

商家小程序竞品分析

2018.08.13

杨宝玲

背景

一、很多 KA 商户在做自己的小程序，希望能够

1. 沉淀更多客户，做营销，提升订单量
2. 整合点餐、外卖等业务，提升品牌影响力

二、美团点评愿意和 KA 合作帮商户开发定制版小程序，但需托管给美团点评

美团点评从中可以获得：

1. 商家的交易数据
2. 倍金

目标

分析竞品的特征，取其精华用于指导商家小程序设计

疑问点梳理

1. 商家小程序定位是怎么样的？为了满足哪些需求，完成哪些目标？
2. 使用场景有哪些？堂食、外带、送餐上门、到店取餐…
3. 商家点餐流程有几种？如何处理多门店情况？

01 竞品选择

直接竞品

商家点餐小程序

有直接竞争关系
使用场景、用户群体一致

间接竞品

平台餐饮小程序

使用场景、用户群体不一致
但比较接近

相关产品

其他小程序

无竞争关系，定位和领域可以完全不同，
相关交互和流程有关联，能得到启发

竞品选择

直接竞品



喜茶GO



CoCo都可手机点单



海底捞外送



肯德基+



周黑鸭外卖

间接竞品



美团外卖



大众点评



海底捞自煮火锅



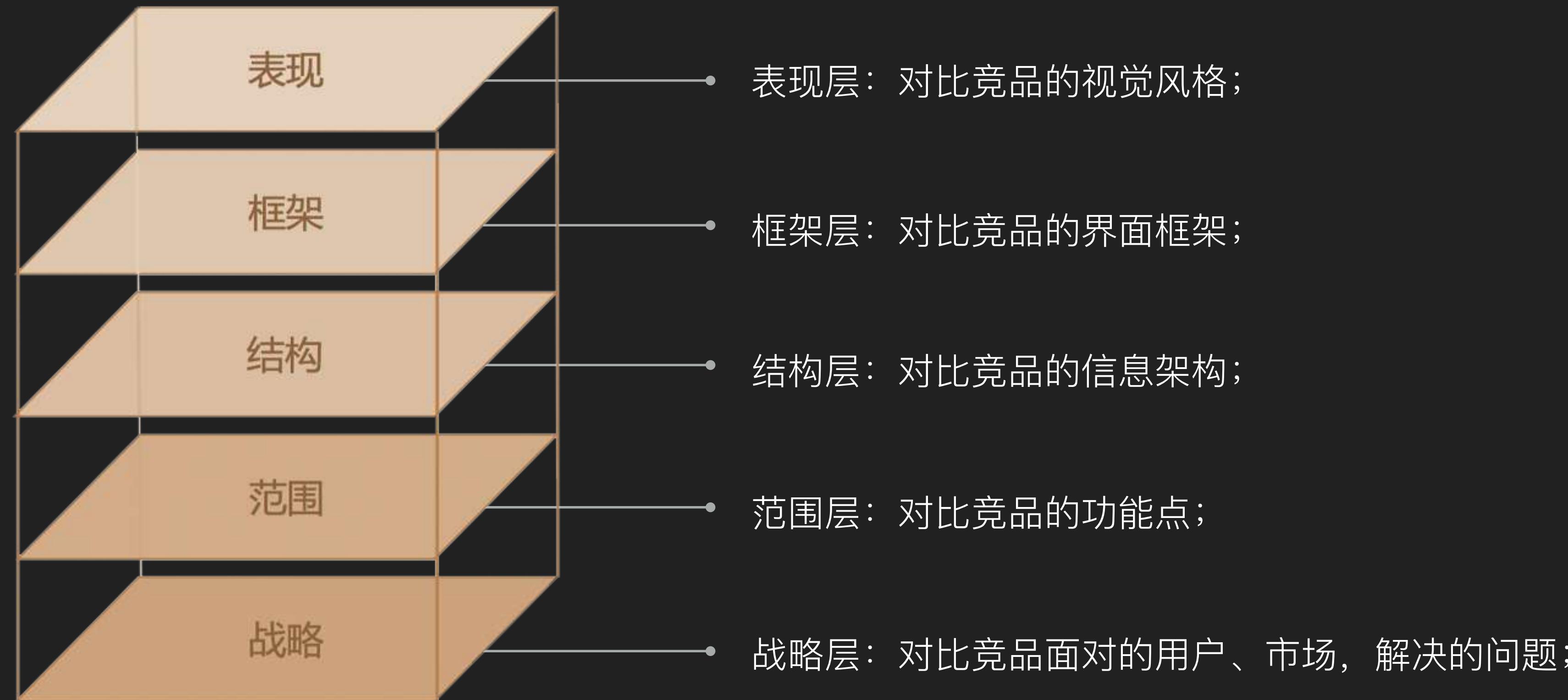
船歌鱼水饺旗舰店

相关产品



超级猩猩

02 分析框架



2-1 战略层

对比竞品面对的用户、市场，解决的问题

战略层

直接竞品

竞品名称	细分市场	面向用户	满足需求
喜茶GO	轻餐 – 奶茶	年轻白领	提前点餐，免排队
CoCo都可手机点单	轻餐 – 奶茶	年轻白领	提前点餐，免排队
海底捞外送	正餐 – 火锅	宅男宅女	懒，想在家吃火锅
肯德基+	轻餐 – 汉堡	白领	提前点餐，免排队
周黑鸭外卖	轻餐 – 零食	白领	懒

战略层

间接竞品和相关产品

竞品名称	细分市场	面向用户	满足需求
美团外卖	外卖	年轻白领	懒，想在家、公司吃
大众点评	吃喝玩乐	年轻白领	线上找美食、玩乐门店
海底捞自煮火锅	火锅料电商	宅男宅女	懒，在家吃海底捞
船歌鱼水饺旗舰店	水饺电商	宅男宅女	懒，在家吃船歌鱼水饺
超级猩猩	运动健身	健身爱好者	找门店和课程

2-2 范围层

对比竞品的功能点

范围层

直接竞品

竞品名称	点餐	到店取	外卖	切换门店	预约时间
喜茶GO	✓	✓	✗	✓	✓
CoCo都可手机点单	✓	✓	✗	✓	✓
海底捞外送	✓	✓	✓	✗	✓
肯德基+	✓	✓	✗	✓	✓
周黑鸭外卖	✓	✓	✓	✓	✗

范围层

间接竞品和相关产品

竞品名称	点餐	到店取	外卖	切换门店(同品牌)	预约时间
美团外卖	✓	✗	✓	✗	✓
大众点评	✓	✓	✓	✓	✓
海底捞自煮火锅	✓	✗	✗	✗	✗
船歌鱼水饺旗舰店	✓	✗	✗	✗	✗
超级猩猩	✗	✗	✗	✓	✓

2-3 结构层

对比竞品的信息架构

结构层



喜茶GO

点单

取茶

我的

门店选择

菜品分类

菜品选择

取茶号

门店

订单

头像昵称

积分

喜茶券

我的信息

历史订单

会员须知

结构层

喜茶：先点餐，后可选门店

优势：结合点餐场景，自动定位最近门店

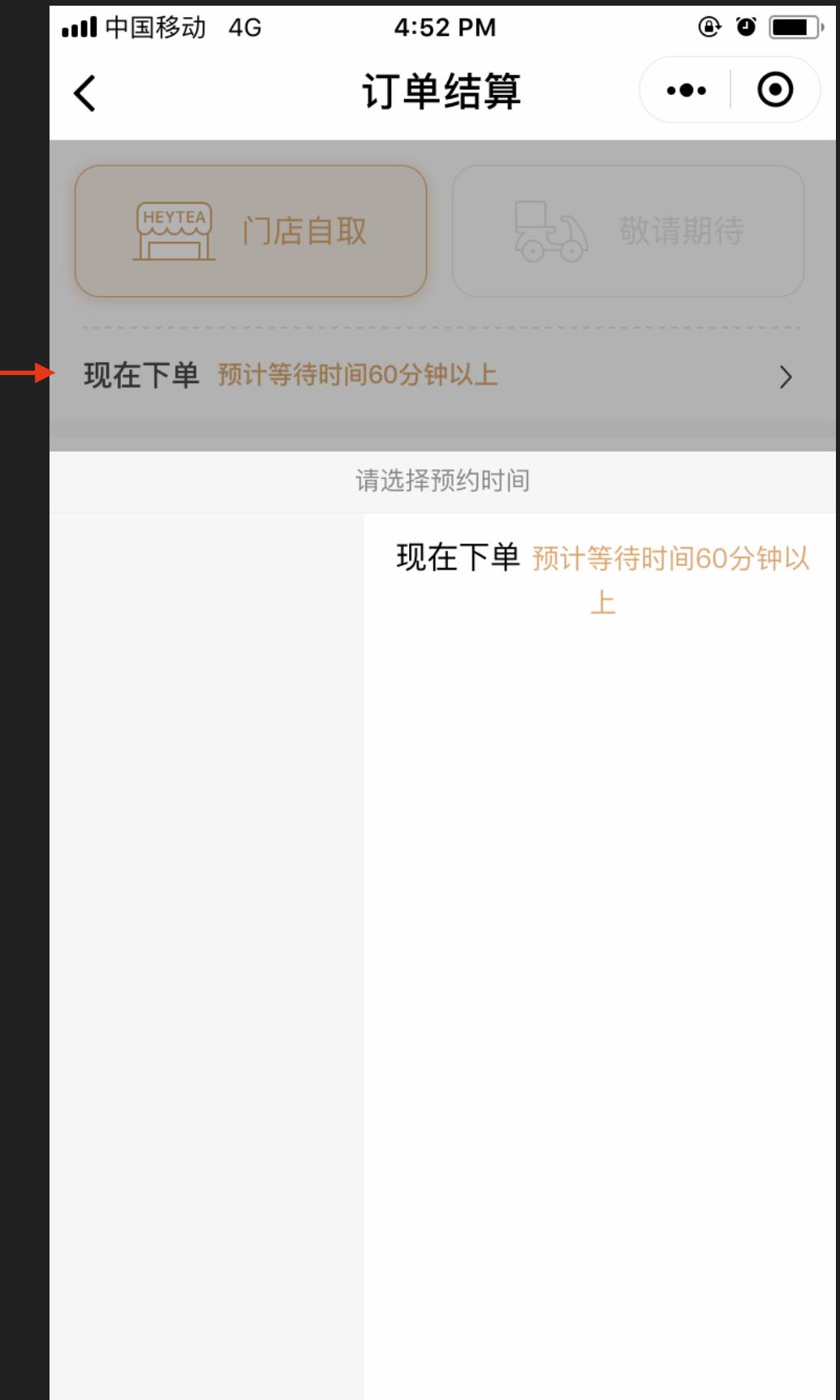
弱势：可能会误下单到自己不想要的店



喜茶：点餐预点混在一起，支付前可选时间

优势：点餐、预点无缝衔接

弱势：可能会忽略下单时间



结构层



结构层

Coco：需选门店，才可点餐

优势：较少误操作下单

弱势：点餐效率低



点餐预点分开，选门店时选时间

优势：清晰地知道点餐和预点的不同之处

弱势：效率低下



结构层



海底捞外送

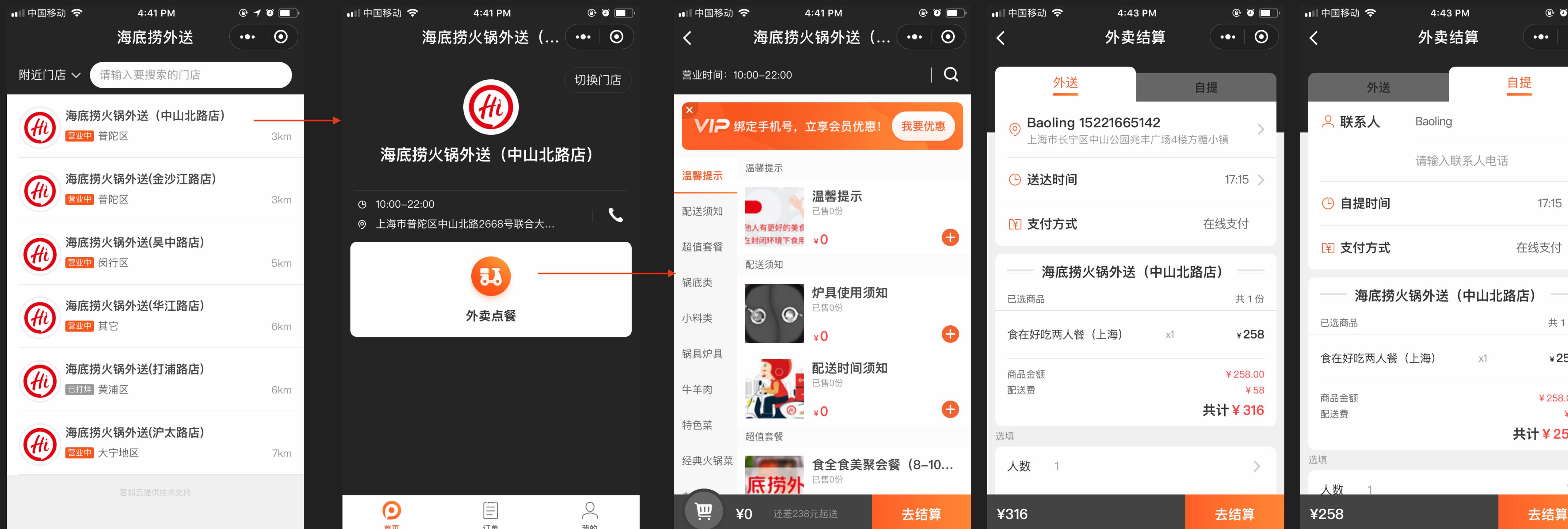


结构层

海底捞：需选门店，才可点餐

优势：较少误操作下单
劣势：点餐效率低

可外送或自提

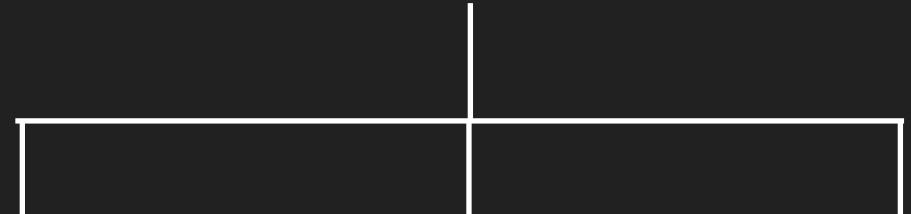


结构层



肯德基+

营销banner 开始点餐入口 会员码 我的卡包 我的订单



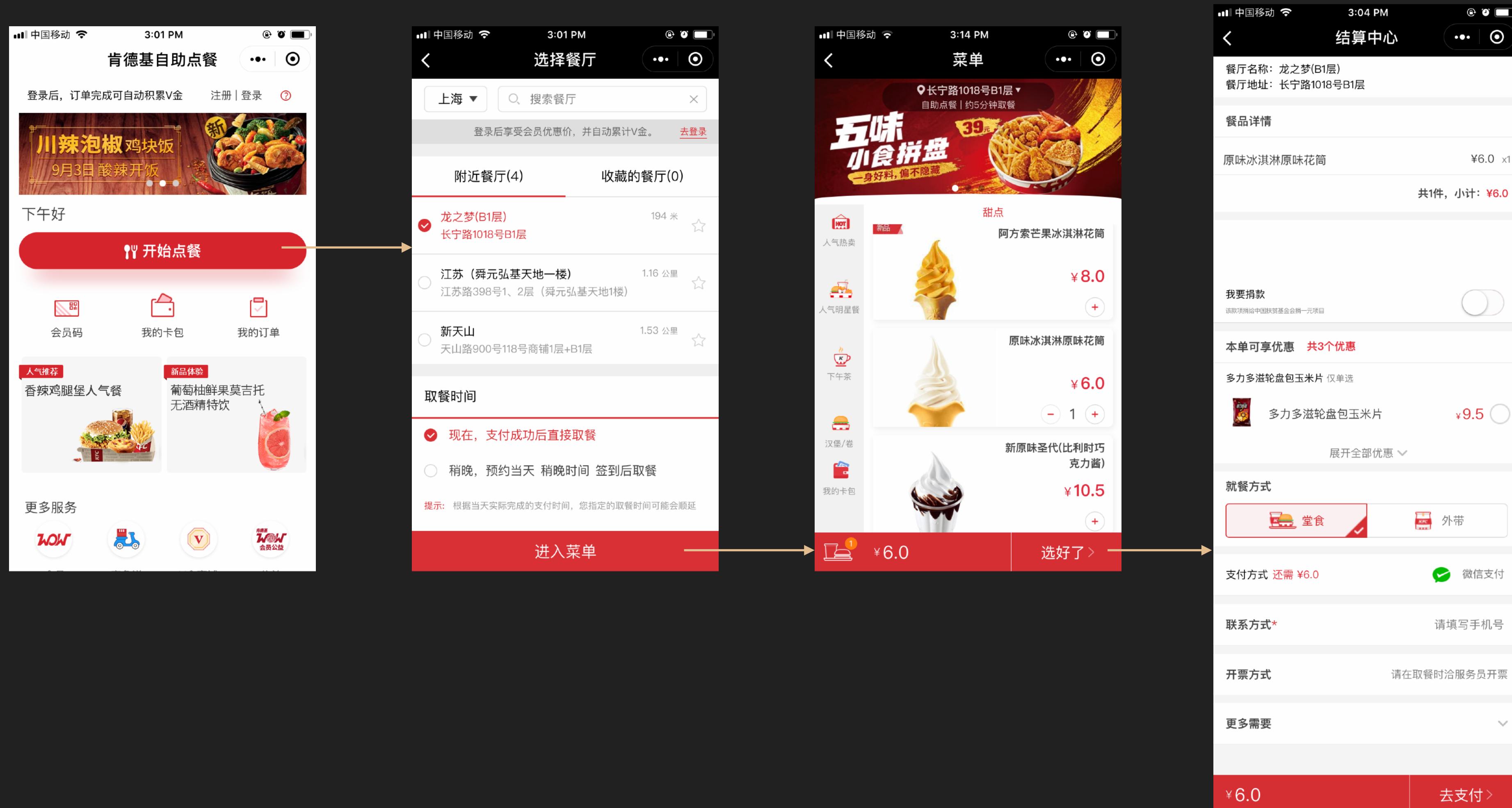
附近餐厅 收藏的餐厅 取餐时间

结构层

肯德基：需选门店和就餐方式，才可点餐

优势：较少误操作下单

弱势：点餐效率低



结构层



周黑鸭外卖

首页

订单

我的

外卖点餐

到店点餐

营销banner

头像昵称

用户信息

优惠券管理

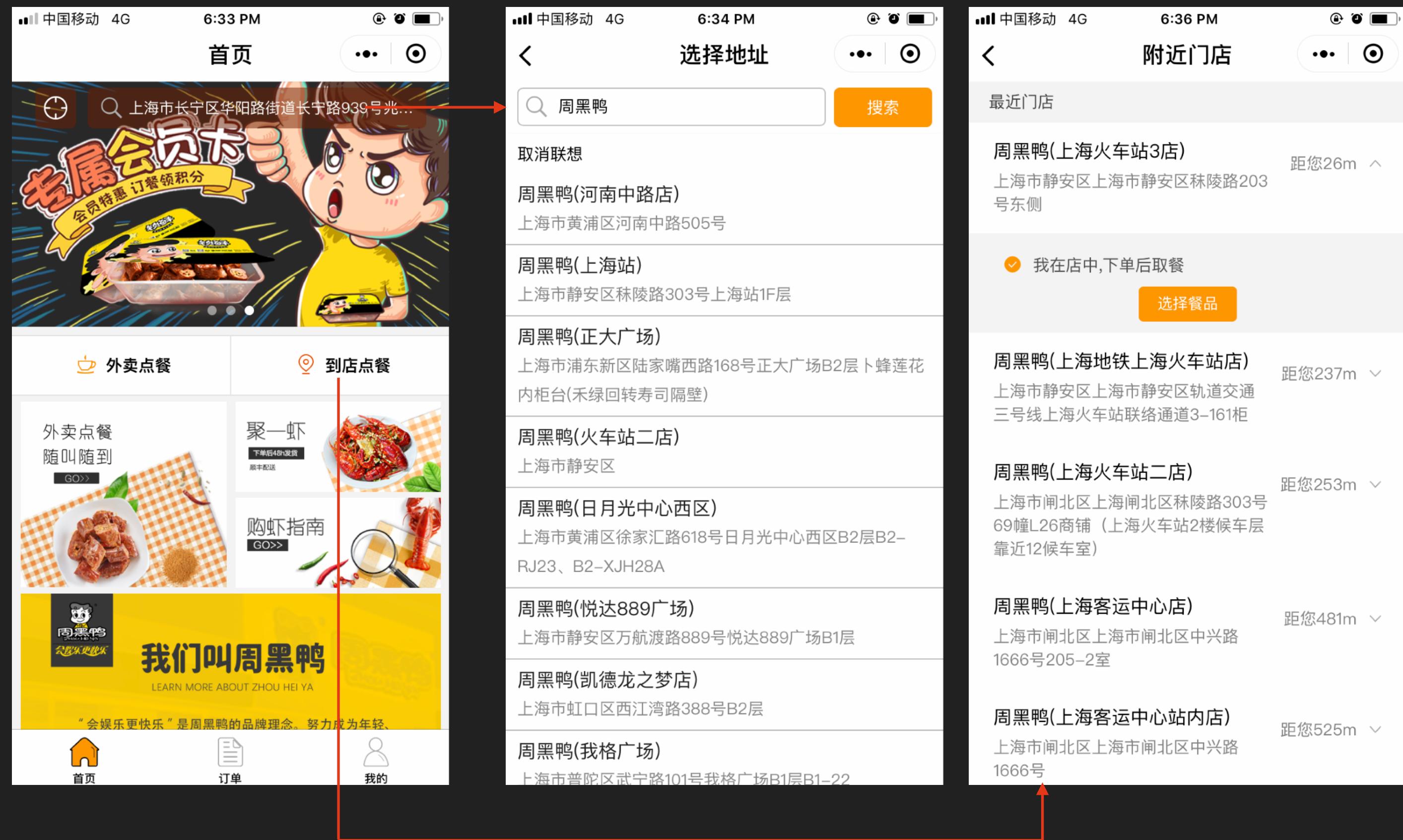
使用须知

结构层

周黑鸭：先点餐，后可选门店，若是到店，需要再选一次门店

优势：结合点餐场景，自动定位最近门店，点外卖较方便，直接到点餐页

若是：到店点餐较繁琐，需要先选门店才可点餐



2-4 框架层and表现层

对比竞品的界面框架和视觉风格

框架层and表现层

首页

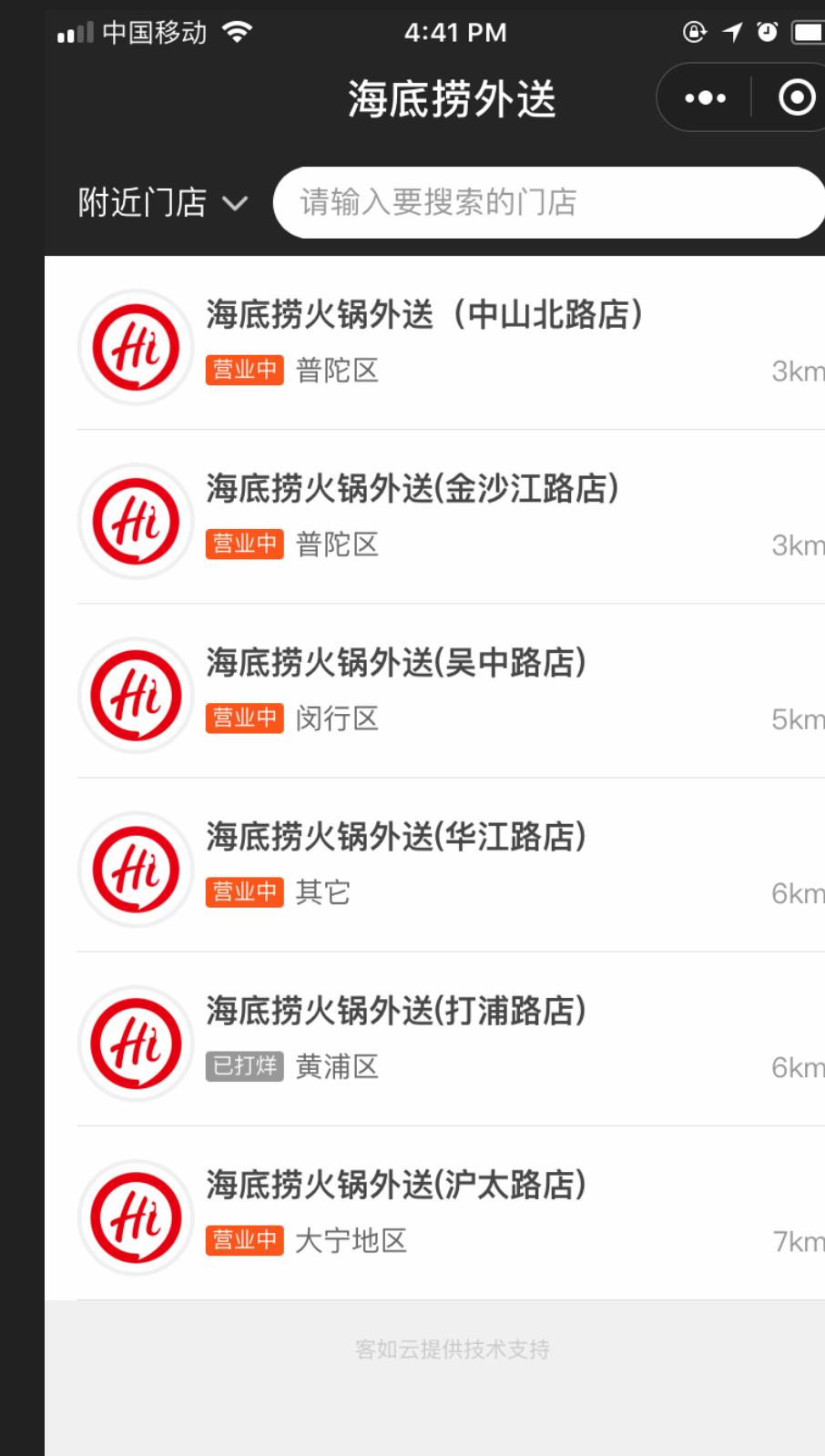
喜茶



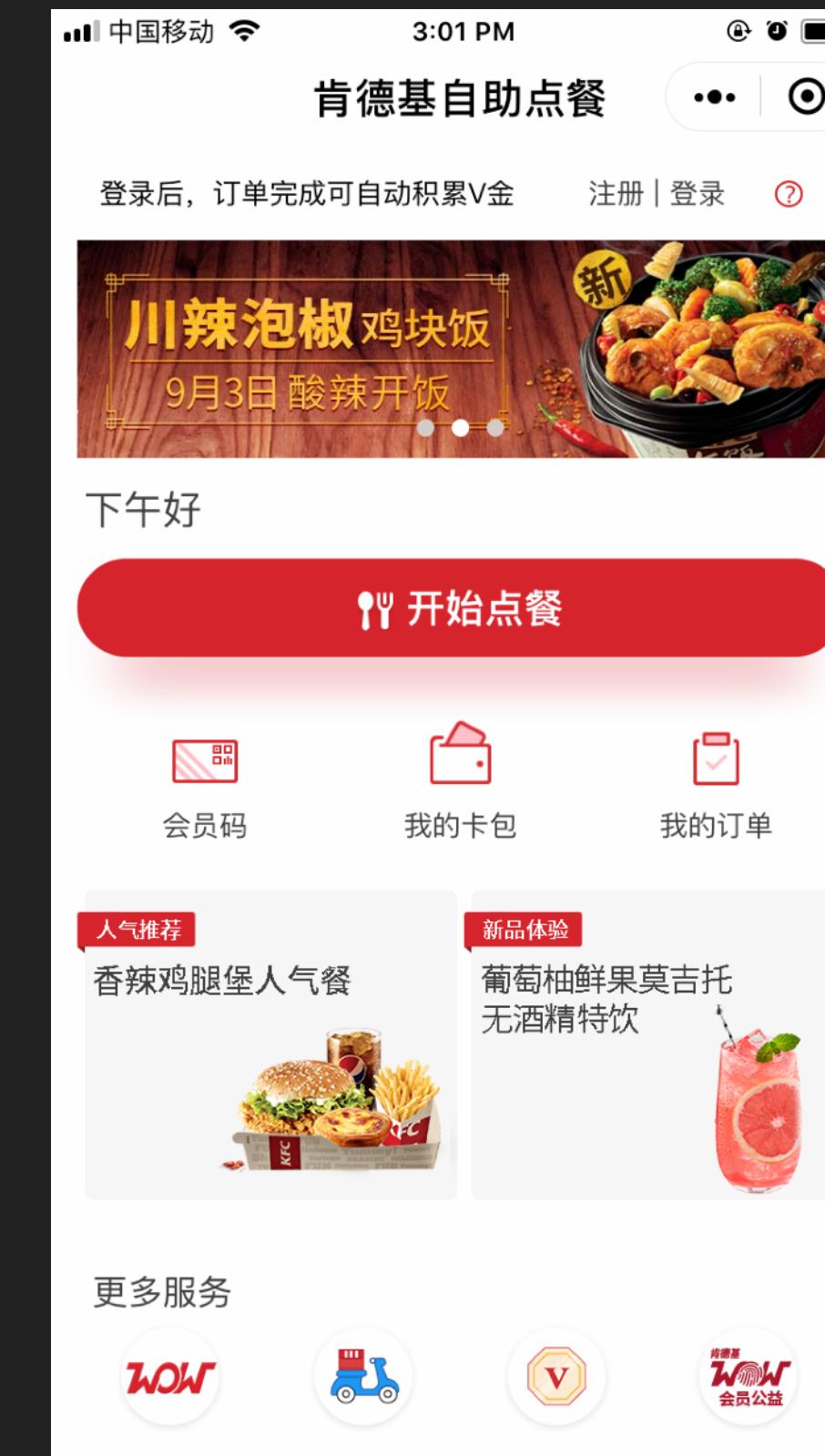
CoCo



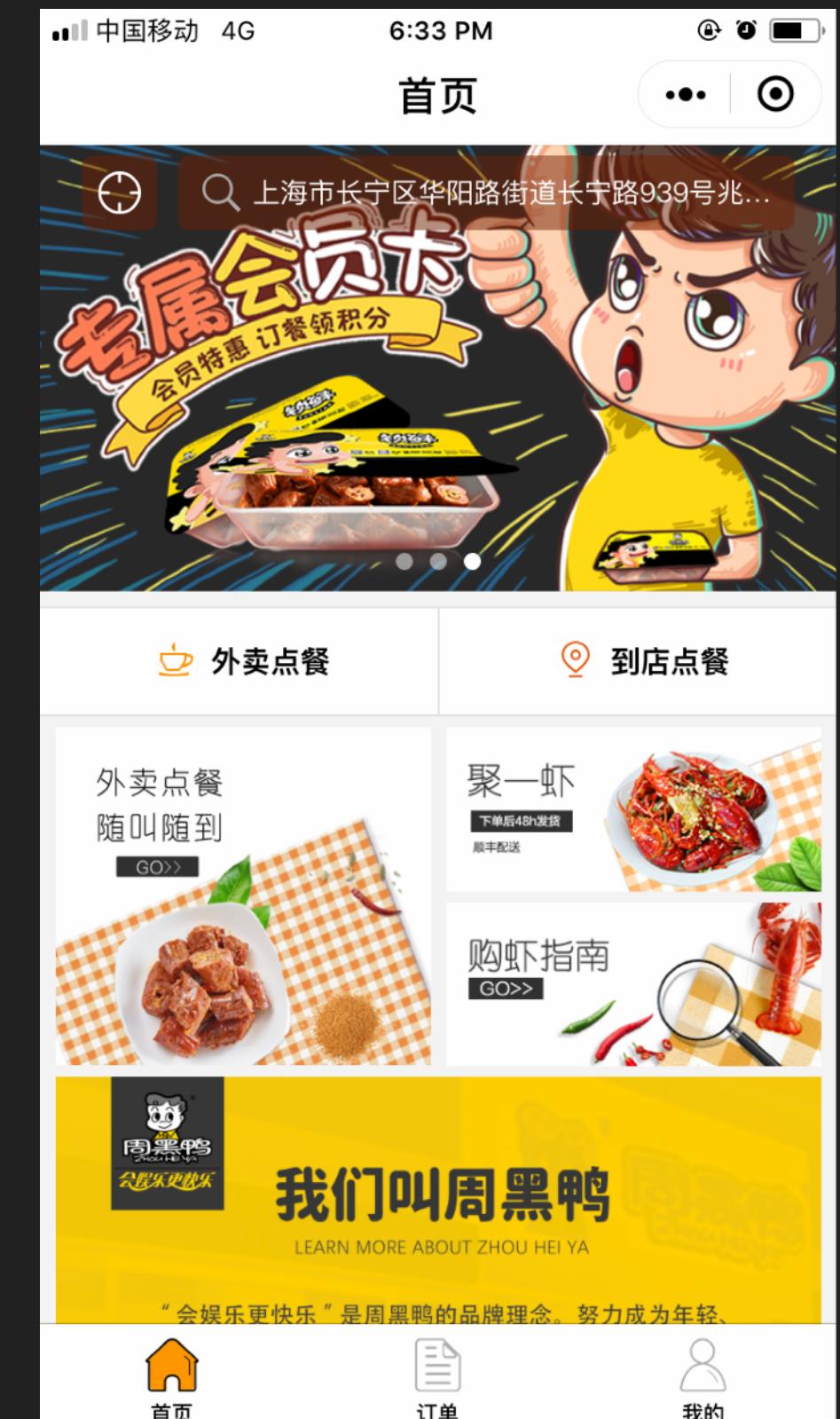
海底捞



肯德基



周黑鸭



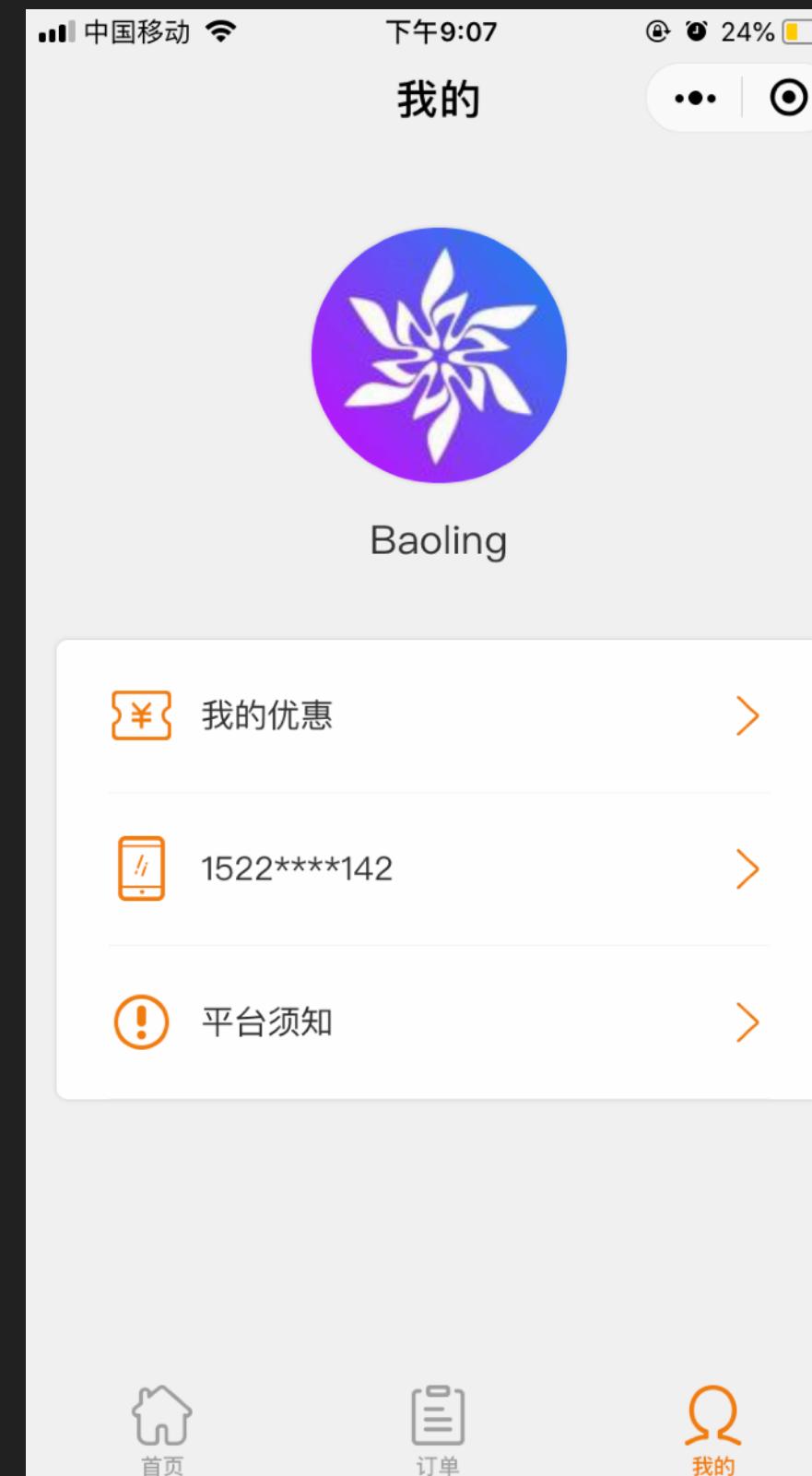
框架层and表现层

我的

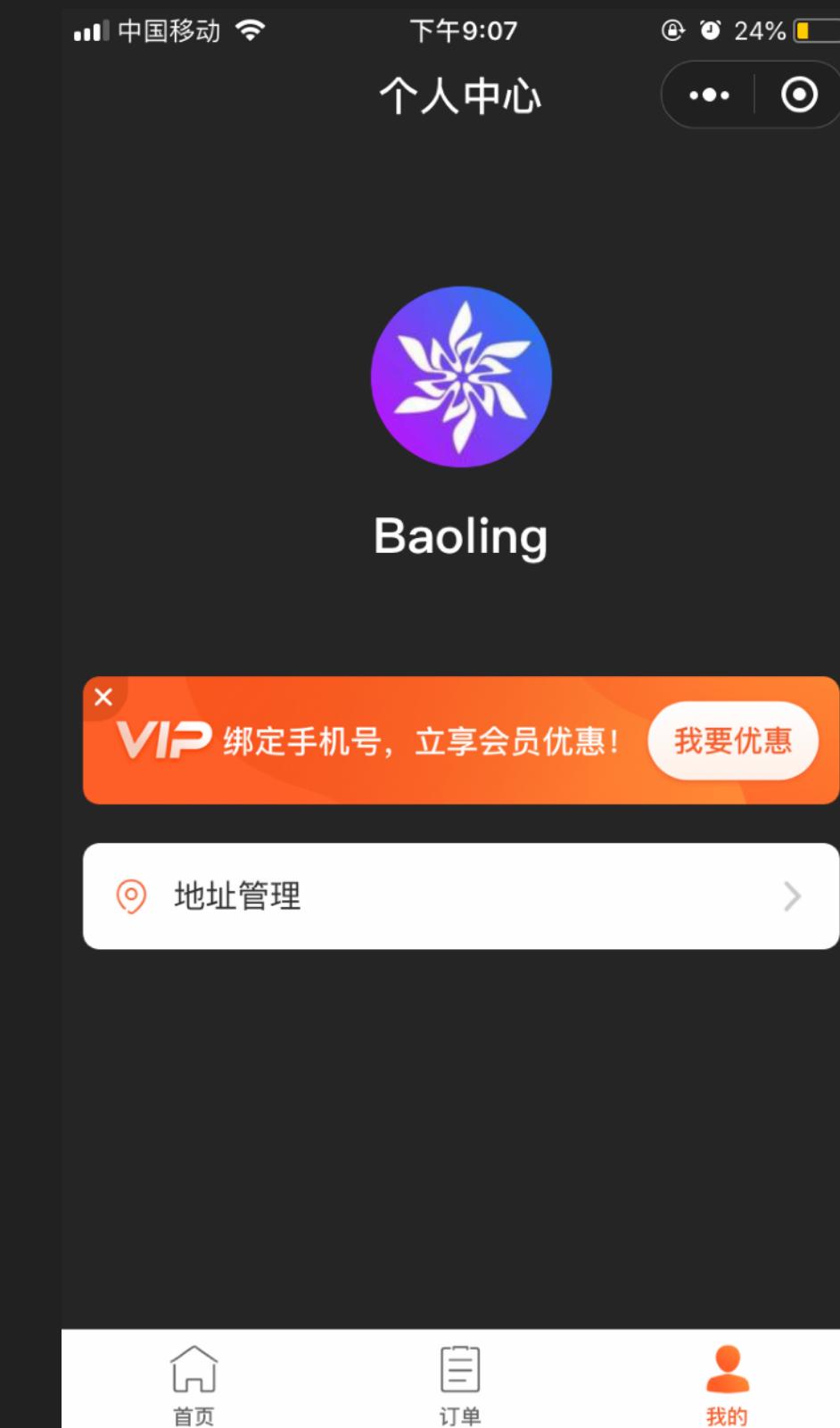
喜茶



CoCo



海底捞



周黑鸭



框架层and表现层

订单页

喜茶：直接展示完整订单信息

优势：对当前这单信息非常清楚

弱势：占了大屏，难以看到历史订单（不过历史的不重要）



Coco: 展示部分信息，需点击去看详情

优势：可同时看到许多订单

弱势：对当前订单不清晰



03 竞品分析总结

结合本次定制商家小程序的需求

需求梳理

目标用户

城市白领

用户痛点

懒：懒得动，懒得决策，懒得出门

忙：缺少休闲和安静地吃一顿饭的时间，想尽可能节省时间

商家需求

- 打造商户品牌，提供餐饮一站式服务
- 沉淀用户，定向营销，提高复购率

用户需求

- 吃到好吃的菜品
- 节省时间和空间成本

需求梳理

商家需求

1. 打造商户品牌，提供餐饮一站式服务 → 以商户为中心，整合该商户的全部餐饮业务

2. 沉淀用户，定向营销，提高复购率 → 提供会员体系，营销体系

功能点

用户需求

1. 吃到好吃的菜品 → 提供评论模块等多种辅助决策信息

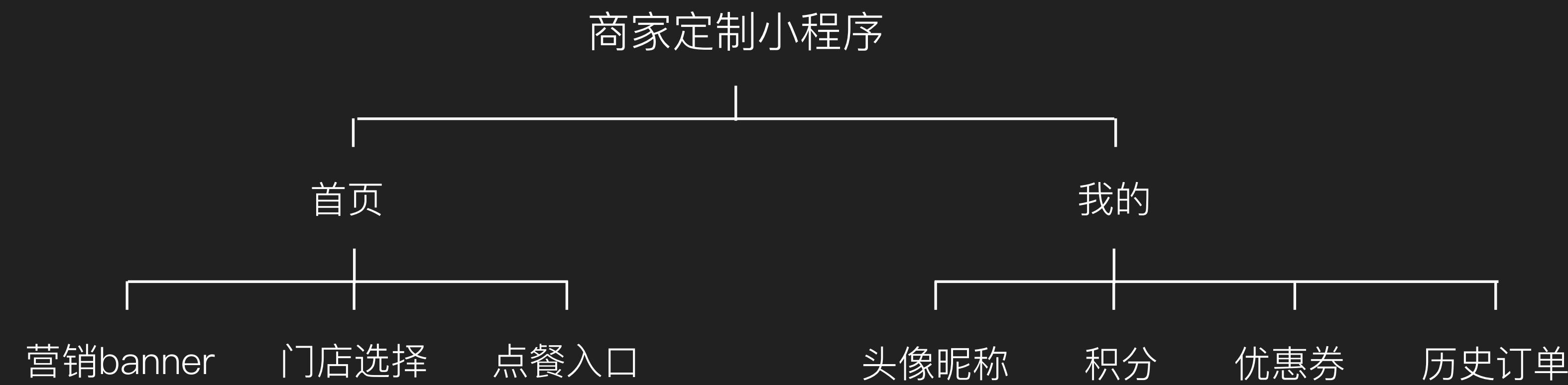
2. 节省时间和空间成本 → 提供外卖、提前点餐等功能

功能点

功能点细化

	一期可提供功能	二期以及长期可提供功能
以商户为中心，整合该商户的全部餐饮业务		外卖 预订 排队 开票 ...
提供外卖、提前点餐等功能	扫码点餐 预点餐	
提供评论模块等多种辅助决策信息	暂不引入评论	直接导入大众点评评论数据
提供会员体系，营销体系	支付即成为会员 积分 优惠券	后续接入更多营销功能 如，生日券发放等

结构层设计



Thanks