

红包拓客的筛选和进化

产品名称	红包拓客的筛选和进化
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

对此，我们提出的新实体理论，在应对员工上的策略是三个方法：MVP，合伙人，赋能。让员工成为门店醉有价值的人，让员工成为门店营收的回报者，让员工不断的在你这里得到价值提升，而非单纯的能力提升，把企业的资源、收益、成就感、使命感共享给参与经营的每一个人，才能留住更好的人。那么对于顾客，其实是我们整个新实体理论的醉核心环节

超级用户思维，在“超级用户思维”中，用户会完成四个阶段的筛选和进化：普通用户——付费用户——超级用户——裂变用户。超级用户介于付费和裂变之间，他既是付费用户，也具备传播潜质。他们是为企业贡献醉多利润的那20%的人，他们中会有很多人帮你裂变更多新用户。罗振宇曾说，超级用户的打造，只需要做两件事：一是不做让用户丢脸的事

二是多做让用户长脸的事。这里有一个让我们很难抉择的原则，就是当你同时面对普通用户和超级用户时，我们一定要选择照顾超级用户的心情。“当你带着老婆或女朋友看电影，旁边一位好看的单身女士请你帮她拧饮料瓶盖，这个时候你拧还是不拧？你要是说，人家一个人，又拧不开，随手帮个忙呗。对不起，不可以。因为你老婆坐在旁边，她会不高兴。

正确的姿势是这样的：老婆，这有个饮料，拧瓶盖这个忙你帮不帮？老婆说我也拧不动。这时候你说，老婆，那我帮你拧开。”这个送命测试告诉你：不管你与你的普通朋友/普通用户的关系有多好，请先关注你超级用户的感受。所以有些会员不再续费，可能真的是你答错了这道送命题。

以前我们会丢下老客户去讨好新客户，因为我们自信老客户关系好，是自己人，但现在不能了。我们现在要想方设法的增加超级用户的归属感和特权感，给他们除了消费体验之外各种各样的优越待遇，时刻牢记，他们是那群20%的人，我们要让他们贡献更多利润才行。写下你的思考对于新零售时代实体店该如何经营

20分贝花了巨大精力去研究是否有一套足够简单的理论体系能够像过去的传统经验一样奏效。我们把开店这件看似简单却极其复杂的经营行为抽象出3个关键要素，用互联网思维和方法重新对待原有的问题，产品、营销、人，这三要素决定了新实体的生死，我们希望能有更多的实体经营者抢占先机，重新在大洗

牌漩涡中找到自己的立足之本。各位读者不妨思考一下，结合自己的经营情况，在产品、营销和人这三个层面上，你的现状是什么？比如说到产品，你的爆品和绝活是什么？说到营销，你是怎么对待拓客和复购的？说到人，你如何处理与员工的关系？你对顾客的态度又是什么？如果你有了答案，欢迎写下你的留言。