

拼购APP项目冷启动,拼购平台如何找到首批1000位用户

产品名称	拼购APP项目冷启动,拼购平台如何找到首批1000位用户
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

拼购APP项目冷启动,拼购平台如何找到首批1000位用户？

导读：尽管新零售的市场规模目前仅在千亿级别，却是一个可以撬动消费的支点，一股主导需求、推动中国经济增长的新力量。

社会发展到今天，任何一种新型商业模式的出现，都不会是某个人灵光一闪的产物，而是成熟的技术、丰富的经验等多方面融合落地的结晶。新零售同样如此，大数据、人工智能等前沿技术的应用和电商平台长年积累的海量数据，足以精准地把握不同人群的差异以及需求层次，提供个性化的服务和体验。

更多干货内容，详情请看网站<https://wsyguanyun.com>

拼购APP项目创业者冷启动时，如何找到首批1000位用户？

拼购系统APP项目启动，对于绝大多数创业者来说，第一次出来创业，可能不缺技术、不缺资金、不缺团队，最重要的是缺流量或者说第一批客户。

如何做好冷启动，成了摆在大家面前最要紧的问题。

大部分人刚开始创业的时候，就吃过这方面的亏，他们当时的团队、技术很强、融资能力也很强，但在冷启动上一筹莫展。

而相对的，我也发现但凡那些项目一开始就跑得比较快的，都是有了较好的资源、基础流量。

因此，我结合这几年来的实操和观察，同大家聊聊，我们应该如何做好，当下最火的“拼购”项目冷启动，如何先找到自己的1000位客户。

一、如何先找到1000位客户

1. 先发动所有团队的力量

只要你做的产品不是特别偏门、高端的，从某种角度上来说，你的每一个员工及其人脉圈，都是你潜在的客户。

我们按照一个员工贡献10个客户，一个团队10个人，就是100个了。

或者一个员工提供两个群，10个员工就完成了20个群。

当然这里要注意一点，其实一开始90%以上的员工内心都有抵触情绪，这个新用户心态是一样的。

这是极为常见的情况，作为老板也不要觉得员工没有使命感、奉献精神，因为许多员工没有经历过自己创业，价值观还没有到那程度。

所以我们在发动成员完成身边资源贡献的时候，要做一些政策鼓励。

可以是业绩奖励的政策，比如贡献多个人、多少个客户奖励多少钱。

针对内测用户给予一些特殊的福利，这样团队去沟通也有了敲门砖。

这里举两个例子。

其一是我们之前做一个宝妈相关的项目，我们最初的冷启动来源就来自于员工的贡献。

因为我们团队里面有三个宝妈，他们就有自己的小区业主群、宝妈群，再加上我们自己的几个合伙人，所以立马就有了10个宝妈群，这意味着我们潜在覆盖了两三千的宝妈客户。

另外因为员工和小区宝妈的关系还不错，所以就让他们定向邀约几个到公司参观、吃饭、交流，我们第一次项目的沟通会现场就来了20个宝妈。

而再通过这个20个宝妈，我们又陆续完成了10几场的项目说明会，其中就三四位宝妈脱颖而出，成为月入过万的团队长，为我们实现月销百万奠定了基础。

其二为了鼓励大家去邀约，每个人在微信请教、面对面沟通中产生的各种人情费用由我们公司来承担。

比如请别人吃个饭、或者微信发个红/包等等，我们觉得早期与其把钱投到看不到的市场上，不如让员工来做市场，本质上是一样的。

2. 通过社群沉淀+分销裂变

从电商的角度来说，不管你是做平台还是单纯的一款消费品，分销是必不可少的一环。

哪怕你并不打算把他做成一个开放性的功能，那也要给一些人特权，尤其是早期裂变推广的时候。

当我们通过员工或者其他渠道找了一些基础种子用户之后，我们最好是把他们添加到我们微信里，再邀请到创始会员群里。

而不是给他们丢了一个链接、发了一个二维码或单页就完事了，一般有了这部分初始客户，我们要做三件事情：

其一是免费内测，选择部分商品让他们免费评审体验，这样他们既没有觉得自己被营销了，也会更加积极地配合我们。

其二是深度访谈，针对潜在用户的使用感受以及她的一些经历，了解对产品的评价和需求。

其三是培训裂变，通过线上和线下对话、培训，从中选出一些感兴趣且认可的用户，并鼓励他们做分销，只要这其中有一两个有分销能力的。

对于我们的业务来说就有很好的推动作用，不仅带来了用户量，也带来了更多数据的参考。

3. 找到垂直的渠道付费推广

几乎所有的行业，你都能找到与之对应的垂直渠道，通过这些渠道做一些曝光和引流。

其一行业媒体，如果你是卖母婴产品的，那么你就可以选择一些母婴领域的公众号做投放。除了产品的政策给力外，最好投放的渠道能支持引导添加微信或入群。

其二会销、行业的分享会、资源对接会，哪怕只有几十个人也可以去露露脸。

其三行业社群，2021年算是社群组织爆发的一年，从淘客、流量、私域、视频号、新消费、SaaS、货源等等，花个几千块钱参加一下，多分享，或者赞助一些礼品即可。

这里最需要强调的一定就是，一旦在付费渠道进行投放、卖货，就要想方设法去添加这些人的微信。如电话、短信、包裹卡等。

4. 地推最接地气

一谈起地推，有些人可能会嗤之以鼻，心想这都什么年代了，还地推，效率多低啊。

但我却发现，地推的效率反而更高、更真实、更可见。

而且有很多业务，反而更适合做线下的地推，比如近一两年热火朝天社区团购、外卖CPS、淘客、本地公众号等。

那么地推的方式有很多种，其中在小区、商业街做地推更容易抓住用户。

不管你是做访谈、一分钱福利、还是派发任务都可行，一个星期里面真实的、有交流的、有加微信的用户至少可以做到三四百以上，而这些用户的价值极高。

因为有信任、有体验、有调查以及有微信。

5. 兼职招聘

我们这里说的兼职招聘，并不是传统意义上找大学生，而是以调查、访谈、体验官、创始会员等名义，在朋友圈、微信群以及招聘渠道进行招募。

一般来说，招募50-100个兼职，并且能够完成一对一的电话或面谈，那么这个人成为客户以及分销者的可能性是极高的。

去年我一个客户就通过手机兼职的方式，在一个县城里面招募了一个100个兼职，完成了一个县区域的初级营销覆盖。

6. 自媒体

如果你是初次创业，且有一定的影响力，比如个人经历、人脉等，那么我建议你写一篇自己的业务介绍。

当然这不是赤裸裸的营销广告，而是和大家分享一些你的过往以及你现在为什么要做这件事情，你想把它做成什么样，你可以提供哪些服务，你需要得到什么帮助。

然后把这篇文章发到自己已有的微信群、朋友圈，顺便再找你朋友圈内三四十个甚至更多有影响力的人付费让他们帮助你转发。

既然请别人帮你转发，就发个88、188、288不等红/包，哪怕找100个人转发最多才3万块钱。

不出意外的话，第一篇文章的宣发效果会成为你阅读量、转化率最高的一篇文章。

除了个人第一次爆发式的营销外，学会利用抖音、快手、知乎、公众号或视频号，坚持3个月以上的内容更新，一定会让你有所收获。

例如一位朋友在抖音卖袜子，每天拍自己的工厂、办公室、仓库袜子相关的视频，两个多月的时间，也吸引了500多位微信好友。

以上这六种冷启动的方法它并非像你看到一些大咖或营销文章，和你说只靠免费、只需几天就能完成几十万的裂变。

二、冷启动中需要注意什么

那有了基础流量池，如何发挥好他们的作用呢？

1. 1000只是个数字代表

因为每个业务的属性不同，所以并不是非要做到1000个客户才行。

有的业务可能只要10个客户就已经算是成熟规模的，比如一些重度的SAAS工具来说。

基于自己的业务，给自己设定一个阶段的冷启动目标，50、100或500都可以。

因为无数的案例证明一个真正好用的产品或工具，1000以内的客户足以。

就像我们以前一个客户微信官方小程序，还有今年的微信红/包封面，我们就是找了50个好友转发了朋友圈，就完全了自裂变。

2. 产品本身要足够靠谱

对于初创团队总会陷入一个自我安慰的误区，那就是产品功能做得很一般的时候，就拿出去推广。

这时多半得到的反馈，不是惊喜，而是吐槽，好不容易有个用户愿意体验，最终却出现无数的问题。

哪怕你再简单，也要保证你推出的那一款产品在功能、流程上很顺畅。

因为在用户的眼里，不会说你是刚创业，所以就不拿你和成熟的企业比较了。

比如你做一款手机，用户一定会拿你和小米、苹果、华为比，而不会拿你和联想、魅族比。

所以你至少要有一两个产品两点能够打动对方，否则前面的推广都是白费的。

因为用户不是慈善家，明显有好的产品不用，而要用你不成熟的。

这也是为什么许多干销售的出去卖货卖不动的原因，因为产品本身就有很大的缺陷。

3. 要持续进行迭代

第一款产品之所以要保证质量，目的有二：

是为了增加用户对你的信任，因为用户的信任只有一次；

是为了增加用户对新品了解、使用的好奇心，才有你改进的机会。

所以针对冷启动用户的问题反馈，要保证足够快的迭代速度，这样他们也才有分销推广的动力。

现在每个新项目开发的时候，会把创始用户拉入微信群，每天群内与他们同步产品修复及升级的进度。

4. 要长期用耐心

尽管我们不得不面临着市场、经济等因素带来的压力，但任何一个创业项目的启动期至少需要3-6个月的时间。

所以在这段时间里，要有足够的耐心，去找到自己的冷启动渠道和用户。

不能操之过急，否则看起来很美的数据，并没有持续变现的价值。

在挖掘前期的100个或者1000个客户的时候，是真的要靠我们去筛选出来、去聊出来的，有多次交易之后沉淀出来的。

要先让这100个客户满意才行，而不是做一个丢一个。

就在我们身边发生的两个真实案例可以分享给大家。

其一是一个母婴社群，创始人最初在朋友圈分享自己的育儿食谱，有一些圈友看了之后比较感兴趣。

坚持3个月后，她拉了一个50人的宝妈群，然后通过这50个人宝妈群裂变成了几万的代理，现在一年销售额在5000万。

其二是品质团购群，创始人自己是一个高档小区的家长，通过学生家长群里拉出来的几十个女性分享一些自己购买过的、有品质的商品。

直到现在核心群人数不超500人，但是靠着口碑做了六年，其中有三个团队长一年就能卖货一个亿。

所以，有时候慢就是快，不要为了短期业绩而盲目的招人、投放，应该以最合理的模式先测试再大规模复制。

否则你看看周边那些曾经看似响亮的项目，都没活下去。

最后想说三点：

每个人的业务不同，所以定位冷启动的渠道也不同，要找到精准的适合自己的。

在冷启动阶段，免单、访谈、线下聚会、快闪团购都是运营的思路，大家要多测试。

无论是100个种子用户，还是1000个甚至是10000个，都要把他们添加到微信里，这样你才有足够多的机会做沟通。

今天就分享到这了，如对你有帮助，可关注我有更多分享！

