

# 南阳企业微信平台开发运营推广、小程序、朋友圈广告营销

产品名称	南阳企业微信平台开发运营推广、小程序、朋友圈广告营销
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	5000.00/月
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

## 产品详情

南阳企业商家的微信社群营销怎么做，微信怎么引流推广,企常青提供微信平台功能建设及微商城分销系统开发、小程序开发、微信公众平台代运营、朋友圈广告投放、微客来吸粉红&包（线下）、微信活动游戏（线上）、H5定制等业务。企常青领&先专&注于微信领域的技术开发、运营服务、新媒体广告、线上线下营销策划型的公司；公司核心团队均有多年网络营销经验，致力于为您提供微信端的技术支持，营销策划等全套解决方案。

我们的客户：中国银行、新华城市广场、乡村振兴工程、南阳市收藏协会、牧原集团、老君洞景区等企业提供微信领域营销服务。

业务介绍：

### 1.微信平台搭建

微信开发内容包括：微官&网、微商城、微客服、微会员、微卡券、微社区、微信WIFI等功能的应用

### 2.朋友圈广告

精&准定位用户，包括人群性别，年龄，地域定位，运营商定位（苹果、安卓等）

### 3.H5定制

利用H5，我们为你制作视觉效果甚佳动态页面。另外可以制作H5小游戏，增加粉丝互动。

可能你已经听过crm的这个概念，也就是客户关系管理的这个概念。

那么在私域流量池呢，它的本质实际上就是。社交化的客户关系管理。

那我们是通过社交化的客户关系管理来增加沟通的频次，提升复购率，让顾客多次购买。

我们通过社交化的客户关系管理，加深客户的关系，提升客单价。客单价的，让客户呢呢买更高客单价的中心。

第三个是我们通过社交化的客户关系来激发口碑推荐来提升裂变率。让我们的顾客推荐朋友，进而来放大我们客户的终身价值。那么这一个里面，这一个观点会贯穿到我们从始到终的私域流量的这一个课程。

所以如果说你根据这些原则去判断，你就知道。咱们咱们的客户群体有没有机会可以放大咱们客户的终身价值，就作为我们判断是否要做所有流量投入多少来去做。那具体呢它是如何放大的？

嗯，我通过四个案例为大家去一一拆解。这四个案例呢都是我们服务的陪跑客户。

那第&一个他叫啄木鸟，他们呢是做这一个家庭上门维修的。

那上门维修呢它本质上是一个非常低频且偶发的一个产品服务。也就是说，当你的空调、洗衣机、冰箱这些坏了，你才会去修。如果不坏，它是你是不会去找的。而且呢我们作为商家，作为服务商。其实很难去让客户的这些坏坏掉，对吗？所以我们是很难努力的。但是呢呢我们把这个客户群体啊。添加到了我们的微信里面。比方说呢我们正常的时候呢就有这一个家庭维修的时候会有一个电子保修卡。我们将这个电子保修卡呢放在我们的公众号里面。

那再通过呢引流到微信里面之后呢，我们发现了两年的时间，咱们这个品牌吸引了两百万的老顾客，关注到公众号。现在呢平均有一万单，有百分之十二是来自于公众号和小程序的复购。那么在这里面。你可能会发现，其实这些服务啊它通常都是通过五八同城啊、百度啊等等这些去搜索来的。那么这些公益平台呢，其实广告费。它是竞价的模式，所以呢是相当高昂的。所以我们这百分之十二复购率的这一个利润率是远远要大于百分之八十八的这个公寓的第&一次的这一个比例。所以呢我们做十亿流量池的第&一个好处，可以提升产品的负过滤，持续放大客户的终身价值。

第二个例子呢就是我们服务的厦门伴手礼的品牌苏小糖。

那么在今年呢疫情的时候呢啊本来春节啊是伴手礼行业的一个旺季。非常多人呢是希望啊能够通过这个过年的这个节庆来啊卖更多的产品。但是呢因为封城的关系，疫情的关系。整个全国人民呢都困在家里

面呢。出不去，那对我们旅游伴手里的品牌来讲呢是非常大一个挑战。但是好在的事呢。在么九年的时候啊，苏小唐呢在我们的服务之下呢，累计添加了三十五万的游客的微信。那么他们通过疫情时间，通过线上卖货。销售了六百多万。所以呢如果说我们在有先见鸡鸣，可以把我们的客户资源导入到我们的私域流量池里面，所以就可以提升我们企业的免疫力。来抵御不可预知的风险。当我们的客户还是在我们私域流量池里面，我们去为他提供其他类型的服务，就会有办法。如果说我们线下的店又不能开线上呢又没有粉丝。那么将是无计可施。

第三个，提升品牌的竞争力。

如果说我们没有更深的服务，没有跟客户更深的关系，其实我们的客户很有可能就因为价格或者说其他的一些原因就会离我们而去。但是如果说我们通过私域流量池来提供这一些更深度的服务，甚至呢可以沉淀一些更个性化的一些数据，那么就可以提升我们非常强的品牌竞争力。那他是大杯文胸的电商品牌，那他积累在微信里面，私域里面就有数十万的客户数据。因为啊这些。呃，大胸的女性呢其实他们非常难以买到适合自己尺码的一些呢品牌或者一些内衣。所以呢咱们这个奶茶卖的品牌呢沉淀了十几万的数据。在产品开发以及客户服务上就做的更加的个性化。他们的产品能够满足他们特定人群的非常另类的特殊的这些需求。从而呢就是成为他们核心客户的品牌的第一选择。复购率就超级的高。

所以第三点私域流量呢可以帮助我们提升品牌的竞争力，可以增加网络效应和迁移成本。

第四呢就是提升客户的裂变率，让老顾客自发的转介绍新客户。

比方说我经常外出学习，其中呢有一家机构叫做高维学堂。那么他是科学创业的培训机构。那这一家公司啊非常的特别，他们几乎没有销售啊，也没有渠道。基本上呢就是通过老学员或者朋友转介绍。那么他们人均的效益就是三百万以上啊，差不多百分之九十六的学员都是来自于老学员的推荐。那么我呢也推荐了上百位同学，上百位学员到他们那里去学习和上课。那基本上呢他都是通过微信去完成这一切的。所以呢做私域流量的。第四个好处是提升客户的裂变率，让老顾客自发的转介绍新客户。好，大家发现了吗？当我们这四个做好之后，其实是超级强的护城河壁垒。

那我们为什么要自建流量池呢？我刚刚讲了一共有四个原因。

第一个原因是提升产品的复购率。不管你是低频偶发的产品或者服务，其实都有机会去持续放大客户的终身价值，从而达到复利的效应。

第二呢是提升企业的免疫力来抵御不可预知的风险。如果客户在我们手中，我们就有了这个反脆弱的力量。

第三呢是提升品牌的竞争力，来增加网络效应和迁移成本，从而达到我们的品牌护城河。

第四呢是提升客户的裂变率。让老顾客自发转介绍新客户，那么就像滚雪球一样，我们的客户群呢会越来越滚越大。

以上这四个呢就是我们为什么一定要自建客户使用流量池的四个非常重要的原因。