## 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,甚至是让有一些人反感。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