

醉鹅娘，三级火箭模型私域卖酒，年销售额3.5亿！模式揭秘

产品名称	醉鹅娘，三级火箭模型私域卖酒，年销售额3.5亿！模式揭秘
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

我们来看一个教科书级的经典案例——做葡萄酒的醉鹅娘。创始人醉鹅娘从2014年起，靠做葡萄酒知识普及的自媒体起家，几年之内在全网积累了600万粉丝，其中的200万人转化成了她的葡萄酒产品客户，几十万人成为她的付费会员，2020年的销售额突破3.5亿元，去年获得上千万人民币的A轮融资。

在讲醉鹅娘怎么做私域运营之前，我们先来看看她是怎么成为葡萄酒领域的头部大V的。葡萄酒作为舶来品，具有和白酒完全不同的一套酒文化，比如挑酒时要看品种、产区、年份；品酒时要观色、摇晃、闻香；还有跟食物搭配的门道等等，非常复杂。在醉鹅娘之前，很多做葡萄酒知识普及的内容，不是在帮助用户减轻认知负担，反而是在把这套体系越弄越复杂，从种葡萄的土壤湿度，讲到葡萄酒的百年历史，恨不得给你开个葡萄酒专业。

醉鹅娘不一样。她做的自媒体栏目《醉鹅红酒日常》，不是要给用户“上课”，秀出我多牛、多懂葡萄酒，而是俯下身来做知识服务，抛开那些云里雾里的术语，用“说人话”的方式，告诉用户怎么品酒、挑酒。

比如，讲红酒口感，醉鹅娘不讲什么“涩感”“灼热感”“重量感”，而会把酒比喻成不同类型人物，有“梦露型的”，就是喝起来刺激的；有“T台模特型的”，就是比较酸涩的。再比如，讲什么红酒搭配什么菜品，醉鹅娘会把红酒搭配跟恋爱结合起来，她自己扮演成“鹅阿姨”，用给葡萄酒“儿子”相亲的方式，讲明白为什么这款酒最搭这道菜，为什么“红酒配红肉，白酒配白肉”。她的粉丝送给她一个称号——“全中国最能把葡萄酒讲明白的人”。

短短几年间，《醉鹅红酒日常》的全网播放量超过两亿次，醉鹅娘在全网积累了超过600万粉丝。接下来，就要考虑怎么变现了。

一般的自媒体大V变现，主要靠接广告和直接带货。以醉鹅娘这么大的流量，写个软文，在文章后附上购买链接，或者抖音上挂个小黄车，就能轻松变现了。醉鹅娘有更大的野心，她一开始就是奔着做私域去的。在视频和文章的结尾，醉鹅娘总是会留下自己的微信，名字叫“你的鹅娘”，引导用户加好友。凭着红酒女王的人设，醉鹅娘引导用户主动进入私域的比率据说高达40%。

好，现在到了关键环节了：把用户圈到微信里了，下一步要怎么办？在朋友圈不停发广告，在群里发优惠福利？在醉鹅娘看来，这些动作还是在用公共流量的思维在做私域，是一种“假私域”，用户很快会疲惫，然后选择无视。

真正的私域运营该怎么做呢？

第一，私域运营不是圈块地来打广告，而是把产品“服务化”，通过私域场景下的服务来进一步为用户提供价值。就醉鹅娘来说，她的私域定位不是酒水商，而是一个“懂酒的朋友”，随时陪伴在用户身边，在他们需要选酒、买酒的时候提供帮助。醉鹅娘的个人号和企业个号的名字就是“配酒师”，这是服务人员的姿态。

第二，私域运营的目标不是提高转化率，而是挑选出高价值用户。大量的私域运营把着力点放在拉升社群的活跃度、提高成交率上，醉鹅娘认为，这个用力方向就错了。私域运营事实上不可能服务到私域流量池中的所有人，私域运营的目标是要把那些高价值用户挑选出来，转化成VIP客户来重点服务，提高他们在单位周期内的总成交额。

醉鹅娘先是做了会员订阅制：付一次钱，买半年到一年的酒，每月寄一瓶，由醉鹅娘亲自甄选，让你用一年时间喝遍世界知名产区，打开葡萄酒的视野。据说第一期订购，10天之内就有四百人报名。到今天，会员订阅制已经成为醉鹅娘的王牌项目，每年创造超过两千万的营收。

然后，对于有定制化需求的客户，醉鹅娘推出了云顶红酒club会员体系，把重点放在提供1对1的配酒师服务上。配酒师会测试你的“味蕾人格”，推荐最适合你口味的酒款，并且根据你的喜欢程度，不断去调试、推荐，直到他成为那个特别懂你口味的人。配酒师还会根据你的非常具体的场景来匹配你需要的酒款。像是“我明晚临时有个局，想拎两瓶酒，当场有自己比较看重的关系，带什么酒好？”“在一个人均300块的馆子里，该带什么酒？”这些问题，配酒师都会给你解答。

最后，醉鹅娘做私域运营还有一个目标，就是从自己的客户中发展出代理商。这样做有天然优势：他们是葡萄酒爱好者，本身也是醉鹅娘的客户，以这样的身份去发展其他客户，是最有说服力的。

按照醉鹅娘私域负责人的说法：“一个有1000万月流水的品牌，依靠把私域流量客户转化为VIP客户，至少能获得10%—30%的新增业绩；依靠把私域流量客户转化成代理商，会再获得10%—100%的新增业绩，这些才是做私域最惊喜的部分。”

我想到一个“三级火箭模型”：

第一级火箭，搭建高频头部流量；

第二级火箭，搭建沉淀用户的商业场景；

第三级火箭，完成商业闭环。

醉鹅娘的商业模式就是这样，第一级火箭，以免费的自媒体内容《醉鹅红酒日常》获得头部流量；第二级火箭，用私域运营的VIP体系来沉淀用户；第三级火箭，通过经销商和高利润酒品完成商业闭环。

三级火箭，就是通过不断制造势能，自己把自己推起来的商业模式。