

## 公域+私域，汽车后市场在微信生态圈里的流量你GET到了吗？

产品名称	公域+私域，汽车后市场在微信生态圈里的流量你GET到了吗？
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301室
联系电话	14776427336 14776427336

### 产品详情

数字化经济时代，互联网的利用为汽车后市场带来了新的发展模式和渠道机遇。就微信生态圈而言，已经有很多汽车后市场企业利用其中的公众号、视频号、微信群等工具来做市场运营或内部管理，但整个行业对微信生态圈的全面认识和有效运用还处于摸索阶段，本篇就来聊聊微信生态圈怎么做营销的事儿。

#### 微信生态圈工具多样性有助商业运营

微信聊天、微信群、朋友圈.....这些部分已经广为人知并熟练运用，它们是组成微信生态圈内容之一，完整的内容还有：小程序、搜一搜等等，具体来讲，微信生态圈有以下组成部分：  
公众号：包括订阅号和服务号。订阅号主要是给媒体和个人提供信息传播的方式；服务号适用于企业、组织，弱化了信息传播，更注重给企业、组织提供更强大的业务服务与用户管理能力，构建电商体系。公众号的流量转化路径：拉新、促活、留存、收益。朋友圈：在人链基础上的信息分享功能，积聚公域流量。企业微信：企业辅助工具，主要用于企业内部沟通，内部办公管理。微信商户：指微信支付商户平台，是用于商家接入微信支付，成为微信支付商户，拥有支付能力的平台，从而完成业务

的闭环。视频号：视频号可以发视频、做直播，具有点赞、评论等互动功能。视频、直播可以转发到朋友圈、聊天场景，具有强大的传播营销功能。（其背后挂靠微信商店，可将流量转化为交易，获得收益。）小程序：个人以及企业可以快速开发出的一种在微信内部运行的移动应用，包括各种行政办公APP、购物商店等。比如当前最热的行政APP健康宝，几乎人人每天都会打开它，扫一扫健康码，使用频率非常高。

微信商店：以小程序的形式出现，或挂靠视频号，具有商品橱窗展示商品、下单、在线客服等功能，能直接实现个人（或企业）的收益。

微信广告：为广大广告主提供的广告投放系统，目前广告投放的形式主要是以朋友圈广告、公众号文章底部广告为主。微信搜一搜：围绕用户搜索需求的核心要素展开，从内容、品牌和服务三个方面增强合作伙伴与用户的连接。MCN（经纪公司）内容服务专区：该板块位于微信视频号之中，连接商家和内容服务商，为商家提供直播、视频、图文等内容服务，满足商家直播方案策划、达人代播、公众号代运营等。

微信H5页面：是一种新型的移动社交营销工具，H5是指：在智能手机可以播放动画的地方（广告位）出现的能达到动画效果的广告、营销的网页。说白了就类似公众号文章中插入的各种静态或动态的广告，这就是微信H5页面，同时该页面支持直接跳转小程序，用户在H5页面进行的浏览、消费、支付操作都可以直接跳转到小程序生态里实现，用户维护好小程序生态即可，减少维护其他企业号的精力。

以上是微信生态圈的适用于企业营销的主要组成部分，根据不同的功能可以看出，其作为商业“助手”，可以说是较完善、便利高效的营销模式，并且大部分的功能是免费使用，因此十分有利于助力经营者开拓更多的渠道和商机，增加市场分量。

### 视频号营销如何助发展一臂之力

由于微信生态圈组成内容庞大，这里不一一展开，结合汽车后市场的特点，笔者重点聊一下视频号的营销功能。

说到利用视频号来做营销，相信不少人会认为：“抖音不香吗？快手不香吗？那些大平台流量才大！”确实是大平台流量大，但是竞争也大，现在冲进去必须有出类拔萃的作品加上专业的运营才能有流量。而视频号竞争明显小很多，并且在微信生态圈支持下，营销优势更加突出，具体来看看视频号的现状和趋势就知道了。视频号上线时间不长，2020年1月才上线，2021年深度打通公众号、企业微信，依托微信、朋友圈、社群、微信支付、小程序、搜一搜等生态产品链接，在商业变现上打造出完整的商业闭环，因而为企业品牌宣传与变现提供了更多的可能性与巨大的发展空间。而各行各业商业嗅觉灵敏的企业在第一时间开始使用视频号，根据腾讯3月份发布的《2021年四季报及全年年报》显示，华为、小米、五菱汽车、小鹏汽车、长安福特、比亚迪等众多品牌在微信视频号上直播新品发布会并销售商品；三一重工基于企业微信的开放能力，研发了三一SCRM系统，直接连接经销商与终端客户。

企业微信上的真实企业与组织数已经超1000万，活跃用户数超1.8亿，连接微信活跃用户数超过5亿，微信及WeChat合并月活用户达到12.68亿，在微信强大的流量扶持下，视频号得到飞跃式发展，2021年视频号的人均使用时长及总视频播放量同比增长一倍以上。根据友望数据的统计：2021年视频号直播带货销售金额增长15倍，其中私域占比50%，复购率60%。

以上是视频号的现状，对于其未来，视频号团队相关负责人在2022年初微

信公开课上表示，视频号未来一年将通过流量激励，扶持不少于10万个优质商家，鼓励和扶持微信生态内有私域、做私域的商家。商家每引导一个私域用户进直播间，平台将至少会激励一个公域用户给商家。此外，视频号未来还有可能直接接通腾讯流量。根据腾讯《2021年四季报及全年年报》显示，QQ月活用户数达5.52亿，腾讯QQ底部导航栏中原本的“联系人”曾一度变成短视频模块，可以预见，在微信生态中，短视频不但是基础内容的重要构成，也将成为QQ的重要补充。腾讯相关负责人发言：深入产业、深入实体经济正在刻入腾讯的各项业务，日益活跃和成熟的微信生态成为腾讯服务实体经济的重要链接。毋庸置疑，视频号虽为后来者，却以微信生态、腾讯的优势，以及“公域+私域”全场景无缝衔接的良好发展趋势，正成为品牌商家布局的战地，公域+私域创造的流量必然可以为企业带来更多的市场发展空间。

## 汽车后市场企业

### 布局视频号机遇有多大

根据友望数据发布的2022年“1月微信视频号行业排行榜”，排名前50的总榜中，汽车行业整体排名第25位，至今仍保持该排名位置。从粉丝量、友望指数方面分析，汽车后市场表现最好的三六创客粉丝量1万以下，友望指数420，远远低于高热度1000以上的指数范围；从细分市场刹车片领域来看，表现突出者几乎为0。由此可见：一来汽车行业在视频号的上升空间很大；二来入驻视频号的汽车后市场企业数量不多，运营出色者少，较利于竞争。

对于品牌商家来说，通过视频号与微信内其他组件的组合运营，激活私域流量，降低冷启动成本，带动公域流量，可以更快地从视频号中获得运营效果。汽车后市场企业可以根据自身产品的特质来进行布局，实现商业价值的快速增长。对于还没深挖微信生态圈，没启动视频号运营的，笔者在这里只说一句：数字化时代，经营者只有不断开拓，不断创新，跟上潮流，把握机遇，才能不断前行，避免淘汰。