

家电维修服务部公司网络推广托管外包

产品名称	家电维修服务部公司网络推广托管外包
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	品牌:融河矩媒 发票:提供
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

近几年来，家电行业正在朝多样化、快速化发展中，越来越多的智能家电产品进入到人们的生活中，家电智能化的每一次升级都是对维修行业人员的进一步考验，需要与时俱进吸收新技术不断地学习和实践，提升维修技能为服务更多需要家电维修业务群体，那么未来家电维修行业未来的发展趋势如何呢？

01家电维修行业发展趋势

如今市面上的传统家电维修门店的价格是极其不透明的，不会对用户明码标价，这就导致了很多用户在线下去维修空调、电视机等时很在意这点。

很多线下维修门店会在拆开或者修好后在告知用户实际报价，这就会让用户极其反感。那么在现在互联网这么发达的时代，线上维修服务就给用户提供了更加便捷的在线咨询定价或者明码标价服务费，并且维修业务员还会对整个的维修服务过程进行录像保存，这也是解决客户对于价格个服务顾虑的有效途径。

随着现在消费者对于家电品质的要求提升，家电维修服务的需求也越来越多，家电维修的范围也越来越大，因此家电售后维修服务费将是一个发展前景巨大的行业，家电售后保障市场的发展比家电售卖更加的有潜力。

现在家电维修服务不仅仅是家电行业中重要的一个环节，也是所有家电企业更加注重的一个方面。因为很多家电企业者和家电维修行业都已经深刻地认识到，家电的售后服务保障是实现家电行业长久发展的重要关键。那么在竞争如此激励的情况下，家电维修行业还是存在巨大的发展空间的，因为随着经济和社会的进步，人们使用的智能家电越来越多，人们对于家电的节约与环保意识也是在逐步提升。

例如刚刚过了厂家售后服务期的家电如果发送质量问题，人们就会需要专业的售后维修人员来延长家电产品的使用寿命。

这个时候的售后价格会相对较高，同时无能力的维修小门店无法竞争，这就给大型售后保障企业提供了机会，对于服务和质量更加的可信，实现双赢的局面。

02家电维修行业分析

用户画像：流量趋势分析

本地生活服务的网民在线上搜索需求逐步提升，其中家电维修业务需求占比比较高。如下图所示，自2020年到2021年，本地的生活服务行业流量同比增加了89%。

在生活服务行业中，家电维修业务网民的搜索需求量大，但是商业化率低，因此家电维修业务还存在巨大的商机待挖掘。

用户画像：时段趋势分析

从以下的同行业分时段流量及消费趋势图中，我们可以看出，客户在早中晚均有高峰时间段，存在阶段性时段遗漏商机，分别在上午12点到14点、下午16点以及晚上的20点到22点。

因此在白天时段，家装行业客户在投放广告上可以结合预算和在线客服合理分配，充分利用家装的服务、优惠、保障，提高账户转化占比。

对于高价客单的订单，我们可以注重服务体验，安排转化的人员进行对接。在晚间时段有服务能力的客户，可针对账户预算适当提升在线时长，抢占晚间的高峰流量时段，减少订单的流失。

用户画像：用户画像分析

在生活服务行业中，家装维修业务客户的目标用户画像为青中年女性群体为主要人群，这类人群具有线上浏览和消费的行为习惯，更加注重服务及时性和品质。

03家电维修行业案例分析

客户概述

1.客户主营业务

客户为生活服务行业，主营经营上门维修空调、冰箱、热水器等各类家电维修服务。

2.客户定位

客户致力于做好“品牌”效应，提供正规一体化服务，自营配件供应链，杜绝恶劣配件。企业以“客户至上”为服务准则，提供专业的售后保障。

3.客户需求

客户因公司由原来的传统模式转为线上同步推广模式，需要专业的营销顾问提供账户优化策略及监控数

据服务。客户需要在线上获取更多的目标用户，扩大客户的可经营范围及服务辐射地区。

账户投放信息

1.线上渠道

客户在搜索推广方面有投放百度及搜狗平台，同步投放58同城、美团等商家入驻APP平台。

2.账户预算

客户在线上投放，百度预算1000元，搜狗预算500元，其他平台500元。

3.投放时段

客户因晚上员工下班，人手不足，因此在线推广时间段均为早上8点到下午18点。

4.投放地域

客户目前线上账户是原来的本地市区辐射周边三区。

5.投放业务

目前经营电暖气、空调、洗衣机、电视、厨房家电等一体式维修服务费。

6.投放问题

客户目前的账户自主投放量有消耗、无有效转化线索、账户展现量低、账户结构杂乱，导致客户账户无法起量，累计获取很多无效线索，没有优质转化。

7.客户诉求

客户因线上投放无专业团队，需要提供专业的营销指导，及时给客户监控账户，告知数据情况。帮助客户提升账户曝光量，解决线索少的问题，从而优化提升ROI。

04家电行业线上营销策略

分时段设置投放服务项目，阶段性重点投放

在客户账户推广时间段上，早上8点到晚上8点的时间段调整为早上的6点到夜里的1点，在这部分时间段里，因大多中青年人群在夜间也会有服务需求，建议客户增加此阶段的投放，提升转化率。

主要服务词+线索词，提高账户点击率

在账户关键词拓展上，针对维修项目核心词进行发散性拓展词量，主要为维修项目词+电话词、维修项目词+价格词、维修项目词+故障词。

比如：空调维修联系方式、洗衣机维修价格、维修电话等。

创意配图及内容飘红，提高创意相关性

在创意内容上将客户的维修项目及业务重点飘红，基础创意添加关键词通配符，不同维修项目使用对应的专业图片，搭配单图、子链、电话咨询等高级样式组件，帮助客户提升账户点击率。

善用向日葵落地页，促进成单

针对客户前期的自建站跳出率太高的问题，采用向日葵建站工具进行移动端落地页全覆盖，帮助客户解决线索丢失的问题，落地页板块上重点一客户的专业服务保障及维修项目为主。

运用表单、电话、微信等营销组件快速地获取意向客户的线索，便于客户回访人员第一时间跟进，这也大大提升了客户的线索成单率。