

超级云APP源码开发，APP源码，APP搭建，开始做私域吧：互联互通后，可能会出现2个机遇

产品名称	超级云APP源码开发，APP源码，APP搭建，开始做私域吧：互联互通后，可能会出现2个机遇
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

产品详情

开始做私域吧：互联互通后，可能会出现2个机遇

编辑导语：近来，国家大力出手打通互联网平台间的“壁垒”。那么，打通后有什么机遇？新的背景下，又应该如何抓住机遇？作者就这个话题发表了自己的看法，希望对各位朋友有所帮助。

去年9月9日，工信部召开行政指导会，要求包括、在内的互联网企业，限期（9月17日前）停止“屏蔽网址链接”行为。

后来，我们真的可以在微xin上打开链接了。

紧接着，考拉海购、饿了么、大麦、优酷，这些系APP也接入了微xin支付。

就有读者问：打通之后，是否有新机遇？在新的背景下，如何做好全域经营？

，我们就一起讨论这个话题，希望给你一些启发。

一、打通有什么机遇？

在讨论“打通后，有哪些机遇”前，我们先看看打通前的商业世界，是什么现状？

商业的本质是交易，而要想促成交易，就要有流量。

那打通前，我们是怎么获得流量呢？

先说线下，你花钱租个旺铺，本质上也是用租金购买了商圈的公域流量。

而线上呢？

你一样要花钱购买流量。

而且，因为没有打通，你在开店做生意，就只能买直通车；在购买抖加；在购买广告。

以上指的是公域流量，私域也同样如此，建私域，你只能在每个平台内部建私域。每个平台的客户，都不互通。没有一个地方，可以让所有客户聚集在一起。

因为各个平台之间的流量是割裂的。

所以，在打通之前，商家做全域经营，其实是割裂的全域经营，是在各个平台内部做的小全域经营。

但是，如果所有平台真的可以互联互通，那样整个中国互联网将会成一个大闭环，这里的流量是相通的，这时候的全域也才是真的全域。

如果真的如此，那对我们经营商业，做全域经营有哪些机遇呢？

我认为至少可能有两个机遇值得我们重视：

- 1、重视原本离交易比较远的公域广告投放；
- 2、更加重视私域的搭建。

我们一个一个来说。

二、投私有化广告

我们先说个机遇，重视原本离交易比较远的公域广告投放。

什么意思？

理解这个机遇，首先我们就要理解什么叫流量池。

、、字节、、、等等这些可以聚集用户访问的平台，我们都可以叫它流量池。

但是这些平台的流量价值从电商角度来说，是不一样的。

离交易比较近的，电商价值就会高，而离交易比较远的，电商价值就会相对低。

而一旦打通，用户如果在微xin里面，点一下就能直接跳到的购买链接，那用户的购买路径就缩短了。

这时，离交易远的平台流量就将是个洼地。

假如在投放广告，1次点击3块钱，在微xin投广告，1次点击1块钱，你要不要选择在微xin投？

所以，微xin的广告价值就会被更好地兑现。

不仅是对，对其他离交易比较远的公域流量平台也是同样的道理。

这时，所有公域流量的价格会慢慢拉平（不会完全一样，是相对现在更平），洼地被填满。

所以，打通之后的，个机遇，可能就是重视原本离交易比较远的公域广告投放。

那要如何抓住这个机遇？

我斗胆给你一个抓住这个机遇，关于投放的建议：如果可能，尽量投私有化广告。

电商投广告，目的是购买平台的流量，通过电商完成交易。如果这笔交易的利润能覆盖掉购买流量的成本，那么这个循环就可以一直进行下去。

这种购买流量，直接通过电商完成交易的投放，就叫：商业化广告。

比如，作为一家化妆品品牌，你购买了朋友圈广告，用户点击后，后直接在小程序购买。

这就是商业化广告。你把购买的公域流量商业化了。

那什么是私有化广告？

私有化广告就是你把购买的公域流量，通过种种方式转化成你的私域用户，变成属于你的，可重复、低成本甚至免费触达的用户。

所以，私有化广告就是把公域流量私有化的广告。

同样，作为一家化妆品品牌，如果你想投私有化广告，那么你购买了朋友圈广告，用户点击后，就不一定是通过小程序购买你的产品了。

用户可能是关注了你的公众号，然后你再通过不断在公众号推送活动、产品等信息，促进成交。

用户也可能是直接加了你的导购企业微xin，然后通过导购后续持续不断地服务，促进后面成交。

用户也可能是添加了某个活动群，在群里经常接收到一些促销信息，促进成交。

当然，用户也可以通过小程序直接购买你的产品，并在LandingPage同时添加公众号、微xin群、企业微xin等。

甚至是在用户通过小程序购买你的产品后，你再引导他们添加公众号、微xin群、企业微xin等。

以上这些方式，都是私有化广告，具体如何投放，根据你的具体业务调整。

这就是我斗胆给你的个建议，在可能的前提下，尽量投私有化广告。

三、三步搭建私域

接下来，我们说一旦彻底打通之后，全域经营的第二个机遇：可能就是更加重视私域的搭建。

为什么？

两个原因。

一个是，打通之前，我们几乎只能在各个平台内部做私域，而一旦所有平台彻底打通，那么我们就可以通过私域，承接所有平台的公域流量。

第二个原因是，打通之后，私域将变成一个洼地，承接所有平台公域的用户。

前文提到，因为打通之后，在所有平台的公域流量的价格开始拉平。

但是即使拉得再平，站在全域角度，公域流量的价格还是不便宜的，还是要你付费购买的。

这时，属于你的，可重复的、低成本甚至免费触达私域用户，仍将是价值洼地。大家还是会想办法把公域流量导到私域用户池里。

所以我说，打通之后，全域经营的第二个机遇，可能就是更加重视私域搭建。

那要如何抓住这个机遇？

各行各业做私域的方法都不一样，比如消费品行业，我们以前分享的林清轩案例（[点击回顾](#)），他们做私域，是把公域流量导到企业微xin上，终通过小程序自营实现闭环。

再比如，同样用小程序自营实现闭环的莎莎国际这个案例（[点击回顾](#)），他们做私域是把公域流量导到他们的公众号上。

但对一些传统行业来说，就比如我们后面可能会分享的房产公司做私域案例，他们把做私域当做一个数字化的轻量级切入机会。

等等。

每个行业的做法都不一样。

既然没办法给适用各行各业的标准答案，我就斗胆分享下，我认为做好私域的步骤，分三步。

步，把公域流量私有化；第二步，私域用户池运营；第三步，私域商业化。

什么是把公域流量私有化？

其实，上面提到的投私有化广告就是。

通过购买朋友圈广告，把公域流量导入到公众号、企业微xin、微xin群等私域用户池，这就是把公域流量私有化。

当然，购买朋友圈广告只是举例。在这里，因为打通了，你可以在线上，购买各个平台的公域流量；在线下，通过租旺铺购买线下公域流量。

总之，就是通过付费的投放策略把公域流量私有化。

另一种方式是，通过裂变策略把公域流量私有化。

比如，我们公众号。

我们就是通过高价值内容，让用户忍不住分享到朋友圈这种方式，把公域流量私有化的。

我们公众号，现在有190万用户订阅。

这些用户里大多数都是通过他们看朋友的分享或者介绍关注我们的。

我们坚持数年如一日地，撰写高价值原创内容，就是希望通过我们的努力，让我们的读者看到后喜欢，然后分享，去影响这些中国稀缺的高价值人群，获得他们的认可，终关注我们。

这就是把公域流量私有化的第2种方式，通过裂变策略，免费的把公域流量私有化。

当然，裂变策略，不仅仅是通过内容分享，还可以通过红BAO、拼团等等方式实现。

接下来，我们简单说下第二步，私域用户池运营。

各行各业，再加上不同的诉求，因人而异，每家公司可能会选择不同的私域用户池。

有的公司，擅长生产文字内容，那么他们可能会用公众号承接；

有的公司，有大量的运营人员，那么他们可能会用微xin群承接；

有的公司，有大量的导购等销售人员，那么他们可能会用企业微xin承接。

诉求不同，用的就将是不同的私域用户池，甚至多个私域用户池混合着用。

总之，用自己擅长的方式高效的承接从公域流量私有化来的用户，服务好他们。

后，我们再简单介绍做私域的第三步，商业化。

商业化简单来说，是完成交易。

很多人会说，商业化不就是终把流量变现嘛。

可以这么说，但是不喜欢用变现这词，所以我们用商业化。

而且变现，把做私域的目的，说的也狭隘了。

后面，我们会撰写的一个私域商业化案例，他们做私域，看重的就不是终交易额，而是通过私域这里的交易，去反哺企业更大的商业愿景。

所以，我把终完成交易这步，叫私域商业化。

以上，就是做私域的“三步走”步骤，也是做好全域经营，我斗胆给你的第二个建议。

四、后的话

后，打通之后都有哪些机遇？如何做好全域经营？

2个机遇。

重视原本离交易比较远的公域广告投放

更加重视私域的搭建

具体如何抓住这2个机遇。

我斗胆提了两个建议。

在可能的前提下，尽量投私有化广告

用三步法，去搭建属于你的私域

步，把公域流量私有化；

第二步，私域用户池运营；

第三步，私域商业化。

希望能给你一些启发。

这时，也许有人会说，这打通之后，对很有利啊，做好全域经营，离不开了一样，对很不利啊。

其实，的文章是从流量侧来讲。

如果从交易这一边，作为做得非常成熟的，打通其实也是利好。只不过这是另一套逻辑，以后我们有机会再讲。

后，无论打通之后利好，还是利好，利好的，还是我们商家。

因为打通之后，公域价格拉平，你在公域购买流量的成本会下降；另外，你可以通过建私域承接各平台流量。

这时，你只需要专注做好自己的产品，就好了。

因为整个中国互联网，已经是一个大闭环。

，我们看到了微xin打开链接，也看到系产品开始支持微xin支付。

相信这绝不是终点，而是真正互联互通的起点。

知无不言,分享知识,分享成长,分享价值。以上就是本次门门分享的内容，旨在交流探讨模式。感谢大家认真看到这里，对以上模式感兴趣的朋友可以跟门门私聊或留言！门门都会一一回复