

会营销的餐饮预订数字化中台

落地全国30省份 2000+ 高端餐厅

几个互动问题

- 一. 预订流程繁琐, 如何快速预订, 避免订错、订重?
- 二. 门店总共来过多少客人? 高价值客户有多少, 多久没有来了?
- 三. 客户的喜好忌口了解吗、生日、纪念日是否有做对客服务?
- 四. 如何进行全面的员工绩效考核?
- 五. 员工变动, 如何留住他们手中的客户?
- 六. 销售过程如何管控? 如何实现厅效最大化?

PC应用端

Three applications of wangkelai

The screenshot displays the Wangkelai PC application interface. At the top, there is a navigation bar with the date 2025-04-18 and a calendar view showing days from Friday to Thursday. The right side of the header identifies the location as '榕港海鲜(松江店)' and shows a '预订台' (Reservation Counter) button with a notification of 32. Below the header, there are tabs for different areas: '全部', '二楼包厢', '三楼包厢', '一楼宴会厅', and '二楼宴会厅'. The main content is divided into three sections: 1. A grid of table status for '二楼包厢 (11桌)', '三楼包厢 (29桌)', and '一楼宴会厅'. Each table is represented by a card showing its name, number of people, and status (e.g., '总统1', '国1', '301'). 2. A list of reservations with details such as phone number, name, and status. 3. A detailed view of a reservation for '04月18日 星期五 晚餐' showing table number, time, and customer information.

智能订餐台

界面友好简洁，系统落地简单
预定员易学上手快，客户来电弹窗显示号码及姓名只需点两次鼠标即可完成预定并自动生成短信发送给客户

杜绝订单订错订重漏订等等问题

预定即留存档案，客户信息留存企业永不丢失，客户信息连锁用

手机APP——随查随订

Mobile terminal app



预订状态

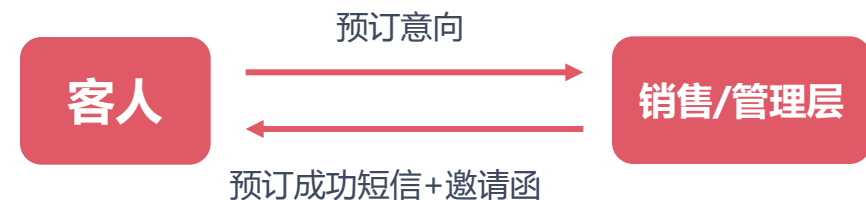


预订界面

过去:



现在:



旺客来手机APP与预订台预订状态**实时同步**, **随时查看订餐管理**, 减轻预订员的工作量, 提升预订效率, 改善客户体验。

客户通知——短信+邀请函+宴会邀请函

Message module



通知短信



邀请函



邀请函



主题宴会邀请函



| 客史管理

服务升级案例——生日聚餐

Customer service cases



提前通知客人, 生日营销

预订餐位

喜好、忌口、特征标签

重点服务

回访满意度调查
(记录客情档案)

历史订单记录

客户数据监测

Customer data monitoring



- 尊称 10%
- 工作单位 15%
- 生日 20%
- 纪念日 10%
- 客户标签 20%
- 客户描述 5%/项
- 家庭住址 5%

月份	月新增客户 新客	月唤醒客户数 挽回	月沉睡客户数 准损失	月流失客户数 已损失	总体客户检测
3	111	23	38	14	+82
4	199	46	67	25	+153

客户类型 \ 客户经理	伊	张	申	预订台	合计
重要价值客户(SVIP)	5	13	8	0	32
一般价值客户(VIP1)	23	56	28	3	127
重要发展客户(VIP2)	18	62	34	17	158
一般发展客户(A1)	57	102	43	20	271
重要保持客户(A2)	18	72	36	53	201
一般保持客户(B1)	165	246	173	258	966
重要挽留客户(B2)	3	20	15	0	50
一般挽留客户(C)	127	267	160	379	1022
总计	416	838	497	730	2827

月度门店经营报表

Monthly store operation report



降低退订率, 退订原因统计分析



保证包厢坪效, 提升客户体验



客源统计, 监管门店绩效

时间	结账金额 (元)	预订次数	预订桌数	消费次数	消费桌数	消费三桌 以上次数	桌均 (元/ 桌)	人均 (元/ 人)	退订率	定编上座 率	有效客户 数	新客户数	唤醒客户 数
一月	1,360,391	1302	1395	1100	1168	11	1,471	134	16.27%	101.32%	1100	228	325
二月	1,422,198	1152	1220	994	1024	1	1,603	129	16%	107%	994	331	47
三月	1,898,340	1473	1733	1126	1311	15	1,585	146	24%	110%	1126	189	298
四月	1,729,423	1343	1450	1061	1114	7	1,626	129	23%	114%	1061	165	241

以客户为中心升级服务

Customer management



客户分类管理



客情客史统计分析



纪念日管理&提醒

客户维护——日常关系维系

Automatic allocation



A 等级 | 高忠诚、高价值

B 等级 | 低忠诚、高价值

C 等级 | 高忠诚、低价值

D 等级 | 低忠诚、低价值



80%客户忠诚是在跟客户持续联系三次以后, 将生客--熟客--忠诚客户是我们的目标。

目标设定及业绩追踪

Performance management



业绩汇总



业绩明细



目标设置



业绩排行

客户关键指标分析

Dynamic value evaluation

	张可可	李花花	王七
全部客户	4423	2144	3329
价值客户	713	244	521
A	233	218	351
B	231	243	230
C	343	241	531
到店客户	321	422	332
新客户数	112	76	211
资料更新人数	45	13	144

经理	消费1次	消费2次	消费3次	消费4次	消费5次	6次及以上
全店	3217	515	201	44	23	53
张可可	513	163	63	21	20	34
李花花	994	359	44	23	5	12
王七	812	152	93	13	7	11
...						

客户结构分析

月度消费结构分析

姓名	营销经理号码	有效预订单数	有效新增客户数	唤醒客户数	挽回客户数
梅贝	18858072000	38	0	6	2
胡巍	17857077000	37	3	5	5
田建	13534101000	19	7	5	5
黄利	13953670000	25	9	0	3

复购客户占比

	张可可	李花花	王七
待跟踪	113/652	321/521	324/512
总跟踪	89	339	161
跟踪-微信	22	215	4
跟踪-电话	15	13	31
跟踪-短信	29	98	139
全部转化率	4.7%(5/88)	5.3%(12/228)	7.9%(21/432)
全部转化金额	3417.8	11420.4	7809.2
全部转化桌数	3	12	13

客户跟踪转化

资料完善度

完成度	张可可	李花花	王七
完成度20%	245	152	221
完成度30%	8	2	5
完成度40%	27	16	73
完成度50%	2	9	5
...			
客户平均完成度	31.27%	20.21%	45.71%

尊称10%，生日20%;性别10%，单位15%
住址5%，备注20%;标签10%
完成度越高说明经理对自己手里的客户越了解

数据指标



客户经理报表

Customer Manager report

客户经理	预订次数	预订桌数	营业金额	人均消费	桌均消费	退订率	定编上座率	新客户	唤醒客户	客户数量	资料完整度	VIP客户数量	业绩报表			
方**	426	429	565073	171.6	1304.6	15.8%	99.3%	11	72	370	52.2%	31				
刘**	380	384	541970	174.5	1386.7	12.2%	99.1%	6	44	348	50.8%	23				
权**	240	240	261881	151.3	1091.1	16.0%	98.8%	2	14	248	45.4%	21				
顾**	238	238	406849	219.4	1709.4	16.7%	客户经理			伊	张	申	恒	预订台	合计	
冯*	159	160	216229	183.2	1351.4	12.4%	客户类型			重要价值客户(SVIP)	5	13	8	6	0	32
顾**	141	141	244012	241.1	1730.5	14.0%				一般价值客户(VIP1)	23	56	28	17	3	127
黎*	30	30	38378	165.4	1279.2	16.8%				重要发展客户(VIP2)	18	62	34	27	17	158
刘**	21	21	39009	237.8	1857.5	19.2%				一般发展客户(A1)	57	102	43	49	20	271
										重要保持客户(A2)	18	72	36	22	53	201
										一般保持客户(B1)	165	246	173	124	258	966
										重要挽留客户(B2)	3	20	15	12	0	50
										一般挽留客户(C)	127	267	160	89	379	1022
										总计	416	838	497	346	730	2827

客户报表



体系搭建推进规划

02

第二阶段

规范对客服务流程—客情

- 周期：3-4□□
- □□□□□□□□□□□□□□□□ A/B□□□□□□□
50%
- 餐前流程：来电弹屏、宴会类型/设备需求收集、忌口/喜好收集、邀请函/短信、预排菜海报、餐前确认、补发短信、包厢布置
- 餐中流程：准确人数入座填入、到店提醒、印象标签/生日/纪念日/职业收集、主宾客记录/关系网建立
- 餐后流程：存酒记录/存酒库存短信、客户资料持续完善、餐后回访、节假日/活动营销问候、取酒营销短信、礼盒/卡券售卖赠送

