

口腔门诊股东分红商业模式拆解

产品名称	口腔门诊股东分红商业模式拆解
公司名称	广州羿蝉云科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区灵山东路7号大厦4层401-10房（仅限办公）
联系电话	13922239485 13922239485

产品详情

口腔行业裂变思路：从存量激励出发，获取流量增长。

1.利用现有客户资源

集合现有流量和资源，邀请注册线上会员，这样既把线下客户积累到了私域，又能在一段时间之后进行统一的触达，做活动推广的宣传。

有了一批基础会员之后，就可以利用分销活动，进行线上流量的裂变，日常的客户维护时可以多留意一些对咱们产品较为认可的、粘性较高的客户和会员，然后规划好分销的定位、等级、分佣比例，方案确定好后就可以进行全面的推广预热，聚集这一批粘性较高的客户，把他们发展成为我们的分销员，进行分佣激励和优惠政策激励，让这一波存量进行主动裂变，主动传播，从而获取新客户。

发展高粘性客户为“形象代言人/带货达人”，不仅能够自购优惠，给其他朋友发券之后可以自动绑定关系，以后朋友来消费，该代言人就可以享受相应的奖励和分佣，定期还可以参与门店的答谢会/福利等。

2.利用现有客源渠道

除了粘性高的存量客户，如果还有一些其他的获客渠道，也可以利用起来。因为当下渠道的稳定性也很重要，其一是竞争比较激烈，其二是渠道跟机构之间的粘性不稳定，为了提高渠道的稳定性，能够持续的输送客源，就要给这一波渠道一些有价值的头衔和政策。

把渠道发展成为我们的“股东”，可以按照能力或者带客数量分不同的等级,在线上进行客源关系的绑定、并且在线上可以看到自己所发展的客户和客户产生的业绩，以及自己应得的佣金，这样既保留了渠道的安全性，又能让渠道产生线上的行为习惯，激励裂变和客源拓展，加上机构自身的日常运维，定期进行培训、进行福利、回报等等，全面提高渠道的稳定性。

现在口腔机构业绩不好，还可以说是疫情阴影导致的；今后防控优化可以常态化接诊了，你的口腔机构业绩还是没有起色，就只能怪自己了。