

拼多多新店代运营 如何实现全网拉新引流，知识店铺留存转化？

产品名称	拼多多新店代运营 如何实现全网拉新引流，知识店铺留存转化？
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

近日，网经社电子商务研究中心联合网经社教育台发布《2021年（上）中国在线教育市场数据报告》，预计2021年在线教育市场规模将达到5230亿元，同比增长20.84%，用户规模将同比增长19.88%至4.1亿人。

拼多多新店代运营 如何实现全网拉新引流，知识店铺留存转化？

随着互联网的迅猛发展，在线教育已是大势所趋。越来越多企业、机构完成了线上化、数字化转型，将知识搬到线上，借助线上工具和互联网来实现更大范围的传播，高效拉新留存。

01 选择拉新渠道，做好用户留存

想要做好拉新，获得尽可能多的曝光，我们可以先构建自己的流量矩阵：

微博平台：企业官博、微博广告资源……

问答平台：知乎、百度问答、360问答……

百科平台：百度百科、360百科.....

视频平台：抖音、快手、虎牙、哔哩哔哩、一直播、斗鱼、西瓜视频.....

音频平台：喜马拉雅、蜻蜓.....

自媒体平台：头条号、百家号、大鱼号、一点号、网易号、搜狐、简书.....

其他：豆瓣、小红书、百度贴吧、行业论坛.....

微博引流：可以在置顶的微博中放公众号。

知乎引流：可以引导用户私信或关注公众号。

豆瓣引流：在豆瓣里搜索符合定位的小组，加入小组，在群组中引流。

小红书引流：小红书昵称和公众号昵称一致，在个人简介里面写上“全网同名”，主页放邮箱和微博。

直播引流：在创客匠人后台开启直播，使用转播功能一键同步至视频号、快手、虎牙、哔哩哔哩、一直播、斗鱼、西瓜视频等10个平台，在直播背景等处展示公众号，一次直播，多渠道分发。

02如何吸引目标人群？

根据不同平台的性质，我们可以设置不同的流量诱饵，在形式上一般来说：

头条、搜狐、百家号这类信息流平台以及小红书这类种草平台，诱饵的形式以图文为主；抖音、快手等视频类平台则是纯视频；知乎这类平台，可以是干货、励志故事、赚钱**案例**等。

在内容上，目前较为常见且有效的包括：

1) 实体福利：一般来说我们可以将产品体验装、课程相关周边或者一些通用性物品（纸巾、本子等）作

为实体福利，引起目标群体的兴趣；

2) 资料包：干货资讯等；

3) 体验课：5天训练营、录播视频课/音频课等；

4) 免费直播公开课；

5) 红包、知识店铺优惠券等；

6) 会员型福利：知识店铺VIP周卡等；

7) 服务型福利：如诊断服务，一对一咨询等。

需要注意的是，我们投放的引流产品要与我们的正价课程强相关，这样才能准确引流，并且更好地建立用户对于产品与服务的认知。而与实物引流相比，虚拟商品显然更适合作为引流产品，边际成本更低，便于持续地投放进行引流。

03实际拉新场景

设置好引流产品，我们可以开始进行拉新，举几个具体场景：

1、用户在知乎、头条等平台进行搜索，看到不错的干货文章，觉得对自己很有帮助，接着就提示说可以私聊领取课程福利，私聊后就可以引导关注公众号-领取优惠券/兑换券-体验免费课程，随后进行正价课转化。

2、生态引流：

1) 好友助力领课

某课程设置了好友助力，集满15个助力即可免费学习该课程，用户一键生成分享海报，即可分享给好友进行助力，而助力好友如果对课程感兴趣，也可以发起自己的助力活动，形成裂变传播。

2) 阶梯拼团

将店铺VIP周卡开启阶梯拼团，人数越多价格越低，用低价刺激用户发起拉人更多的拼团，实现更高效裂变。

3) 推荐赢好礼

商家创建推荐有礼活动，用户分享活动页面给好友，按阶梯目标奖励，5人、10人、15访问成功，推荐者可获得不同积分，被推荐人也可获得积分奖励，随后可用积分在积分商城完成心仪礼品兑换。

4) 神器

商家举办“邀请5位好友关注公众号，享受《如何做好金融理财》课程的免费学习”，用户关注公众号之后，分享活动海报到朋友圈或者指定好友群，邀请到5位好友关注公众号，即可获得海报课程的免费奖励。

以此类推，商家可以根据这个思路去完成店铺的拉新引流，随后，再用优质的课程及教学服务，来真正留住用户，形成转化及复购。

只要商家有优质的内容，借助线上工具，就可以如虎添翼，在全网源源不断地进行拉新引流，并且将流量留存在自己的知识店铺里，形成私域流量，后续不断裂变转化。