

# 南阳私域流量社群营销推广公司,私域流量变现代运营

产品名称	南阳私域流量社群营销推广公司,私域流量变现代运营
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	3000.00/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

2022年在南阳大家对电商代运营（TP）和直播代运营（MCN）都很熟悉,但是很多人对“私域代运营”应该比较陌生，刘老师带团队到南阳一家私域代运营公司交流

“企常青”的代运营分为两类：

### 1、分销平台代运营

现在有不少项目，月GMV过1000万

### 2、微信直营代运营

现在有不少项目，月GMV过100万

私域代运营到底是怎么做的？

背后的业务逻辑是什么？

王老师跟你一一分解

## (2) 案例背景

河南省是社区团购、社群团购的创业沃土

“企常青”创始人是一个社群团购的深耕者

在2020年之前曾通过操盘单品类产品

做多渠道的社群团购社群的分发

把一家大健康公司送上了创业板挂牌

2020年他看到了更大的机会

越来越多的企业想要转型社群团购和私域零售

很多企业直接找到王老师求操盘

所以才有“企常青”这家公司的诞生

王老师虽然做私域培训这么多年

之前也认为“私域代运营”这个业务难度太大

很多企业自身的认知与产品的局限

一是不愿意不私域交给别人去运营

二是即使粉丝很多但持续变现也非常困难

不同企业的私域变现模式与流程又完全不一样

所以不好标准化流程化，也就很难起规模

但是王老师硬是把“私域代运营”这种业务模型打通了

而且还从私域代运营业务切入了后端产品供应链

自主开发了一个私域SaaS供应链平台

从而形成了“代运营业务+供应链平台”的商业模式

### (3) 业务逻辑

私域代运营业务到底是怎么做的呢？

“企常青”的代运营业务主要分为两种模式

一是分销平台代运营

二是微信直营的运营

Zui开始找王老师代运营的是一些社群团购平台

还有一些微商转型社群团购平台的企业

这些企业会遇到各种问题

社群团购平台搭建的模式与技术问题

品牌策划与创始人个人IP打造的问题

变现产品体系设计与供应链的问题

团长招募与动销培训的问题

为团长提供素材与运营支持的问题

.....

王老师就带着团队帮助他们一一解决问题

Zui后形成了一套分销平台代运营的标准SOP

后来又有一些企业找到王老师

有线下门店把客户加微信了之后不知道怎么运营

有抖音网红想把粉丝加微信做私域但没有团队

有网店有大量的老客户不知道如何变现

王老师又分了一拨团队专门探索微信直营业务

帮助这些企业分析客户数据

然后测试如何加粉，如何变现

Zui后打出一个个不同行业的私域变现模型

复制团队规模化的运营

#### (4) 分销平台的演进

很多企业选择有赞、微盟、小商店等来在微信建店

但是这些系统都不能很好的支持分销与团购的业务模型

而在微信生态做生意一定要了解各种分销模式的演进

开始是微商，后来社交电商，还有各种三级分销

中间还有淘宝客平台、代购平台等

再后来社区团购，现在是社群团购

其实核心都是在抓私域团长这个小B群体

在中国有数以千万计的这样的小B

哪一种模式能抓住这个群体呢？

社群团购是当前主流的分销平台模式

一是模式简单没有门槛费

二是产品丰富不需要囤货

三是既能快速裂变也能持续动销

所以过去的微商、社交电商都转型社群团购

过去用有赞、微盟的商家也转型做社群团购

微商时代有微商的代运营服务商

社交电商有社交电商的代运营服务商

现在大家也都在转型社群团购的服务商

“企常青”首先服务的就是想做社群团购的企业

(5) 分销平台的代运营

有的公司只有IP与粉丝，对于分销平台一窍不通

有的公司有了微商城平台但销售做的一塌糊涂

有的公司做过社群团购但是模式需要升级

有的公司在找更好的软件系统解决方案

有的公司招募团长出现了问题

有的公司团长销售下滑团队流失

“企常青”为这些公司提供的服务叫做

分销平台起盘与陪跑服务

起盘服务包括：社群定位、品牌策划、模式设计、系统搭建、起盘方案等

陪跑服务包括：商品策划、带货素材、运营流程、活动策划、团长培训等

这些服务是如何收费的呢？

起盘服务是有固定的服务费用

不同企业根据项目需求的不一样而不同

陪跑服务是固定服务费加销售提点

根据匹配的团队来确定服务费

根据产品的毛利来确定提点比例

收费方式就背后的业务逻辑

现在企常青已经签约了上百家社群团购平台

单月GMV超过1000万的都有几十多家

因为交付内容扎实增长显著

都是他们挑选客户，客户排队上线

## （6）微信直营的演进

微信直营业务是从做广告投放的二类电商开始的

这些企业在头条、百度、公众号投流加微信

然后在微信上继续对粉丝进行销售

因为广告成本越来越高

所以要不断转化率、复购率和客单价

只有那些单客消费价值高的团队才能活下来

后来淘宝网店、线下门店等都开始加微信建私域

现在各种抖音网红、自媒体博主也开始建私域

如何做好私域变现就成了大家共同的方向

早期的微信直营都是各公司团队做的

谁也不会愿意把自己的客户交给别人运营

但是总有一些企业自己不会做想外包

有的公司粉丝实在太多了自己忙不过来

有的快消品品牌在电商平台每天会有几万个订单

有的抖音网红在平台有几百万粉丝几万私信

做私域没有团队，不做私域很浪费

有的公司自己私域团队不专&业

自己团队做私域不仅不赚钱还亏本

因为要打造一个专&业的私域运营团队太难

还不如外包给专&业的公司去运营

“企常青”就是从这些客户开始切入私域代运营的

帮助客户直接托管运营他们的微信和企业微信

## （7）微信直营的外包

微信自营的难度非常大所以选项目非常关键

有的公司是连锁门店加粉到微信的

有的公司是抖音快手加粉的微信的

有的公司是淘宝京东加粉到微信的

有的粉丝是消费过的老客户

有的粉丝是没有购买过的陌生人

“企常青”为企业提供的微信直营外包服务也分两种



## 变现测试服务与外包服务

变现测试包括：

首先要分析粉丝价值确定变现方案

第二要设计变现产品、运营流程、成交话术等

第三要测试加粉效率与转化效率

外包服务包括：

首先是不断的扩大加粉比例与数量

第二是不断的培养销售团队不断复制

第三是不断优化变现产品供应链

这些服务如何收费呢？

变现测试收取基础人工费

变现模型测试成功则进入外包服务阶段

外包服务直接做产品销售分佣

没有基础服务费和人员工资

即是这个私域运营团队需要上百人

人工成本都是外包方来承担

就是卖多少拿多少佣金

全靠真本事吃饭

需要特别说明的是：

手机和微信由甲方企业提供

合作终止这些客户资源依然是甲方企业的

变现产品也由甲方企业提供

甲方产品资源不足则由你我科技供应链平台提供

#### (8) 私域供应链平台

其实私域运营有三大门槛

一是掌握私域模式设计与运营方法的团队

二是私域变现所需要的IT系统支持

三是私域变现所需要的产品体系支持

如果要提升私域变现效率

产品体系的设计是至关重要的一环

很多企业自己只有单品类有限的产品

完全不能支撑客户持续复购需求

所以有大量的客户资源也无法变现

为了解决这个问题

“企常青”投资开发了一个私域SaaS供应链平台

现在已经有2000多个品牌上万个SKU

这些产品为代运营的分销平台与微信直营企业

提供了一站式变现产品解决方案

自此“企常青”也形成了“私域代运营+供应链平台”的商业模式

### （9）私域代运营的展望

私域代运营是一种比较新的服务业务

进入的专&业门槛比较高

是专&业团队+技术平台+供应链资源的结合

私域代运营业务的出现标志私域产业越来越成熟

电商是很少的一部分企业在做

今天做直播的企业比电商要多很多

接下来是几乎所有的企业都必须做私域

因为每一家企业都要经营自己的客户资产

大部分企业还是会选择自己做私域

因为自己的孩子还是自己养比较放心

而且经营私域会成为一家企业的核心能力

但也有一部分企业会选择找代运营公司服务

因为这些企业需要的速度与效率

希望用钱来买发展的时间

希望有专业外部团队来快速做大规模

今天在中国企业做私域已经形成了共识

但是每一个平台和企业对私域的理解却不尽相同

中国的商业环境在快速的进化

未来私域代运营也会呈现各种新的形式

王老师接下来也将访谈其他私域代运营公司

敬请期待王老师更多案例分享

## (10) 案例总结

我用这种分段形式写案例是希望把案例写简单

但是为了讲清楚“企常青”这个案例

居然写了10大段还只写了个基本逻辑

谢谢“企常青”创始人王老师和团队的无私分享