

HIVISION 好风景家居 · 7S 增长系统

美团与大众点评门店

把门店的产品、服务与到店入口，摆成客户看得懂的线上货盘。

本册只做三件事

- 1 客户一眼看懂：你卖什么
- 2 客户一键行动：怎么联系/到店
- 3 店长每周检查：有没有真实咨询



开始前，先把这些材料放到一个文件夹



- 1 营业执照
- 2 法人信息
- 3 门头/展厅/停车照片
- 4 门店地址电话和营业时间

文件名统一：平台-门店-资料类型-日期。店名、地址、电话、营业时间在六个平台保持一致。

进入实际入驻/认领入口



美团经营宝门店认领

<https://e.dianping.com/poi/bpc/dp/settle-index?lastPage=0>

扫码或电脑打开官方入口

注意：平台登录后的页面会随版本调整。认准官方域名和“入驻/认领/认证/注册”等同一功能，不使用学习中心或旧教程链接替代入口。

四步完成上线：一页只做一个动作

操作 1

打开经营宝认领入口

完成后截图留档，再进入下一步。

操作 2

扫码进入经营宝并登录

完成后截图留档，再进入下一步。

操作 3

搜索或选择本店

完成后截图留档，再进入下一步。

操作 4

提交门店和主体资料等待审核

完成后截图留档，再进入下一步。

这个平台，要帮门店完成什么？



让搜索型客户确认门店可信、找得到、愿意导航或电话咨询

客户路径：看见一个问题 → 看懂一个方案 → 发消息/导航 → 店长安排下一步。

本平台核心动作：每周：补1组实拍 + 检查评价/电话/营业时间

线上货盘不是产品目录，而是客户决策路径



真实门头

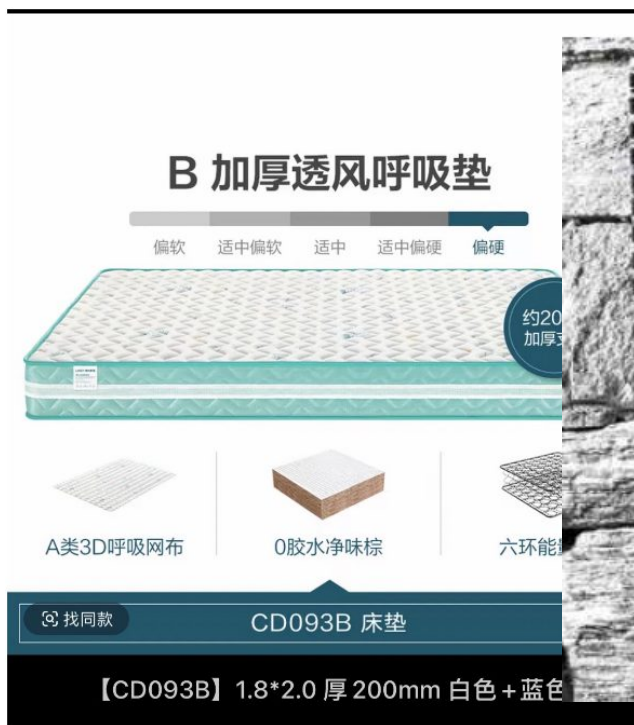
展厅与样品

停车与服务说明

摆放顺序：① 真实空间/门店，让客户相信你在本地；② 主销产品/体验，让客户判断是否适合；③ 交付、路线、服务，让客户敢联系。

标准：每个栏目至少有 3 张真实图，不能全是海报或白底产品图。

一组素材，怎么变成客户愿意看的内容？



空间/体验：先讲客户正在烦什么

产品证据：只讲一个能感知的价值



人物/使用：让客户代入自己家



品牌/交付：回答“靠不靠谱”

首 7 天，不追求爆款，先跑通一次

1

1 建好门店

2

2 拍空间

3

3 拍产品

4

4 发第一条

5

5 回咨询

6

6 补路线

7

7 复盘

第7天的结果不是“多少播放”，而是至少完成一次：客户看见 → 发消息/导航 → 门店回应 → F09登记。

客户进来后，门店怎么接住？



01

客户私信/电话/导航

02

10分钟内首次回应

03

问户型、需求、预算/
时间

04

约到店/量尺并登记F0
9

首句示例：您好，我是好风景家居· XX店。您现在主要看沙发、床垫还是定制？

店长每周 20 分钟，只看这四件事



资料有没有过期：地址、电话、营业时间、路线



货盘有没有更新：补1组真实产品/空间/交付图



客户有没有漏掉：未回复、未登记、没下一步



本周什么有效：看咨询、到店、成交来源，不只看播放

门店线上货盘的标准：客户找得到、看得懂、愿意联系；店长查得到来源、负责人和下一步。

案例拆解：看完后，门店照着做一遍



好风景门店可复制示范

客户搜索门店时，先用门头、展厅、停车和真实评价消除“值不值得去”的顾虑。

- 1 首图必须是真实门头
- 2 相册前6张覆盖空间与路线
- 3 评价回复给出具体解决办法

说明：本页为好风景门店可复制的训练示范，不虚构对外业绩数据。

上线不是结束，客户视角验收才算完成



- 1 搜索店名/账号：能找到吗？
- 2 看首页：知道店在哪、卖什么吗？
- 3 点电话/私信/导航：能联系、能到店吗？
- 4 测试咨询：店员10分钟内回应并登记F09了吗？

验收通过后，门店再考虑增加内容频次、直播或投放；基础盘没有跑通，不急着花钱买流量。