

# 垂直行业私域流量怎么做？解析全国z大连锁水果店百果园商业模式

|      |                                |
|------|--------------------------------|
| 产品名称 | 垂直行业私域流量怎么做？解析全国z大连锁水果店百果园商业模式 |
| 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 | 广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室         |
| 联系电话 | 14776427336 14776427336        |

## 产品详情

疫情之下，病毒在国内反复横跳三年，很多实体企业都在极力地配合国家政策，经历了开业，停业，复工，停业，资金不足，手上没有现金流，裁员，门店倒闭，2020到2021年，42万企业倒闭，306万个体户注销，很多企业也是内部早已千疮百孔：人才流失，客户稀少，对手打压，业绩艰难摇摇欲坠。那你有没有想过，为什么有的店还活得好好的，甚至营业额不降反升。因为他们一开始的商业模式都是不一样的，很多企业都在做合伙制股权分红机制。这个机制褒贬不一，有人说是资本的剥削，有人说，鼓励年轻人创业，共同富裕。

和大家举个例子：

比如百果园，以高品质，高服务打开各个小区市场，百果园的经过了这么多年的耕耘，百果园的品牌在尤其在广东，百果园的品牌越来越强、度越来越高。在全国现在开始有很强的高度，而且百果园今年又融资了15个亿人民币，我相信他在接下来的品牌塑造上面会花更多精力，他们的优势会越来越强大。国内的水果店市场非常庞大，每一条街都有好多家。那他们的商业模式是怎样的，百果园的商业模式分为线上和线下，

线下模式：全都让员工投资，照常在全国各地裂变了近5000家店铺！如何做到的？1、投资：每个店铺有3个投资者：店长投资80%，主要负责日常运营；城市合伙人投13%，主要负责协调区域店铺；大区经理投资3%，主要负责开店选址。总公司不投资、不经营，但要主要负责店铺的供应链体系、人才培养、活动营销、系统软件构建等软实力上的事2、股东分红：店铺盈利的70%，按投资占比分红给三方投资者；其他30%归总公司。3、人才裂变：规定要求每一位店长每一年培育一个新店长，新店长开店后，老店长可以作为导师，在徒弟的店里领走10%帮扶股分红。4、风险承担：新店起步期亏损，总公司全额的承担；假如3年持续亏损，总公司有权利分析评估闭店。5、退出机制：店铺盈利前，店长不可以退出合伙，不然投资只退1/2。店铺盈利后，店长想撤出，总公司会以3倍的投资股份回购。这套合伙模式同时解决了公司扩张过程中的投资、管理、裂变、人才、激励机制等多种问题。把老板从单打独斗的状态中救出来，让老板学会用社会上的人、钱、资源把蛋糕做大！

除了百果园，如海底捞、华为、喜家德、海尔、碧桂园、等，都在以合作模式迅速扩张。

那百果园的线上私域流量是怎么去做的呢？

8000万vip会员，单月3亿的GMV，百果园走出的公域运作模式是不是能模仿？

线上上、线下推广vip会员数量超8000万，在其中付钱vip会员数总计110万+

App月活客户200万，微-信小程序客户提升4000万

抖音粉丝160多万元，微-信公众号粉丝量1360多万元

在企业微-信体系中内，有16000个社交群，600多万元社交群组员

月复购率超50%

百果园的线上获客比近70%，根据战略布局微-信公众号、短视频号、微-信小程序的营销闭环控制，精确定位粉丝。

以新用户注册领取优惠券做为激活并沉积客户的方法，促进客户下首单，再结合二级分销，以老带新的方法产生自传播，定位准确客户。

## 2、线下实体店+网上社区运营引流

关键根据微-信小程序+推广工具（拼团、会员折扣优惠、促销活动、预售）

以更方便快捷和直接的呈现方法推送客户，无论是社交群共享，或是线下推广小程序二维码的方式，新用户不用申请注册，即用即走，更快捷的购买感受，适用各种各样活动营销的展现；

微-信小程序的即用即走针对新用户而言，感受更为方便快捷，不容易由于繁杂的步骤而造成抵触，进而减少转换；

微-信-小程序做为社交群及店铺具体的营销推广通道，其更为充实的呈现形式也为活动营销的曝光度给予了保障。

怎样方案策划高效的活动内容，来激活微-信公众平台及社交群vip会员，也成为了许多公司维护保养客户的难题点；营销推广的挑选是不是符合产品属性，活动内容的方案策划是不是能引发客户的关注，无论是拼团、活动、砍价、预售等，都必须对于情景及客户人群，应用方便快捷的的推广工具变成了制胜的主要因素。

## 3、公域引流方法，关键借助小视频等短视频号

视频号根据微-信巨大的公域流量和强有力的裂变式效果，不但可以沟通交流目前客户，还能做到将公域流量转换到私域流量的主要方式。

抖音短视频视频号同步升级新鲜水果知识科普、美食做法共享、新鲜水果优惠促销，致力于输出内容，耳濡目染间危害客户，正确引导客户关心，再经过各种各样活动营销将客户沉淀成会员。

它们的产品和服务可能不是所有行业中好的，但它们可以成为行业，这证明了合作模式的成功。

也许，你会说之前没有赶上实体门店的发展时期，会说没有赶上电商的爆发时期，但是在互联网时代什么时候开始其实都不晚，现在很多企业都在规划自己的私域流量，做自己的会员制电商。

广州有个客户月入过亿的营业额的模式也是可以借鉴的

### 模式特点

平台有两个等级

代理：购买应用所关联的商品、礼包，就会成为代理身份

成为代理后，直接推广用户去购买应用所关联的商品、礼包，就可以得到【直推奖】

老板：成为代理同时直推二个代理用户

成为老板，还是有代理权益直接推广用户购买得【直推奖】

成为老板后，下级直推用户（老板）再去推广用户去购买应用所关联的商品、礼包此时就可得【直推平级奖】

成为老板后【第三个推广的用户起】购买应用所关联的商品、礼包，可得【团队奖励】

成为老板后【下级直推用户的第三条线起分别推广的1.2条线用户】购买应用所关联的商品、礼包，可得【团队奖励】

下级推广的用户可获得【团队奖励】此时就可能获得【团队平级】简单说就是直推收益的百分比

如果平台想设置多个等级也可以做多个等级的独立分红池的股东分红

### 模式总结

支付成功即可成为代理，推荐两位代理系统会自动升级成为老板

推荐三人就免单回本，就可以享受身份所带来的无数个团队的1和2号位的200元和直推下级收益的分成，如果想赚的更多，可以购买更的股东身份，享受身份的分红。

第三条线开始才可以获得/团队奖励/团队平级奖励

当未达标情况下，在活动直推跟平级奖励时需要扣除手续费到帮扶基金余额

成为代理身份后，会贡献两个下级给自己的上级