微信红包营销套路如何获得精准的用户

产品名称	微信红包营销套路如何获得精准的用户
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

产品详情

微信红包奠定了微信的在移动互联网的地位，而这种“ 真金白银 ”的营销套路，也开启了新的营销模式，那就是直接给用户发钱，通过几分钱、几毛钱的“ 撒狗粮 ”，换得品牌知名度，在造成良好的用户体验的同时，也获得了订单。那么，怎样用户*少的钱获得*的用户呢?首先，微信红包营销要定好位微信红包营销，看起来很简单，分钱谁不会，拉一群人，然后发红包就是了。如果你这样对待红包营销的话，十有八九是钱空人散，因为总有一些人就是奔着红包来的，至于你的微信群是做什么，根本不关心。所以，微信发红包，定位很重要!我们说的定位，就是对微信群的好友，这样才能够*保证是目标用户，采用*的方式，就是一个一个筛选，一个一个认证，这个办法好像有效，但是，效率却极其极其低下，也不符合互联网的营销特点，一对一，太难了!如果这种自建群效率低，不妨再找现成的资源，比如我们是做汽车用户用品，那就利用微信群搜索关于汽车的微信群，然后，在群里保持一定的活跃度，适当的发点红包，看看群里的“ 反应 ”情况，这种利用现成资源，有一定的盲目性，撞对了，会带来很多用户，如果走错了，也许要浪费一些红包了。不过不管进到什么样的群，只要发红包，估计群主不会轻易把你开了!其次，微信红包营销要抓住用户“ 心思 ”为什么用户对红包如此“ 痴迷 ”，甚至有人调侃了这样的段子，“ 地上掉一分钱没有人抢，而红包里为了抢一分钱，简直拼了命! ”我们可以从这里，了解一下红包营销的基理、抢红包的心理，就能策划出很多红包营销方案。1、红包直击人性弱点之一：营销是什么，就是客服用户的恐惧心理，让他们不怕，对商家的戒心完全去除掉，而商家想要拉近用户的距离，有时候在营销上专门找用户的弱点，贪婪是人*弱点之一，“ 有人给钱都不要，那是傻子! ”通过发红包，打破用户的戒心。2、红包可以给人带来快乐：快乐是人类*重要的情感之一，人类*重要的情感需求，应用到商业上来，就有了满足情感诉求的产品与服务。红包的欢乐，还有抢的氛围，这也是一种侥幸之态，意外之喜。几者叠加，给人愉悦快乐。利用快乐营销，也是微信成功的秘籍之一，在腾讯内部关于微信和移动QQ到底哪个应该维持老大地位的争议中，微信过年发红包的推出，一下吸引上亿用户的关注，而且也奠定了微信支付功能，这个利用过年喜庆营销的案例，已经成为一个经典营销事例。3、充分体现了移动社交化特点：互动是在移动互联时代之前从来没有如此重要的营销元素。移动互联已经实现互联互通，如果不互动，没有对方反应，则显得沟通不顺畅甚至失败。4、红包可以裂变，用户不断增加：红包裂变，就是让更多人可以一起玩，可以传递，这样，红包上加载的商业信息就同样传递出去。……*，微信红包营销也要学会数据分析互联网是一个大数据时代，今年被炒的沸沸扬扬的区块链，说白了就是以数据为基础的，那些拥有大量数据的网站或者社交媒体，很容易在区块链上拥有自己一席之地。假设我有足够多的微信群成员，我可以通过收集他们的性别，职业和收入的情况，结合他们线上分享红包的时间、种类、次数，可能会得到一些有趣的经济学结论。进一步，如果我们能获取到每个红包群成员点击

的情况，这样又增加了一个数据维度，可以结合时间以及冠名广告和点击率做红包发送的优化，也可以结合群内其他数据维度来进行用户的画像，行为预测等等。