

Spring Spa Hair Salon 會員經營創新策略提案

營業超過30年的春天沙龍，提供剪染燙與頭皮護理、舒壓等服務，客單價高、客源穩定，希望能再增加來客量。

會員經營關鍵議題分析與專案目標

關鍵議題	店家與顧客的接觸點太少 顧客較容易跟著設計師跑	網路行銷困難 拉一位新客成本高達\$600up
	提升體驗型顧客的數量 體驗型顧客客單價高、消費頻率高	
專案目標		
提案面向	功能型顧客轉體驗型顧客 透過會員制度 設計更多接觸點來轉型	增加體驗型新客數 會員介紹會員(MGM)

會員客群分析

消費者訪談重點

A小姐 我會做多種服務的消費，主要關注是否達到基本功能的需求，對服務體驗沒有太多要求。

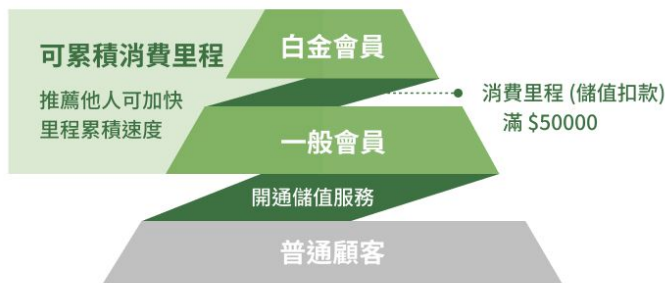
B小姐 我希望上、下班的生活型態可以分離，會來這邊做頭皮護理，因此整個服務流程的體驗是否順暢對我來說很重要。

客群型態與佔比

	20%	40%	40%
	路人型顧客	功能型顧客	體驗型顧客
重視需求	技術手法	技術手法	放鬆、休息
消費行為	剪燙染、頭皮	剪燙染、頭皮	頭皮護理
來店頻率	>6週 / 只來一次	4~6週一次	1~2週一次

會員經營的創新策略提案

透過會員制度的設計 製造更多接觸點



現階段 一般會員 | 目的為增加互動機會
 · 基本服務有打折
 · 消費每滿1萬，送一次洗舒沛或髮質、頭皮保養產品試用品

現階段 白金會員 | 目的為增加互動機會、享有春天特色服務、增加尊榮感
 · 頭皮管家：定期頭皮狀況追蹤、專屬化的報告書
 · 生日禮：新產品試用 / 攜帶親友，雙方共享生日折扣

未來長期
 · 會員專屬空間、獨立服務空間
 · 個人毛巾、袍子等專屬用品
 · 提供高級飲品如現沖咖啡、酒類
 · 生日造型改造 + 沙龍照 (異業合作)

透過MGM制度 提升體驗型新客的數量



· 提升里程數
 · 提供洗舒沛心靈洗髮服務

· 提供產品服務優惠
 · 提供洗舒沛心靈洗髮服務