

醉鹅娘私域运营案例拆解

| | |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 醉鹅娘私域运营案例拆解 |
| 公司名称 | 东莞市微三云大数据科技有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 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

大家好，之前都在分享什么是私域以及私域的核心，对企业来说到了不得不做的阶段！近小编会和大家通过案列来了解私域流量 运营的重要性

这期呢我们来看一下红酒行业的案列：醉鹅娘，他是在红酒行业私域做的还不错的一家公司，来看一下他们是怎么做私域的

醉鹅娘在往私域引流的时候，可以说是公域私域全网开花，那他们通过短视频的内容还有直播搭建了多平台的矩阵，像抖音 快手 小红书 知乎 视频号这些大的流量平台，都是他们的引流入口。我们都知知道私域并不只是社群对吧，他包括个人号，社群 朋友圈还有视频号四个场景 这四个场景呢 醉鹅娘他们也都在做，这次呢就重点拆解一下，他们做的比较不错的一个场景，就是社群。

他们建群的标准呢，是通过会员的分层，来去建不同等级的群，会员呢是根据消费金额划分出来了7个等级。包括沙滩鹅 东篱鹅 南坡鹅 ...等 每日订购群之类的。每一个会员群会有不同的运营策略，当然推送的产品呢也不太一样，等级越高的群呢享有权益也会越多，比如说你可以拿一些小众的产品或者是说可以优先抢到一些热销款之类的，会员群里的用户呢是从一个预备鹅会员群导出来的。其实也就是说我们经常说的泛粉群，在泛粉群通过下单 或者是说直接付费加入会员，那就可以进入到不同等级的会员群了。泛粉群的人数呢大概是在300人左右，从运营的节奏来看呢。整个运营周期是在去做长期的运营，中间也不会去做解散，那这次拆解的这个群，从入群到现在都已经快一年多了，那这个群到现在还在运营着，发送频次是建群的前七天，推送密度会比较高一些 后边开始周一到周五，在群里基本每天会发八九条信息，周六日呢相对来说会少一些，比平时减半。发送时间主要集中在12点 14点 16点 18点 20点基本上就是没隔两个小时就会在群里边去推一次内容 那20点是一个固定的环节叫做《8点档》会再这个时间时间段去做一些活动，群里的内容主要是以优惠活动为主 因为醉鹅娘他们的产品品类非常多，这也是他们社群的一个特点，每天回去推不同的产品优惠活动也会比较多一些。想要了解更多可滴滴：czt988425

比如说买酒送香槟杯，然后买两瓶优惠，第二瓶半价还有就是晒好评可以赢礼物，或者是说买一送一之类的，不知道再群里做什么活动的人呢可以学习一下他们的这些玩法。就这个案列我觉得有以下几点是值得咱们学习的;

个就是提高单客价的销售策略呢，可以学习他们去做1.会员体系和每日订购，醉鹅娘做私域的目标是从众多小c里边筛选出来优质的会员和小B分销商。其实这些才是他们的运营中心。所以他们的会员思路以及每日订购活动呢已经非常成熟了，大家也可以参考学习，会员是可以帮着提高复购并且去增加用户粘性的方法的。今年很多公司在去做私域的时候，都已经开始主推会员了

第二点值得学习的就是，客单价比较低，品类一定要多。就是私域如果客单价比较低的话，那品类一定要多。私域的核心我想大家应该都已经清楚了，是可以提高转化和复购的那客单价高的话通过长期的维护是可以提升转化但低客单价就得需要增加品类才能提高复购，这样的话你才可以把私域的用户盘活，毕竟用户不会一直复购同一个产品，平时可以把一部分精力放在开发品类上，尽大努力给用户更多的选择

第三点就是话术要接地气且有感染力，醉鹅娘他们的群和朋友圈发的一些文案都比较有感染力，给人一种通过文字你就能感觉到他们情绪的感觉，比如说他们的酒的名字会叫鸟酒、狮子歌歌、小花束那这样的名字就很容易让人记住，不会说像传统的酒商那样都是晦涩难懂的一些外国名，另外呢他们在用词方面呢，也能够抓住用户的心理，经常看到爆款返场、占我便宜、然后猎奇尖货、囤货这样的词给人一种心理暗示，就会让人觉得说这个产品卖的非常好，如果自己不买一瓶的话你感觉有错过一个亿的意思。

这就是醉鹅娘 私域运营的案列 每个品牌企业都有适合自己的运营模式，抓取私域的风口，鼎力前行

！

