

# 扫码群发决定用户的价值

产品名称	扫码群发决定用户的价值
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	800.00/套
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

## 产品详情

小米的逻辑是雷军对外宣布，小米硬件综合净利率永远不超过5%，如有超过的部分，将超过部分全部返还给用户。目前只有极少数企业真正感受到社群的力量，认识到社群是红0包墙的载体，将来社群像高速公路一样成为商业的基础设施，路修好了，各种车都可以跑，社群建好了，可以嫁接各种红0包墙。假如把用户比作一座黄金矿山的话，那么你从中开采了多少？1%、5%还是10%。用户的能量和价值发挥了多少？5%、10%、20%，怎样才能让用户的能量和价值得到醉大化的释放？到底是什么决定用户价值的发挥？或者直白点，到底是什么影响一个人的消费决策，买这款还是买那款产品主要受什么影响？在这个信息泛滥到目不暇、渠道碎片到不可收拾的背景下，显然朋友圈的口碑对用户影响醉大，除了产品体验之外又是什么影响用户口碑、用户分享？这一切取决于企业与用户到底是什么关系

是一次性的交易关系还是一体化的社群关系？社群通过重新构建企业与用户的共同体关系，为商业赋能。《我不是药神》的社群运营套路醉近超火的电影《我不是药神》，预计票房超30亿，人民网评价：很久没有这么经典的中国电影了，甚至成为很多医药、保险行业从业人员人人必看的培训教材。在影片中有个情节，男主角程勇和吕受益为了卖药，他们先从医院挂号处下手，无一例外被拒绝。随后扫荡了医院的各个角落，依然以惨败告终，还被医院的保安赶了出来。他们又去了白血病人“群居”的地方，挨家挨户“上门”推销。尽管绞尽脑汁、费尽口舌，要么没有人搭理，要么直接被骂，或是被撵走。辛辛苦苦折腾大半天，一瓶药也没有卖出去！他们做错了吗？其实并没有，反而有很多值得我们学习的地方。首先，他们选择了目标群体高度集中的地方。无论医院还是白血病人“群居”地，都有高度集中的目标用户，成功的概率会比其他地方高。其次，他们抓住了用户的痛点——想要便宜药。同样效果的药，别人卖4万，他们卖5千，价格上绝0佳有优势，目标用户非常精0准，完全符合“痛点、刚需、高频”的特征，场景也很精0准