

实体店异业联盟引流策略，选商家+合作模式+利益分配，玩法详解！

产品名称	实体店异业联盟引流策略，选商家+合作模式+利益分配，玩法详解！！
公司名称	广州微码互联科技有限公司推广部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区宦溪西路18号219房
联系电话	13480273125 13480273125

产品详情

异业联盟如果做得好可以快速在共享自己私域客户池同时获取其他商户老客户资源，实现精准客户引流。那么有效的异业联盟应该怎么做？本文将带您了解万商互动异业联盟玩法

裂变营销+异业联盟+会员管理是任何实体店项目经营的三驾马车，缺一不可。任何一个技巧运用好了，都会给店铺带来实质性的业绩tisheng。我们之前行业案例中分析过裂变营销+会员管理的营销玩法。异业联盟如果做得好可以快速在共享自己的私域客户池同时获取其他商户的老客户资源，实现精准客户引流。

同时，相对于其他营销玩法，异业联盟是技巧性最强的营销策略，很多实体店老板对异业联盟的概念都懂，都想尝试，但是真正做的起来，做得好的实体店却非常少。

一、异业联盟的难点

何为异业联盟？通俗来讲：找到合适的门店，通过资源置换或者liuliang互推的方式，帮助对方进行代销，从而带动双方的业绩增长，是一个互利共赢的策略。谈到商家合作、异业联盟，很多老板虽然清晰的知道会有莫大的益处，但是实际经营中，仍然无从下手，毫无头绪，到底该怎么去开展？

异业联盟的主要难点有以下几个问题——

1、难以衡量效果

可能与多家其他门店老板谈好异业联盟合作模式，也可能获得了一些客源，但是是liuliang来源是哪里，哪个渠道联盟效果比较好？大部分老板是完全不清楚。

2、没有有效工具

传统异业联盟的模式主要是相互赠券、相互代销、免费赠送的模式，很难实现直接转化收款，没有快速营销，有效传播，共同收款的有效工具。

3、其他商家异业联盟动力不足

传统的联盟模式，因为难以衡量效果，其他商家帮忙推广也没有直接的收益，没有直接利益很难有激情长期合作，长期合作的动力不足就很难坚持下去。

二、如何选择合作商家

异业联盟商家的选择主要考虑无竞争互补型的客户，比如我们根据门店产品的上游和下游，以及关联产品入手，从这里去寻找合作伙伴，那么这些地方，肯定是我们目标顾客经常去消费的地方。

举例美妆美甲店，主营女性化妆品，那么店里的顾客肯定是爱美的女性人群，店主想一想她们会经常去哪里消费？美容院算不算？肯定算！那美妆店主就可以找美容店主谈异业联盟的合作，美妆店主也可以找女装店主去开展异业合作。

三、传统异业联盟合作模式玩法

传统的异业联盟的玩法主要是多商家老板口头达成协议，相互引流，主要有以下几种玩法思路——

1、资源置换

资源置换就是双方门店互相交换产品附带资源，比如互换产品的优惠券、会员卡、抵扣券等；

2、liuliang互推

liuliang互推指的是，在资源置换的基础上（优惠券、抵扣券、会员卡的发放），为对方门店引流，从而达到推荐顾客的效果，这样长期坚持，双方门店的顾客都可以得到有效tisheng；

3、彼此代销

这种形式是最直接能产生收益的合作凡是，主要就是让对方门店成为另一家门店的分销商，或者互为分销商，而彼此进行代卖，可以获得利润分成。比如我们之前分享的案例：卖腰带的门店，可以找到服装店，把腰带产品放到服装店内，那么服装店的顾客进店购买服装后，顺便可以挑选一件配套的腰带带走，这样就顺手推舟，服装店完成了腰带的代销，从而获得了利润分成。其他类型的门店完全可以按照这个逻辑进行合作；

4、免费赠送

免费赠送策略，主要就是双放分别拿出一款店内引流产品，放到合作门店里作为赠品，通过对方送给顾客，从而引导合作门店的顾客来自家店里消费，比如一张理发店的单次免费券，再比如美容店的美容体验券等。

三、利益分配问题

现在有很多的门店，刚刚开始做的时候，激情满满，双方也极其认真的对待这件事。但是时间久了，就会出现分歧甚至矛盾，从而宣告商家合作失败！这是为什么？

商家合作最终没做起来的原因很可能就是：双方利益分配出现了问题，或者开始之前就没有谈好一个长效机制，因为所有的合作的根本是要有利可图，如果合作伙伴之间，利润分配方式不明确，那么合作肯定不会长久！

传统的异业联盟的模式主要靠口头协议，相互赠券、相互代销、免费赠送的模式，很难实现共同营销，直接分账，利益很难瓜分就变成难以转化，难以相互之间长期收益。

四、万商互动异业联盟的玩法

传统的异业联盟玩法主要是多商家老板口头达成协议，合作模式不稳定，其他商家大多以帮忙的态度同意合作，活动的主动意愿不足。如果异业联盟没有共同利益和收益，很难达成一致合作模式。这也是很多传统异业联盟方式很难持续下去的主要原因。

万商互动的异业联盟产品思路在原来商户老板口头达成协议，相互引流的模式上，以专业的软件平台，产品实现商户可联合无竞争互补型其他商户共同发起一场促销活动，多商户在各自社群和老客户渠道传播活动，共享自己的私域客户池同时获取其他商户的老客户资源，实现精准客户引流。