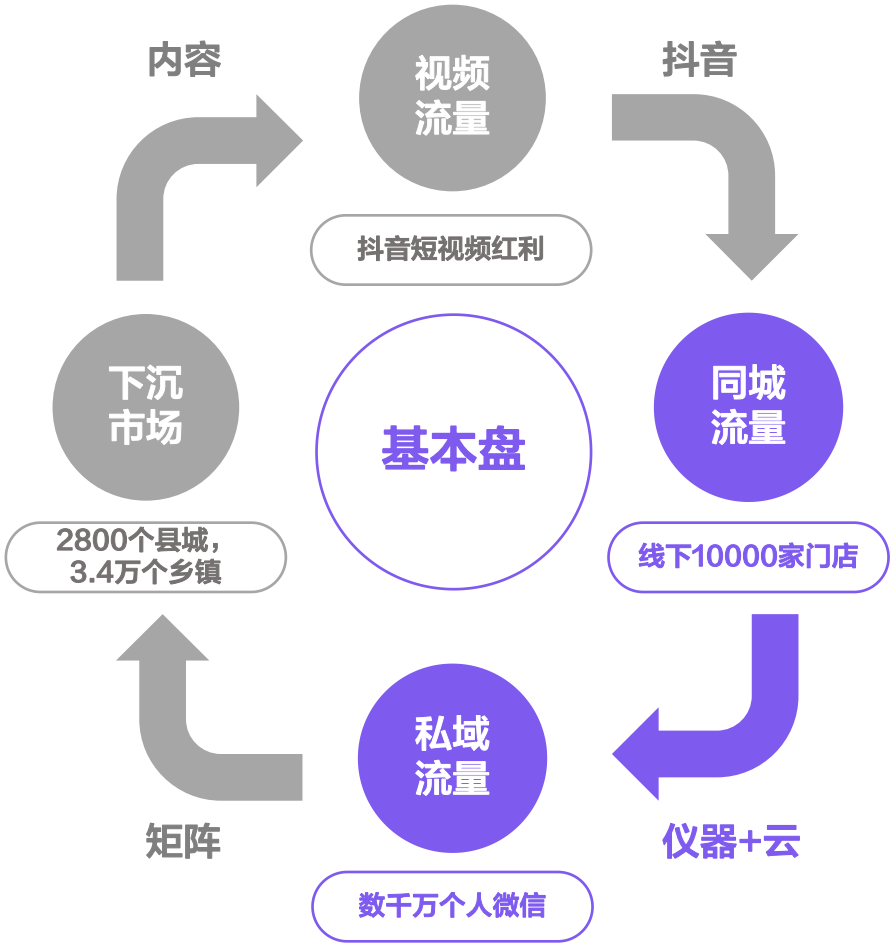


PC端及移动端核销



客户数据留存

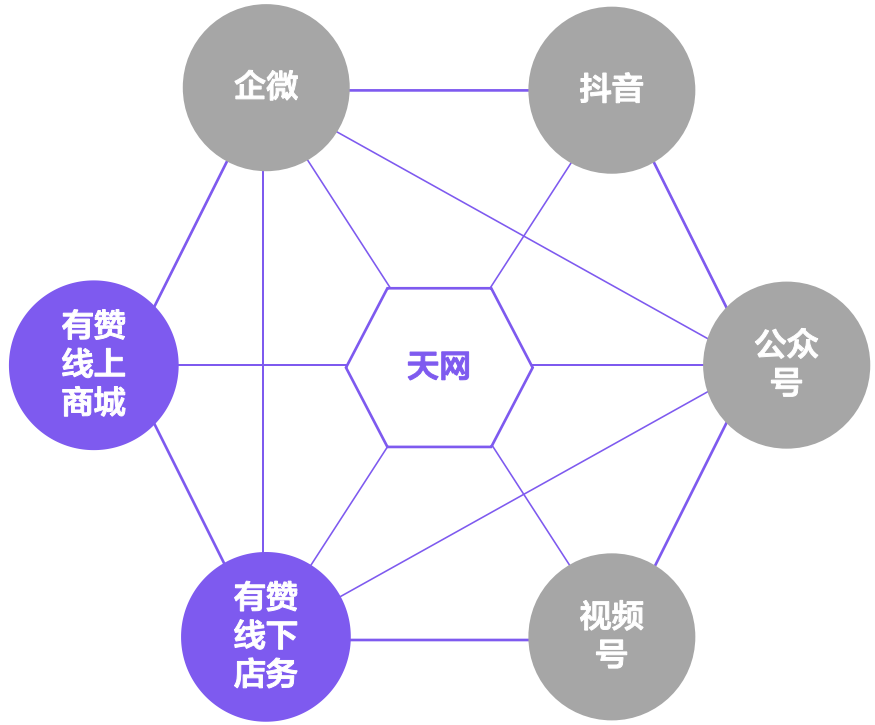
有赞美业在芳香世家业务中的定位



线上品牌商城引流转化：

- 公域流量间接引流；
- 私域平台流量连接（视频号跳转、企微分享）

私域天网结构



线下门店管理&营销：

- 公域团单核销衔接
- 私域运营功能连接（公众号提醒、企微社群运营）

芳香世家：连锁品牌同城战役公私域体系建设，夯实招商及数字化优势

芳香世家
SPICERYHOUSE
芳香世家皮肤管理中心

- 兼具美业&零售业务的国潮护肤品牌
- 7000+门店下沉市场布局
- 产品加盟向整店输出的转型期

经营洞察

- 抖音同城成为当下性价比优异的拓客平台；
- 连锁在同城流量上的网络效应巨大；
- 到店顾客可反复运营；

- 借力抖音势能，扩大加盟吸引力；
- 全国性开展同城流量战役；
- 武装留存手段，私域运营顾客；

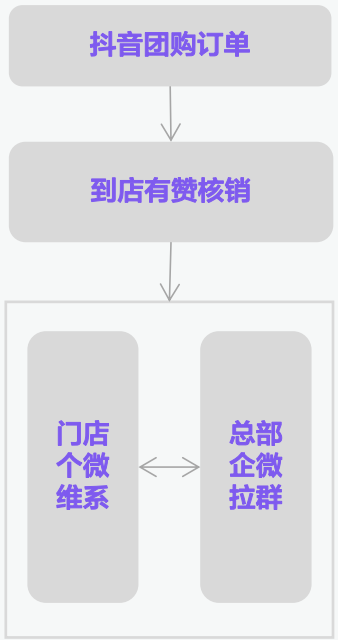
有赞美业解决方案

融合公私域 提高加盟吸引力

在原有的加盟政策上
新增了公域获客+私域运营的赋能内容



连接抖音 构建公—私域通道



线上营销 开辟门店收入新手段

小程序商城
- 线上展示
- 线上预约

线上营销活动
- 新客特惠
- 到店有礼
- 消费有礼
- 满额有金

关键成果

30位
月新增加盟商

500家+
加盟商成功数字化

2070万+
22年线上GMV

04

品牌DTC与社交营销

小程序打通私域商业闭环

微信公开课：小程序的重点目标是助力商家打造自己的商业闭环





视频号导流小程序



公众号导流小程序



企业微信导流小程序

小程序商城精装DIY

模块化拼装简单快捷，合理化布局营销提效

基础组件	拼图 轮播海报 文本导航	服务 产品 卡项	商品分类 商品搜索 ……
业务组件	网店信息 商家信息 门店选择	员工 电话咨询 在线客服	……
营销组件	秒杀 多人拼团 同行减价	体验价 爱逛直播 小程序直播	弹窗广告 ……

主推活动

新人体验/品类专场/季节专供等

推荐服务组合

清洁补水/修复套装/美白嫩肤等



主视觉海报，突出氛围

品牌活动/特惠专区

会员注册

引导注册/权益兑换/储值等

分类导航

品类/品项分明，引导下单

专区推荐

爆品专区，清晰的服务指引

小程序功能页面展示


塑青春MODELYOUTH
塑青春温州世贸店 >
距离910.4km
量肤定制
精准修护
一肤一方案
ONE SKIN ONE SOLUTION
直营连锁
专属服务
品质承诺
进群享3重福利
月度抽奖 | 幸运锦鲤 | 免单惊喜
长按识别 进群领取
积分礼遇
Point exchange
首单特惠
Preferential
变美商场
Beauty store
新人专享 查看更多
赚
首页
预约
商城
我的


预约
最近消费
欢迎光临 希望您能喜欢我们的服务~
深圳南山海岸城店
更多门店 >
营业中
周一至周日 09:30~22:00
广东省深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道15号海岸大厦东座143
服务项目
去选择 >
今天 08月03
明天 08月04
后天 08月05
更多
11:30 12:00 12:30 13:00 13:30
14:00 14:30 15:00 15:30 16:00
16:30 17:00 17:30 18:00 18:30
19:00 19:30 20:00 20:30 21:00
已约满
邓江林
最早可约10:00
丹丹
最早可约12:00
晓涵
今日不可约
预约时间:
请选择项目
首页
预约
服务
我的


商城页
搜索
招牌项目
王牌项目
痘肌管理
屏障管理
敏肌管理
抗衰管理
家居护肤
次卡套餐
招牌项目
祛痘
面部祛痘（升级版）
¥398
详情
背部祛痘（升级版）
¥598
详情
黑头净肌
黑头净肌升级版
¥398
详情
细胞氧疗
细胞氧疗
¥398
详情
敏感肌修护
深层润养
赚
首页
预约
商城
我的


个人中心
Max
青柠 ▶
会员码
青柠
查看详情
送优惠券
卡项
0.00
总余额(元)
0
优惠券
14
积分
订单
查看全部 >
待付款
待消费
待发货
待收货
待评价
预约
我的权益
购物车
战痘合伙人
礼品卡
积分
设置
首页
预约
商城
我的

小程序品牌案例

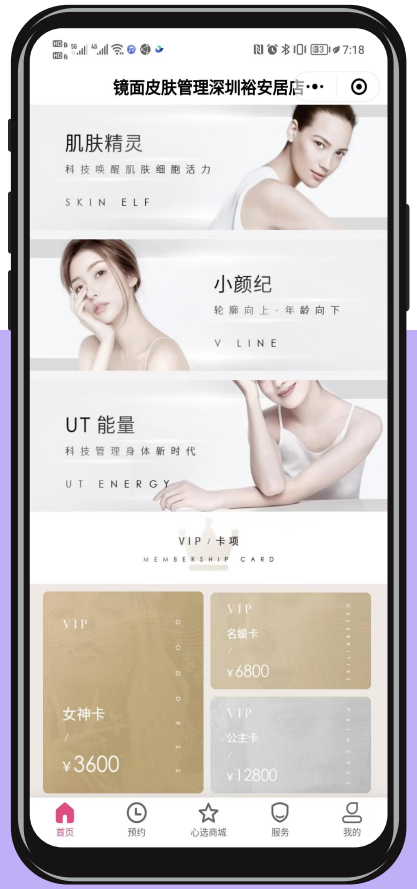
好看的皮囊百看不厌，实效的经营更进一步



BOSS H肌肤管理



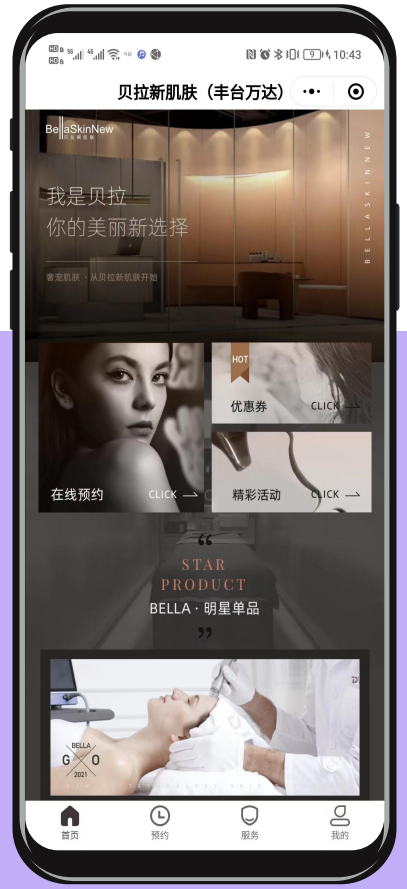
花山院



镜面皮肤管理



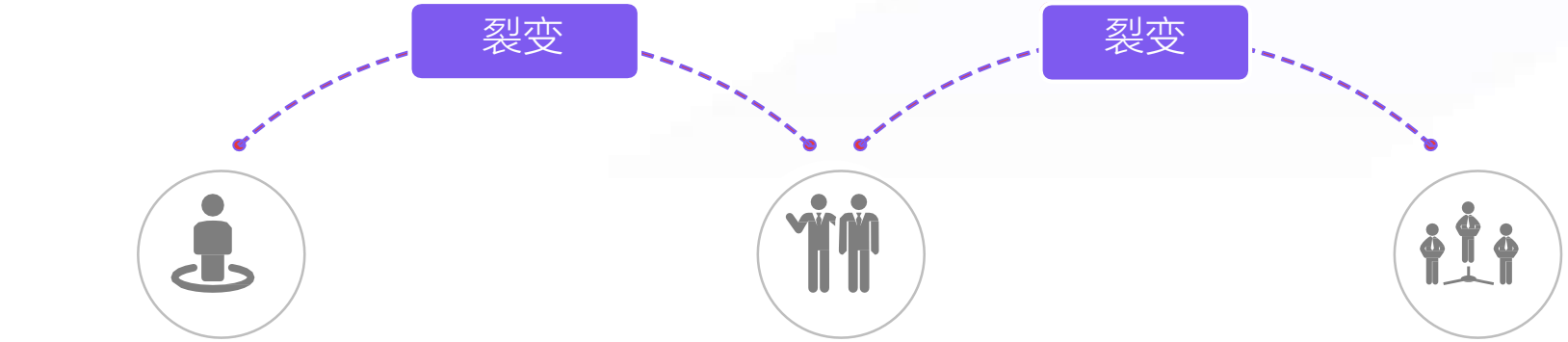
江南Skin Care



贝拉新肌肤

有赞助力社交营销增长

基于美业经营场景量身定制的社交营销裂变工具





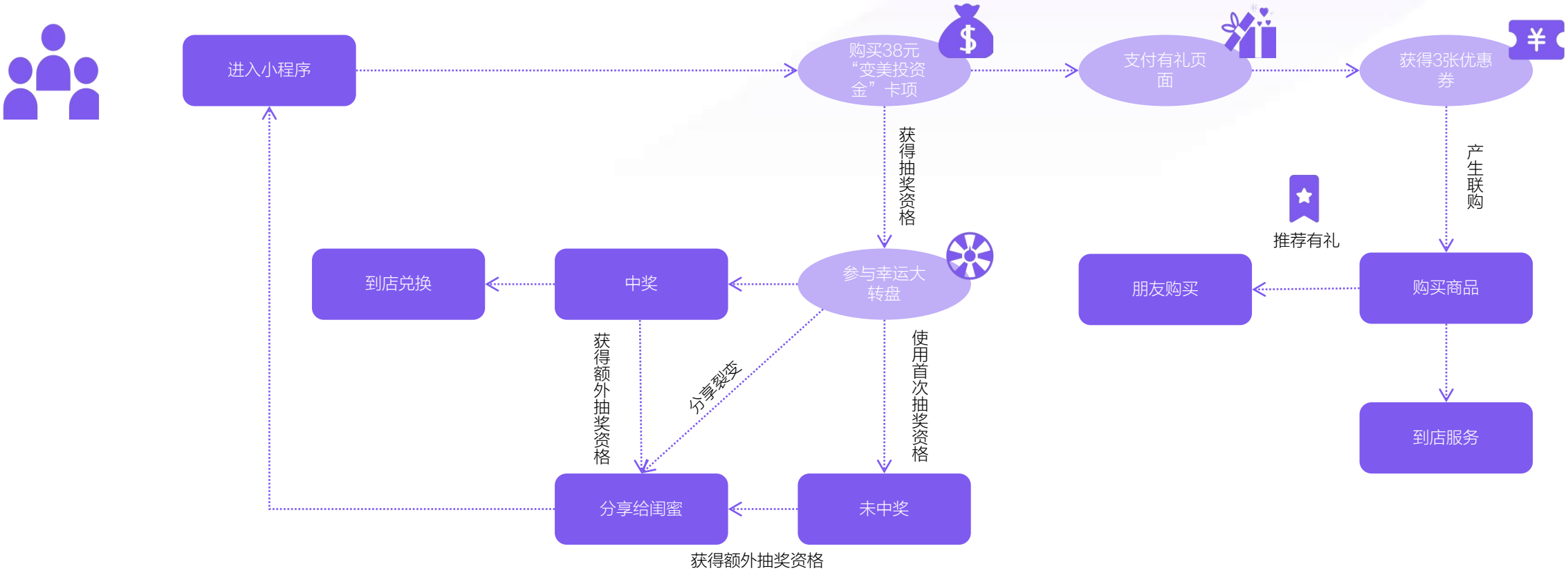
有赞助力社交营销增长

基于消费者全生命周期发力营销增长

需求	• 找到离公司/家近的美肤品牌 • 了解该品牌的评价/服务/活动	• 好的服务体验，预期效果 • 高性价比的长期服务方式	• 尝试更高级/更多元的服务 • 周期性服务，达到理想目标	• 获得更优惠的价格 • 分享偏好，凸显身份
阶段	**新（老）到店**	**锁客**	**联购复购**	**老带新**
客户行为	网络渠道了解美肤品牌	产生心理评价	计算卡项价值/服务单价	思考服务价值 考虑自身需求	赚取佣金	分享生活，推荐服务
客户思考	• 品牌是否满足个人需求? • 别人是怎么评价的?	• 环境、沟通、体验感等如何? • 套餐和优惠有没有坑?	• 短期价值? • 长期价值?	• 正好朋友需要，一举两得? • 分享给朋友能提高社交身份?
有赞营销功能	品牌展示 体验价 进店有礼 现金券	注册会员 Plus会员 抽盲盒 支付有礼	充值赠送 折扣卡 定制卡 通卡	拼团 推荐有礼 同行减价 推广员

社交营销功能组合引爆流量

My Hair社交营销案例：支付有礼+礼品券+幸运大抽奖+推荐有礼



该品牌单店营销活动效果

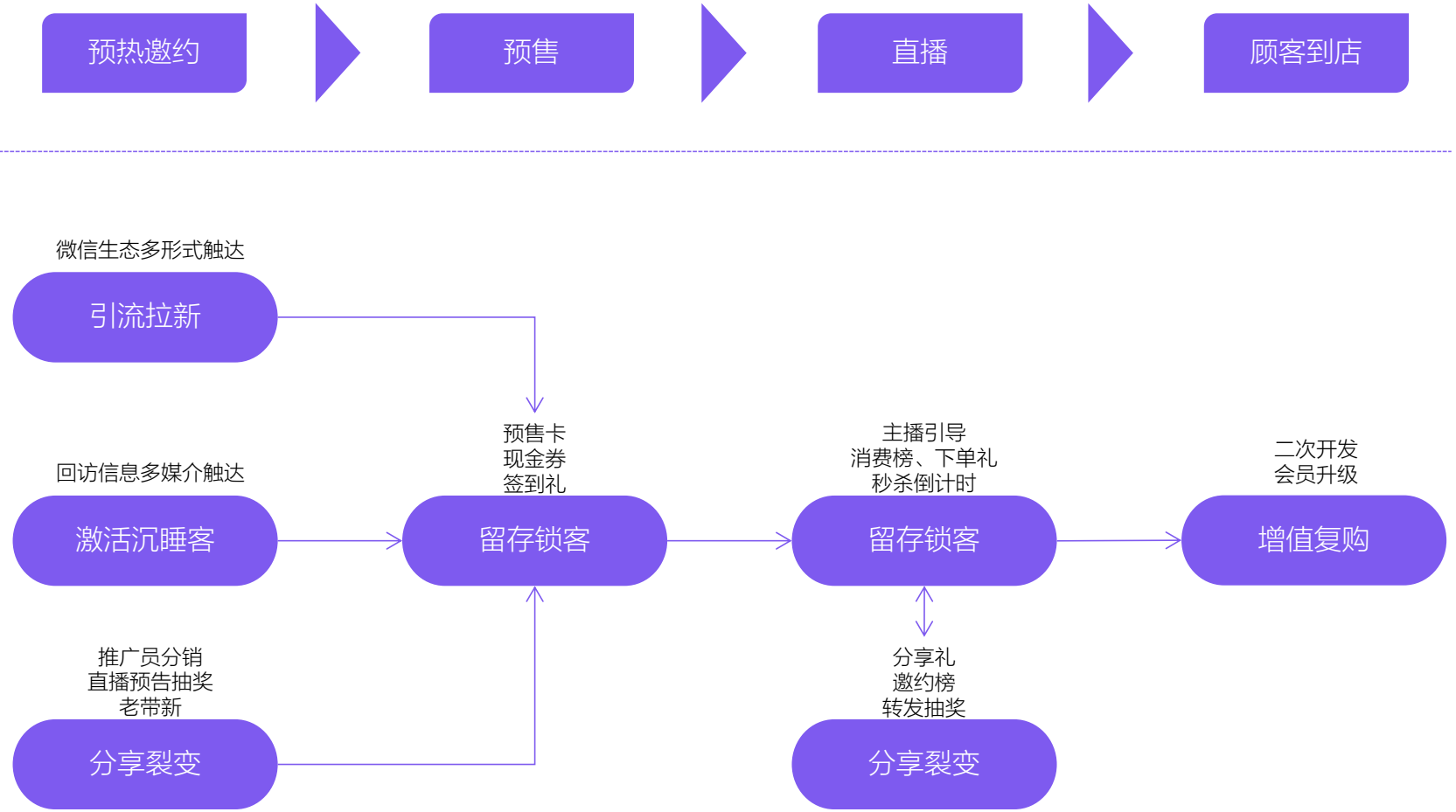
基础目标：销售300张引流卡

挑战目标：销售400张引流卡

完成结果：销售538张引流卡

直播赋能

直播花式玩法，刷屏朋友圈，刺激社交裂变





直播赋能

总部联播赋能，门店营销提效，拿下更多订单





核心能力

有赞爱逛的联播技术是业内“首创”，通过主会场联动各个分会场，分会场同步主会场直播间的形式，将企业的“标杆级”直播间内容同步至各连锁店，解决部分门店不具备直播销售能力的缺点，带动门店的整体销量与成交，增强品牌影响力。

渠道效果精准监控　　30+数据指标　　多维度全面对比

总部赋能

有赞美业接入爱逛联播能力，可实现总部进行直播赋能、门店在私域流量池转发画面、订单落入门店

从公域流量中产生的订单，若商品为产品，订单将落入指定为主会场的门店中；若商品为服务，订单将落入顾客选定的指定门店中

05

私域用户运营

有赞美业企微助手简介

员工可在侧边栏一键发送生日祝福/会员关怀/商品/优惠券/回访模版/营销政策等

全面的知识库，图片素材，链接/小程序，简单发送易操作，定时发送不遗忘

客户画像　素材库　优惠券　话术库　商品库



员工回复效率 ↑

客户满意度 ↑

打通有赞美业商城，同步客户标签和订单，员工能够快速了解客户，提供更优质的服务

将有赞美业商城的优惠券关联至企业微信聊天侧边栏，员工点击即可快速的发送给客户

依托有赞大数据能力，根据客户偏好，智能推荐商品，提高员工的推广成功率

有赞美业私域用户运营模型

基于美业线下服务属性而打造的独有的数字化运营模型

	链接	触达	转化	忠诚
				
	更多数字化客户	**更高有效触达率**	**更高触点转化率**	**更高客单LTV**
关键指标	潜客数量	有效触点数量	会员转化率	复购率
	新客数量	触达成功率	二次到店	裂变系数
	会员数量	用户响应时长	沉睡客户激活	评论数
	获客成本	触达成本	营销转化	超级客户数
关键动作	微信触点	内容运营	会员转化	权益体系
	门店触点	企微运营	回访邀约	人群标签
	平台触点	社群运营	流失召回	线下运营
	广告触点	公众号运营	营销活动	自动化营销

有赞美业私域用户运营模型

业绩增量
私域代运营

= **沉淀更多私域客户**
更多体验客二次到店&复购客户

× **提升客单价**

× **更高私域成交转化率**

目的	客户盘活· 美业公转私 · 触点搭建	搭建客户精细化运营体系	有赞美业代运营
核心价值	搭建私域客户池，沉淀更多有效客资	提升美业商家的单客价值	前沿玩法提升转化，助力品牌GMV成交
解决方案	门店数字化升级落地 公域转私域 个微迁移企微 沉睡客激活	企微品牌ip打造 美业客户标签体系 客户分层分群 精准营销	营销活动代运营 企微社群代运营 直播代运营

深耕6年，提供美业私域运营方案操盘精细化SOP、运营陪跑、代运营服务

有赞美业代运营 · 运营服务由浅到深

BOSS H 日式にほんSPA肌膚管理社
客户触点搭建、客户精细化运营

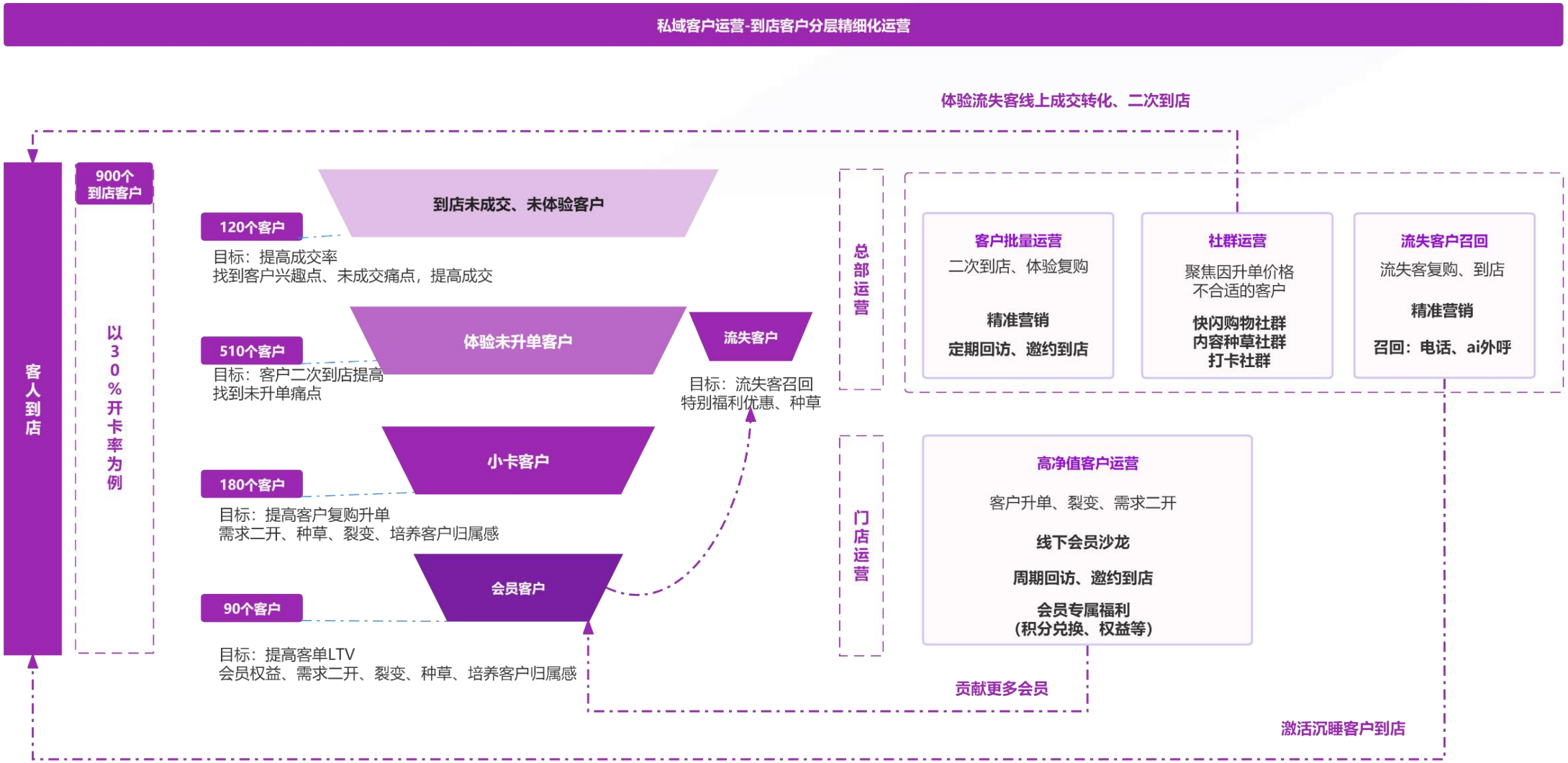
联成益美
小红书IP公转私、企微社群活动运营

潘多拉 Hairsalon
美发企微落地、营销活动落地、企微社群运营

华熙生物夸迪
公转私客户导流，企微社群运营

有赞美业私域用户运营模型

总部与门店共同建立和谐的客户管理体系，实现有序运营



私域用户运营案例-华熙生物夸迪



品牌介绍

夸迪QUADHA品牌成立于2018年，是华熙生物旗下主打冻龄扛初老品牌。夸迪 科技美肤体验中心是将美妆美体、高端院线项目、专业沙龙护理打造于一体的 科技美学中心，为都市女性用户多元、高效的御龄体验。

商家需求

有赞.美业

企业微信

淘宝、抖音客户公转私运营

私域客户企微社群运营

构建线下科技美肤门店数字标准模型

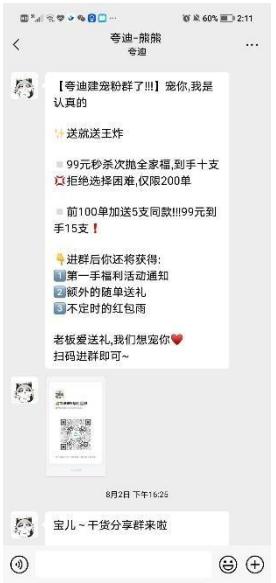
私域用户运营案例–华熙生物夸迪

天猫/抖音包裹/小程序裂变+短信全渠道获客矩阵+周期性社群运营

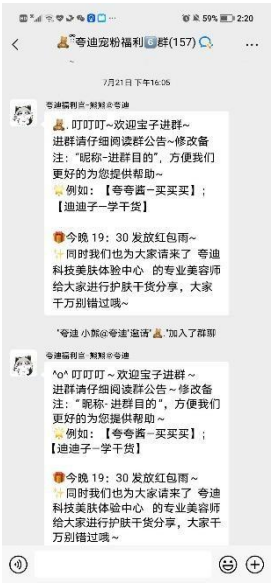
社群定位



1v1私聊邀约



进群福利



活动种草



社群活动爆破



社群选品及满意度调研



06

会员精细化运营

有赞美业会员精细化运营全景图

会员体系建立

- 等级体系
- 成长体系
- 储值体系
- 积分体系

会员数据管理

- 线上线下全场景数据
- 客户分层分群
- 智能化分群
- 移动化客群管理

会员维系运营

入会 → 消耗 → 续充&裂变 → 沉睡

针对不同阶段的线上玩法

入会有礼	积分营销	专属特权	优惠券
幸运抽奖	会员日福利	拼团砍价	幸运翻牌
权益兑换	进店有礼	分销机制	私域直播

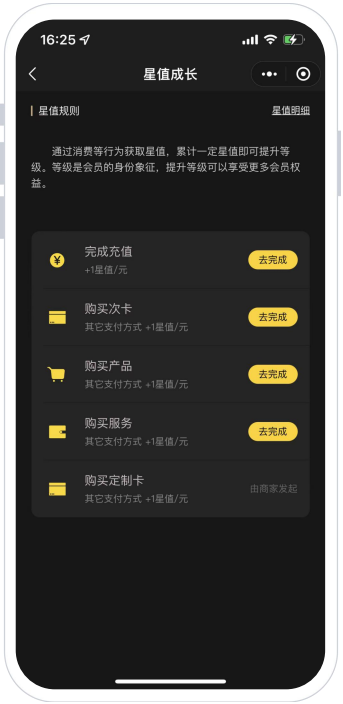
精细化自动化场景互动

入会自动发放福利	周期性邀约回访	抵扣券自动推送	长期未消耗预警
不同卡项不同回访	消耗数据自动推送	余次余额临近提醒	定向短信营销
会员证明自动推送	健康状况精准推送	朋友购买体系	定向优惠券推送

生日营销、节日营销

会员成长体系：会员等级+权益体系+每月礼包，三位一体养成忠实会员

会员成长值划分等级



入会有礼设定门槛



每月礼包任务营销



商家端

Step 1 基于RFM等相关分析模型结合实际项目预期锁定会员计划核心目标人群

step2 将已有消费数据进行聚类，合理界定会员等级界限

后续根据消费情况设定升降等级

step4 制定有效手段刺激带动会升级、保级

客单价、笔单价、复购周期等



行业趋势、市场需求等　　成长值兑换规则、所需等级等

会员端

会员任务

在会员中心设置任务指引，刺激会员不断活跃升级。

成长值

依照任务指引完成完善资料、购物、签到等任务，即可获取更多成长值，引导会员持续活跃。

消息触达

会员升级或权益即将到期时，触发短信、微信提醒。

✓ 够自定义配置成为会员的条件，成会员后在会员中心可看到当前的会员等级、成长值、权益、积分，以及下次升级所需的成长值和对应权益等，会员升级更有动力。

✓ 几十种会员权益自由组合，满足各类营销场景，刺激会员升级，提升单客价

储值营销：锁定会员长期消费，赢得更多回头客，提升到店频率

搭建储值会员体系，根据会员储值金额不同，可获得不同会员等级和阶梯权益

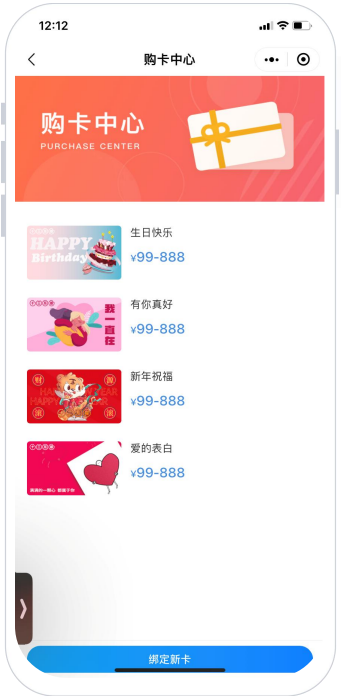
会员储值体系



储值有礼



转赠礼品卡/心意卡



储值卡　礼品卡　提货卡　兑换卡　权益卡

组合营销，引导连带消费

多种储值玩法

会员余额充值、售卖礼品卡、企业批量制卡等多种模式可选。

储值营销

搭配储值送礼、充返、折扣等多种营销手段，客户储值不同金额分别可以获得不同级别会员资格，专属福利也阶梯上升，转化效果倍增。

门/网店通用

储值余额门店、网店通用，轻松实现门店导流，储值用户升级到家庭，余额和权益共享

高效管理

店员可在线查询购卡记录，进行单卡调账、批量调账、退卡等操作，便捷高效。

互动式营销，长期锁定消费

储值有礼

简单高效的“利诱”手段，商家可选择充值免单、充值送券、充值返额、积分翻倍等多种权益打包组合。

场景植入

下载储值物料张贴在门店，或在商城下单页面植入储值提醒，并根据客户支付金额进行充值推荐；配合储值有礼，赠送面膜、护肤小样或彩妆商品等。

社交裂变

储值卡变成可互赠的个性化礼品卡，可结合节日节气，设置不同主题的礼品卡，作为消费者购卡送礼用，引导转赠，全品类通用。获得更多新客。

付费会员：牢牢绑定「客户到店」，持续提高会员复购率

根据阿里数据，88VIP会员客单价是普通客户的2倍，购买宽度是普通客户的6倍；根据京东数据，PLUS会员中忠诚型用户占比98%。
付费会员不仅能收取会费，特殊的会员权益还能将客户与品牌更强绑定，圈在自家平台里避免流失。





个性组合	会员权益自由组合，月卡/季/年付费方案自由搭配，满足个性化需求
开通引导	在购买页面植入开通引导，提升开通率
营销活动	搭配开通/续费礼包等营销手段，效果倍增
触达促活	客户月礼包推送、权益通知 、会员价等促活方式，刺激客户活跃

开通赠送	优惠策略	升级礼包

会员价、产品包邮、多倍积分、兑换券、现金券、折扣券、自定义权益...

刺激消费	会员成长	活动奖励	服务兑现	裂变拉新
客户累计支付笔数/累计积分/累计消费金额满足一定条件即可领卡	购买付费会员，或会员等级达到一定等级	作为各类营销活动的活动奖励，可在门店核销或在网店直接使用	预约保留卡 到店体验卡 保养维护卡 ...	老客领卡后，邀请好友体验限时，自己还能获取额外积分奖励

线上开通激活	领取开通礼包	享受专属会员权益

plus会员的核心是通过制定的会员方案，用户交完会员费后，可以获取专属权益，通过会员制的方式与会员先形成利益共同体，服务好付费会员，以此来提高付费用户的消费频次和价值。
在美业，付费会员适合复购周期短，项目属于消耗性的美业品牌，符合年轻客群消费预期，帮助甄别高潜力用户，提前锁定，提升互动和复购

积分体系：培养客户进店习惯，持续活跃客群，实现营销闭环



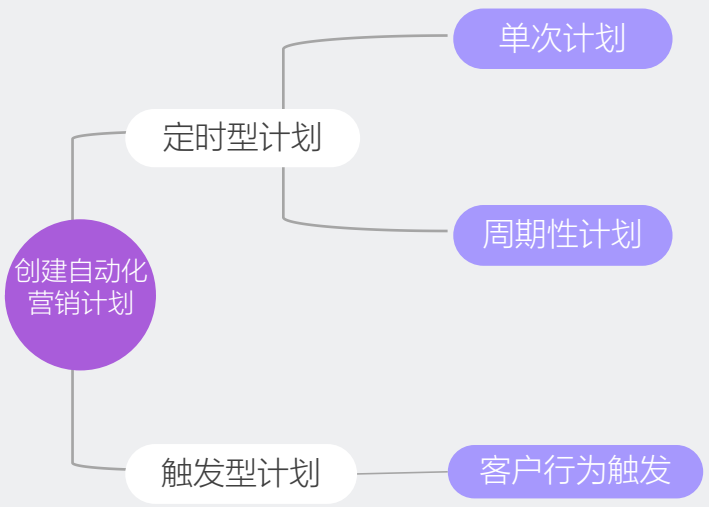
积分获取



积分消耗



营销自动化的逻辑应用



单次计划

在固定日期的固定时间点进行集中爆破，通常为一次性的大促等营销事件

大促　周年庆　事件关怀　…

周期性计划

在固定周期内循环进行，可进行客户忠诚度循环培养
时段内，每日的固定时间点、每周某日的固定时间点、每月某日的固定时间点

会员日　卡项到期　余额不足　…

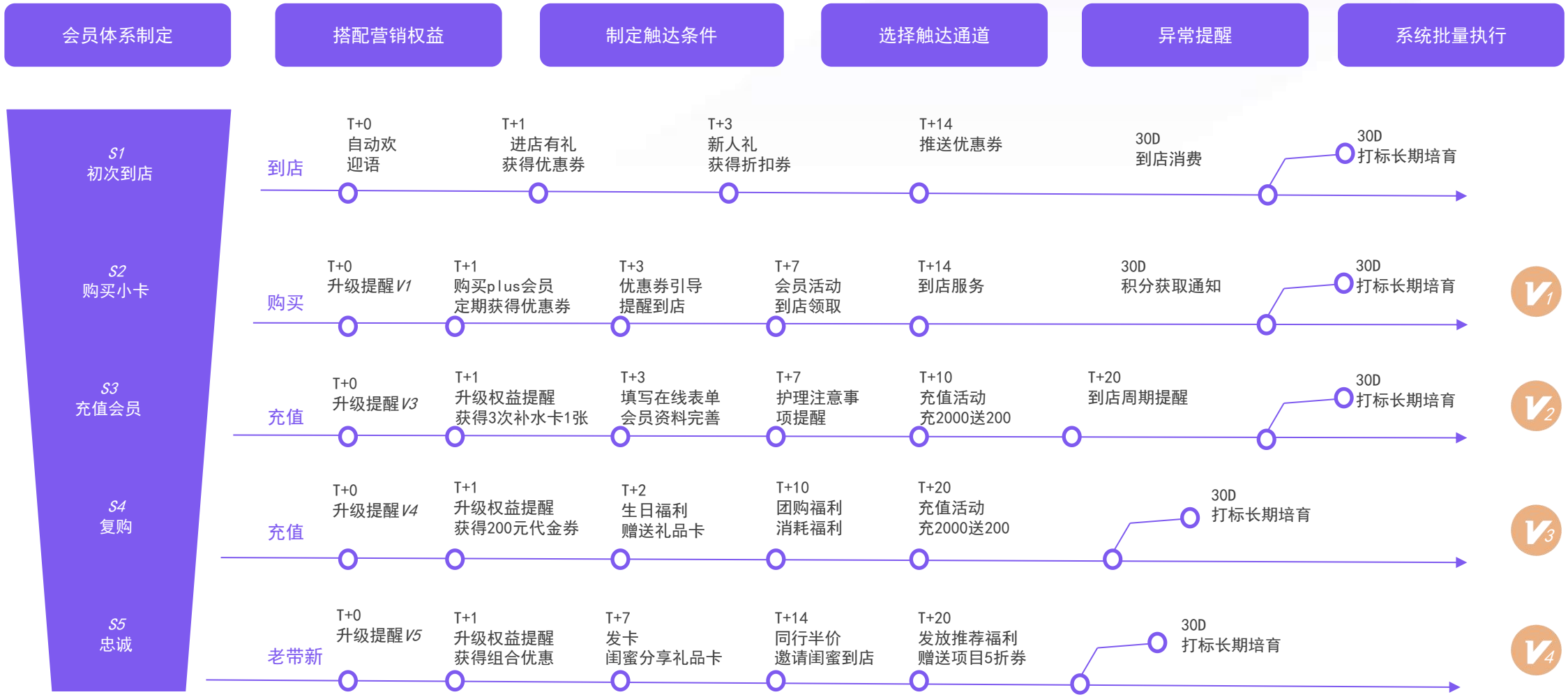
客户行为触发

- 客户完成事件A后自动触发
- 客户完成事件A，且未完成事件B时自动触发
- 可设置触发时间，立刻或者延迟

购买商品　服务完成　划卡　…

会员精细化运营解决方案

制定客群营销SOP，依托SaaS和企微助手进行精准营销



商家案例-诗美女王

目标设置： 下单

系统将自动计算客户是否达成了目标，本期目标只支持为下单。

营销计划

参与条件 → 1天后 9:00 → 触点1：跟进客户... → 6天后 9:00 → 触点2：客户需求... → 7天后 9:00

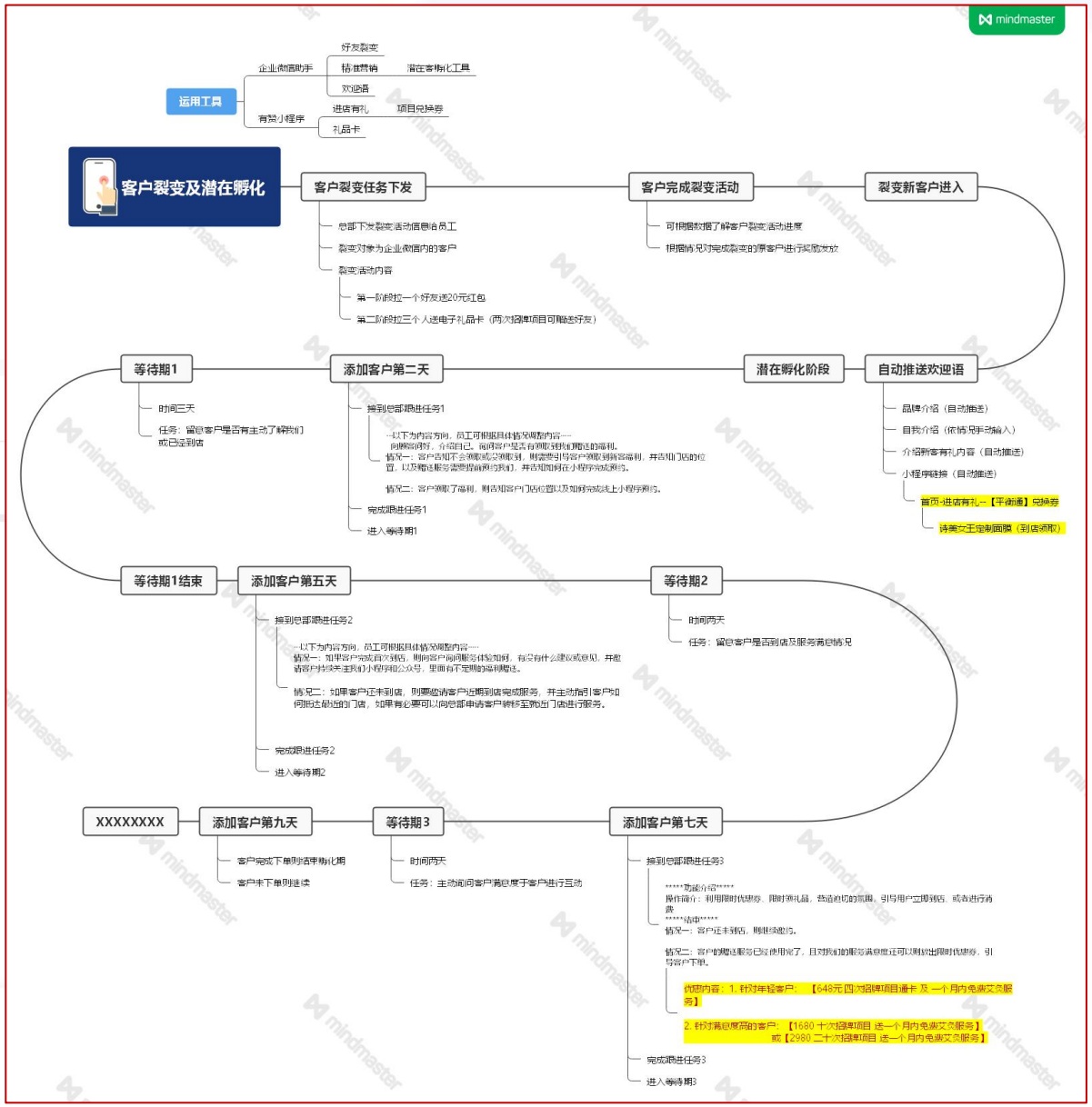
* 触点名称： 触点1：跟进客户资料查看情况

* 消息1：

*****功能介绍*****
场景：通过投放、裂变获得潜在客户后，通过发送产品资料、到店体验等方式，达成销售转化目的。
操作简介：
1. 你可以先在渠道活码将产品资料配置到欢迎语中，客户

添加： 客户昵称

消息2： 图片 链接



07

门店数字化

门店数字标准化全景图

模块化、流程化，全面推进连锁门店数字标准化

小程序与营销数字化

小程序展示

模块组装

- 基础组件
- 业务组件
- 营销组件
- 免费模板

品牌展示

- 商品个性化展示
- 用户界面个性化体验

营销数字化

新客到店

现金券 | 折扣券 | 秒杀……

联购复购

幸运翻牌 | 幸运大抽奖……

锁客

PLUS会员 | 支付有礼 ……

老带新

推广员 | 拼团……

客户旅程数字化

客户画像收集

- 品牌展示
- 客户档案
- 需求标签
- 喜好标签

客户服务跟进

- 消费记录
- 服务日志

客户期望满足

- 服务评价
- 调查问卷

门店管理数字化

基础设置



卡项数字化



商品&服务数字化

进销存



进销存数字化

店内管理



员工管理数字化



业绩管理数字化

分析决策



分析&决策数字化

账务数字化



商品定价

产品\服务\卡项成本定价
耗卡金额和耗卡成本的关系匹配



账单规范生成

账单数据关联
规范开单操作，控制改单权限



财务对账

数据核对
交易流水、业务订单、实付金额核对



报表分析

数据报表
门店营收报表、卡结余、业绩报表等



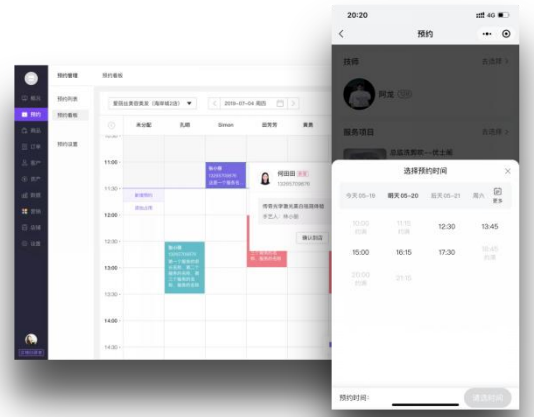
资金管理

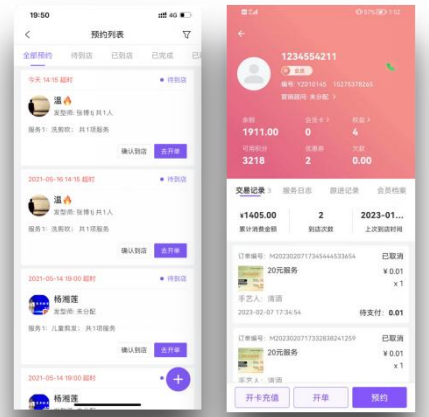
资金结算
资金归集、分润、自动流转

核心业务流程线上化

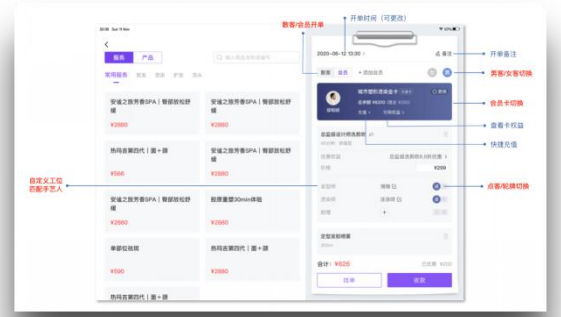
解决门店日常作业中，预约排班、开单收银、员工协作等场景

阶段	到店前	到店后	服务中	离店前	离店后
常见问题	**到店排队久等；** 提前**提醒顾客预约**到店时间； 前台对接多平台**预约信息**，缺乏统一闲时资源看板； **频繁的登记、核对、多人通知**；	**客资信息**只保留在员工脑海中或纸质档案中； 前台/手艺人无法**了解顾客**过往喜好；	员工离职/调店后，接替人不清楚用户**历史服务疗程**和手法习惯。	前台**不知到顾客喜好和服务倾向**，盲目推荐项目和优惠；	门店**营业数据需要等前台汇总**统计后，才能看到； **业绩统计不及时**，依赖人工记录
场景方案	**在线预约** 在线预约 到店提醒 用户体验提升； 合理分流，提升门店坪效； 减少50%沟通时间，提升员工之间的协作效率；	**需求沟通** 前台可提前查看顾客档案 **客户档案留存信息** 方便门店回顾和统计用户需求；	**服务日志** 多角色多终端无纸化协作 **电子化服务交接档案** 可以给用户提供称心的服务，**服务案例可作为**素材沉淀	**收银/办卡** 充值办卡 结账收银 根据顾客的喜好，**推荐适合的项目**及活动优惠； 及时了解顾客满意度和需求满足情况；	**员工查看业绩** APP查看业绩 员工**工作成果展示更快捷**，及时满足提升员工积极性；











员工管理核心是通过可视化看板及时调整管理方法，保证经营目标的达成



CEO

总部制定目标，岗位指标层层拆解

门店经营目标

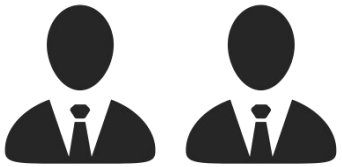
门店现金业绩是衡量门店经营情况的重要指标之一，及时了解门店营收情况，将经营风险和策略前置；

门店资源利用率

服务客次，是了解门店资源利用率的重要指标；手艺人的平均人效是否达标，现有的服务资源是否能满足客流资源。评估门店是否需要适当进行增加/减少门店资源；

门店活动目标

针对不同客群策划了运营活动，及时了解员工执行落地及转化情况；能根据活动情况，不断优化迭代运营策略，帮助员工提升成交转化效率。



门店业务管理者

员工进度一目了然，及时提供帮助和激励等过程管理，更好的共同达成目标

门店业绩目标进度

现金实收、办卡转化、消耗、服务人次、活动项目售卖等10多项指标，需要通过目标看板及时展示目标完成度。

门店排行榜

按总榜、周/日榜查看门店排名情况。
显示门店的整体目标完成进度，并按员工的完成数据及时展示，营造竞争氛围，提升员工积极性；

销售过程可视化

①门店制定了跟进/回访/邀约任务，可以在企微或有赞美业app中，查看员工任务完成情况。已经发送给哪些客户，是否浏览和领取优惠。

②过程跟踪，主要包含企微客户数（添加、流失客户），客情维护（聊天总数、回复占比），标签完善度（客户备注、标签数发大于五）

服务过程可视化

① 员工在完成服务后，按模板填写服务过程和效果记录；可以对员工待填写日志汇总与待办提醒，监控服务日志填写的任务完成情况；

②根据员工服务人次总数，点客数占比，了解手艺人服务质量。

目标完成度一目了然 激发员工积极性

门店管理视角

员工视角

门店完成进度

门店排行版

个人业绩展示











实时了解门店业绩情况，
销售执行目标完成度

通过排行榜查看哪些员工需要表扬、奖励
哪些需要关注和协助改进

让员工工作成果更快展示，了解自己完成情况

销售过程可视化管理员工app端

总部下发任务，指导员工定时定向回访

总部后台监控员工执行情况，还可对未完成任务的导购进行任务催办

任务创建 → 员工收到任务待办提醒 → 进入任务界面 → 沟通并填写跟进回访情况 → 任务数据监测

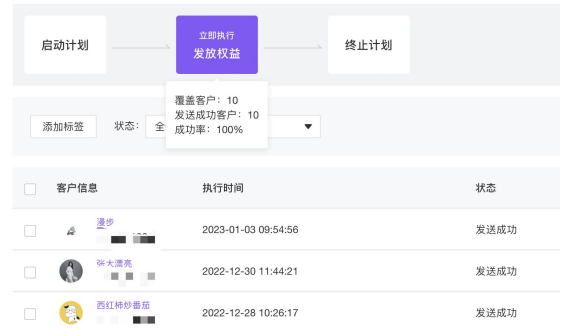








短信自动发送情况



员工跟进回访情况

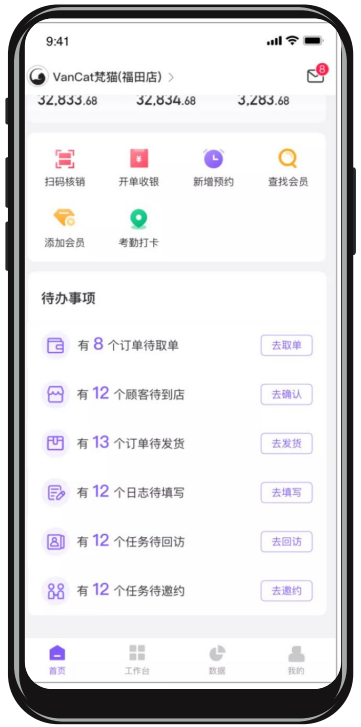


服务过程可视化管理

及时了解手艺人服务过程情况

总部后台监控员工服务日志内容和点客率，确保规范服务，保证用户体验

工作待办提醒



进入任务界面



填写服务日志



查看完成情况



预约点客情况



账务数字化管理

为经营决策提供数据辅助支持

数据准确真实

经营报表可分析

商品成本规则

产品/服务/卡项成本定价

耗卡金额和耗卡成本的关系匹配；

账单规范生成

账单数据数据关联

规范开单操作，限制员工改单权限

财务对账

数据核对

订单、交易流水和实付金额核对；

报表分析

数据报表

门店营收报表、卡结余、业绩等报表；

资金管理

资金结算

资金归集、分润、自动流转；

应用场景一

不限次卡支持按自定义金额计算耗卡金额，避免因按现有的服务售价分摊计算消耗金额导致部分服务消耗金额虚高或虚低。

应用场景二

规范开单操作，限制员工改价权限。设置账期及关账时间，超过关账时间后门店员工无法修改历史账期订单。有异常订单修订需要授权，保证数据的准确性；

应用场景三

连锁跨店结算账单，支持充值卡跨店消耗、次卡跨店耗卡、商城跨店核销等场景，灵活的自定义结算对账比例，大幅提升连锁门店跨店对账效率

应用场景三

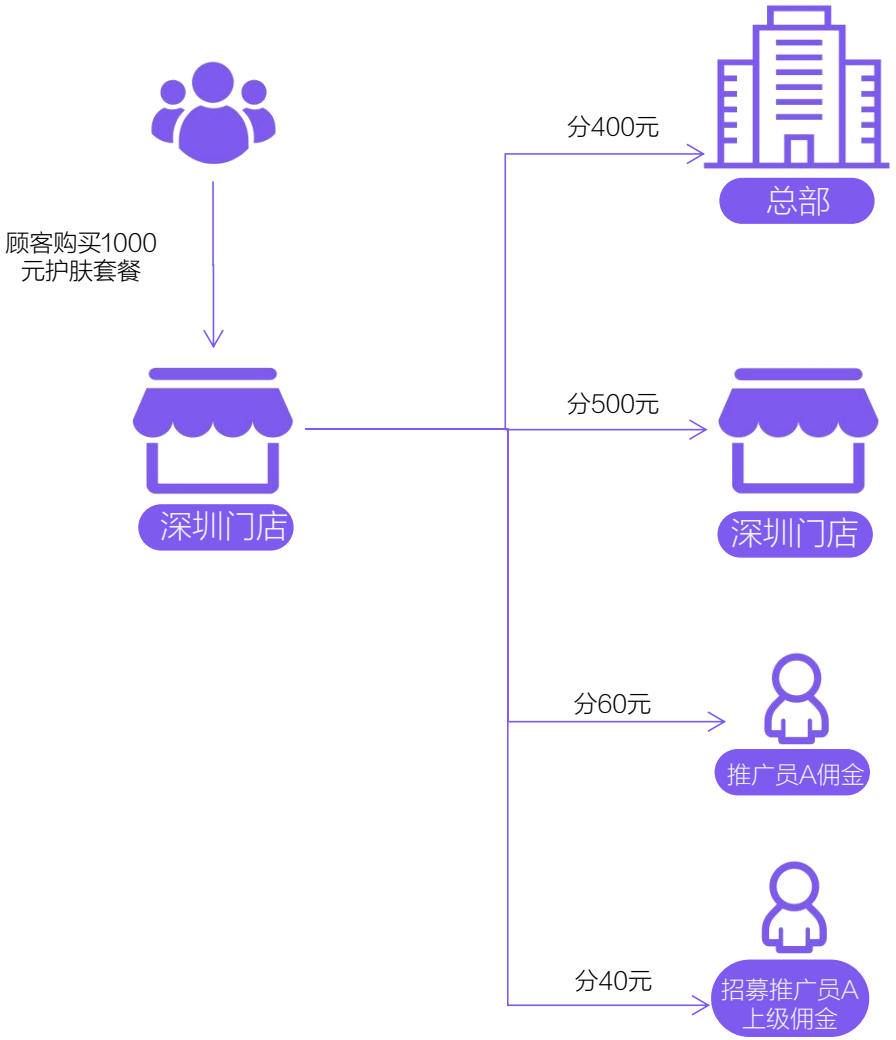
商家可以从实收、消耗、业绩构成等维度进行分析，发现影响门店业绩的核心因素，进行全面对比分析；洞察业绩表现中的不足和突破方向，提升门店整体经营状况

应用场景三

分佣资金按规则自动流转，资金管理安全又灵活；提供对应的分佣账单明细，每一笔收支清晰可见

分佣资金按规则自动流转 管理更灵活

统筹门店资金管理，账目清晰、结算更方便



总部统计门店资产和财务，财务收支有迹可循

资金管理 资产现状、收支状况，资金归集、收益发放一目了然

店铺余额　销售分佣　储值资金

财务对账 财务管理清晰、高效、安全管理账务，每一笔收支清晰可见

交易账单　分佣账单　分佣自动/手动结算

推广员佣金方案　推广员结算账单

经营统计报表自动统计财务所需报表

从门店收益，业绩分析等方面全面分析经营数据

商家可以从实收、消耗、业绩构成等维度进行分析，发现影响门店业绩的核心因素，进行全面对比分析
洞察业绩表现中的不足和突破方向，提升门店整体经营状况


门店收益类报表


业绩分析类报表


储值管理报表


储值管理报表

应用场景一

当天营业结束后，通过营业日报表查看当天实时的经营数据，核对服务、产品、次卡、充值卡的金额汇总及明细、各项收款方式金额汇总及明细，了解当日门店实收和实耗金额；

应用场景二

通过商品报表，了解门店业绩构成；再结合员工业绩和客流报表，分析出门店热销品项有哪些；员工业绩谁比较好，主要销售/服务哪些品项，其中新客业绩占多少。

应用场景三

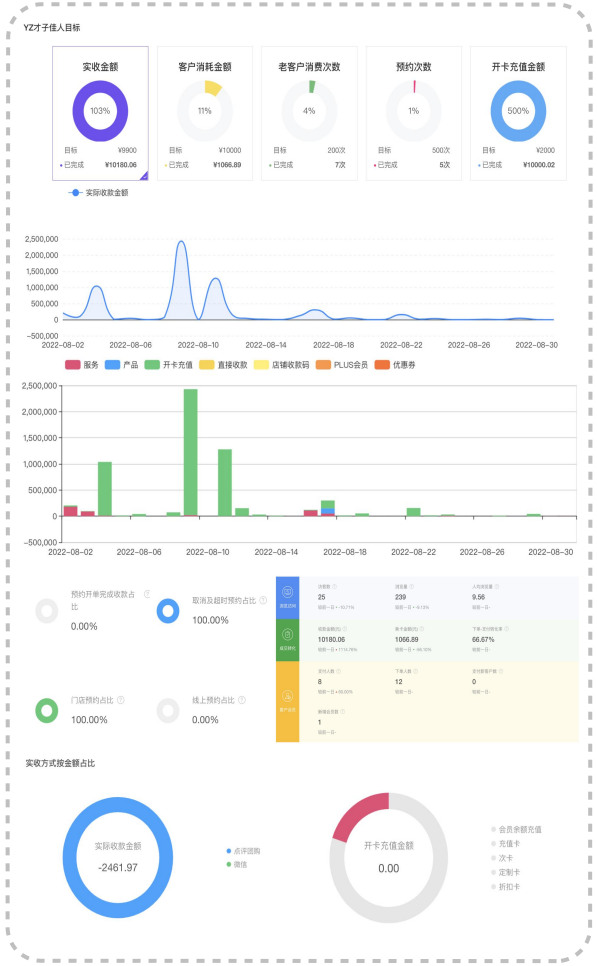
负债需要维持一个平衡状态，定期关注各类卡负债的情况，卡金消耗的进度和按实耗报税。可快速查询门店卡项的有效张数、剩余总额、本金剩余金额、赠额剩余金额、次卡剩余金额/次数。

应用场景四

可以快速查询哪些顾客跨店消费明细，包含储值卡、次卡、网店核销跨店的明细数据并支持配置跨店结算比例；顾客储值卡账户“一张卡对应多个门店账户，各门店充值后余额归属到各自门店账户；

经营统计报表自动统计财务所需报表

全面洞察门店经营情况，对症下药制定经营决策



实时经营数据概览

门店收益报表

门店营业报表、实收统计、
消耗统计、销售统计等

业绩分析报表

员工业绩报表、商品销售报表、
门店客流报表

储值管理报表

卡结余报表、消耗统计报表
消耗明细等

跨店消费账单

顾客跨店消费对账单

17类经营报表
满足经营数据分析

报表全面分析

商品分析

品项分析
卡项统计
卡项分析

业绩分析

门店统计
员工业绩
业绩明细

营销分析

营销概览
数据看板
活动分析

门店负债率120%

月度消耗环比增长20%

月度门店新增客户5人

月度现金业绩环比降低30%

菲洛嘉护理同比增长20%

重要经营数据查对

菲洛嘉爆品优惠引流

后台向特定人群发送优惠卡券

充值优惠活动

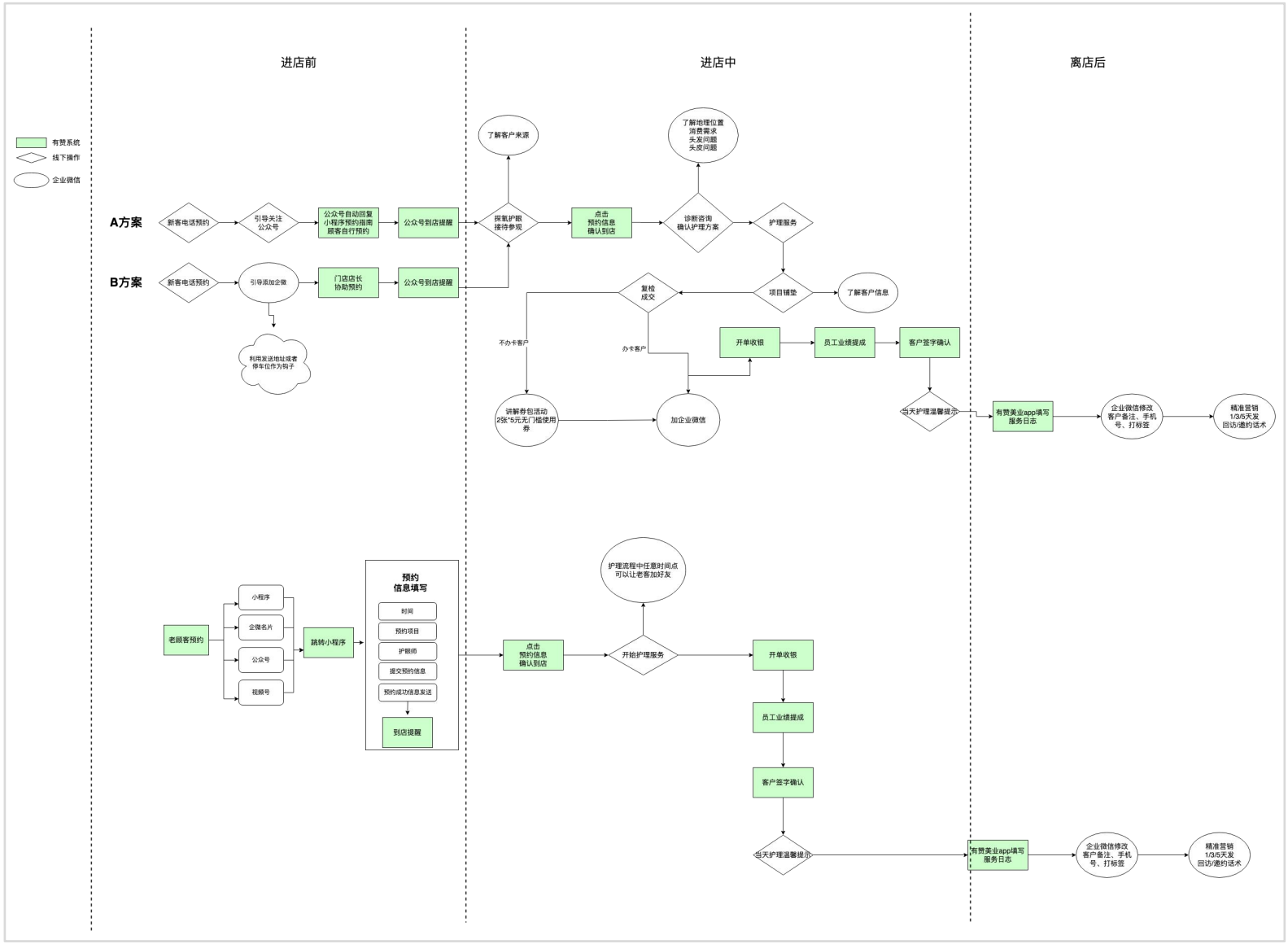
充值2000送200及抗氧化护理

耗卡限时优惠

1号至15号耗卡金额满1000
赠送产品

开展经营计划

商家案例—探氧洗脸吧



客户进店前

- **客户触点：**1、了解品牌；2、获取位置信息；3、预约项目+时间；4、其它
- **员工任务：**1、加企微；2、对客渠道品牌信息展示；3、预约信息确认；4、其它
- **体验价值：**1、让客户加深品牌印象；2、提升客户预约到店率

客户到店中

- **客户触点：**1、到店提醒；2、面诊咨询；3、服务后签字确认；4、其它
- **员工任务：**1、客户建档；2、开单收银；3、活动引导；4、其它
- **体验价值：**1、客户留存；2、客户体验感提升；3、客户裂变

客户离店后

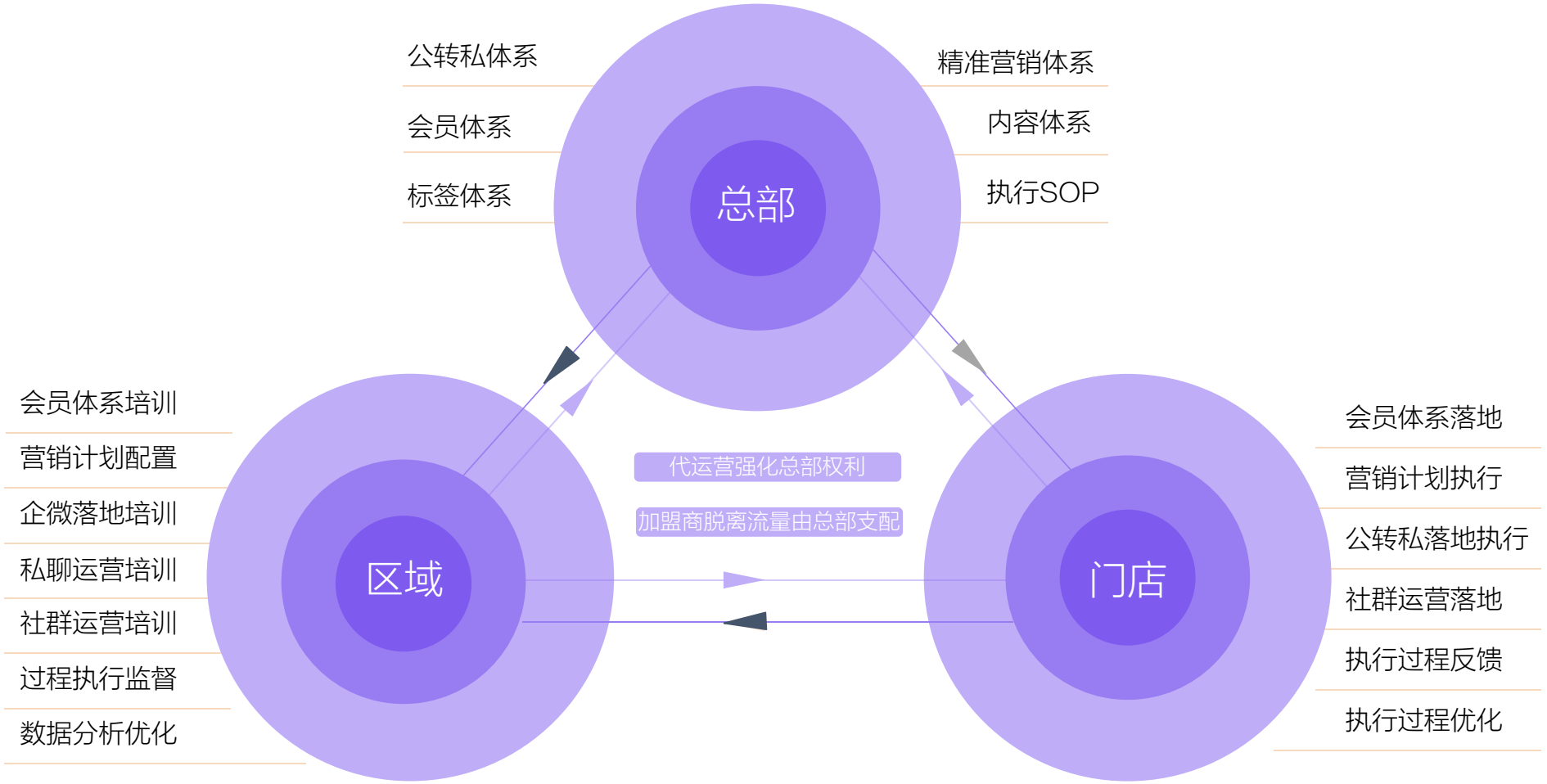
- **客户触点：**1、护理回访；2、护理规划；3、定期内容触达；4、其它
- **员工任务：**1、当天服务关怀；2、3天后服务舒适度回访；3、护理规划及邀约；4、其它
- **体验价值：**1、新客二次转化；2、多次邀约到店；3、提升老客复购

08

连锁数字化

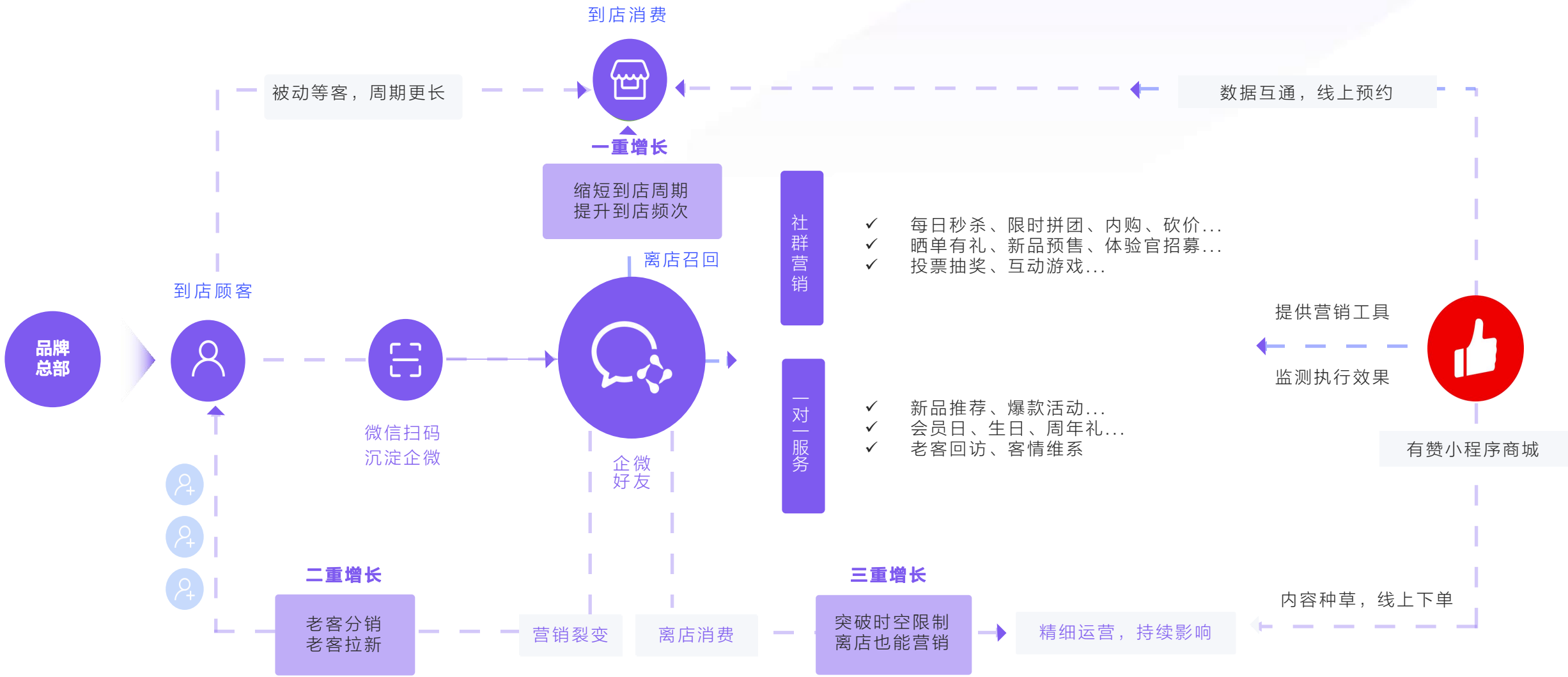
强化总部权利，掌控连锁门店“流量”资源

应用企微，用“责任”置换“权利”，统一运营管理打造“强中台”



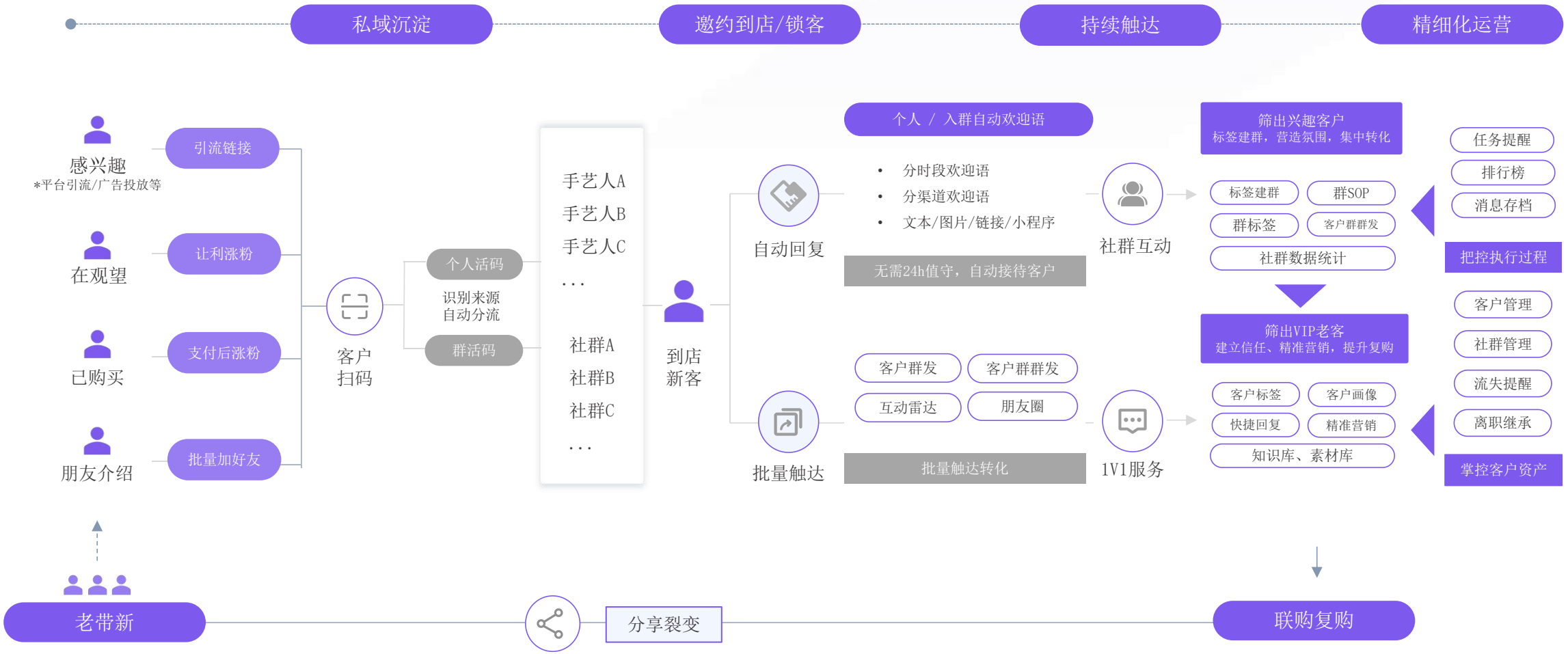
强化总部权利，掌控连锁门店“流量”资源

总部统一制定营销计划指导经营，驱动“小前端”三重增长



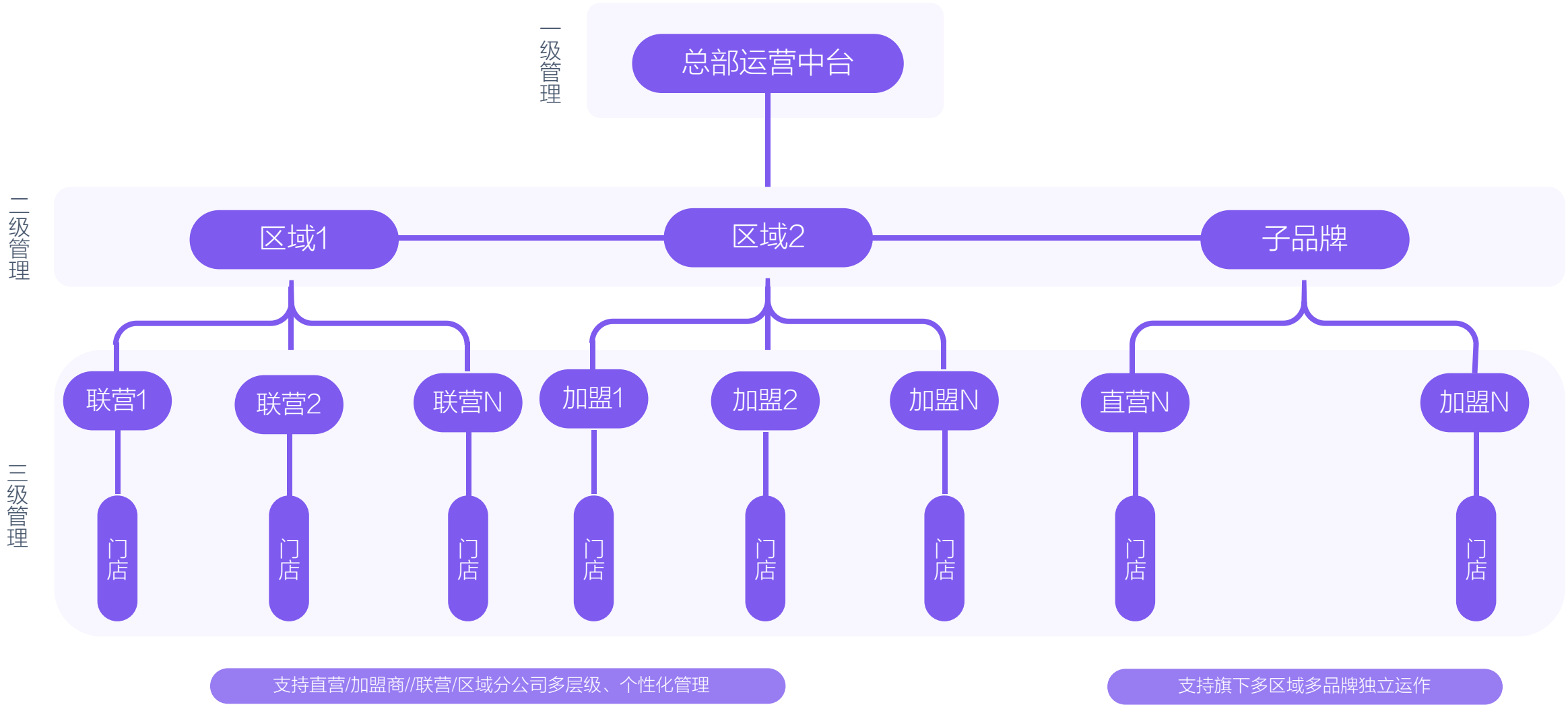
强化总部权利，掌控连锁门店“流量”资源

美业客户运营新阵地，高频低成本触达，激发管理流程效率



有赞连锁三级管理体系

STEP1：根据不同品牌、不同形态划分区域，总部全局统筹



有赞连锁三级管理体系

STEP2：根据总部对区域管理强弱程度，赋予不同区域不同门店不同权限

连锁
总部

直营 总部强管理，门店服从度高

联营 总部强管理，门店有权力诉求

加盟 总部弱管理，强赋能

连锁角色管理

总部可统一创建总部及门店的关键角色

总部	门店
CEO	门店店长
高级管理员	门店前台
总部财务	营销顾问
总部设计师	手艺人
总部运营	加盟商
.....	.....

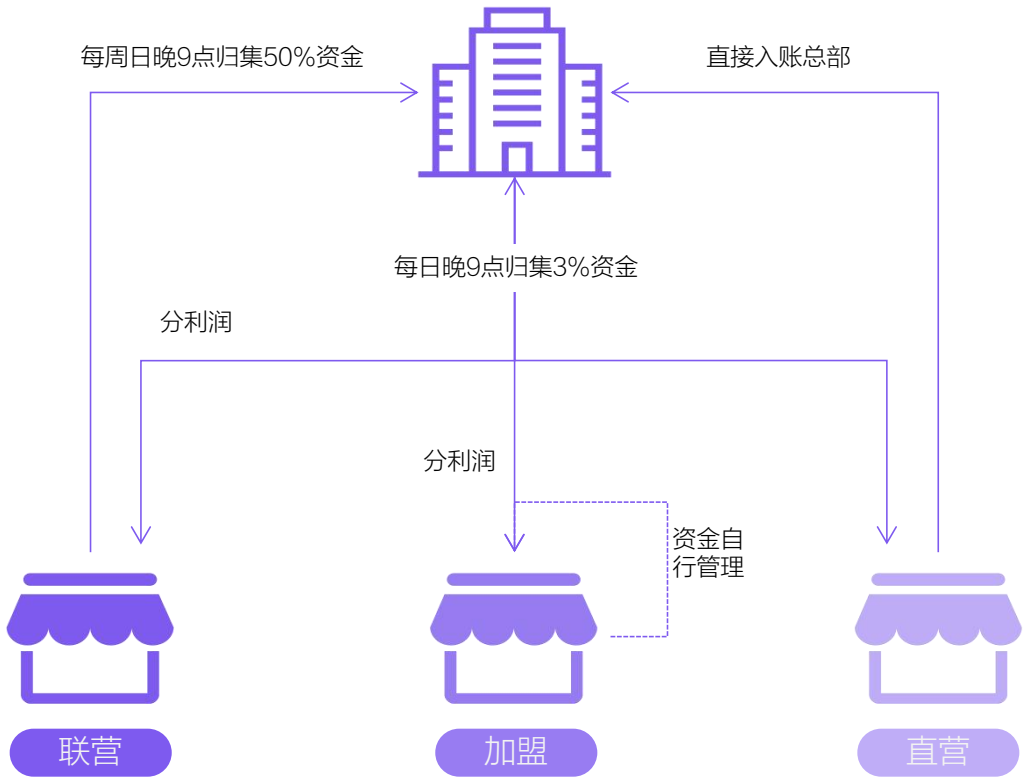
角色权限管理

总部可分模块赋予不同角色不同权限

	店铺管理	门店管理	员工管理	业绩提成
	商品管理	编辑卡项	编辑产品	库存管理
	客户中心	客户管理	客户运营	客户分群
	数据中心	实时分析	业绩分析	营销分析
	资产管理	资金归集	对账中心	销售分佣
.....				

有赞连锁三级管理体系

STEP3：根据连锁形态特征，自由设置资金归集规则，掌握门店核心命脉



总部统计门店资产和财务，洞察门店经营，掌控发展动向

连锁资产管理 资产现状、收支状况，资金归集、收益发放一目了然

我的账户　销售分佣　资金归集　欠款管理

连锁财务对账 财务管理清晰、高效、安全管理账务，每一笔收支清晰可见

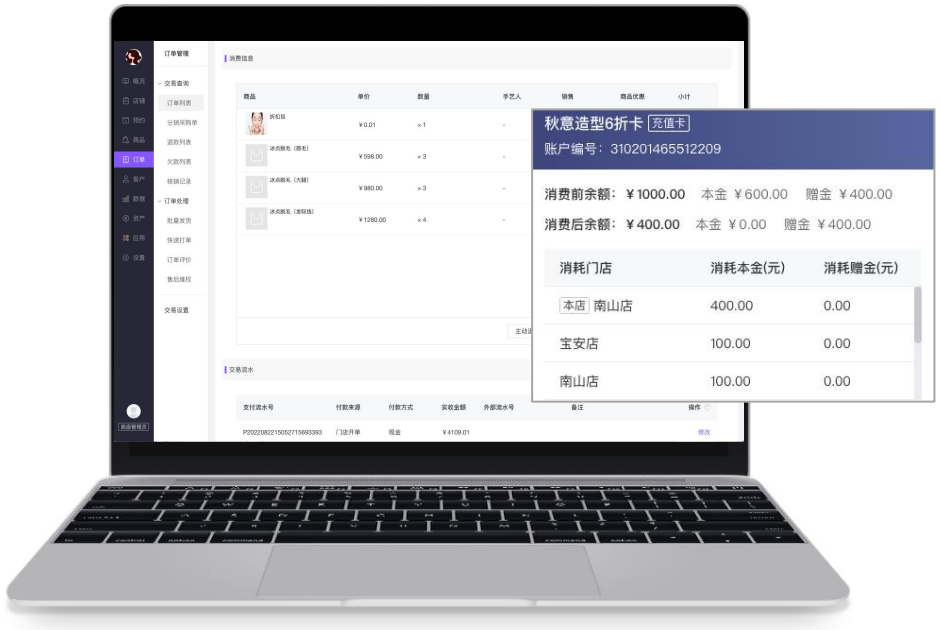
交易账单　收款账单　营收账单　退款账单

储值账单　记账账单　资金账单　储值跨店账单

推广员结算账单

有赞连锁三级管理体系

STEP4：自由设置不同形态不同品牌间跨店消费规则，构建连锁生态



1. 客户储值卡可对应多个门店账户，自动配置消耗规则

2.
- 储值可跨店消费
- 次卡可跨店消费
- 核销券可跨店消费

A、自由设置跨店结算比例

B、跨店结算账单自动统计

C、跨店明细账单无误核实

应用场景示例

仅允许直营跨店消费

针对自由度较高的加盟连锁，为简化管理流程，仅设置核心区域的直营/联营门店可跨店消费

加盟部分区域可跨店

针对某些品牌有区域代理且代理的自由度较高，价格不统一的情况，可设置仅部分区域的加盟门店可跨店，如广东可跨店消费，安徽不可以

不同品牌不可跨店

集团旗下有多个品牌，为构建品牌的消费生态，可设置不同品牌（即不分区域）之间可跨店消费，实现品牌相互导流

不同形态不同品牌可跨店

总部较为强势，对于旗下所有品牌及门店均有较强的管理权限，允许不同形态不同品牌之间可跨店消费，构建“大连锁”生态（即不分区域）

商家案例—洗脸猫



有赞深度陪伴洗脸猫发展3年，见证洗脸猫从打造单店数字标准化模型，到成为近年来美业市场中的现象级品牌

经营洞察

- 标准化是连锁高质量发展的必要条件
- 讲好“如何赚钱”的加盟故事是成功招商的关键因素
- 庞大复杂且丧失管控力的连锁体系是诱发连锁品牌崩盘的重要原因

洗脸猫经营管理解决方案

阶段	标准打样阶段	加盟扩张阶段	发展成熟阶段
发展概况	首创轻美业小店模式	80家门店之后，形成了加盟的飞轮效应	无线下督导团队，连锁体系良好运行
业务挑战	传统软件无法满足新美业品牌的运营需求	新品牌、小品牌难以获得加盟商的认可	庞大的门店体系让管理承压，尝试自研却失败
关键动作	切换有赞SaaS，建立数字标准化模型	SVIP 建立线上赋能体系	技术咨询 定制开发
落地实践	数字标准化模型 标准化、流程化 效率高、管理易 高坪效、高人效	SVIP“定制” + 公域获客体系 + 拓锁留升体系 + 连锁管理体系	调研访谈梳理问题 出具技术解决方案 打通物联网 开发员工评价体系 数字化的深度应用

价值

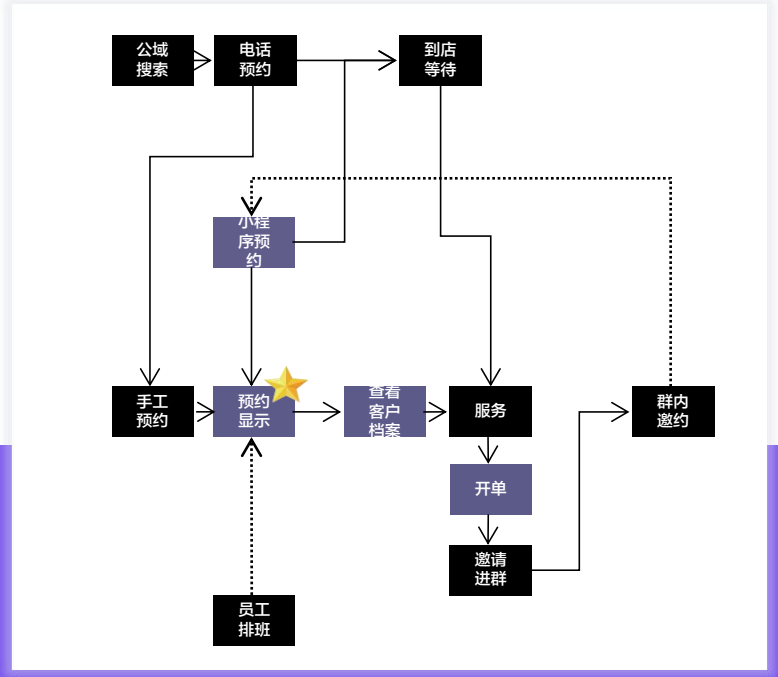
2000+
门店数量

200+
覆盖城市数量

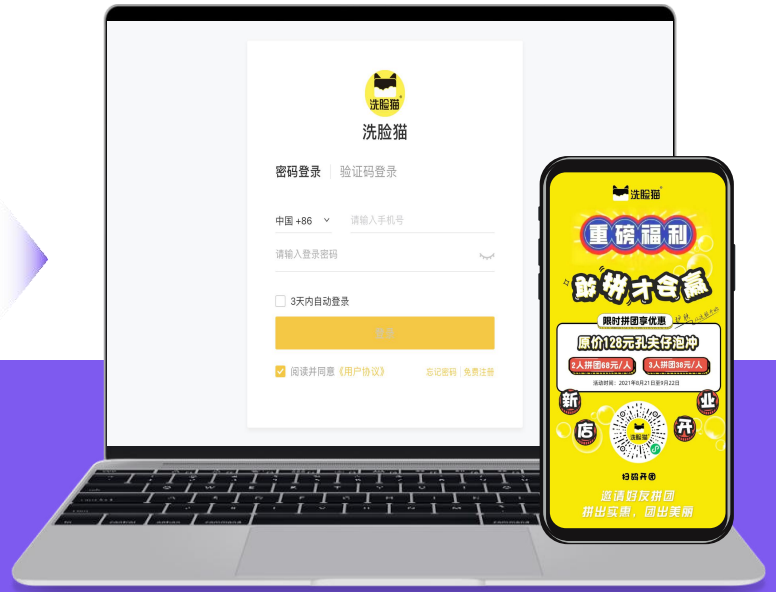
98.5%
门店存活率

商家案例—洗脸猫

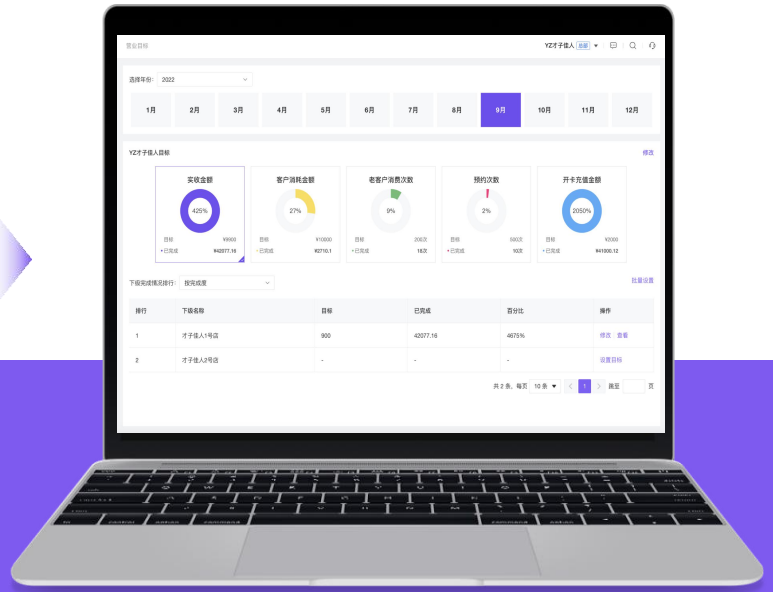
陪伴连锁品牌成长蜕变，见证美业新品牌、新力量、新高度



标准打样期示例



加盟扩张期示例



发展成熟期示例

- 数字标准化：通过有赞SaaS实现了单店盈利模型的数字化及标准化，全国门店统一执行、统一管理
- 以“预约”作为经营的发起点：仅靠“预约”即完成门店现场管理70%工作，且操作便捷、接受度高

- SVIP服务：所见处均为“洗脸猫”，实力的最佳体现，成为加盟扩张的一大利器
- 赋能体系：搭建“流量获取-流量裂变-流量运营”的完整赋能体系，减轻门店运营压力，降低加盟门槛

- 技术咨询&定制开发：将创始人的管理理念数字化，进一步摆脱经营对人的依赖，提升管理效率
- 企微统筹管理：一门店一社群，总部通过企微帮助门店盘活存量客户，实现流量的标准化运营和管理



与未来的引领者同行