

宠物行业概况 与行业解决方案



目录

01
行业概况

02
消费者与商家概况

03
行业痛点

04
解决方案

05
案例分享

01 行业现状

市场规模 | 行业概况 | 未来趋势

2012-2019年中国宠物行业市场规模及其增长情况(单位：亿元，%)



资料来源：亚宠展 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

随着我国人口老龄化，家庭养宠观念和人民生活习惯的改变，人们养宠需求量大大提升，推动我国宠物行业市场发展。此时，围绕宠物经济产生了一系列的相关产业，如宠物食品、宠物用品、宠物医疗、宠物美容等，这几年还涌现出像宠物婚介、宠物殡葬、宠物寄养等很新的行业。

2019年我国宠物行业市场规模已达2024亿元，同比增长18.50%，其中宠物猫市场规模增速快，增长了19.6%，达到780亿元。预计到2020年，宠物市场规模达2945亿元。到2023年，市场规模将突破4000亿元。

行业概况

- 更多人养宠物已由单纯赏玩转变成精神寄托，目前以饲养猫狗为主。

市场发展加快

互联网模式流行

市场以 90 后客群为主，人群年轻化，是互联网的原住民，宠物消费基本上都在线上。

- 市场竞争无序、宠物繁育不科学、定价不合理、行业管理和整体服务缺乏标准规则。

行业监管较弱

专业人才不足

- 宠物行业门槛低，从业人员质量参差不齐。宠物医疗、用品生产、饲养等专业人才缺乏

未来趋势

020 模式
覆盖更广

- 互联网的发展会让更多宠物店商家愿意去构建基于会员管理的 O2O 营销闭环，升级产品和服务，将店铺移动互联网化以吸引更多顾客消费。

宠物更加
受到重视

- 更多人会将宠物视为家人，从粗养转变为精养，会更加重视其营养健康，对应产品服务的需求也会提高。

宠物市场
不断细分

垂直细分领域能让产品更优质、让服务更专业，获得更多收益。

消费者与商家概况

消费者概况 | 商家概况

铲屎官概况

- 铲屎官的主要特点：年轻、高学历、女性

近年来，养宠人群年轻化趋势明显：90后养宠用户比例高达41.4%。从学历上看，本科及以上学历的养宠用户比例高达59.5%。女性占比超过55%，越来越多的男性开始养宠物。——《艾媒征询 | 2020H1 中国宠物经济运转近况与开展趋向研究报告》

以90后为代表的铲屎官们会更喜欢方便、快捷且专业性强的体验式服务，他们往往会借助线上平台，如微信搜一搜、短视频平台等，寻找宠物相关产品、服务，并完成优惠查询、线上预约或购买等操作。



近 10 年以来，宠物市场逐渐形成产业链形态发展，从上游产品到下游服务，包括宠物的食品生产基地到饲养、医疗、美容等。

门店系统宠物行业的用户主要以从事下游服务的商家为主。



类型一：小型店老板

这类老板有的是转行者，宠物行业知识都是边做边学；有的是本行出来单干的专业人员，他们可能既是老板又是服务员，他们的营销和管理知识有限，经营方式仍旧传统，经常会为店铺的收入发愁。

期望：在控制成本的基础上能有更好的方式招揽客人，让店铺管理不繁杂，经营不再吃紧。



类型二：中型店老板

他们通常积累了一定的资金，有一定人脉和资源，懂得各项管理知识。有一定宠物专业背景的他们会注重于门店品牌打造、门店各项发展进度的整体把控、甚至是分店的日常管理。

期望：寻找到更好的营销和服务方式留住客人，挖掘性价比高的互联网平台，提升运营效率，让连锁店管理更加轻松。

The background features a white surface with several blue circular elements: a large circle in the top-left corner, a large circle in the bottom-right corner, and two smaller dots, one to the left and one to the right of the central text.

03 行业痛点



1、同质化竞争激烈

周边宠物有限，同行增多。店铺仍停留在发传单、口口相传老方式，辐射范围非常有限，3公里魔咒难打破。



2、服务低效、用户体验感差

传统的到店服务模式，宠物美容、洗护排队等待时间过长，顾客容易流失。



3、会员店员管理困难

用户信息无法建档，难以推出个性化服务，会员关怀不足，难以实现用户留存和再转化。员工工作情况无法掌握，业绩核查困难。



4、查看店铺数据难

门店数据系统落后，仍有依靠账本记账的商铺，各收款渠道信息难以统计，财务核查易出错漏。



04

解決方案

门店系统·宠物解决方案

旨在帮助宠物店打破地域限制，接入引流微信小程序，直达微信更多流量资源，同时实现手机和电脑同步管店。

多种方式拓客



1. 营销活动刺激新客

通过进店大礼包、拼团、推广有礼等，促进私域裂变，提升新客到店率。

2. 小程序百万流量

利用微信小程序“搜附近”功能，快速提升新店存在感。

3. 多渠道推广

为门店、员工和第三方等设置渠道码，拓宽推广面，各项拉新数据均可轻松追踪。

打破地域限制，借助互联网获得多方客源

会员服务



1. 一键预约 / 一键购买

会员在线预约对应产品和服务，无需扎堆排队。线上购买心仪产品，一键下单，方便快捷。

2. 会员关怀

逢年过节、店铺优惠、生日祝福，短信通知，刺激会员再次消费。

3. 针对性服务

根据会员标签、消费详情、会员权益等明确用户画像，分析隐藏会员价值让制定个性化产品和针对性的“服务计划”，让店铺服务对上顾客“口味”。

掌握会员特征、提高顾客体验，个性化服务锁住顾客回笼资金

员工系统



1. 员工管理

员工概况、智能排班、员工权限，提高管理效率。

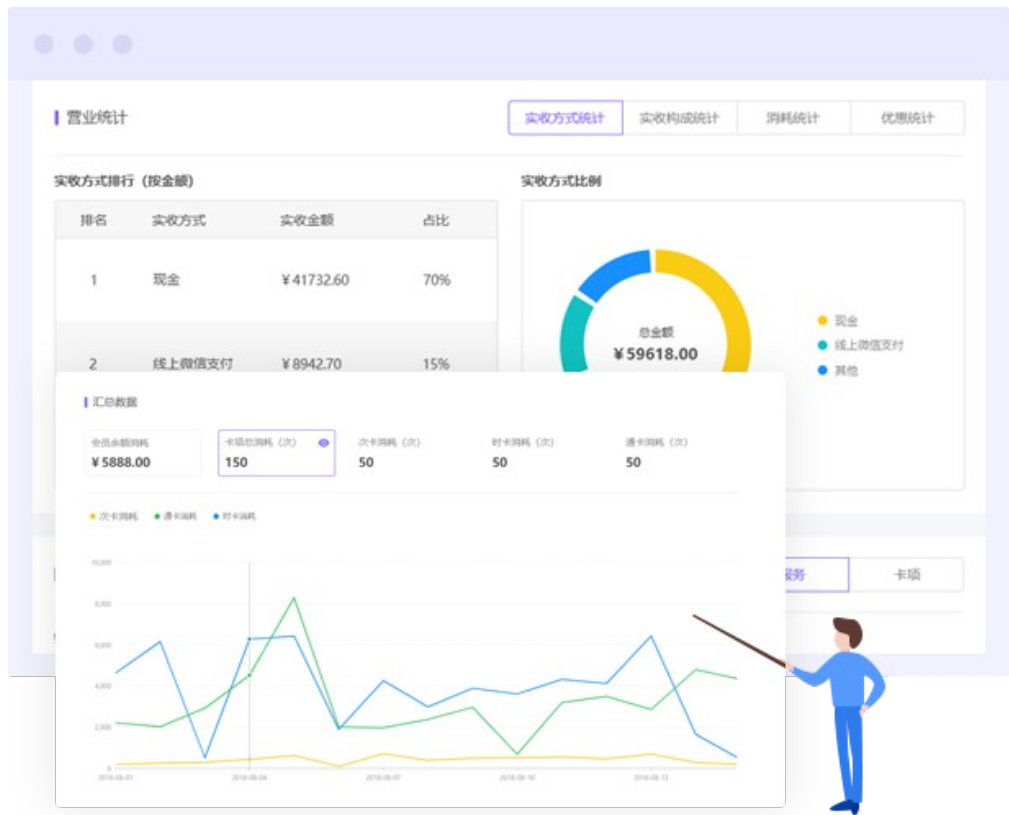
2. 专属员工号

数字化记录员工工作轨迹，为绩效管理提供可靠依据。

3

掌握员工情况，确保日常运营有序推进

数据追踪



1. 电脑手机随时掌控

店铺情况电脑手机实时同步，随时掌控，简单方便。

2. 掌握店铺数据

可视化分析各项销售情况，精准掌握店铺经营数据，一应俱全，一目了然。

4

告别繁杂核账，提升经营效率

多门店管理



1. 总部统一管理

总部灵活设置服务、卡项上架门店，统一策划和发布营销活动，并按门店筛选并监控预约订单。

2. 客户流量精准承接

根据地理位置推荐附近门店，门店列表自由切换，支持门店统一品牌风格。

3. 细分门店操作权限

实时获取订单并处理，店员权限灵活配置，可独立设置门店客服。

关联多店让管理简单高效，有效降低运营成本

01

新客有礼，扫码领取会员卡
可获得进店大礼包！



店铺引流

- 线上
进店有礼
营销海报
小程序
拼团
大转盘
推广有礼
- 线下
推广奖励
投放广告
卡券系统

我有预约
宠物洗护

好的！马上
为您服务~



02

客人进店

- 在线预约
商家端预约
小程序预约
预约提醒
预约记录
会员预约码

03



开始服务

- 到店转化
购买会员卡
会员储值
优惠券
消费积分
- 员工端
员工开单
员工业绩

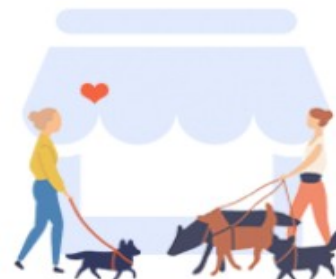


04

前台收银

- 收银方式
手机端
电脑端
- 便捷收款
多种支付方式
会员卡
优惠权益
会员余额

05



客人离店

- 离店维护
会员档案
短信营销
客户关怀
活动推送
线上店铺
- 营销闭环
老带新宣传
多人拼团
积分商城
海报裂变



05

案例分享



魔力宠物店

魔力宠物店位于社区附近，是一家规模较小且经营方式单一的传统店铺。到店的客户大多来自附近社区，宠物数量有限。随着周边宠物店的增多，前来进行宠物服务的客人就逐渐减少了，魔力宠物店曾一度困在“三公里”的魔咒里，利润直线下滑。

1. 拉新拓客

使用前：周边有多家宠物店入驻，而宠物存量有限，同业的低价竞争压力大，推广难。

使用后：

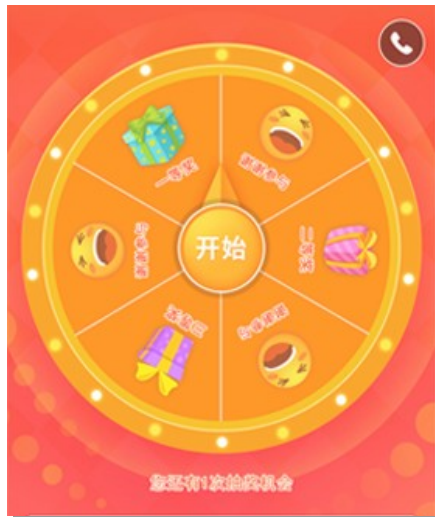
a. “搜附近” 功能

魔力宠物店开通“附近小程序”功能并关联推送给公众号粉丝，利用微信自带流量免费有效拓展门店附近的客源。



b. 营销大转盘

魔力宠物利用营销功能的【大转盘】活动来邀请中奖客户带宠物到店参加免费试吃+洗护服务，一下子吸引了大批新用户。



c. 多方式推广

通过设置推广奖励（优惠券、礼品），让会员化身“推广员”，借助老带新引导更多顾客消费。魔力宠物还设置了门店/员工/传单和异业合作等的渠道码，各个推广数据都有迹可循。



2. 在线预约 使用前：传统的到店服务模式，宠物美容、洗护等待时间过长，容易流失客户。

使用后：

a. 进店有礼

顾客线进入店铺，注册成为会员即可领取折扣券、满减券等进店优惠大礼包，进一步激活顾客。



b. 上架产品服务

铲屎官可在线查看或预约宠物洗护、美容、驱虫等服务项目，以及购买猫粮狗粮、食盆等商品，方便快捷。



c. 预约功能

根据护理师排班情况和服务时间设定。铲屎官只需提前预约，到店就服务。若预约满额，系统自动停止该服务预约，让顾客避免长时间等待。



3. 会员管理

使用前：会员和宠物情况记录不清晰，无法给出个性化服务。

使用后：

a. 会员档案

魔力宠物利用系统为每位会员和宠物建立档案，通过打标签形成用户画像。授权店员通过档案可以快速了解会员消费明细、预约、宠物情况等。



b. 会员储值

魔力宠物设置了洗护次卡、寄养月卡项目、各阶段会员充值赠送和宠物服务计划等，充值后即可使用。多样化的服务可以满足不同客户的需求，提高了会员消费的持续性，加速资金回笼。



4、会员复购

使用前：沉默用户难以激活，复购率低。

使用后：

a. 积分商城

会员在消费后获得的积分可在积分商城兑换如：梳毛用具、猫粮狗粮等礼品和优惠券、折扣券等，进一步促进顾客复购。



b. 短信营销

系统给会员短信发送生日祝福和到期提醒，刺激沉默会员和关怀活跃会员两不误。宠物店每月举办宠物交友会，短信邀请，让铲屎官实现“宠物社交”，在提高会员复购率的同时实现再次拉新。



5、数据板块 使用前：宠物店用传统记账方式，财务核查易出现错漏。缺乏财务管理能力，经营效率低下。

使用后：

a. 兼容多种开单形式

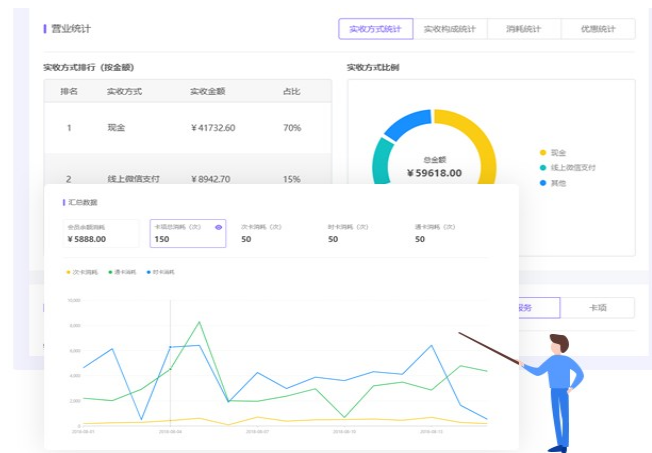
满足魔力宠物进行微信、支付宝、POS机、团购等记账收款和扫码收款的需求。所有开单信息分类型生成订单记录并支持导出。

● 现金 ● 微信(记账) ● 支付宝(记账)

● POS机(记账) ● 团购(记账) ● 其他

b. 可视化数据分析

后台自动生成可视化图表，各项数据一目了然。支持手机、电脑同时管理。店员在外服务时，通过进入商家端小程序后台，查看各项经营状况。





利润较使用前增长 30%

扫码体验



END 谢谢观看