

# 无惧疫情，款易助餐企三板斧突围

广州云藏信息技术有限公司

疫情下，餐企如何突围流量禁锢、找到新的机会？

线上订餐市场



企业订餐市场

1

第一斧 腾讯直播

# 线上订餐市场如何触达

## 流量平台

如：外卖平台

## 私域流量

如：公众号推文、  
员工朋友圈

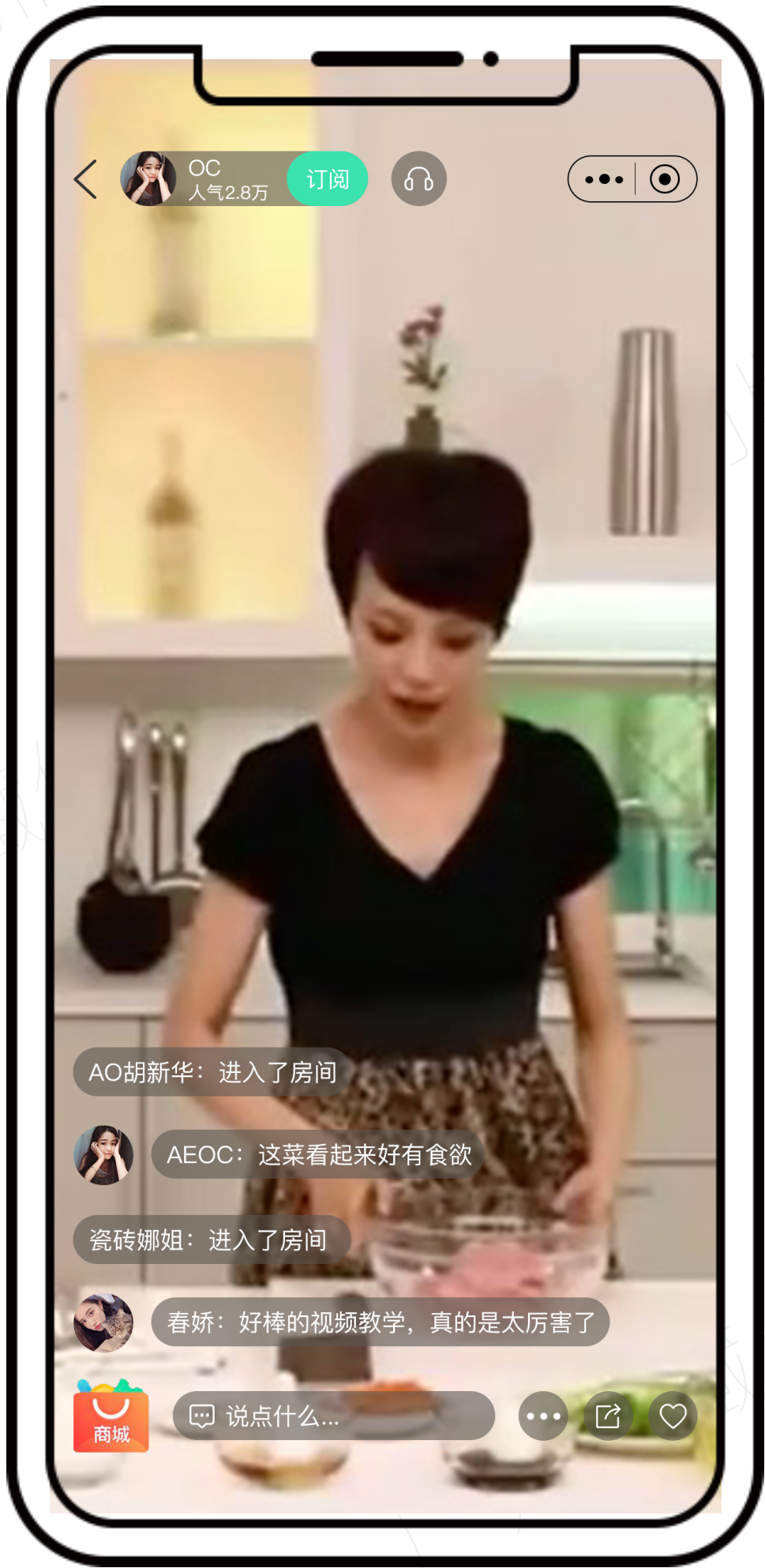
## 新的机会

腾讯直播



# 餐企利用直播、可快速斩获千倍流量

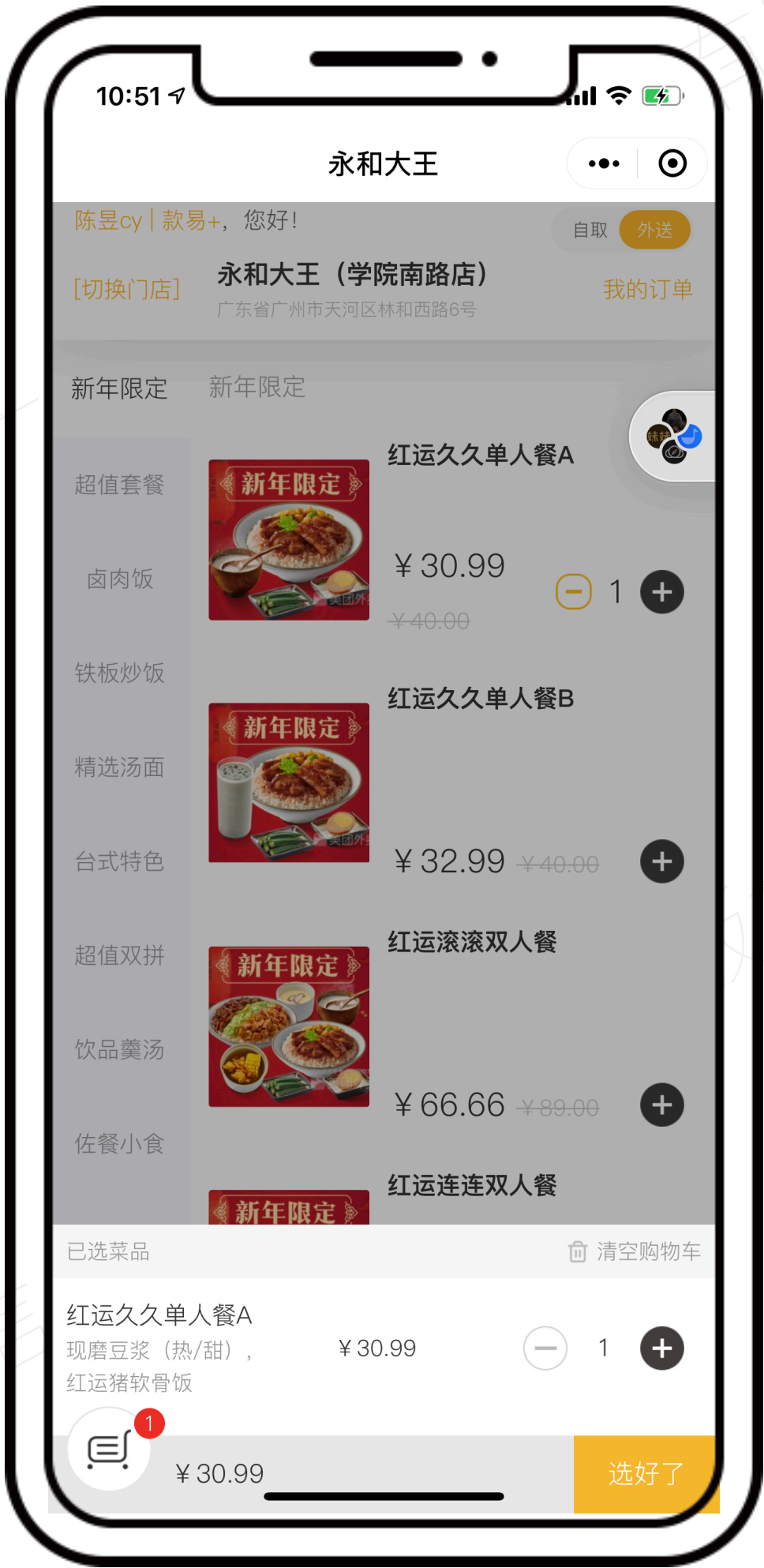
「腾讯直播」引来海量粉丝



粉丝欲下单可无缝跳「小程序」



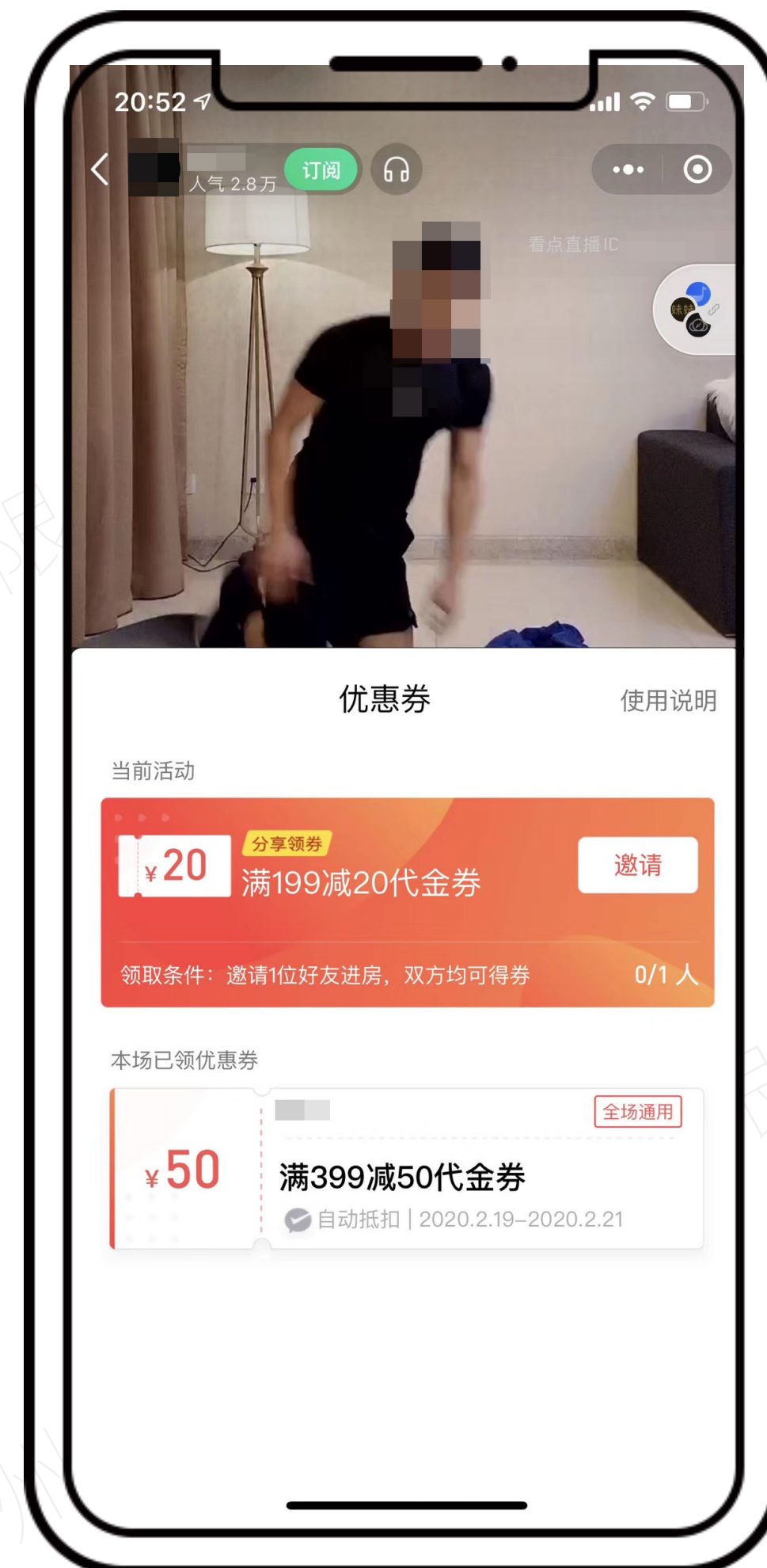
粉丝直接下单、付款、成功转化



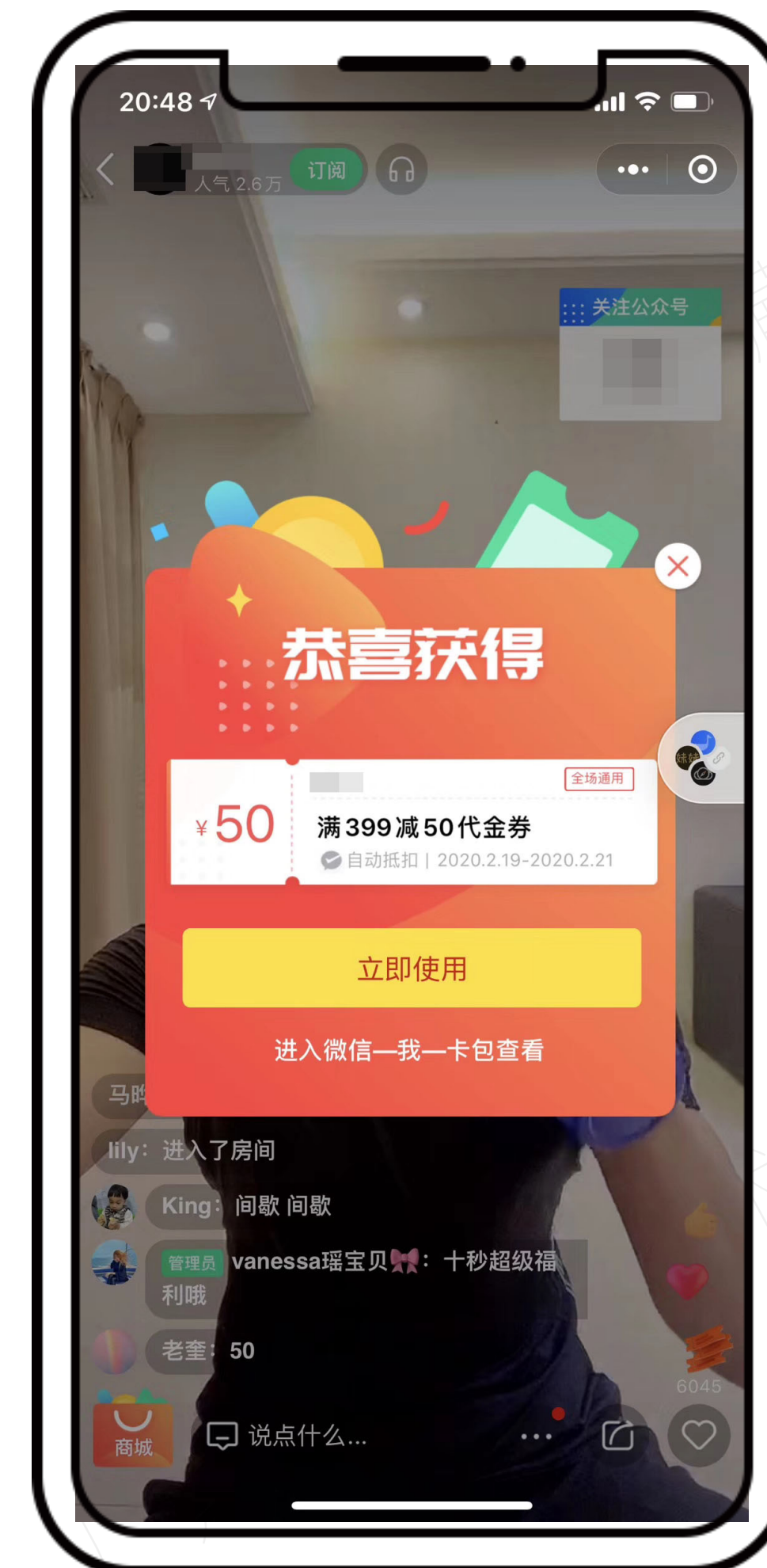


# 直播更直观、更精彩、更容易转化

直播中可利用裂变流量



限时/限量/天降特惠都是流量爆发时刻



# 成功案例：大厨玩直播，日创外卖1000单



更多腾讯直播资讯  
扫码查看详情

2

## 第二斧 小程序



# 小程序的开发千篇一律，不值一提





# 款易为永和大王打造创新案例登上2020微信公开课

00:40

×

...

微信青蛙Pro与小程序合体！商家经营已解锁超多玩法

微信公开课 1周前

在今年的微信公开课PRO上，**微信小程序硬件框架（WMPF）正式开放**。从此小程序可以脱离微信在各种终端硬件上面运行，带来更多想象的空间。



而微信支付早前发布的门店经营助手「**微信青蛙Pro**」，也**内置了小程序框架**。前后双屏均可运行小程序，并支持调起刷脸登录与刷脸支付。



当小程序与刷脸、门店商业硬件三者结合，将能够玩出哪些新花样？为门店服务，数字化经营带来怎

00:37

×

微信公开课 >

...

永和大王 小程序多端通用

今年微信公开课PRO上，永和**大王联合微信服务商款易共同搭建并展示了一套方案——借助小程序**，永和可以将A公司的POS系统、B公司的会员软件、C公司的电子发票，以及微信支付智慧经营最新推出的商家券「**合体**」，让一套点餐系统在多个场景为顾客服务。

**多设备点餐，移动服务**

店员可以选择在**微信青蛙Pro背屏上点餐**，客人在前屏核销会员福利、完成支付，并自助开出电子发票；也可以选择**在Pad或手持设备上为客人点餐、服务、与客人互动**，让餐厅服务多样化、移动化。

无论人**在哪里，任何设备都能实时查看订单、会员数据、支付状态。**



00:37

×

微信公开课 >

...

多设备点餐，移动服务

店员可以选择在**微信青蛙Pro背屏上点餐**，客人在前屏核销会员福利、完成支付，并自助开出电子发票；也可以选择**在Pad或手持设备上为客人点餐、服务、与客人互动**，让餐厅服务多样化、移动化。

无论人**在哪里，任何设备都能实时查看订单、会员数据、支付状态。**



**每台设备与POS交互**

不改变既有服务流程，**无缝接入小程序和各种智能设备**，真正实现了任意设备都能实时与POS交互，

00:37

×

微信公开课 >

...

每台设备与POS交互

不改变既有服务流程，**无缝接入小程序和各种智能设备**，真正实现了任意设备都能实时与POS交互，保持多端设备的订单、会员、财务数据都能与POS保持实时同步，让门店服务与效率提升有了更多可能。



以往餐厅想引入更多创新服务唯有选择替换既有软件、系统，花钱、耗时间、员工很难习惯，没换多久又会再次面临市场升级、技术革新。

小程序为餐厅提供了新的可能，保持既有软硬件不变、服务流程不变的情况下，餐厅服务更加智能、高效。



# 为抗疫，款易尽一份绵薄之力

疫情之下，联手自救

## 免费提供 外卖小程序

配合推出疫情自救工具包：

工具1：顺丰同城急速配送（可选）

工具2：微信平台免费流量包

工具3：美团饿了么订单聚合

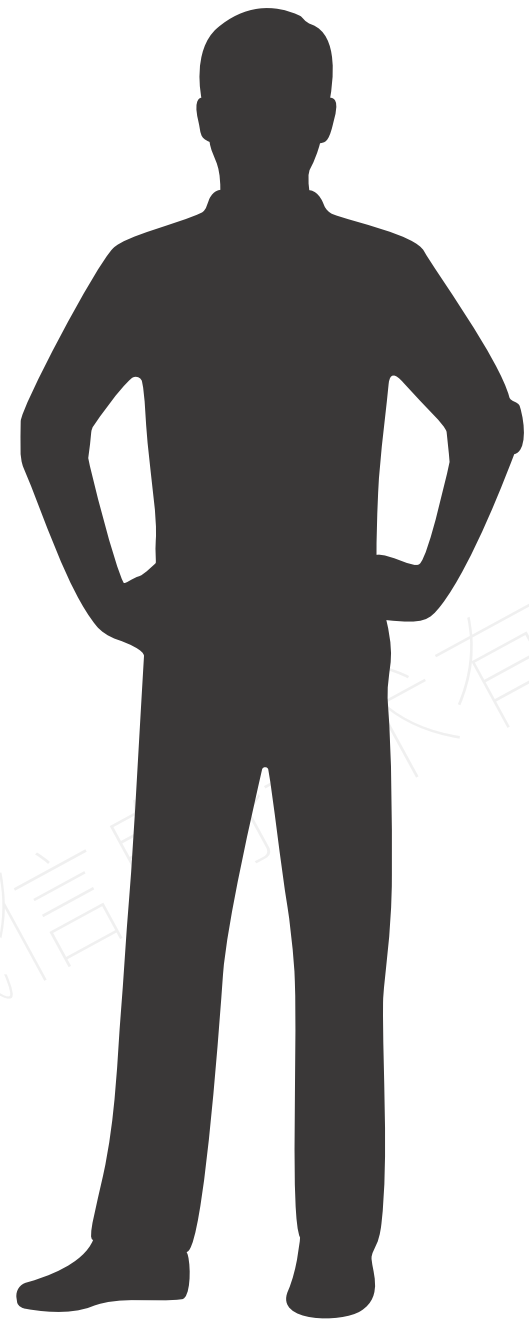


扫码领取工具包



款易

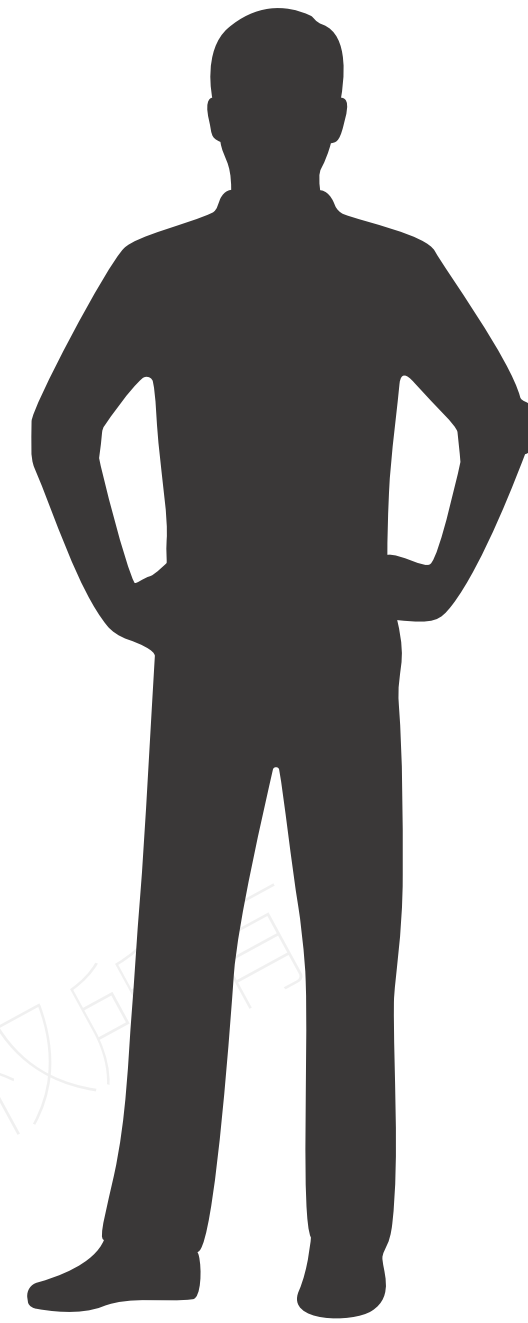
款易更擅长的，是为餐企小程序获取更多流量



本地客户运营 x1



增长运营 x1



产品经理 x1

**组建品牌  
流量运营小组**



运营模型	款易能力	运营策略	里程碑	实施周期
A（获取客户）	全渠道触点 流量转化能力	微信内：品牌公众号	启动期	月度计划
		线下：门店场景、线下导流	孵化期	长期
		微信内：小程序动态	增长期	月度计划
		微信内：好物圈、商家卡片、附近的餐厅	增长期	长期
		微信内：搜一搜、视频卖菜/卖货、先享卡	增长期	长期
	全微信生态 流量广告能力	微信生态内支付后广告	孵化期	月度计划
		腾讯社交广告	孵化期	月度计划
		CPS合作渠道	孵化期	月度计划
		微信政策流量：支付有礼	孵化期	月度计划
		微信政策流量：附近发券	孵化期	月度计划
A（提高活跃） & R（流量变现）	围绕会员特权的运营能力	代金券、单品券、会员专属券	启动期	月度计划
		小程序装修与其他（体验/流程）	启动期	月度计划
		高转化率的营销（传播/券）	孵化期	月度计划
		裂变、转发有礼、拼团（陌生人/线下）	增长期	月度计划
R（提高留存） & R（实现裂变）	社群的私域流量 留存召回	支付后关注公众号（会员组件强关注）	孵化期	长期
		支付后关注服务员（企业微信/链小程序）	孵化期	长期
		服务员邀请客人关注企业微信（福利）	孵化期	长期
		微信群/QQ群/企业微信群互动与发券	孵化期	长期
		小程序导流公众号	孵化期	长期
		场景+订阅消息导流小程序	增长期	长期
		场景+订阅消息导流优惠券	增长期	长期
		企业微信群发召回	增长期	长期



# 以黑客的方式解决流量问题

## 策略执行工具

排队  
小程序  
新人红包  
社交分销

UI设计：版块组合、图片视频、层级  
用户动线：banner、横版竖版、详情  
订单流转：核销、充值、配送、支付分  
促销活动：场景挖掘、营销设计

用户策略：自动化发券  
会员：先享卡、商家券  
社群运营：企业微信、客服工具

裂变工具：陌生人拼团、转发有礼

## 数据监测

渠道分析  
优惠券分析  
UV价值分析

转化率分析  
流量分析  
菜品分析

RFM模型分析  
复购分析  
群统计分析

裂变活动分析

# 以标准的运营流程服务餐企

## 筹备期

**了解品牌：**客单价、用户画像、营收结构（须提供3个月以上的数据支持-报表、订单数据、优惠核销等；其他推广平台推广内容与效果数据）

**方案确立：**确立目标、提交方案（含营销目标、主题、周期）、确定实施、配置方案

**实施前奏：**提交微信审核、内部测试、品牌培训、建群沟通

## 实施期

**方案实施：**门店抽样访谈与意见收集，及时处理技术支持

**紧急事件：**调整方案/预案

**数据报告：**日报、周报、周期报，复盘与迭代

# 不放过每一个细节，找到流量突破口

投放时间	投放形式	卡券	曝光(人)	揽客/领取(人)	获客/核销(张)	曝光/揽客	领取/获客	曝光/获客
12-6至12-27	开放发券	15元代金券	50335	20273	2660	40.2%	13.1%	5.2%
12-6至12-27	开放发券	10元代金券	65545	17079	2263	26%	13.2%	3.4%

- 1、经数据对比，2种面值优惠券的曝光效果（人）都符合预期；

2、领取/核销（率）值几乎相同，消费35元即可领取15元代金券（满50元可用）的方式带来的曝光/揽客（率）更高（40.2%），可以进一步验证是否表明XXX品牌的客单价尚存在提升空间；

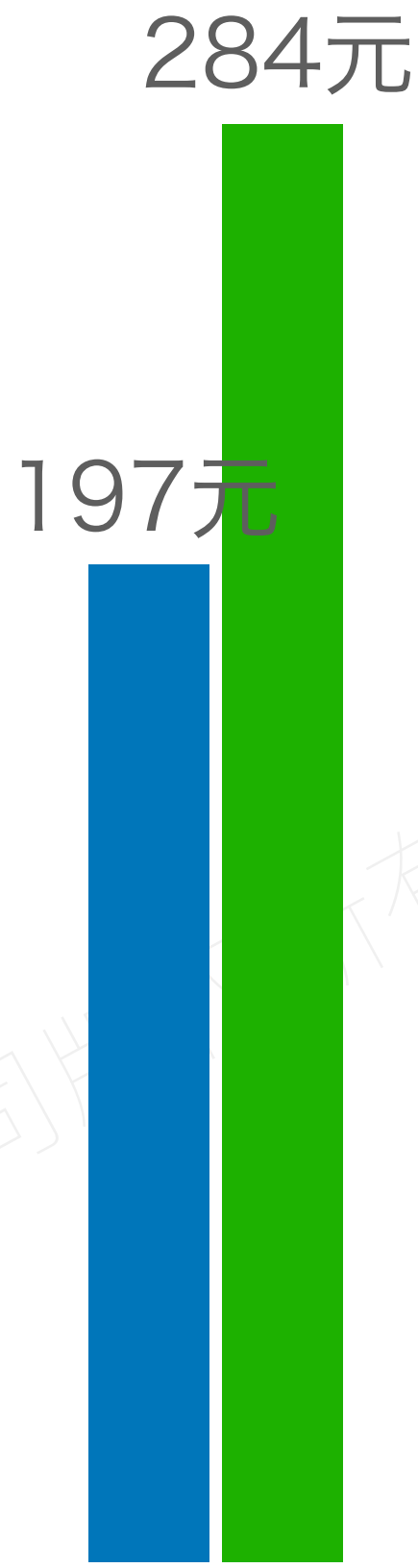
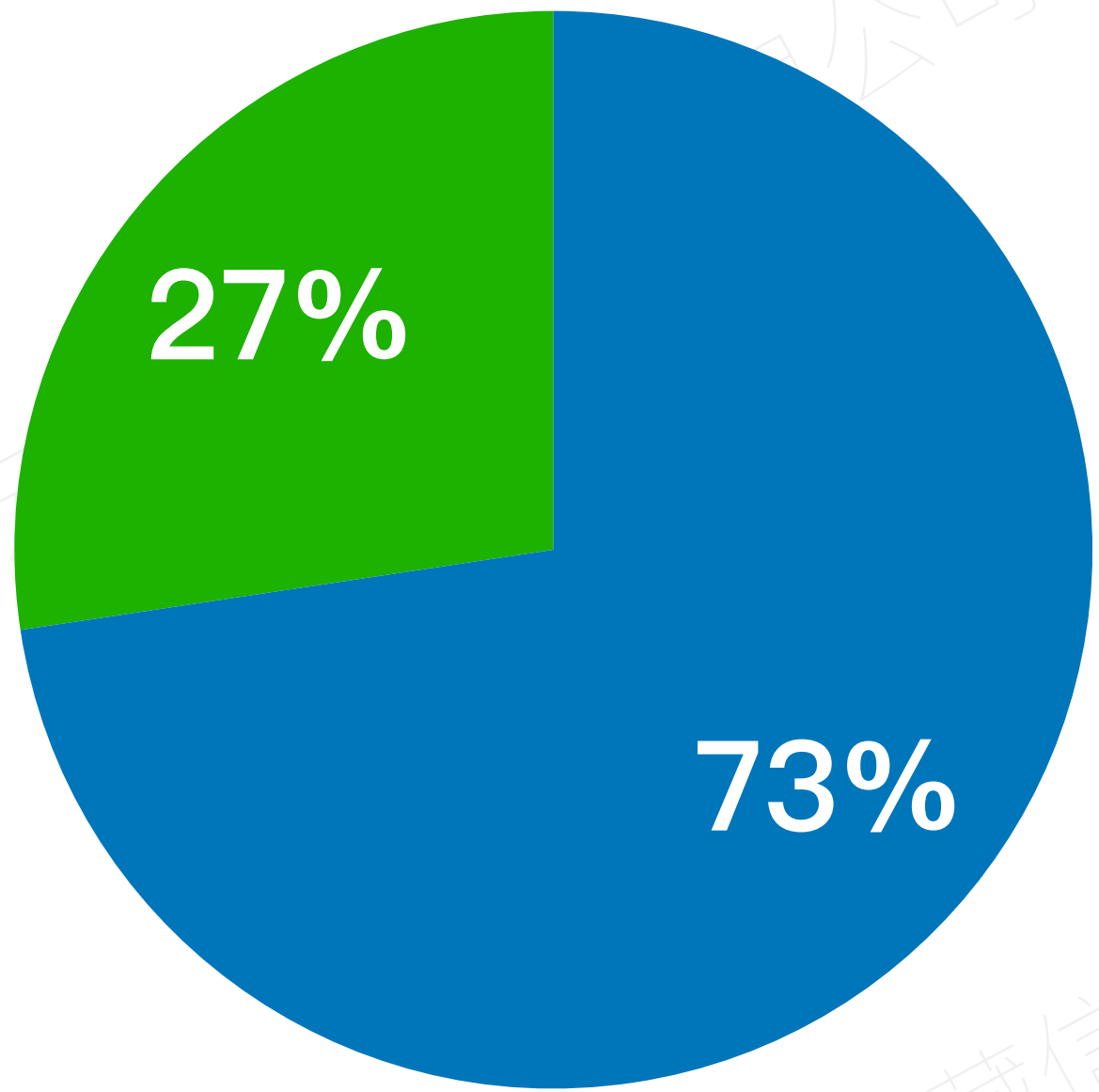
3、建议下一轮的营销方案将消费满35元发券的门槛提高至满40元发券；

4、数据验证，将线下堂食的客人拉复购效果十分明显，通过支付有礼能有效锁定回头客，及消费金额。
- 建议长期执行。





# 流量运营案例：北京-羊蝎子火锅店-3门店



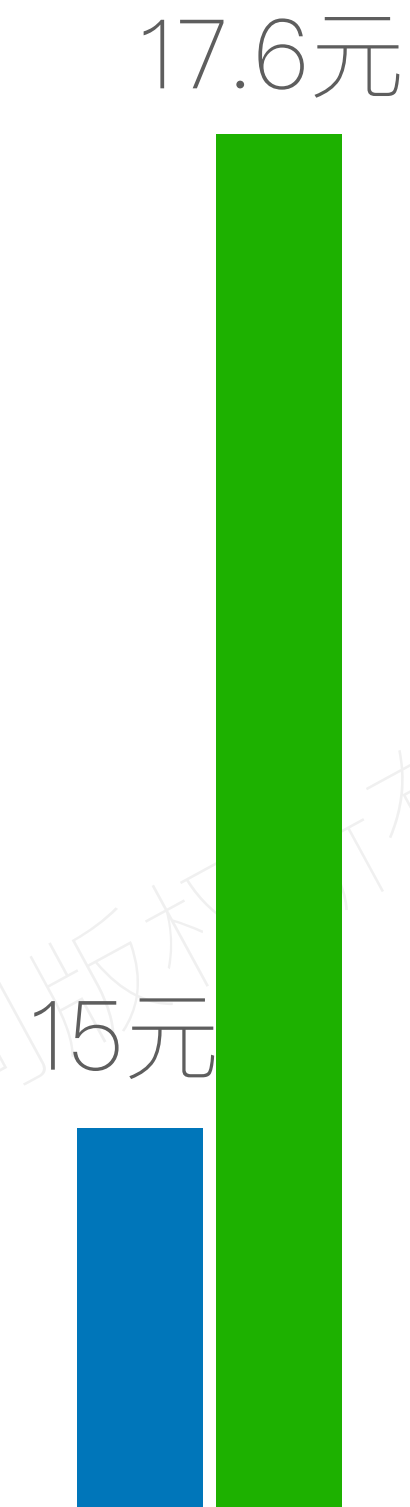
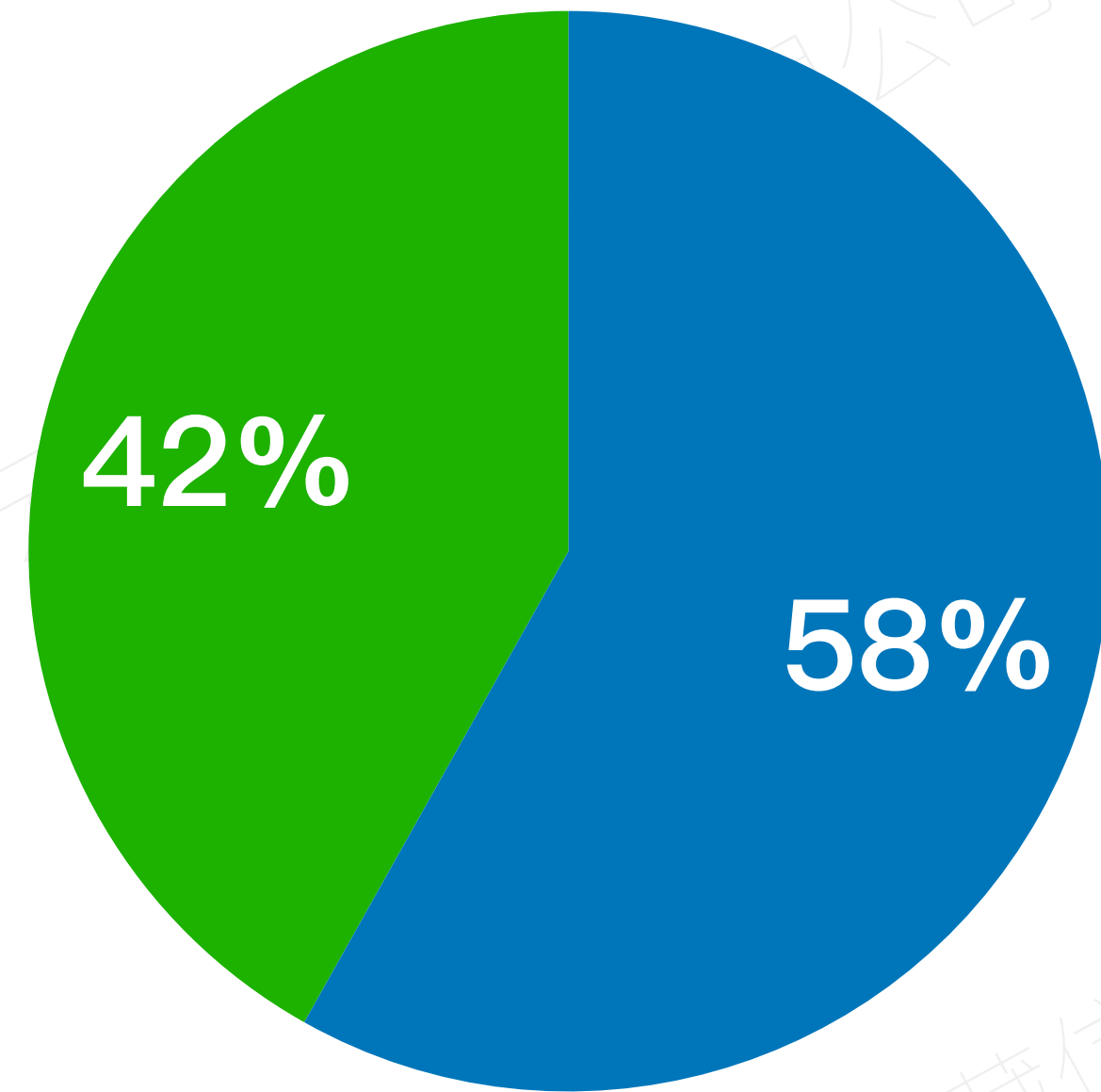
2019年7月接手服务

复购率 达 27%

桌均 197元到284元



# 流量运营案例：广州-牛杂小吃店-20门店

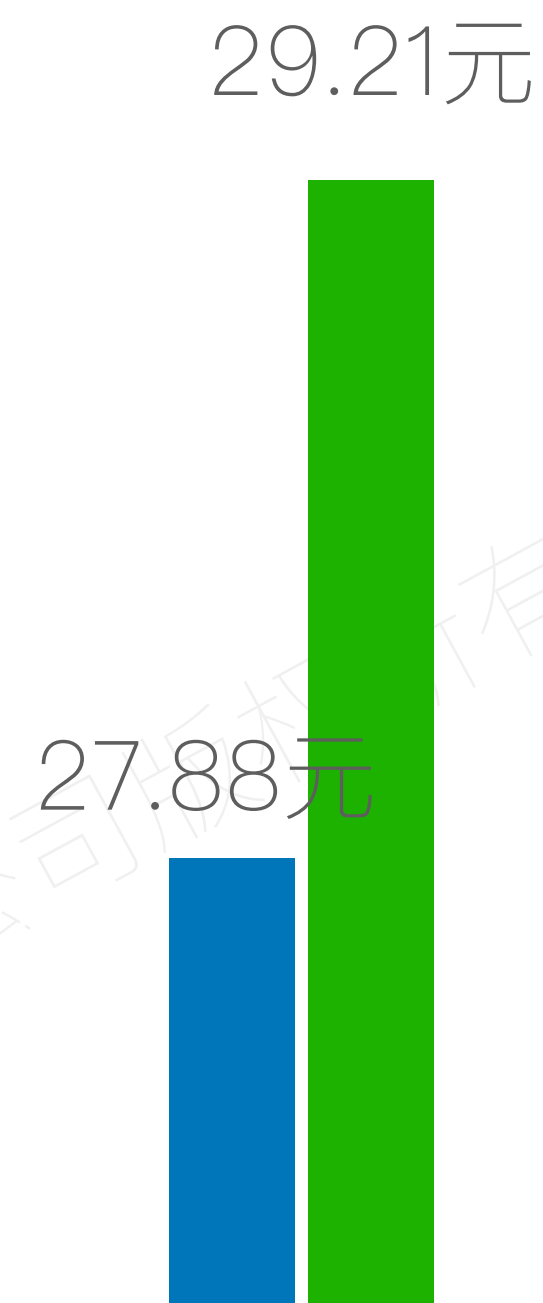
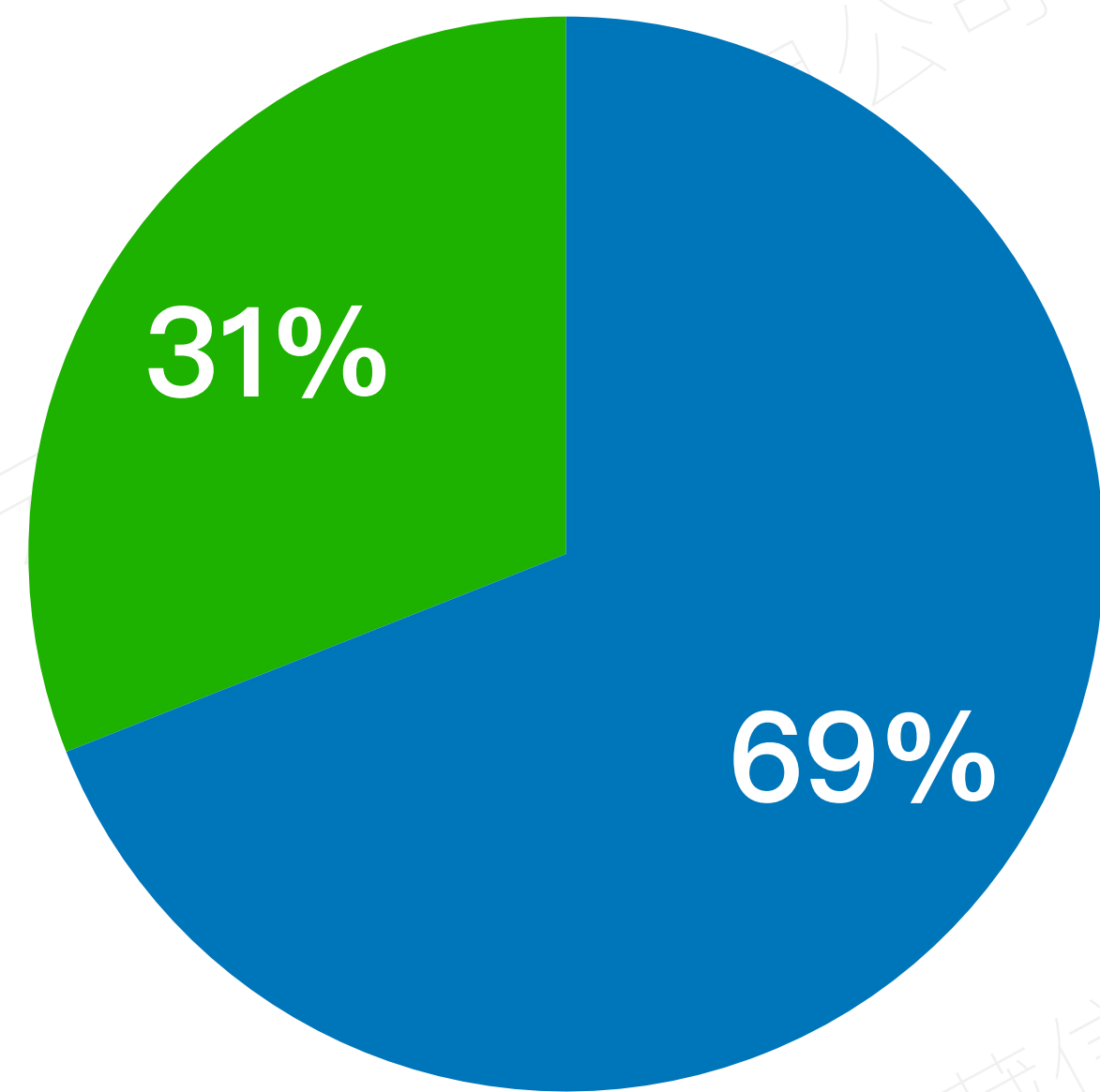


2019年8月接手服务

复购率 达 42%

桌均 15元到17.6元

# 流量运营案例：上海-中式快餐店-300门店

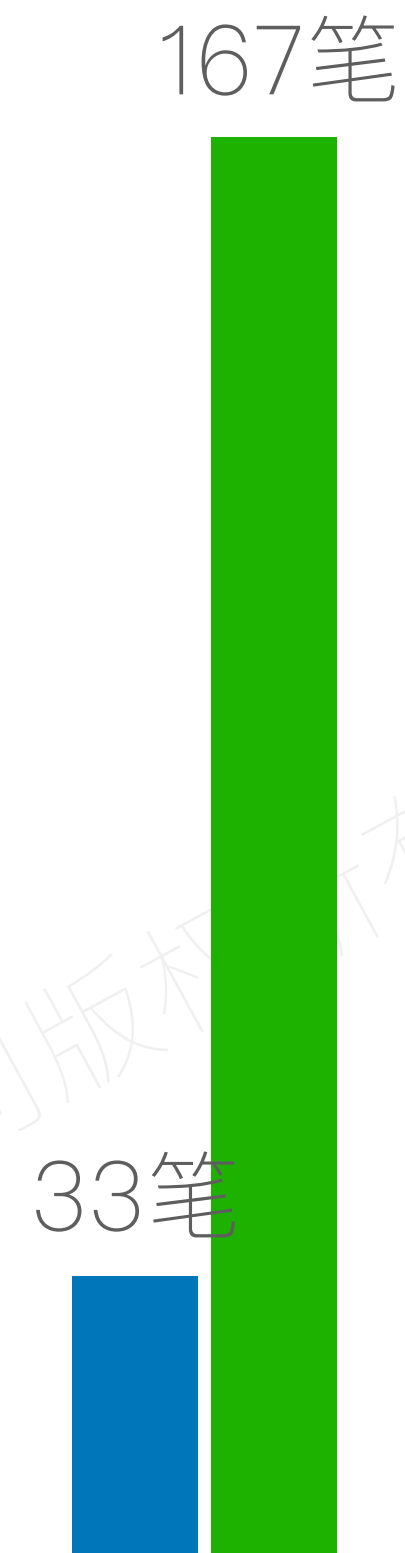
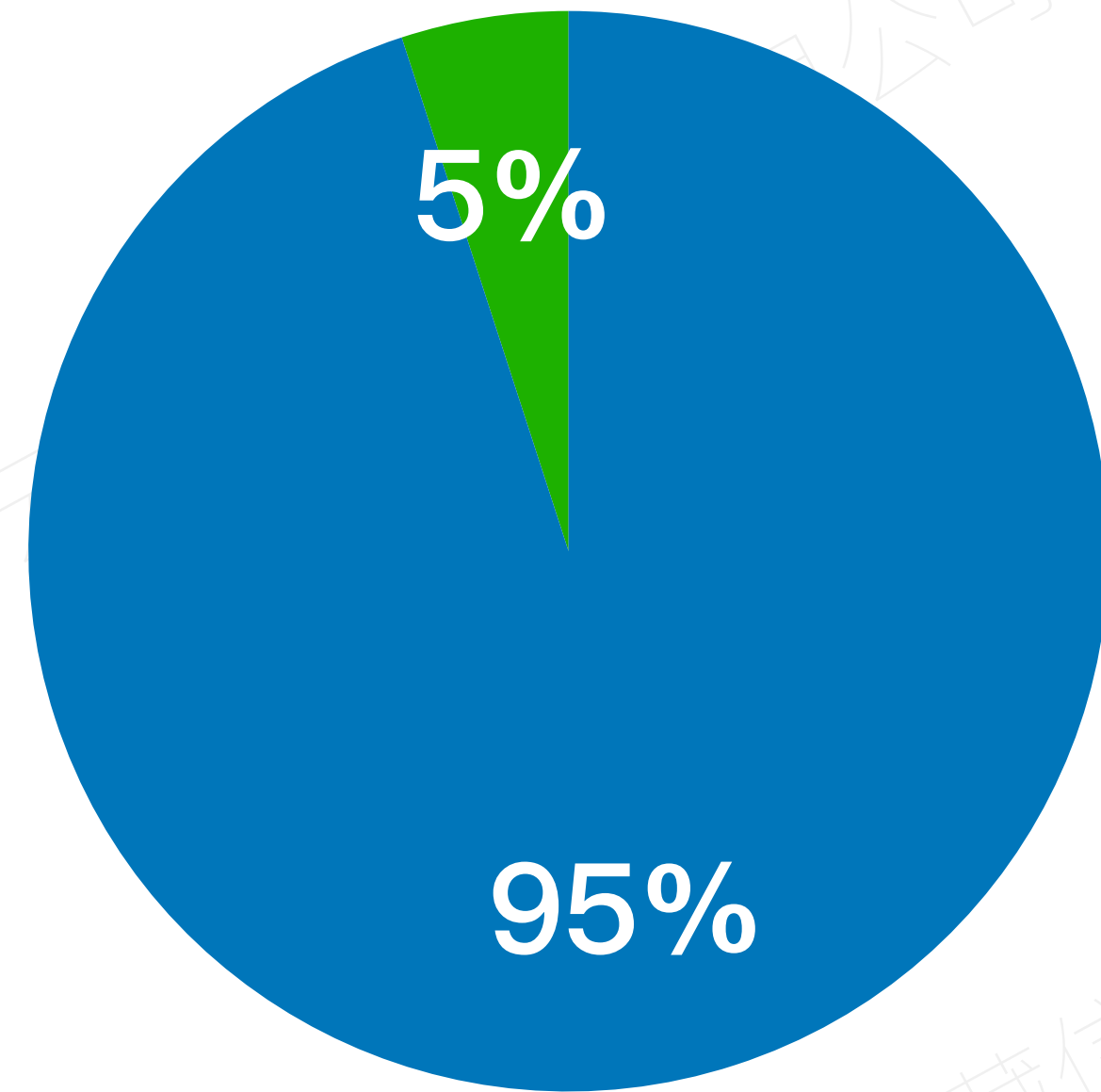


2019年7月接手服务

复购率 达 31%

桌均 27.88元到29.21元

# 流量运营案例：福建-西式快餐店-30门店



2019年12月接手服务

核销率 达 4.54%

日揽客 300人

私域流量日交易 33笔到167笔



3

## 第三斧 企业微信

# 企业订餐市场如何触达

2020年1月

入驻企业：250万家

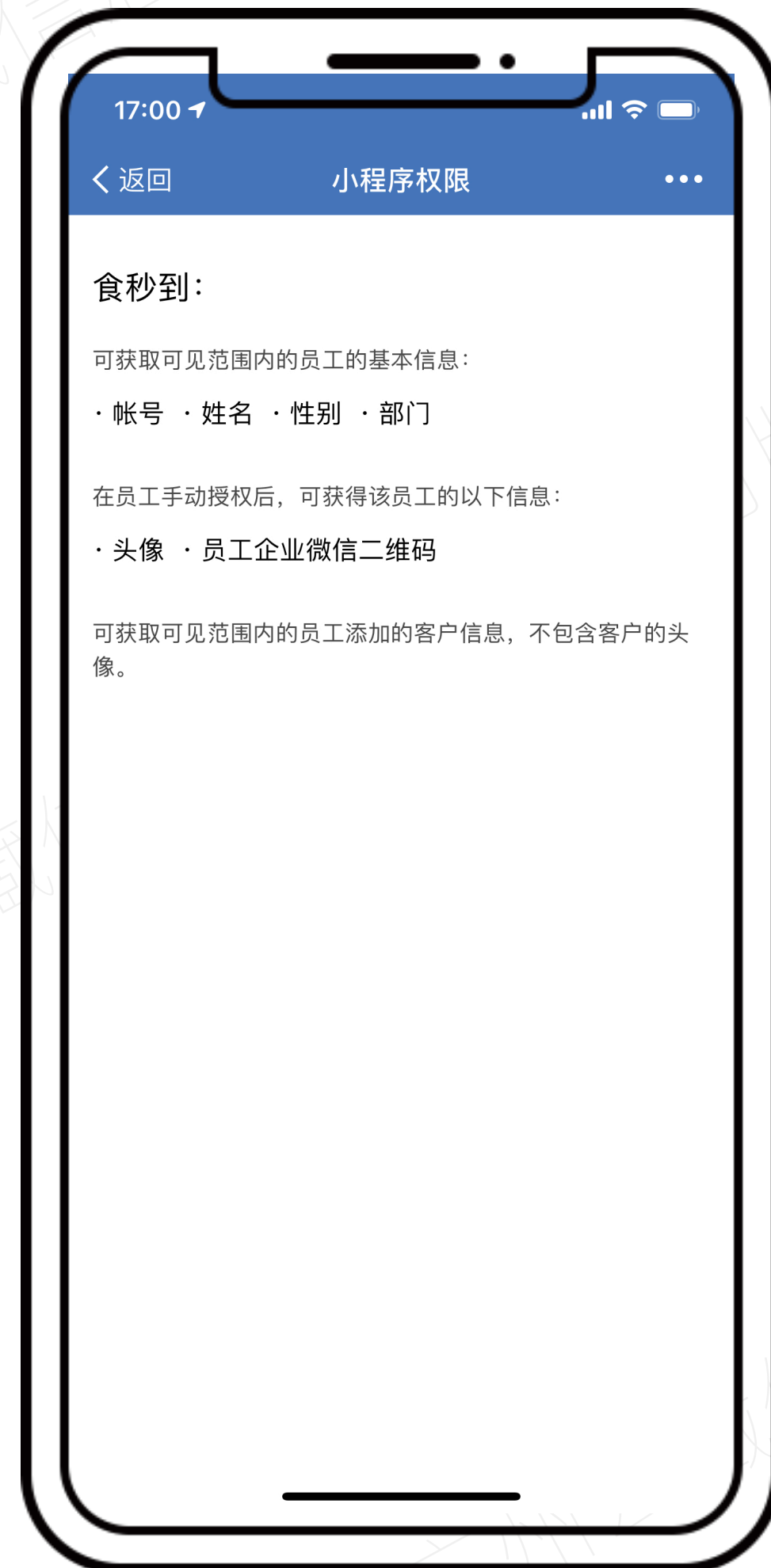
入驻员工：6000万人

**款易联手企业微信  
推出企业订餐应用「食秒到」**



# 「食秒到」为250万家企业员工提供保姆式的服务

获取客人的精准信息



系统自动提醒员工吃饭/点餐



订餐提醒



08:00 早餐预订  
立即点餐

订餐提醒



11:00 午餐预订  
立即点餐

订餐提醒



15:00 下午茶预订  
立即点餐



# 「食秒到」 支持企业餐补与专属优惠

应收 ¥36.00

XX专属8.8折

积分抵现

餐补抵扣

实际应付

-¥ 4.32

-¥ 3.00

-¥ 20.00

¥8.68

去支付

✓

食秒到

¥ 8.68

完成





# 「食秒到」 根据订单位置自动分配附近门店

订单来了



11:05 ABCD菜 x 50

XXXX企业

A口味 x 8

B口味 x 6

C口味 x 3

规格 x 12

.....

订单来了



11:07 EFBC菜 x 100

XXXX企业

.....

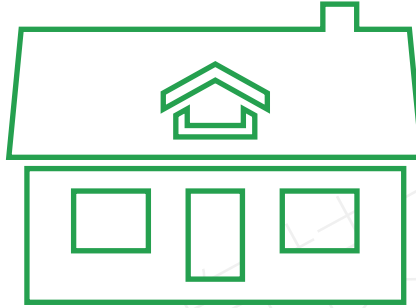
订单来了



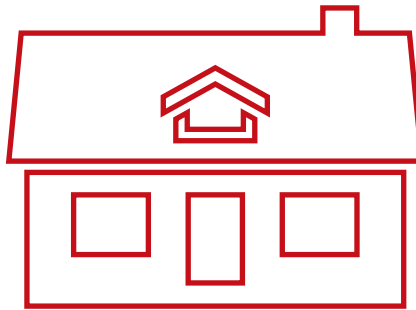
11:15 ABCD菜 x 100

XXXX企业

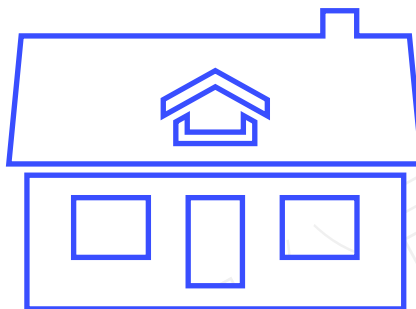
.....



餐厅A



餐厅B

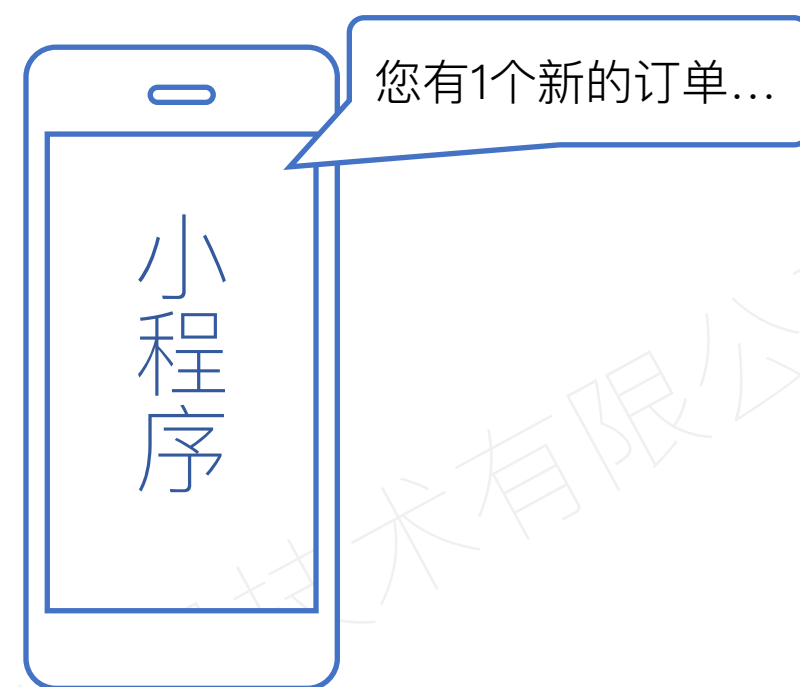


餐厅C

.....



# 「食秒到」为门店提供3种订单提醒方式



手机消息提醒+语音播报



门店电脑弹窗+语音播报



订单自动录入POS



# 「食秒到」 助餐企获客不接触资金

微信支付

无账期

T + 1

可单店结算

超低佣金

自动分账



# 「食秒到」 去中心化专注开放与连接

企业专属页面

严格食安审核

支持中台/POS

开放餐企入驻

开放配送接入

开放数据接口





# 直播带来的海量粉丝，用企业微信沉淀为自有资产

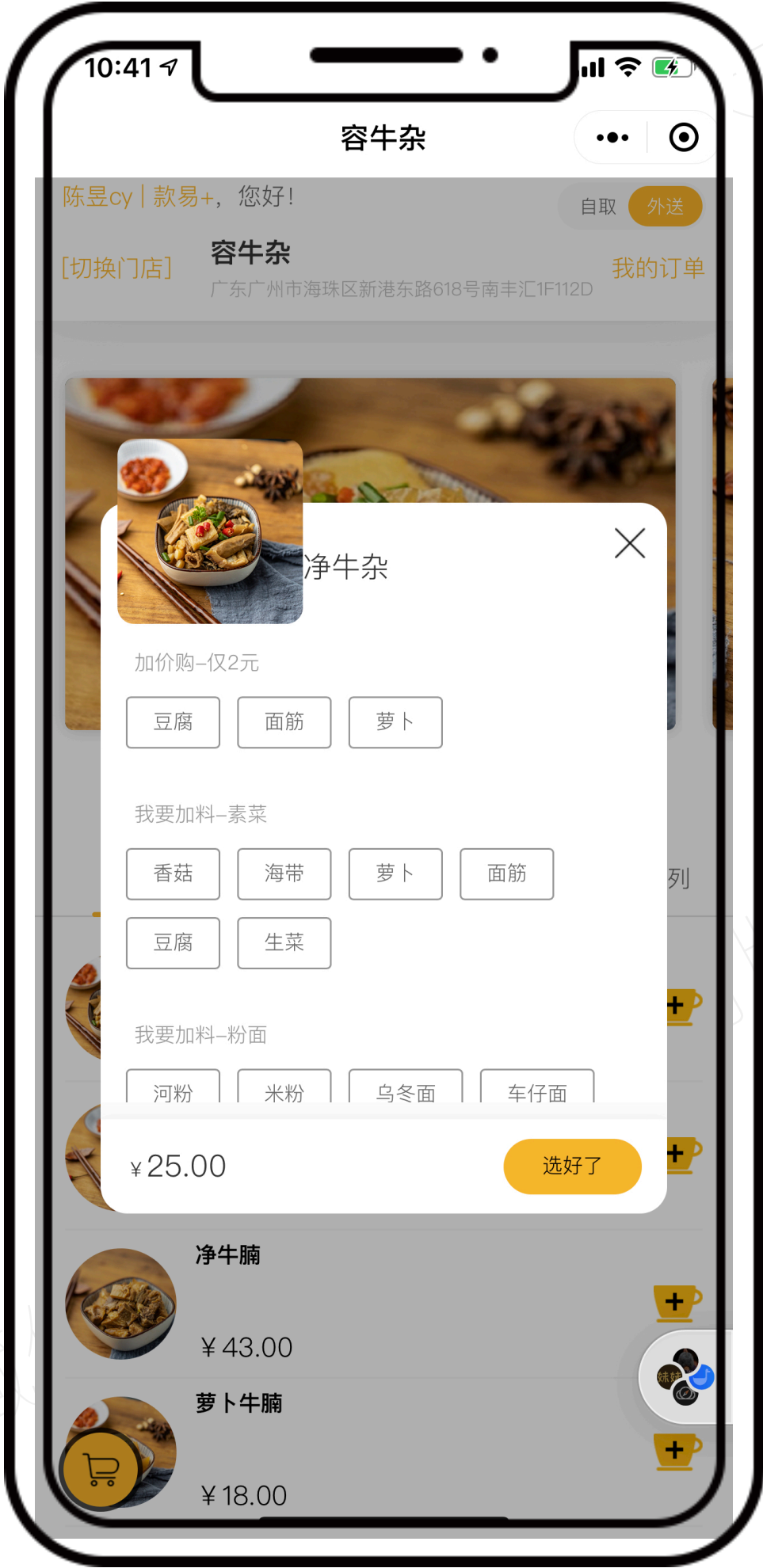
直播画面嵌入「企业微信」二维码



客人扫码加餐企客服的企业微信



客服引导客人领券与下单



# 每一个订单企业微信都能及时提醒不错过



点击查看明细



款易



# 沉淀到私域流量的客人可实现无接触复购



# 餐企利用企业微信可以高效统一员工话术/统一形象



可将常用语添加到快捷回复，让沟通更高效

可将常用页面配置到聊天侧边栏，方便查看

客人加员工企业微信后，自动收到标准欢迎

可同时向多位客户群发节日祝福或优惠通知



# 餐企无须顾虑员工流失对客人的影响

返回

### 分配离职成员的资产

离职成员 (3人) 成员离职后，可以分配他的企业资产给其他服务人员

已离职成员: 全部 时间: 2017年06月05日 至 2020年02月21日

分配给其他成员

已离职成员

所属部门

待分配客户数

待分配群聊数

离职

暂无数据

分配给其他成员

### 离职成员(14人) 成员离职后，可以分配他的企业资产给其他服务人员

原添加人: 全部 时间: 2019年12月12日 至 2019年12月19日

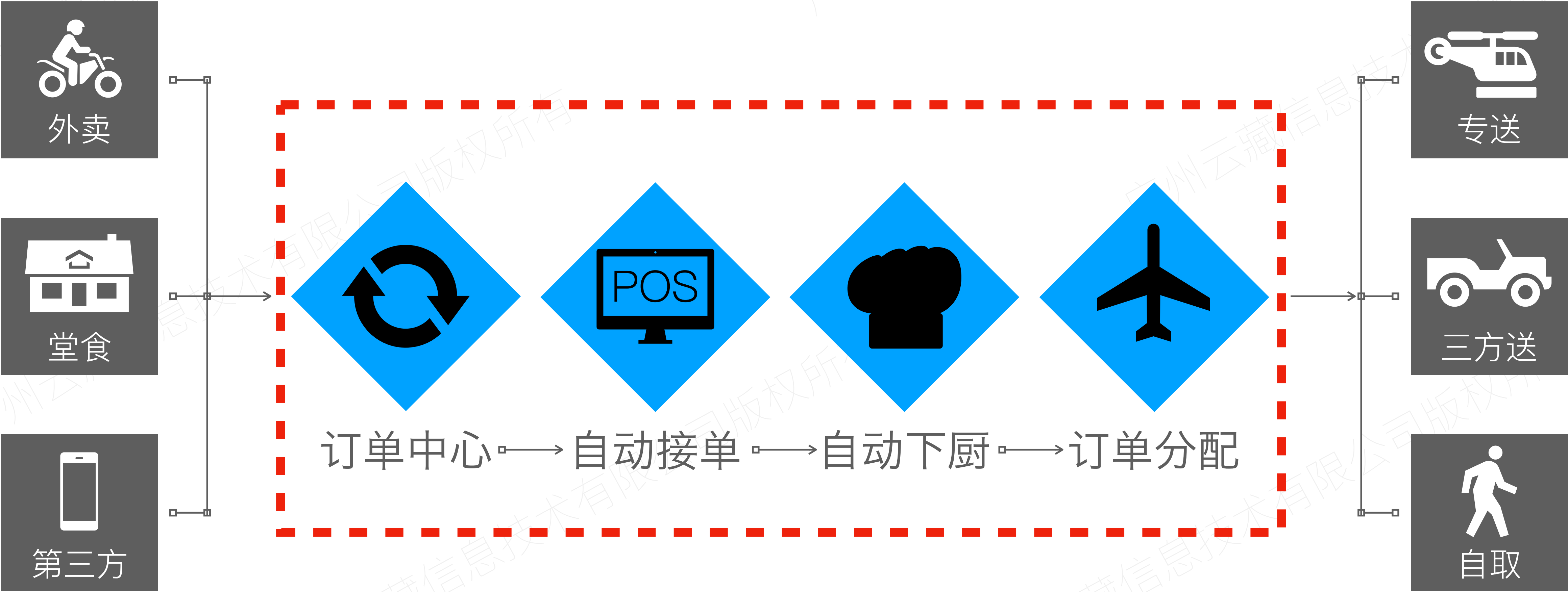
分配给其他成员

<input type="checkbox"/>	已离职成员	所属部门	待分配客户数	待分配群聊数
<input checked="" type="checkbox"/>	刘丽	一湾智能生活	4	8
<input checked="" type="checkbox"/>	李三石	一湾智能生活	2	12
<input checked="" type="checkbox"/>	林茵	一湾智能生活	2	3
<input type="checkbox"/>	王薇	一湾智能生活	8	6
<input checked="" type="checkbox"/>	王越	一湾智能生活	4	2



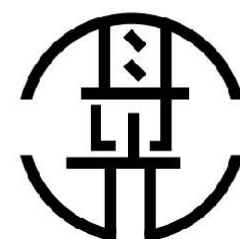
# 款易是一个「连接器」、专注解决软件间数据不通的问题

(不存储/不分析/不挖掘/不做中台)





# 赚钱的企业都在用款易



耳光馄饨  
上海网红麻酱馄饨





云藏技术

陈映霞



扫码沟通合作



广州云藏信息技术有限公司

Tel. 400-8778-327

Mail. [88@kuan1.cn](mailto:88@kuan1.cn)

# 我们邀请更多合作伙伴共创餐饮服务

小程序开发商

运营服务商

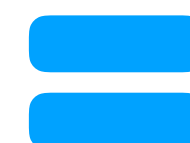
配送服务商

POS厂商

支付服务商



款易



订单自动进收银系统

自有区域外卖平台

更多配送订单

全渠道/更创新

OEM合作

more...