

五大流量痛点如何解决？未来又将如何发展

产品名称	五大流量痛点如何解决？未来又将如何发展
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
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501室02
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

前几期跟大家分享过什么是私域流量并提到私域流量运营到了不得不做时候，那为什么这么说呢？小编就和大家讨论一下私域流量的五大痛点，如何解决

1. 平台流量之痛：天猫 京东 拼多多 抖音 快手 这些平台拥有非常多的流量，但对于商家来说，流量也很痛呀！商家需要付出昂贵的成本购买流量，更可怕的是这些流量都是一次性的，不是说买了，明天后天就不用买了，而是要穷尽地买下去，也不是说你付钱买了流量就会有生意，很多时候因为太多商家抢流量你买不到流量或成本很高买来的流量还转化不了，一算亏本了。另外，平台流量不稳定，平台规则一改，很多商家做着做着就跟不上平台的节奏，没有流量了终逃不出倒闭的命运。私域流量运营都是把客户变成自己的客户，不用到平台去购买流量而是自己制造流量，更多了解可V: czh988425

2. 流量红利消失：两大原因造成流量红利消失，一是大家都上网了，没有了网络小白了。二是人口增长缓慢网上的人当然越来越少了，所以增量市场开始变成存量市场，既有拓荒模式变为抢地盘的模式，抢地盘的当然会高过拓荒的成本，而且会内卷大家一起太高流量成本，如果你没有自己的地盘也就是私域流量池，那你就需要不停的高成本抢流量，终利润空间被大大压缩知道亏损再也买不起流量。

私域流量运营就是开拓自己的地盘，稳扎稳打逐步变大

1. 回归生意的本质，不看平台脸色：现在电商模式不管哪个平台，对于商家来说，一心一意做好产品与服务是不够的，还要花费大量的时间和精力，去研究平台规则比方说论这些事情，虽然良心上过不去，但又不得不做，不然你要不到流量。但这些对商家与消费者都没好处，就是因为有平台的规则在这无法逾越，如果做私域流量根本就不用考虑这些一心一意做好产品，做好服务就行。就算是为了吸引客户做些活动，也是让自己的客户得到了好处，从而提升了客户忠诚度，不用给那些人薅羊毛。也不用做无用功研究平台规则。

1. 价格消费向价值消费转变：移动互联网经过多年的发展商家们进行私域流量运营的工具与环境已经具备，社交工具，支付工具，成交工具，云计算，都可以赋能各种类型的商家且触达各种类型的消费者，现在的消费者也已习惯在各种场景消费，线上 线下 购物平台 微信群 朋友圈 直播等各种场景，都可以让绝大部分的消费者无障碍下单，在拉高一个维度，看中国现在的消费市场的变化。一个从价格消费逐步向价值消费的时代即将到来，但是 天猫 京东 拼多多 抖音 快手等公域流量的平台，从展现形式和平台机制来分析，默认就激励消费者去比价，让商家没有太多的时间与机会陈述价值。但

私域流量不一样，商家和品牌可以利用社交工具，潜移默化地影响消费者，让消费者明白价值所在。

数据资产的积累：没有用户数据和消费数据的企业就像人没有眼镜一样瞎倒腾。数据资产将是这个时代重要的资产，但现有的两种传统商业模式都不能帮助企业积累数据资产。先看看线上平台销售模式，依托天猫 京东 拼多多 抖音 快手等平台做生意，客户数据 消费数据 产品数据都是平台的。平台就靠这些数据设计成不同的广告工具，然后售卖流量给商家。在看看线下实体销售模式

线下店铺或商超，客户与商家股东都没有进行数据化，客户回头难主动出击没有数据参考，无法制定有效的营销方案。私域化流量的运营，客户都是自己的客户，运营时间越长客户积累越多数据积累也会越多，商家就越了解自己的客户，越了解客户就能为客户更好的服务。同时还可以根据客户反馈数据，来帮助提升企业运营效率。数据的积累是会出现量变到质变的突变的，到时企业的决策与运营都有数可依，通过数据来决策的公司，会远远的超越拿些拍脑门决策的公司。

那么数据化运营和私域流量运营到底有什么关系?数据化运营能给商家带来哪些价值呢?之后会和大家一起分享，真要把一件事做好，还是先要清楚基本原理，如果清楚了基本原理，想怎么干，那是很容易的事情，希望可以帮助到大家