门店访谈总结：

需求：

1. 不管针对普通消费还是私教，健身房都希望通过预售方式获取资金；

结论：

1. 门店服务消费类型（含不需预约、需预约所有服务类型）：
2. 体验消费

店铺自己设置每人过多少天可拥有一次体验消费折扣

1. 单次临时消费

门店提交期望价——平台设置基础价——门店设置基础价

用户按次消费最高价为基础价，根据用户消费频率给予适当优惠

1. 次卡限期消费；

在一定期限内可消费多少次

门店设置次数和期限，平台提示相对于基础价的折扣率和消费频次

1. 不限次限期消费（年卡）
2. 非订场常规消费

用户到店扫描消费时，选择店铺服务（若店铺只有一种服务，不需选择），列出在该店铺该服务该用户可使用的所有消费类型（按消费成本从低到高排序，默认选中用户可使用的消费成本最低的），用户确认消费，门店店员确认用户身份（预售项目需要头像认证，头像认证三个月内可重新认证一次），确认后开始消费。

1. 订场消费：

包场地时段的消费

1. 私教消费：
2. 体验消费（仅私教支持）

教练自己设置每人过多少天可拥有一次体验消费折扣

1. 单次临时消费（私教及门店）

私教提交期望价——平台设置基础价——私教设置基础价

1. 次卡限期消费；（私教及门店）

在一定期限内可消费多少次

私教设置次数和期限，平台提示相对于基础价的折扣率和消费频次

1. 限次不限期消费（私教及门店）
2. 私教的预售门店可以发起、私教也可以发起

门店发起：

1. 门店选择服务该门店的平台教练作为私教团队（若教练不再服务该门店，则自动退出团队），门店设置私教预售方案（方案价格为私教团队价格的平均价格+门店基础价）\*门店折扣系数（门店设置，但最大不低于80%）；
2. 用户购买方案后，30%的预售款支付给门店，剩余款项平台存储；
3. 用户消费时，可选择该团队中的任意一名教练消费；

私教发起：预售款存储在平台

1. 预约消费：
2. 对于订场和私教等可以进行预约的服务
3. 预订后，先锁定用户资金
4. 场地提前预订可根据规则享受部分折扣
5. 退出预订根据规则扣除部分资金
6. 任何预订，在预订后的一段时限内可无责退订

门店消费服务管理：

1. 常规消费：创建消费类型，选中服务，设置消费数据；
2. 私教消费：创建消费类型，选中服务，选择私教团队，设置消费数据；

私教消费服务设置：

1. 创建消费类型：选中服务，设置消费数据；
2. 预售私教课程可转让，转让需收取手续费；
3. 私教也可发起学员剩余课程数转让申请，且可同时推荐不超过5名私教，学员选择平台上不超过五名私教，五名私教中任意一名教练确认转让后（确认完成前，学员可更换教练），转让完成。

通用规则：

1. 含期限的预售项目在用户第一次消费使用时开始计时；
2. 针对门店的直接消费，该笔账单在门店对账完成无异议后，下个月进行账款结算，对于针对门店的预售消费，对于线下运营超过六个月的，下个月结算，否则需押三个月后进行结算，结算后将属于店铺的部分打款给店铺；
3. 对于门店对账单存在异议的账单，门店针对该笔账单提交复核申请和复核原因后，需专人跟踪处理；
4. 所有含期限的预售项目，在用户第一次使用后开始计时；
5. 预售项目可转让，含期限的，转让期间不计时，但用户重新使用该项目激活消费，则转让期间的时间视为正常消费期间，转让交易需收取手续费；