

季泉会员中心门店商城开发

产品名称	季泉会员中心门店商城开发
公司名称	广州量子云力科技有限公司-产品部
价格	.00/个
规格参数	季泉会员中心:新零售商城
公司地址	天河区车陂
联系电话	15626225311 15626225311

产品详情

季泉会员中心门店商城开发、季泉会员中心线下门店模式开发、季泉会员中心线下门店平台开发、季泉会员中心线下门店软件开发

我认为私域里面重要的是IP和内容。视频号所展现的内容与公众号体系是互通的。所以可以看到有品牌在做视频号的时候会叠加企业微信入口进行引流，且企业微信自身带有活跃群的能力。

此外，讲私域不能只盯微信看，我个人比较看好抖音的私域。因为抖音的算法非常厉害，它能将内容里的商品和喜好结构化、数字化并进行有效分发。谁能做好的内容和消费人群的匹配，谁就能获得更多机会。

私域不能等同于微信，微信大优势在于能形成完美的闭环，且微信有好的数据开放度。我认为只要是能够促成转化，不管是公域里面做私域，还是自己做私域都要两手抓，两手都要硬。

那么对于连锁门店又应该怎么做呢

一、季泉会员中心门店申请功能解析

- 1.前端有申请成为商家入口，需要填写名称、联系人、联系电话、地理位置，行业分类、营业执照、门店信息、提交申请后台审核，审核成功后成为对应身份
- 2、显示商家门店界面：店铺名称、店铺电话、行业分类、店铺地址、店铺简介、店铺图片、店铺电话（可一键拨打）

3、地图定位，显示商家位置

4、地区筛选：省市区县级

5.店铺展示列表：照片、店名、区、行业、距离；点开店铺信息：头像、昵称、店铺名称、行业分类、店铺地址（可导航）、店铺简介

6、可搜索商家

7、查看商家详情：可导航（唤起外部导航）、一键拨打电话、显示订单详情、销售详情

8、商家有扫码核销功能、显示订单状态（未支付、未使用、已使用、已作废）

二、为什么一定要做深入的用户洞察

1.聚焦细分人群

一款产品打遍所有用户群体这是神话，用户研究阶段工作结束后，我们对用户群体已经有了一定的感知，找出细分人群并聚焦，要明白哪些用户群体的属性是更适合本品切入的，只有对细分人群有了明确的聚焦，体验设计才能有目标感和信念感。

2.建立差异化的价值壁垒

当我们在为一款新品做体验设计时，很多时候市面上已经有了同类产品或概念相同的商品，我们在研究阶段，对竞品定位和给予用户带来的价值与意义必须要有所了解，才能明白相比之下，我们的产品体验又能给用户带来哪些差异化价值，而这些差异化价值点，是市面上的产品无法满足及替代的，这些差异化价值点，也是用户选择我们的原因，只有做到这一点，本品才具备有经得起竞争的价值壁垒。

3.聚焦核心场景

在用户研究用户洞察阶段，我们对用户的全旅程、全场景及体验触点有了全面的了解和梳理，但这并不意味着，接下来在体验设计的工作中，我们就应该针对这所有不同层面的内容进行创新和设计，每一个环节都要求进行创新及体验设计，这样耗费的时间和成本太大了，结果还不一定是达到正面效果的；相反，在用户的体验场景上，我们也要做到聚焦，从全旅程中提炼出对于用户而言核心的几个场景，针对这些核心场景进行聚焦和深化，体验设计才能在用户在意的点上发力，真正为用户带来有价值的创新体验。

我司有现成成熟系统，独立源码部署，有需要快快联系我吧