

深度解析实体门店异业联盟的落地玩法

产品名称	深度解析实体门店异业联盟的落地玩法
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

异业联盟也是一个老生常谈的话题了，改革开放四十多年，我们也早已从计划经济迈入市场经济，再到现在的需求经济，原来的供销社、小卖部、摆地摊逐渐形成商业聚集体，商场、商业街、商圈慢慢成为流量中心和城市中心。

而经济发展和技术进步在带来消费红利的同时，也不断搅动着市场格局。电商平台的降维打击、社群分享和直播带货等不断兴盛，都对线下实体造成很大的冲击。而互联网信息的透明化和消费链路去中心化，也让整个市场也从供不应求的暴利增量时代迈入了供大于求的微利存量时代。过去做生意，就像捡钱一样，不是有多勤奋也不是有多精明，而是站在了时代的浪潮之上；如今做生意，就如淘沙一般，千金沙不出一克金。

传统门店同业竞争严重，经营成本不断攀升，利润急剧压缩，获客越来越难，尤其是今年，疫情肆虐、战争突发、国际动荡、股市暴跌、政策多变 无数黑天鹅、灰犀牛半路杀出，让我们触不及防。故此，实体企业想要在暗流涌动的市场经济中生存，除了要增加自身“免疫力”之外，还必须增加抗风险能力，而抱团联盟就是企业渡过寒冬的有效途径。

对于线下实体门店而言，相较于单店营销，异业联盟有四大突出的优势：增加流量导入+降低获客成本+增加品牌曝光+增加关联收益。

比如，A店有100个会员，B店有100个会员，两者各自贡献出自己的流量，则两者都可得到200客源。联盟的魅力不只是 $1+1=2$ 的数学，更是 $1+1=11$ 的裂变密码。同时，商圈联盟也能给用户提供更巨大的价值和更好的体验，让用户以较低的成本获得超10倍或更多的产品和服务，也增加了用户与门店的互动黏性和传播动力。

那么如何做好异业联盟商圈抱团呢？这里给大家分享三个联盟的类型。

一、行业细分联盟

主要指的是同一行业的不同细分领域相互抱团，形成品类和服务的增益。

比如：火锅店+烧烤店，西服店+运动店，卫浴店+瓷砖店等等，都属于这一类。而我们常常见到的比如小吃一条街、建材市场、服装城等都是此类应用，他们通过产业的细分的组合，形成多品类、多品牌、多维度的覆盖，进而满足大多数用户的消费需求，同时多体量的联合也能实现聚集效应，吸引更多的流量注意力。

二、异业关联联盟

主要指的是关联行业的组合搭配，特点是关联行业拥有相似或交叉的用户群体，进而实现对同一用户群的多重转化和增值服务。

比如：母婴店+幼儿园，生美+医美，婚庆+酒店等等。他们的用户群体高度相似或重叠，而两者又不产生竞争冲突，同时还可以在某种程度上弥补彼此的服务短板或提供流量助力等。

市场上此类的应用也是比比皆是，据不完全统计，目前超过70%以上的医美医院客户来源都会不同程度

的依赖生活美容机构的客源输送，而两者的合作，即让医美医院可以有源源不断的流量进入，同时也满足了生美机构客单价低，服务类目受限的困境，让生美机构的自有客户可以在第二区域实现营收变现。

三、百业抱团联盟

主要指同一地域内或同一商圈的多个行业形成的异业联盟组织，他们的特点是区域相邻，一般为1公里-5公里内，同时联盟内行业互补交错。

此类在市场上也比较常见，比如“吃喝玩乐一卡通”、“39元吃全城”等等。百业联盟可以很好得实现区域内的流量共享，入盟的商家基本是在品类或属性上有差异的，彼此不存在竞争。盟友之间，各自拿出自己边际成本较低同时又极具价值感和体验性的产品或服务，大家共同打造成商圈联盟卡，一卡集百家。盟友在共享流量的同时也会带动异业盟友的品牌宣传，真正实现了互惠共赢。

当然，异业联盟不是一厢情愿的事，需要多家参与共同经营，所有操作和实践起来也比单店营销要复杂许多。这里就先跟大家分享三种联盟的类型，具体的落地思路和营销活动，在后续系列中会大家详细解析。