

口腔行业股东分红拓客模式

产品名称	口腔行业股东分红拓客模式
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

一、口腔行业的特殊性

口腔行业的特殊，主要体现在它的获客渠道上，有些机构就要依赖其他机构带客户，如果没有较为成熟的渠道，就需要利用日常的品牌运维和营销活动，来维持持续的客源。

还有一点是口腔项目和其他商品不能相提并论，我们日常刚需消费通常会决策较快，但口腔类的大项目要依赖一定的信任基础，和品牌效应。国内较为头部的品牌还不多，所以现在口腔市场的决策多依赖信任基础为主，这就对机构自身的营销能力有一定要求了，否则很难取得消费者的信任、复购率、转介绍都会很低。

二、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。

一切的商业活动都是以等价交换为主旨，而*初的交换靠需求，现在经济发展起来之后的交换靠的是信任+需求。如此我们就需要考虑的业务动作是：你能提供什么、提供的东西对客户来说什么是必须的，什么是多余的，什么又是缺少的。