

# 基于 RCCCRE 模型的古镇民宿咖啡店客户关系管理研究

## —以南京市江宁区余村民宿咖啡店为例

葛璐璐 武健宇 高先豪 张远连\*

南京工业大学浦江学院国际酒店与饮食文化学院

DOI: 10.12238/ej.v7i4.1465

**[摘要]** 近些年随着民宿旅游的高速发展,民宿中“食、住、行、游、购、娱”的相关配套要素逐步完善,作为“食”要素中的咖啡店也逐渐受到越来越多民宿游客的关注与喜爱,甚至在一些民宿中,咖啡服务已经成为必要的产品与服务。RCCCRE增长模型适用于以线下低频消费为主的旅游和酒店业,该模型能够体现现代客户关系管理的三大职能。本研究运用RCCCRE客户关系管理模型,对民宿咖啡店客户关系管理现状进行调研分析,提出民宿咖啡店客户关系管理提升的具体策略与路径,为我国民宿咖啡店的研究提供一定理论参考和实践指导。

**[关键词]** 民宿咖啡店; 客户关系管理; RCCCRE模型

中图分类号: S571.2 文献标识码: A

### Research on Customer Relationship Management of Homestay Coffee Shop in Ancient Town Based on RCCCRE Model

—Taking Shecun Homestay Cafe in Jiangning District, Nanjing City as an Example

Lulu Ge Jianyu Wu Xianhao Gao Lianyuan Zhang\*

School of International Hotel and Food Culture, Pujiang College, Nanjing University of Technology

**[Abstract]** In recent years, with the rapid development of homestay tourism, the relevant supporting elements of "food, accommodation, travel, travel, shopping and entertainment" in homestay are gradually improved. As the "food" element, coffee shop has gradually attracted the attention and love of more and more homestay tourists, and even in some homestays, coffee service has become a necessary product and service. The RCCCRE growth model is applicable to the tourism and hotel industry, which is dominated by offline low-frequency consumption. The model can reflect the three functions of modern customer relationship management. This study uses the RCCCRE customer relationship management model to investigate and analyze the current situation of customer relationship management in B&B coffee shops, and puts forward specific strategies and paths to improve the CRM of B&B coffee shops, providing certain theoretical reference and practical guidance for the research of B&B coffee shops in China.

**[Key words]** Homestay coffee shop; Customer relationship management; RCCCRE model

## 1 民宿与古筝民宿咖啡店

### 1.1 民宿

在英国民宿被称为B&B (bed and breakfast), 是指利用农舍或民间房屋为游客提供住宿, 并附带早餐、导游解说等多项服务。在日本, 民宿是指为家庭观光游客提供住宿服务的农家住宅。1980年, 我国台湾地区较早引入民宿概念, 在2001年颁布的《民宿管理办法》中界定了民宿的定义是指利用自用住宅空闲房间, 结合当地人文、自然景观、生态、环境资源及农林渔牧生

产活动, 以家庭副业方式经营, 提供旅客乡野生活之住宿处所。2019年依据《旅游民宿基本要求与评价》, 将民宿定义为利用旅游目的地的闲置资源, 民宿主人参与接待, 为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施, 主要包括具有特色的客栈、宅院、驿站、山庄。民宿更加突出了“体验”功能。当今民宿业的发展加重了在空间营造上的关注度, 现在的民宿尤其突出了民宿主人与住客之间的互动, 而民宿业主的生活理念更成为一种吸引游客的引力存在。

## 1.2 古镇民宿咖啡店

古镇一般指有着百年以上历史、供集中居住的建筑群。在我国历史悠久,广阔的土地上仍然保存着很多完好的古镇、古村。其中很多古镇都具有较高的历史价值,被列入世界文化遗产。古镇民宿指的是具有历史文化与古风古貌遗存的城镇,以古建筑、名人故居、历史文物以及民俗文化等景观吸引,能够满足游客、体验历史人文、休闲娱乐、短暂停留等设施和服务的场所。本研究中的古镇民宿咖啡店是指开设在古镇民宿中或者古镇民宿群中的以主要提供咖啡服务为主的餐饮业态。近些年随着民宿旅游的高速发展,民宿中“食、住、行、游、购、娱”的相关配套要素逐步完善,作为“食”要素中的咖啡店也逐渐受到越来越多民宿游客的关注与喜爱,甚至在一些民宿中,咖啡服务已经成为必要的产品与服务。

### 1.3 客户与客户关系管理

#### 1.3.1 客户

客户和企业是互为利益相关者,客户对于企业及其产品和服务的选择会以最利己的心理角度进行决策。从心理学角度出发,客户关系的建立需要基于“互惠法则”,它是一种交换条件。客户选择某企业产品和服务,不仅付出货币成本,还有时间成本、精力成本、心理成本等沉没成本,因而企业必须回报相应的价值。本研究中客户的定义为购买企业产品和服务,且对企业的产品和服务有着较高满意度和忠诚度的个人或组织。

#### 1.3.2 客户关系管理

客户关系通常被理解为是一种经营模式和理念,是企业管理和运营的基础和依据。客户关系管理主要关注客户、技术、流程和数据。客户关系管理能够帮助企业管理客户及客户行为,引导和构建企业和客户之间的互惠互利的关系。

## 2 古镇民宿咖啡店客户关系管理实证研究

### 2.1 案例地概况

本研究所选案例地为南京市江宁区的古风民宿镇-余村,是一座明清时代的古建筑群,古朴素雅。村内存留潘氏宗祠(古祠)、潘氏住宅(古宅)为代表的明清民居,以及古树、古花、古塘、古井、古窑等历史文化遗存和铁器、石刻、制窑等传统手工技艺遗存。是南京江宁地区现存山水田园聚落最为典型、历史人文传统要素最为丰富的古村落之一,享有“金陵古风第一村”的美誉。目前余村正在大力发展民宿旅游,短短数年出现了大批民宿,民宿的出现带动了该地的旅游,“食、住、行、游、购、娱”等旅游配套要素也在不断补充和完善中,其中民宿咖啡店就是近些年增长和发展较快的餐饮业态。

### 2.2 RCCCRE模型

RCCCRE增长模型适用于线下低频消费为主的旅游和酒店业,该模型能够体现现代客户关系管理的三大职能,即客户全触点管理、客户体验管理和客户协作管理,具体可进一步细分为六步骤,即客户接触、客户连接、客户培养、客户转化、客户留存和客户拥护。

### 2.3 问卷设计与发放

本研究借鉴RCCCRE客户关系管理模型设计古镇民宿咖啡店客户关系测量量表。测评量表共涵盖6个维度,包含15个问题。每个问题都分别用于调查民宿咖啡店顾客对客户关系管理的期望和用户在服务过程中的感受。

### 2.4 问卷分析

#### 2.4.1 客户画像描述

本次调研采用线上和线下形式展开,共发放问卷158份,剔除9份无效问卷,有效问卷为149份,有效率94.3%。从人口统计数据发现,该案例地民宿咖啡馆消费的主要人群为年龄20~35岁之间的青年人群,主要以女性为主,受教育水平为本科学历以上,由此可见高知的年轻人群还是古镇民宿咖啡店的主要消费人群,在消费的频次和单笔消费金额上看,月消费次数在4次左右,消费咖啡产品的价格在15~30元/杯不等。

#### 2.4.2 古镇民宿咖啡店客户关系管理分析

结合问卷调查数据,民宿咖啡店客户关系管理的总体满意度一般,其中部分咖啡店在客户关系管理方面的关注度和投入较少,客户流程比较严重,而对于客户关系管理比较关注的咖啡店在老客户的留存和新客户的获取方面均表现的高于平均水平。

在客户接触和客户连接方面。数据显示目前多数古镇民宿咖啡店消费者首次接触咖啡店的渠道来源于线上,并且对线上方式表现出比较高的热情和期望。但从客户对目前咖啡店在客户接触方面的实际做法,部分被调数据显示古镇民宿咖啡店的线上宣传途径比较单一且同质化现象比较严重,缺乏创新和吸引力。

在客户培育方面。数据显示消费者关注了古镇民宿咖啡店的公众号、微博等UGC平台后,对咖啡店推送的产品、服务等相关信息表现出比较高的关注度,尤其对咖啡产品宣传中的文化性要素比较感兴趣。咖啡店在实际的客户培育方面的做法目前能够受到消费者认可,且形式和内容表现的比较多元,实际满意度较高。该项数据也正好说明了目前民宿咖啡店在利用线上工具获客方面做的较好。

在客户转化方面。数据显示消费者在民宿咖啡店消费的主要动机还是以休闲活动为主,对目前民宿咖啡店的产品和服务,包括产品价格、产品形式以及产品的促销方式均表现比较满意。其中也有部分数据显示目前民宿咖啡店产品价格较高,高出市场平均水平,主要的对比对象包括瑞幸咖啡、COCO、一点点等主流饮品连锁品牌,建议咖啡店根据市场中的平均价格水平对自身产品进行创新或价格调整。在咖啡消费方面的体验整体表现较为满意,咖啡制作工艺、咖啡豆品质均比较好。

在客户留存方面。数据显示目前多数咖啡店在客户忠诚度和激励方式方面均有一定方案,比如会员计划、积分兑换、电子优惠券等,但奖励和激励的方式比较单一且吸引力较弱,从而导致部分消费者对民宿咖啡店在客户留存方面的举措不感兴趣,从一定程度上降低了消费者转而消费其他古镇民宿咖啡店的壁垒,转换成本较低。

在客户拥护方面。数据显示消费者对古镇民宿咖啡店的装修和设计表现的比较满意,多数民宿咖啡店有自己的设计特色,也比较适合打卡、拍照分享。但除了咖啡店的装修以外,咖啡店的产品以及咖啡店在对消费者分享机制的建立中均表现的比较滞后和消极,主要体现在产品类型同质化程度高、部分咖啡产品缺乏创新、在顾客分享机制和支持方面做的比较欠缺,从而导致部分消费者在自发性的或者被动性的进行咖啡店产品分享时受到一定阻碍。

### 3 民宿咖啡店客户关系管理提升路径与策略

结合本次调研数据,本研究从古镇民宿咖啡店的全触点管理、客户体验管理和客户协作管理三个方面提出提高古镇民宿咖啡店客户关系管理效率和质量的策略。

首先,在全触点管理方面,建议古镇民宿咖啡店对客户消费旅程进行分析,找出客户咖啡消费者旅程中的接触点,并根据接触点的特点设计有吸引力、有古镇特色的客户连接方案,提高客户的获取量。另外,在客户连接方面也建议古镇民宿咖啡店结合当下技术环境背景,从客户便捷性角度考虑,设计符合消费者需求的客户连接方案。

其次,客户体验管理方面,除了传统的提高咖啡店产品质量和服务水平以外,建议古镇民宿咖啡店能够多和客户进行互动,这里的互动除了客人到店消费的线下互动以外,也需要重点关注那些公众号的粉丝群体,多设计线上互动活动,提高公众号中粉丝群的活跃度,并对粉丝活跃度进行检测,设计活跃度高的粉丝的奖励和激励机制,从而有效的提高粉丝向客户转化的效果,提高古镇民宿咖啡店的经营效益。

最后,客户协作管理方面,结合目前消费者的分享心理以及分享方式,为消费者分享提供便捷性,比如在餐桌或者民宿咖啡店区域设置“扫码取图”,这些图片经过精选、精修的可以直接进行分享。此外,在客户忠诚度管理方面,进一步拓展会员积分的使用范围,不仅仅局限于产品和服务的折扣和兑换,也可以进行跨界合作,或者和古镇的主要景点合作,提高积分的吸引力和实用价值。

### 4 结语

研究发现目前多数古镇民宿咖啡店均开始利用UGC平台进行客户关系管理且客户关系管理效果较好,越来越多的接触点

被发现和利用,提高了咖啡店的获客效率,且利用信息技术能够全面的对不同贡献度的客户进行有效管理。但研究中也发现一些问题,如部分民宿咖啡店虽然建设的小程序、APP或者公众号,但是对其运用较少,从熟练度上也表现的水平参差不齐,因此出现了同样的客户关系管理在不同的咖啡店中效果表现出入较大,基于以上问题,本研究建议古镇民宿咖啡店和店主应该紧跟时代步伐,不断完善客户关系管理体系,并使用主流的客户关系管理系统,以实现完善和提高客户关系管理成效的目的。

### 【基金项目】

南京工业大学浦江学院大学生创新创业项目,“基于RCCCRE模型的古风民宿咖啡店客户管理研究”,项目编号:PJ202313905031。

### 【参考文献】

[1]中国互联网络信息中心(CNNIC).第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].MAIN1694151810549M3LVUWOAV.pdf(cnnic.net.cn),2023-8-28.

[2]王永贵,项典典.数字营销——新时代市场营销学[M].北京:高等教育出版社,2023:24-30.

[3]黄昕,汪京强.酒店与旅游业客户关系管理——基于数字化运营[M].北京:机械工业出版社,2021.

[4]马莉婷,吴昊迪.短视频内容对消费者购买意愿的影响研究——以消费者情感依恋为中介[J].文化消费(文化产业研究),2022(29):108-122.

[5]但雨晴,李舟.基于顾客满意度的高端酒店服务质量改进研究[J].科技和产业,2023,23(15):64-68.

### 作者简介:

葛璐璐(2003--),女,汉族,江苏南通人,本科在读,研究方向:酒店管理。

武健宇(2003--),男,汉族,山西大同人,本科在读,研究方向:酒店管理。

高先豪(1988--),男,土家族,湖南张家界人,本科,实习研究员,研究方向:酒店管理,行政管理。

### 通讯作者:

张远连(1988--),男,汉族,江苏南京人,硕士,实验师,研究方向:旅游管理,酒店餐饮管理。