

异业联盟：相互引流、资源整合，实现利润*大化

产品名称	异业联盟：相互引流、资源整合，实现利润*大化
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	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋402室
联系电话	13728755927 13728755927

产品详情

随着商业的发展，市场竞争越来越残酷，竞争可谓白热化。***、大商家逐渐形成垄断市场的格局。各个行业的第一品牌和第二品牌主宰着整个行业。为了打破这种局面，小商家、小企业必须联合起来，积众弱为强，共同对抗***、大商家的冲击，异业联盟应运而生。

异业联盟是一种商业行为，是一种共享经济！也叫异业合作，是跨行业经营的企业商家联盟，联盟企业之间资源相互共享，相互帮扶。背靠强大的联盟组织平台，参与的联盟商家品牌及知*名度都能够得到很大的提升。

异业联盟讲究的是相互引流、资源整合，从而实现利润大化，应该从以下两个方面着手。

一、确定合作的行业类型

同一个大行业，不同的小行业，上下游关联的行业好。拿装修行业举例来说，可以联盟的有：卖板材的、卖电器的、卖家具的等等，那么他们都可以联盟，再比如说：KTV、电影院、餐饮、他们就可以联盟，这些行业彼此间有非常大的关联性，但同时又不会产生大的竞争，客户有一家消费就可能同时带动其他家消费，这样相互带动就起到了真正意义上异业联盟了。

二、确定异业联盟会员优惠政策

比如发行一张异业联盟会员卡，凭此卡，会员所到异业联盟商家处就可以享受到相应的折扣，凭此卡可以统一积分，积分积一张卡上，可以兑换，或者抵折扣等。

在同一个商圈，每间店都有自己的固定客户，如果把相互关联的店铺的客流互相导流，这样来客数就会互相增加，形成双赢局面。

案例一：

某KTV和一企业进行异业联盟，客人在购买这一知名企业产品或某项服务时，就可以获赠一张KTV免费欢唱券、XX元包厢抵用券或打折卡。欢唱时数不宜太长，根据KTV的规模等实际营运来决定。

案例二：

烧烤店后来居上，人流量爆满！

一家新开的烧烤店，旁边也有几家同业店，所以客户流量不是很多，来的都是些新客户，如何后来居上呢？

在他烧烤店的对面就是一家健身房，这么好的资源，当然可以用起来。推荐他到这家健身房，找到了他们的负责人，进行联盟商议。

合作内容如下：

- 1.持健身会员卡来我店消费，立享8折。
- 2.免费为健身房提供海报，经我店办健身卡者立享8折。
- 3.会员卡积分两店通用。

异业联盟的方式有很多，比如活动信息置换、客户信息共享、活动和产品返利、消费优惠联动、店铺和产品推荐等等。实体商家们可以通过联盟平台来实现资源整合，共享和拓展更多客源。