

积分兑券及兑礼总策略：

1、积分兑券：

常态化的兑换：（无门槛/高门槛）

营销策略性的兑换：（中门槛/高门槛）

2、积分兑礼：

纯积分直接兑（商品价值为成本价*1.3-2倍，如为本品牌商品，则按吊牌价）

低积分+实物礼品（商品价值为成本价）

高积分+实物礼品（商品价值为成本价*0.5-0.8）礼品的其他价值由积分分摊

积分兑券的目的及玩法

1、作用及目的：

维持及拉伸用户生命周期

促进用户复购

2、营销周期：

常态化的兑换形式（上不封顶、可叠加使用...

策略性的兑换形式（基于营销目标，基于会员目标，基于商品目标...

3、使用方式：

仅线上使用/线上线下同享

有效期（基于营销活动及营销策略

4、建议投放占比：60%以上

积分兑礼品的目的及玩法

1、作用及目的：

用户回馈性质

盈利性质

活跃用户

清理库存

2、营销周期：

常态化的兑换（标品/经典款）

策略性兑换形式（新品发布、会员日到店自提...）

3、使用方式：

提货方式（快递、线下自提、美团配送...）

兑换形式（纯积分兑换/积分+现金/纯现金...）