

异业联盟：单店营销成本不断攀升的今天，如何开展实战？

产品名称	异业联盟：单店营销成本不断攀升的今天，如何开展实战？
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

你一定听说过「啤酒与尿布」的故事。零售巨头沃尔玛通过分析消费者行为，发现男性顾客在购买婴儿尿片时，常常会顺带买几瓶啤酒来犒劳自己，所以就推出了将啤酒和尿布摆在一起的促销手段。

这种运用「相关性」异业捆绑销售的行为本质是「异业联盟」。

事实上，异业联盟并不是一个新鲜的事物，早在很久之前它便已存在。然而，随着社交电商的兴起，赋予实体经济更多的活力，异业联盟的玩法和模式也迎来更大的想象空间。

去年杭州某商业中心的30家商户举办了一场异业联合活动。通过有效的策划和社交传播，在短期便吸引了1800多名消费者的参与。在新商业文明的今天，数字化不仅重构了商家个体，同时也让商家与商家之间的联结变得更加容易和高效。

在单店营销成本不断攀升的今天，异业联盟提供了一种更具优势的引流渠道。当然，异业合作存在一定的门槛，同时也需要规避潜在的利益冲突问题。

接下来我们会先认识异业联盟本身，再分析其不同模式的新颖运作思路，最后介绍如何开展实战。

单店营销的孤岛

当今国内的实体商业格局，主要是呈现城市多中心化分布，商业综合体占据了最多的消费者客流量。高聚集的物理位置特点，造成了单店之间强烈的竞争。同时，单店的资源往往比较有限，它的对立面，则是消费者的选择越来越多。商家为了在竞争当中占据优势，也进一步导致营销成本的居高不下。

由于品牌、地段的差异，不同商家门店之间的差距也越发明显。拥有优势的大品牌占据了绝对多的流量，新小店的突围日益困难，马太效应明显。

单店营销就好比是一个孤岛，资源碎片化在获客效率和能力上都可能呈现乏力。打破岛屿之间割裂的方法是与其他商家结盟，进行抱团取暖。

异业联盟的本质是双赢

从私域独立到异业共享

私域让商家把握了数字资产，而融入「不孤立」的共享商业体系，则可以利用结盟的力量，更快速地扩大自有的私域流量池。私域独立是基础，异业共享则是实现新商业加速的催化剂。

异业共享带来的优势有很多，主要体现在以下几方面。

一、降低营销成本。联合促销的费用一般由联盟共同投入，在销售增加的同时，个体商家的营销成本降低；

二、增强个体商家的竞争力。商家资源的整合可以让优势资源变更强，中等优势资源变强，弱势资源不再弱。从竞争角度来看，这种异业联合的模式会更容易在同行中脱颖而出。

三、建立更加丰富的营销渠道。异业之间可以通过营销共享来置换推广和促销的渠道。跟传统的单店营销比较，则无需投入高额费用即可获取优质流量。

四、消费者获得更多利益。新零售的本质是让消费者更优，异业联盟的促销可以让消费者以更低成本获得更多的利益，这代表了更加先进的商业模式。

此外，异业合作也势必存在一些缺点。典型的就策划执行过程中可能遇到的利益失衡、缺乏监督机制、公地悲剧效应等问题，我们会在最后一部分进行讨论。