

海外股票行业，获取客户常用的几个方式

产品名称	海外股票行业，获取客户常用的几个方式
公司名称	遵义腾浪科技有限公司
价格	5000.00/件
规格参数	广告开户投放:联系我们 开户带合作共赢:互利互助 代投合作:合作共赢
公司地址	TG:@APC789
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

海外股票行业，获取客户常用的几个方式

什么是获客？

获客是寻找并说服潜在顾客向你的企业购买产品的过程，这种过程是可衡量且可重复的，而不是随机的。

营销人员和创业者通常分三个主要阶段讨论该漏斗：

漏斗顶部（认知）。在此阶段，你的目标是在目标受众中产生认知和销售线索。通常情况下，你会将重点放在对你公司的品牌或产品感兴趣但没有明确购买意愿的广大受众身上。婴儿品牌可以在 Instagram 上用“#婴儿房设计” (#nurserydesign) 的话题标签，向那些打算装饰婴儿房的受众展示其帖子和产品。

漏斗中部（考虑）。从漏斗顶部向中部移动的潜在顾客通常会采取行动，表明他们正在考虑购买，比如订阅邮件或在社交媒体上关注你的品牌。现在就看你如何说服他们成为你的顾客了。

漏斗底部（购买）。这是潜在顾客转化成为一名顾客前经历的最终阶段。通常，他们会采取一些表明强烈购买意愿的行动，可能是将产品添加至购物车或注册免费试用。在此阶段，企业通常会发送折扣码等激励，以转化即将做出购买决策的潜在顾客。

企业可以通过多种不同方式寻找和转化这些新顾客，尤其是在线上。通过电子营销，可以更轻松地准确追踪你的企业如何获取新顾客、发现和测试新的营销策略并大规模应用有效的营销策略。

如何核算获客成本（CAC）？

几乎每获取一名新顾客都会产生成本，这笔成本可以根据为获取他们而投入的营销工作来核算。

为了了解你的获客工作是否有效，你需要明白如何核算你的获客成本（Customer Acquisition Cost, CAC）。

你的获客成本是营销成本除以获取的新顾客数量。

例如，假设你的 Instagram 页面每月吸引 50 名顾客，而你花了 500 美元制作内容。你的获客成本就是 10 美元：

营销支出（500美元）/ 新顾客（50名）= CAC（每名顾客10美元）

企业核算获客成本是为了了解其营销方法是否盈利。以上面的例子为例，如果每名顾客首次向你的企业下单时平均花费 50 美元，而你每笔订单的毛利率是 50%，那么你的利润就是每笔订单15美元。

客单价（50美元）x 毛利率（50%）- 获客成本（10美元）= 利润（15美元）

对于顾客生命周期价值较高的品牌来说，其获客成本在首次购买时不盈利甚至可能具有商业意义。如果你的顾客数据表明你获取的顾客很可能在初次购买后继续购买你的品牌产品，你就可以支出更多费用来获取每名新顾客。

通过使用谷歌分析（Google Analytics）、Shopify 报告和其他追踪/报告工具，你可以了解每项营销计划的获客成本。尝试不同的获客策略并对结果进行归因是开启业务增长新途径的关键。

7大获客策略（附实操）利用付费广告

获取新顾客最常见的方法之一是通过在线广告。许多电商品牌转向 Facebook、谷歌和其他平台投放广告是因为这些平台提供了大量工具，让你可以优化广告并充分利用预算。

提到在线广告，Facebook 广告和谷歌广告都是最大的付费流-量服务商之一。但几乎所有其他你能想到的社交平台、交易平台或搜索引擎都提供购买广告的选项，因此要决定使用哪个平台，关键是了解你的顾客是谁，以及他们上网时把时间花在哪。

优势

快速增长。如果你希望快速扩大业务规模，有些人会认为最快的方式是为流-量付费。你的企业肯定会获得曝光，通过正确的策略和优化技巧，企业能够迅速增加预算，从而快速获客。

定位能力。付费广告的一大优势是能够精准选择向谁展示广告。以 Facebook 广告为例，你可以根据平台上的用户行为，使用“兴趣”和“行为”定位来触达任何独特的利基受众。

潜在缺陷

价格高昂。由于算法的改变和竞争，Facebook 等热门在线广告平台的 CPM 成本逐年上升，关于这点的讨论从未间断。品牌虽然仍有可能以盈利的方式获客，但他们可能需要努力提高其网站转化率、顾客留存率及客单价，以抵消不断上升的广告成本。

学习曲线。投放付费广告并不是什么高深的事，但平台的复杂性可能足以吓退那些没有经验的人。幸运的是，我们有免费的视频课程，涵盖了 Facebook 和谷歌等广告平台的基础知识，以及详细讲解优化及扩展广告系列的博客文章。

适用对象

有预算的企业。大部分广告平台都不要求预付费或最低消费才能接触受众，但这并不意味着它们很便宜。要想在付费广告上取得成功，就需要测试不同的创意变体、用户和整体策略，以实现盈利，因此那些有资金投入营销的企业将长期受益。

拥有创意资源的企业。付费广

告成功的因素之一是拥有能够吸引新顾客的[合适创意](#)

。如果你的品牌有照片、视频和文案存档，能够成功向新用户介绍产品并将他们转化为付费顾客，那么你可能需要考虑为它们投入一些资金。

网红推广

如果你有营销预算，将你的产品或品牌展示在相关受众面前的最快方法之一，就是付费让拥有一定线上关注度的人为你推广。根据 Twitter 的一项调查，网红营销（通过 Instagram 博主、YouTube 博主、博客博主等进行）已经成为一种流行的在线广告形式，甚至可以与现实生活中的朋友推荐相媲美。

网红营销的成功涉及找到合适的网红来推广你的产品。挑战在于找出那些拥有活跃、高度参与关注者并对你产品感兴趣的网红，并且有创意，能制作很好地反映你品牌的内容。

优势

品牌知名度。大型网红拥有数十万甚至数百万的关注者，与他们合作可以通过品牌知名度吸引人们进入你的获客漏斗。通过网红营销，你不仅是在付费获取新顾客，同时也让你的产品接触到更广泛的受众，因此当他们进入你的特定产品所属市场时，将会首先考虑你的产品。

利基定位。微型网红通常是指拥有更小规模、更忠实关注度的人，可以让拥有利基产品的企业立即接触到相关在线受众。这类微型网红的合作成本通常更低，参与度指标更好，这意味着你的推广内容更可能被其关注者注意到，从而带来更高的顾客转化率。