

如果你想开一家实体店，是不是担心不能吸引来顾客？是不是更担心网店对实体店的冲击过大？如果你已经开了一家实体店，是不是很苦恼很少有回头客？是不是因为总是依靠陌生顾客的首次消费而导致店面盈利没有大幅度增长？

几年前，可能会存在这么一种现象，一则广告如果得到较大范围的传播，就可以忽悠大批顾客慕名前来消费。不过随着消费者主导的时代来临，这样的好日子已经一去不复返。消费者主导首先就体现在消费者有了更大的选择权，他们在消费时除了看重产品本身的质量，看重价格，还要有良好的购物体验，否则就有可能不会买单。遗憾的是很多实体店老板并没有看到这种变化，仍然采用原有的手段进行促销。比如在重大节假日期间，这些老板会雇人在马上边到处发传单，貌似很热乎，其实效果很差，很多行人都是拿了传单后走几步就随手一扔，倒是旁边捡垃圾的大妈忙得不亦乐乎。所以这种早期扫街的方法现在根本不管用，更会让人生烦，得不偿失。

有人说我可以发会员卡吸引顾客成回头客啊，可是要知道，现在很多消费者手里都已经有不少商家的会员卡了，再添加新卡的动力实在不足，而且因为有些商家的不道德的行为，都会让消费者会员卡不再感冒。举自身的一个例子，有一次我从箱子里翻出了一张台球卡，兴冲冲去消费时发现同样的地方已改头换面了，营业员说这个卡是之前公司的，他们是刚盘下来没多久，旧卡在这里消费不了，然后就热情的给我介绍办理新会员卡的好处。当时因为没有证据，也不好说对方就是和以前的老板是合伙起来骗会员费，只是以后谁还会再交几百块办个会员卡来获取所谓的消费折扣呢？

所以，无论是早期的广告，还是派发传单，都相当于是在扫街，努力扩大人群覆盖面，如果碰巧有想消费的顾客，他可能会进来看看，而对更多的顾客来说那种广告实际就是无谓的浪费。当然，提高广告投入的有效性一直都是营销界人士追求的目标。对实力强的大品牌，多投钱做广告还可以承受，那作为没有强大资金实力的街边实体店如何才能突围呢？如何才能将本地有限的人流多吸引一点过来呢？

答案就是：做好微营销！

微营销作为刚兴起的概念其实也没有太多的花头，只是将原来很多的营销和服务工作在移动互联网时代做到更精细更极致而已。做好它的第一步也是利用数据库营销的策略，简单来说就是要将所有顾客的信息都整理好，在适当的时机给他们推送促销信息，吸引对方来二次消费。

问题是如何才能获取到顾客的信息呢？总不能让每个到店里吃面的顾客刚吃完就让他填一张表吧，把电话/喜好/职业通通都写上，这听起来肯定很雷人。好在随着微信的横空出

世，这个问题得到了很好的解决，且比以往任何方法都更有效。具体来说就是店老板先开通一个微信公众平台，将对应的二维码打印出来贴在顾客方便看到的任何地方。如果老板推荐顾客关注店面的微信公众平台，相信大部分顾客是愿意的。这面条味道不错，为啥不关注呀。当然可能更多是因为听到了店老板的最后一句话才心动的：关注我们店，以后有折扣啊。事实上有些商铺都不是拿以后的折扣来吸引顾客关注，只要顾客在结算时现场扫描二维码关注后就会享受到折扣了，比如优衣库就是这么操作的，每一位买衣服顾客在现场扫描关注优衣库微信公众号就能立享 7 折优惠。

注意，这里说的是微信公众平台而不是私人微信，因为说不定有些人的隐私观念挺强，不愿意吃了碗面就让一个陌生人看到个人所有的信息呢，而微信公众平台就没有这个问题。

好了，建议每个来店里消费的顾客都关注微信公众平台，算是积累了一大批顾客的信息，这也是以后营销的基础。相对于早期铺天盖地的广告和街头的传单，这积累的可是实实在在的精准顾客，肯定不会像发传单那样把促销信息给到一个一年吃不了十碗面的路人甲手里。

下面接着说微营销的第二步。有了大量顾客关注后，如何才能留住并吸引他们多次来消费呢？我相信很多人手机里或多或少都有一些订阅号和服务号，仔细比较你会发现有些订阅号还是使用最原始的呈现界面，功能十分有限，至于说菜单化/微社区/关键词回复/历史信息精华抽取等等就更没有了，这些都可能导致顾客关注后实在提不了多大的兴趣，可能某一天手一抖就取消关注了，可有可无为啥要一直占着我的手机。因此微信公众号的界面呈现和功能挖掘是非常重要的，这就相当于店铺的一个展示门面，对这方面不太了解的朋友可以去网上搜索实力强一点的软件公司进行定制，当然也可以咨询我帮你推荐。现在越来越多的商家已选择定制化一个微信公众平台，价格也并不贵。

微信公众号有了好看的样子和丰富的功能还不能完全就吸引顾客来多次消费，还必须让他们感觉关注这家店很好玩，关注这个公众号很有趣。就像有些会所一样，如果外表很华丽，但里面的服务员的服务态度都很差，你说能吸引顾客来反复消费嘛？看到这里估计有些店主就要说了：我只要知道把面做好就行了，哪里有时间把公众号做得很吸引人啊？这其实也就是微营销要落地的核心难点所在，我和业内一些朋友都聊过这个话题，公众号的运营的确是一个费时费力的活，一般的商家根本无力做好这件事。

那有没有好的解决办法呢？必须解决！这个解决不了，微营销的效果就会大打折扣而徒有虚名。我们结合对一些店铺的辅导，积累了不少行之有效的方法，比如运营整体外包，做好和顾客的互动，抓住 20% 优质客户，消息推送技巧等等。总之，只要你按照这些实践的方法稍微多付出一点点精力和时间，就能收获实体店销售额的大幅提升和极高的顾客回头率，

让我们一起用事实和数据说话。注意，微信公众号的定制化开发只是第一步，运营才是最关键的，在下一篇我会给大家详细分享。

在这里我要郑重告知各位实体店主：请大家不要被网上的什么实体店将迎来灰暗的未来啊之类乱飞的文章吓坏了，一定不能人云亦云。网店有网店的特点，但切记一点，我们实体店主要的定位是给本地顾客服务的，只要将本地化服务做到极致，只要积极拥抱移动互联网做好微营销，实体店会拥有更加灿烂的未来，网店和实体店共存的局面也将长期存在。

（助理联系方式：forwardingsg@gmail.com /18016381658）