

云南企业网络自媒体营销矩阵搭建推广

产品名称	云南企业网络自媒体营销矩阵搭建推广
公司名称	河南世耀诚实业集团有限公司
价格	.00/件
规格参数	套餐一:2000 套餐二:15000 套餐三:50000
公司地址	南阳市卧龙区工业路华龙广告二楼
联系电话	13140513661 18338218580

产品详情

互联网公司推广的渠道主要是通过百度，传统企业推广的渠道主要是靠分众传媒，这两家公司都遇到了这样的问题，意味着什么?传统单一的营销模式已经不能满足时代的发展。抖音、今日头条的出现冲击了百度单一的获客模式。读屏时代的到来，人们把更多的目光聚焦在手机，破坏了分众传媒的生存场景和生态圈，因此，传统企业想要突围，不能死守单一的营销模式，必须要学会建立矩阵营销。

矩阵维度的组成

在融河矩媒老师课程体系当中，矩阵维度的建立一共分四个板块。

第一个板块叫做门店门头的自然流量。传统企业门店是获客的核心通道，通过好的地理位置的自然获客流量，通过发传单、贴广告等方式来获客，这就是门店门头的自然流量。

但是所有的同行都是如此，因此，要让自身更具有竞争力，必须去寻找其他别的营销获客渠道，建立多维度的获客系统。

第二个板块叫广告与工具相结合的精准获客。跟传统广告不一样，我们所说的广告是能够精准获客的广告。我们发宣传单不仅仅是发出去，还要反馈，到底谁看了我的广告，而终带来了多少客户?

这些可以通过营销型二维码和小程序营销工具实现，只要有人扫码就会留下微信、手机号等ID痕迹，有了ID就可以进行客户追踪，这就是广告与工具相结合的精准获客。

第三个板块叫共享资源。简单理解，就是通过别人的门店来获客。主要通过两个方式实现。

一个是合作门店，比如说我是开饭店的，我把我的客户介绍给开健身房的，通过二维码的技术精准识别

客源后，我获得佣金和提成。同理，一条街30家店，彼此之间都可以用这种方式，相互合作来彼此获客。

另一个是产业链，在产业链当中寻找彼此之间没有直接竞争关系的客户，来进行资源的有效整合。

举个例子，建筑装饰行业的产业链有地板、瓷砖、吊灯、门之类的，我是房地产公司，客户买房子后，我就可以推荐客户去我们已经签约合作的这些企业，购买配套设施，从而获得佣金和提成。

我不仅卖产品赚钱，同时，又把客户资源变成商品来获利，这就是一种互联网思维的营销。

第四个板块叫做其他媒体，比如说广告机、社群和各种各样的公共媒体，都可以作为营销的矩阵去建立。

通过多维度的营销方式，我们不仅能做到给客户制作好的广告物料，还能给客户实实在在的带来客户，这就是未来广告的玩法。

矩阵关系的连接

互联网较大的成就就是创造了连接，你购买了连衣裙，淘宝后台大数据分析下，会推荐给你相似的裙装产品，你观看了三国的文章，今日头条会推送给你其他相关的文章，这就是连接的主要表现形式。

做广告也是如此，需要连接，融河矩媒老师研究的就是有连接的广告，你在我的3万块广告牌里任何一块做广告，我都可以让你在其他所有的广告牌上进行同步曝光，这样不但能够帮你精准获客，而且还可以让你的曝光度达到我所覆盖的所有范围，只需要通过一个码就能实现。

矩阵游戏规则的制定

前期的这些矩阵搭建好了，把流量引入同一个池子里，相互合作的门店各自受益，这就需要一个共识一个约定，制定规则，如何分享营销，如何交换资源，这就是矩阵游戏规则的制定。

无论市场经济有多么艰难，整个大环境有多么不好，消费者有消费需求是一定的，你要做的是让他到你这来买东西，通过建立矩阵营销，迅速的提升广告营销效果，迅速获客。

在历史的浪潮中，一定会有企业被淘汰，被淘汰的永远是那些不思进取、自我设限，突破不了自我认知边界或者自以为是的那些企业。我们要想成为王者，首先要开放心胸，要学习，接受包容，然后有效的快速的执行，你一定就能成为这个时代的王者。