

深度剖析名创优品的私域运营玩法！快来抄作业！

产品名称	深度剖析名创优品的私域运营玩法！快来抄作业！
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

疫情严重的时候，虽然名创优品有一半以上的实体店不能营业，但其业绩却增长了300%。名创优品之所以能挺过疫情危机，主要得益于在私域流量方面的布局。

据统计，截止2021年底，名创优品的私域留存用户数超1400万，官方小程序月活跃用户数超过780万。

名创优品到底是怎么布局私域的呢？就来给大家深度剖析名创优品私域运营玩法。

1、私域布局策略：多渠道引流搭建私域流量池

线下门店引流：在货品柜上或收银台处设立引导添加微信的海报，扫码立享6元现金券，店内结账立减等等。

线上门店引流：名创优品以“满200-100”的大额半价券为奖品，刺激更多用户完成小程序助力分享任务，邀请更多用户参与；名创优品还相当重视新媒体平台的布局，以微信公众号+微博+抖音+小红书为核心的新媒体矩阵，为自家私域池源源不断地导入新粉。

2、私域留存策略：打造具有鲜明色彩的IP人设

名创优品公众号成功塑造了中性风格的小M、小仙女M小美、吃货宅女M小宅这三个人物形象，拉近与用户之间的距离，通过不同形象进行场景化演绎、种草，让用户感受更强，终增强与粉丝的粘性。

名创优品的微信社群还成功塑造了小名同学这样一个形象，不仅为用户解决了售后问题，还通过发放福利不断提高用户粘性。

3、私域转化策略：引导用户进入小程序商城下单

在关注名创优品的公众号后，会时间发送福利链接，引导用户进入商场购买。另外在公众号推文文末会

引导用户进入商城下单。

在名创优品的私域社群中，定时会发送产品种草、福利介绍的内容，引导用户在小程序门店下单购买。名创优品公域平台的流量都是引导到小程序上完成转化的。

抄作业：看完名创优品私域流量案例，我们应该如何布局自己的私域流量呢？

引流布局：

搭建自己的专属私域流量池，多渠道布局，甚至是打造自己的自媒体矩阵，打通线上门店、公众号、微信社群、微博、抖音、小红书等等。线上线下同时引流，设置引流私域诱饵，满足用户即时需求。

用户留存：

塑造个人IP，输出有价值的内容，或不定期发放优惠福利，增强用户粘性。

引导转化：

不论是领取礼包、各种优惠活动还是点开种草链接，都落实到小程序上，培养用户在小程序下单习惯。