

瑞幸咖啡是如何掌握私域流量的

产品名称	瑞幸咖啡是如何掌握私域流量的
公司名称	东莞微三云莞链信息科技有限公司
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503室
联系电话	18002682937 18002682937

产品详情

生意的起点一定是消费者的需求，好的产品是一切商业模式的起点；好的商业模式一定是为消费者创造价值为原点。自2018年以来，瑞幸咖啡风靡出圈，同时也风波不断，同时创造了连锁餐饮开店最快记录和创企业最快上市纪录，但也因为财务造假，被迫退市。经历风波的瑞幸咖啡不但没有面临倒闭，品牌营销反而愈演愈烈。如今瑞幸咖啡在国内连锁咖啡市场稳居其位，这离不开品牌本身给消费者创造的价值。

瑞幸咖啡的门店以自提快取店为主，通过压缩场地面积和降低装修标准，使得咖啡店挤进了一二线城市高密度的写字楼办公区域，极大地提高了核心客户获取咖啡的便利性，快速建立品牌认知的同时，也大幅的提高了渗透率。

瑞幸咖啡的社群营销已经成为了继APP和小程序后的第三大订单来源，私域流量的运营也在不断精细化，例如每天福利发放，包括海报提醒、发放秒杀券、社群专享优惠、不定时惊喜、产品推送等活动。在营销运作上，瑞幸通过线上线下配合，对咖啡消费主力人群，进行数字化营销，快速实现壮大裂变。在用大量的品牌广告进行曝光后，基于已有店铺范围通过微信推送精准的LBS广告，又针对办公室白领人群，大规模布局电梯广告，贯穿线上线下。最终，在首单免费获取第一批下载用户后，用强有力的裂变拉新（拉一赠一）吸引存量找增量获得快速增长。

在疫情影响下，像是消费者堂食的时间大幅度下降，而星巴克所打造的第三空间大受打击，相对瑞幸咖啡的小店自提的外卖模式更受消费者的喜爱，也是这两年能适应市场的主要关键。并且，在公司管理层换人之后，如今公司管理效率不断上涨，更多新的战略出现，推动了盈利能力增强。

在我国其实有关报告显示，中国人其实并没有那么爱喝“咖啡”，哪怕是在我国咖啡的市场每年都在增长，根据艾瑞咨询《中国现磨咖啡行业研究报告》数据，2017年至2021年，我国现磨咖啡市场规模从284亿元增长至876亿元，年均复合增长率达32.5%，该《报告》同时预测，到2024年，市场规模将进一步攀升至1917亿元。但是，其实现实的结果是在我国卖得最好的是拿铁咖啡，很多人不爱喝美式、卡布奇诺、馥芮白等品种，光是在销售人群中，有超过73%接受拿铁，然后是65%的卡布奇诺、52%的摩卡以及仅剩下34%的美式。瑞幸的店铺都是主打“自提”“小店”模式，所以这比起星巴克要节约不少成本的，

尤其是随着疫情的到来，线下餐饮企业更加备受冲击，越来越多的消费者走了“自提”的道路。星巴克就是受害者之一，线下门店销售大幅度下降，而瑞幸的外卖不断提升。

总的来说，营销模式很重要，瑞幸采用线上APP+线下自提店的模式，通过线上社交传播裂变，结合免单、打折券、买赠券等多种补贴，推动新客户下单购买，手段简单粗暴，让瑞幸咖啡的宣传迅速覆盖精准客户。

私域流量运营：

产品推荐+优惠券

从瑞幸咖啡创立以来，一直都以优惠的方式获取用户。不论是直播的领券，还是视频号的优惠券链接，都是试图培养用户的消费习惯。让用户下单时候，就会想起去视频号上，去直播上领个券再下单。站在消费者的角度，商家的资本战并不需要关心，他们只在乎咖啡好不好喝，价格是否优惠。因此，当商家遇到危机时，如何利用好自己手上的消费者，才是关键。瑞幸咖啡在这一点上，尤其厉害。每天定时推送优惠活动，引导用户到小程序下单购买。

通过视频号、直播福利，培养用户习惯，瑞幸咖啡的视频号是去年的3月开启，这正是视频号直播开始爆发的初期，继春节红包与视频号打通后，视频号和公众号的主页也双向打通。瑞幸咖啡显然再次意识到了这是一波巨大的流量。关注视频号，直播领福利，用户为了更优惠的价格买咖啡，显然是愿意动动手指关注瑞幸的视频号的。

除了直播页面注明领取福利，旁边的优惠券二维码，同样可以获得优惠。而视频的底部，也有「今日关注，明日开奖」的字样，进一步锁定用户，提高用户粘性。当直播是固定时间时，用户自然会每天进行关注，虽然看起来觉得很肤浅，但消费者为了每天都能够节省十几块钱，肤不肤浅也不在乎了。瑞幸再次利用用户的人性弱点，将用户牢牢锁定，并且不断重复地进行直播、诱导领券，让用户形成习惯。当用户习惯形成后，瑞幸的宣传推广成本也大幅度降低。

对于商家而言，私域化运营的重要性已经不需要过多地解释，只有拥有和掌握了自己的消费者，才能够更好地躲避风险。

各种电商模式的涌现，不断地更新迭代，使其各行业，还有消费者得到了极为乐观的认可，致力于把电商行业做得更好、范围做得更广，把好的模式、好的设计感赋能给商家和用户体验。

如果有买货难、拓客难的问题，欢迎咨询微三云何清，结合现有资源梳理适合的方案，关注、咨询何清，分享更多市场干货资料和you秀客户运营案。文章编辑：HAIL177