

南阳宠物用品店网络营销推广托管代运营

产品名称	南阳宠物用品店网络营销推广托管代运营
公司名称	河南刘贵商务服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	河南省南阳市卧龙区卧龙岗街道卧龙路经纬国际1号楼810（注册地址）
联系电话	13323693821 13140513661

产品详情

开一家宠物店是因为爱的表现，持续经营下去更是因为爱的责任。每一个经营过宠物店的人，都有自己独特的心路历程，都有着欲说还休、绵延不断的骄傲与难过，我也不例外。我没有与众不同，只有偶尔冒出的互联网情结，胶着一种圈外人变为圈里人的小矫情。感慨的话只会没完没了，让一篇诗歌变成散文，让散文繁衍成小说直至终结。

言归正传，收收自己废话的毛病，用这篇技术文，向大家分享我是如何用互联网情结经营一家宠物店。

进入融合时代，你准备好了吗？

你有没有这种感觉？做实体的都在做互联网（比如苏宁与苏宁易购、北京物美与点到），做互联网的都在投资实体（阿里、京东、腾讯等涉及矿产房产等多个实体领域），无数的现象都在表明一个事实：我们进入了一个融合的时代，在这个时代无论你做什么，都离不开互联网。

传统的开店方式已经跟不上这个融合时代的步伐了。当你经营或正准备经营一家宠物店的时候就会发现，光有美容技术是远远不够的，新颖的营销方法、多变的行业信息、传统的经营方法缺一不可。

朋友经营了两年的宠物店，论时间、经验虽不及行业中深耕多年的朋友，但这两年来宠物店“由死向生”的经历也让我积累了不少经验，生命力无比顽强。在宠物行业里，我算是做互联网相对专业的从业人员，宠物店之所以能够“化腐朽为神奇”，自己的互联网生存法则功不可没。那么，我们究竟如何利用互联网做我们自己的宠物店？又该如何用互联网赚钱呢？接下来，我将给大家透彻解析。

互联网 + 宠物门店营销法则之四步曲

定位、包装、借势、口碑，这四步曲是我们学会利用互联网工具的比较基本的认知，它的道理很简单：要明确自己店铺的定位，再围绕定位进行包装，通过借助周围环境中一切可利用的资源，快速地打造口碑。

腾讯定位社交，阿里定位买卖，百度定位搜索，通过对自己宠物店的清晰定位，明确接下来要重点围绕哪些事情展开工作，明确自己的客户群类型以及市场的需求。因此，作为一家宠物店，首先要明确自身的定位，是以养护服务为主？是以商品销售为主？还是以综合服务为主？优势在哪里，就定位在哪里，不要照本宣科地模仿别人，毕竟别人的优势与自己不同，找到自己的优势，切合自身进行定位才是可行之举。

为你的店铺匹配优质产品！

互联网的基本意识形态有了，接下来，就该为我们的宠物店匹配优质的产品了。什么是产品？我认为宠物店的产品就是：视觉+味觉+感觉+服务。

从顾客看到宠物店的第一眼开始，一直到而终服务结束的整个过程，这其实就是一套完整的产品。如果顾客在整个过程中感觉很舒服，说明我们的产品体验很完美，一旦服务过程中某个环节出现问题，都会让顾客的记忆难以抹灭——要知道，记住一个人的优点很难，但记住一个人的缺点却非常容易。

取经互联网营销案例

当我们了解了宠物店互联网营销的四步曲，明白了什么是真正的产品之后，才算是刚刚为真正的经营做好准备。以下内容案例引用，极为适合宠物店经营。

营销案例1

关键词：雕爷牛腩——追求极致体验，粉丝文化推广

“雕爷牛腩”这个名字听着就很特别，它是一家“轻奢”餐厅，开业至今，很多人慕名而来，每天门庭若市。

“雕爷牛腩”的创办者名叫孟醒，人称“雕爷”。他并非餐饮行业出身，很多人——包括“雕爷”自己，都把这种充满了“互联网式玩法”的餐厅运作，看作为一次商业风险很高的尝试。所谓的“互联网式玩法”是什么呢？

在菜品方面，“雕爷”追求简洁。餐厅只供应12道菜，追求极致精神；在网络营销方面，微博引流兼客服，微信做客户关系管理；在粉丝文化方面，“雕爷”形成了自己的粉丝文化，越有人骂，“死忠粉”就越坚强；而在产品改进方面，配有专属团队每天舆情监测，针对问题持续进行优化和改进。

点评：尚不论“雕爷牛腩”口味如何，仅在互联网营销方面看，“雕爷牛腩”就完美地诠释了什么叫互联网产品思维。互联网产品思维就是围着用户来，把体验做到极致，然后用互联网方式推广。

营销案例 2

关键词：派特帕克大妈营销法——口碑传播

“派特帕克宠物公园”之所以有比较好的口碑，除了专注于自身的产品服务外，还有一个更重要的原因，那就是时刻关注并围护宠物店与街坊大妈之间的关系。

“大妈们”是一个特殊的群体，每天游走范围极大，几乎可以覆盖小区周边方圆三公里的范围。她们会带着自己的宠物到处散步串门，她们口口相传的传播能力在其区域范围内不亚于任何一个微博大V，其影响力同样可见一般。

很多宠物店都认为“大妈们”的购买力过低，其实不然，这个群体自身没有对宠物店及宠物服务的常识性认识，一旦激发出她们在这方面的认知与需求，其市场也是不容忽视的。发现了这一人群的特点，针对这类人群做区别化服务，经过半年至一年的积累，经营效果会有显著提高。所以说，无论我们在哪里开店，“大妈”这个群体是需要保护及特别对待的，作为宠物店主一定用好我们身边的优质资源。