

良品铺子小程序商城

产品名称	良品铺子小程序商城
公司名称	广州金诺互联网科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州天河区
联系电话	15222177508

产品详情

良品铺子系统开发找【刘羽】，良品铺子系统定制——详细了解良品铺子系统模式开发详情（费用、工期、模式、制度、功能等等）——（10年经验技术娴熟），良品铺子软件开发，有现成案例可参考，也可按需求开发。

温馨提示：文章资料收集于互联网，仅作为开发需求者的模式案例参考作用，与平台没有任何关系，如需定制系统请详询，玩家勿扰。

====系统软件开发公司====

一、私域引流拆解

1、线下门店

良品铺子有3000家线下门店，8000+门店导购。导购可通过优惠权益，吸引用户添加企业微信号，再引导进入社群。

2、公众号

引流路径：点击公众号菜单栏【299-200】中的【新人礼|领340元】，跳转到相关页面，扫码添加企微【良小美】，再引导进入社群。

3、视频号

路径1：视频号首页设置了企微添加入口，点击【添加微信】即可跳转到企微添加页面。

路径2：视频号每天会进行直播，直播页面有社群引导二维码。扫描二维码即可进入直播社群。

4、小程序

在小程序首页，设置了社群添加入口。

具体路径：小程序主页面--点击【社群福利】--扫描二维码--添加企微--企微发送社群二维码--进入社群。

5、抖音

良品铺子在抖音建立了账号矩阵，总粉丝数超过1000万。其中账号【良品铺子旗舰店】，有268.1万粉丝；账号【良品铺子】，有411.9万粉丝。

视频内容主要包括产品介绍、福利活动介绍、直播推广等。几个主要账号每天都会开启直播，由主播口播引导用户下单。

6、微博

良品铺子在微博有139w粉丝，主页面内有粉丝群的引导，用户可申请加入。微博主要内容包括品牌宣传、活动宣传、产品推广等。

三、员工IP拆解

良品铺子对客服微信进行了精细化的打造，建立了真实IP的形象，下面以我添加的客服为例子进行拆解。

1、人设定位

昵称：良小美

头像：卡通女性形象

角色定位：专属客服

2、自动欢迎语

添加企微后，企微自动发送欢迎语，介绍账号的定位。发送入群二维码，引导用户加入社群。

3、朋友圈内容

内容频率：1条/天

发布时间：不规律

朋友圈内容：主要为产品推广、活动宣传、品牌宣传等。

四、社群运营拆解

据统计，良品铺子拥有210万的社群用户，下面对良品铺子的社群进行拆解，以我添加的某个社群为例。

1、社群定位

群昵称：福利群|良品心选内购

群定位：福利群

社群价值：同步zui新福利活动、直播推广、产品推荐等

2、社群入群欢迎语+群公告

用户入群后会第一时间触发自动欢迎语，介绍社群福利活动以及社群规则。另外，自动欢迎语中附带小程序链接，引导用户跳转到活动页面。

3、社群内容

社群内每天发送的内容都有固定的安排，以社群某日sop为例：

上午10:00, 同步福利活动(1元miao杀活动), 发布形式: 文字+小程序链接;

中午12:00, 抽奖活动提醒, 发布形式: 活动链接;

下午15:00, 同步福利活动(下单立减活动), 发布形式: 文字+小程序链接

下午19:00, 直播推广, 发布形式: 文字+直播链接;

4、社群分层

良品铺子的社群, 分成福利群和直播群。

福利群: 【良品心选内购】, 主要是分享zui新福利活动和社群活动;

直播群: 【良品直播粉丝团】, 主要是介绍直播福利, 引导用户预约直播或观看直播等。

五、会员体系拆解

目前良品铺子在微信小程序和电商平台中有会员的体系, 两者都是成长型会员+积分的体系, 福利的内容略微会有不同。

1、小程序会员体系

1) 成长型会员

良品铺子的成长会员分为5个等级: 金卡*1(绑卡入会)、金卡*2(消费160元升级)、金卡*3(消费400元升级)、钻卡(消费1000升级)、黑钻(消费3000升级)。

会员等级越高权益越多, 具体权益包括: 入会礼、周一霸王餐、外卖免运费、生日礼(2倍积分)、购物返积分、充值返利金、积分当钱花、大额优惠券等。

2) 储值会员

用户可选择200、300、500三种档位进行充值, 充值会获得奖励金, 充得越多奖励得越多。储值金额可在良品铺子线下门店、小程序等渠道使用。

3) 积分体系

良品铺子通过消费（1元=1积分），或者完成任务获得积分。使用积分可以兑换代金券、换购产品、抽奖等。

2、电商平台会员体系

良品铺子的会员分为5个等级：金卡*1（绑卡入会）、金卡*2（消费160元升级）、金卡*3（消费400元升级）、钻卡（消费1000升级）、黑钻（消费3000升级）。

具体会员权益包括：新人礼包、消费返积分（1元=1积分）、17日会员活动日、抽奖活动、新品抢先尝等。

用户可以通过消费、签到、邀请好友等方式获取积分。积分可兑换优惠券以及会员专享产品。

六、亮点与不足

1、案例亮点：

1) 全渠道私域引流

良品铺子在全渠道运营私域，有着公域+私域的运营模式，打通了视频号与微信公众号、社群、企业微信等各个渠道进行转化。

2) 精细化运营

良品铺子的社群分为福利群、直播群等类型社群。不同的社群运用不同的运营策略，将用户持续的留在群内。

2、案例不足

1) IP运营不足

企微朋友圈基本上全是产品相关的广告内容，缺少一些“人性化”的内容。

2) 裂变活动较少

小程序缺少裂变活动，用户不能在正常流失的情况下快速得到补充。