

红包墙绑定了大量的客户

产品名称	红包墙绑定了大量的客户
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
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

都有一轮参加这个活动的机会，有效期为一个月。当然，肯定没人一个月去理发十次，但是你可以把这些免费理发的机会让给你的朋友，造成的结果就是由客户带客户过来消费，客户又带客户，又充值，表面上感觉折扣太多，但是不重要，理发的成本本来就低，醉主要的是人工费用，但是这样做的好处是你再也不担心没有顾客了，必定天天爆满，而且还提前获得了大量的现金流绑定了大量的客户。

很多人做宣传都想的是在哪里去投广告，哪里去做一个大活动，其实老客户才是醉好的业务员，让客户转介绍客户，这比你开发新客户要快得多，这就是裂变的思维。案例2：微商行业某减肥产品的裂变某近年来成功的减肥产品项目，一个星期可以至少瘦十斤，而且还很自信的让你去第三方买体脂检测仪，让顾客每天都把体脂的减肥效果分享到朋友圈、微X群，由于效果太立竿见影，大量的客户都变成了这个产品的微商代理。他们现在不仅凭减肥的效果来快速的转化微商代理，还到线下去获取流量，其实这个思路是对的，因为现在互联网越来越碎片化，流量的成本越来越高，很多时候线下获取用户、获取流量评价比更高。

那一般的微商怎么去线下获取流量呢？营销案例，商业模式，实体店，创业，营销，商业说通俗点就是各种形态的会议营销，一般的微商经常组织线下的各种动员会、鸡血会，其实是很枯燥的，甚至是让一些人反感。有的微商能快速发展，有的却做不起来，只有做出模式差异化，才能创新带来新的机会。案例3：某镇小家电超市，如何拓客求生存？

有一家店，店铺客流少，一0天来不了几个顾客，顾客进店后只买很少东西，或没买东西就走，顾客购买之后，不能成为回头客，节假日促销活动总是不知道怎么搞，打折不赚钱，不打折顾客就不来买。分析现状：小家电客户粘性小，需求少，很难产生顾客频繁购买，客源每天大约30人，怎么做？需要设计一套客户裂变模式！1、先在店内搞一个促销：从即日起凡是在本店消费的客户，只需要加一元，就可以得到一桶2升的洗衣液。加一元得到的洗衣液只能送给朋友