

淘宝代运营私域流量玩法 天猫旗舰店代运营

产品名称	淘宝代运营私域流量玩法 天猫旗舰店代运营
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	10.00/季度
规格参数	代运营服务:装修设计推广一条龙 团队配置:3个人 效果:提成共赢
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

淘宝大家一直在说要做流量，做流量，可是现在的流量可谓是越来越难做，而且花头也越来越多。付费流量的点击费用更是高的离谱，可是免费的流量，现在玩法众多，如何让咱们的淘宝店铺在年底抓住最后的双11 双12大促的流量，这个是大家非常紧迫解决的问题。今天先跟大家讲讲私域流量：

私域流量简单来说是指是不用付费，可以在任意时间，任意频次，直接触达到用户的渠道，比如自媒体、用户群、VX等，也就是KOC（关键意见消费者）可辐射到的圈层。是一个社交电商领域的概念。

随着淘宝京东等传统电商（包括不限于）的竞争日益激烈，大家都在探索新的领地，社交电商的增长与日俱增，私域流量在这个背景下被讨论最多。

私域流量或者私域流量池，区别于传统电商消费流量，是向经营用户的转变，电商所经营的粉丝或用户不再是单一产品的受众，这种粘性可能形成一次获客而产生多次交易的行为，这些流量只属于电商而非平台的竞价购得所谓私域，这个闭环也可以说私域流量池。[来源BD百科]

我想这些名词大家也都不陌生的，什么私域流量、公域流量、社交电商等等，所以就来看看你能直接触达到你消费者且不花钱的渠道有哪些？

1、群聊这个可以有多方面，好多年好多年以前，就有人在玩，那时候还是QQ群，千人大群十几二十个全满员，那时候可是真真正正的财富啊，上个新随便往群里一丢，销量很快起来，什么直通车什么钻展，不需要，上新、清仓、活动大促等等，效果都是很可观的，这就是早期的社交电商，不知道现在还有没有人坚持维护，不过这个维护也真的不是一件简单的事情，后来随着QQ的没落，VX的崛起，VX群、公众号又开启新一波竞争，再然后VX淘宝闹掰，这些渠道也几乎走到尽头，不过好在官方也有各种办法，还是可以维护，当然qq群VX群毕竟都是站外的，生杀大权掌握在别人手里，今天重点说的是淘宝群，这个也是这两年淘宝一直在推广维护的，在群里也能实现很多种玩法了，抢红bao、提前购、限时折扣等等，对于维护买家好处还是很多的，至少不用看别人脸色，不用担心哪天群就找不到了，对于群我觉得还是要设置好一定的入群门槛，要有过交易的。如果每个人都能轻松进入，那么难免有一些捣乱的人出现。再来聊聊群聊怎么做，篇幅有限，精力有限，我还是一切从简，只挑重点，抛砖引玉，你可以在这

个基础上去做升级改进：要做淘宝群一开始我是建议做好会员分级，你可以有售前群，就是想买东西的也可以进群的，设置关注进群就可以；务必要记住要建好会员群，有购物金额的才可以进群；还有高消费金额会员群，多买多惠才能拴住别人，这个不要怕没有粉丝，哪怕群里只有寥寥几人也没有关系，你把一个人维护好了，他至少能影响他身边21个人，所以不要觉得粉丝少群就没有什么用，都是靠慢慢积累起来的。还有一个比较重要的就是喜欢折扣并且互动积极一些的，可以单独拉到一起，在你上新的时候，这部分人群可以破零冲销量最好用的。会员分好等级，就是日常维护了，要维护好一个活跃qq群还是挺不容易的，但是淘宝群可不是闲聊的地方，不需要活跃，但是要培养他们的意识，你要让他们知道你群里能做什么，不定时限时折扣？新品试用？活动超级折扣？抢hong包？.....等等，所以这就需要你刻意去维护的，定时做一些活动，好评有礼等等。群聊最后说一句：群等级L2以上可以有公域流量展示机会！首猜位置！

2、直播（店内直播）这里的直播说的是店内自己的直播，这个重要性我觉得不用再多说什么了，直播的火爆都是有目共睹，亲身参与过一个女装店从每天100多粉丝观看到现在每天大几千流量（有浮现权会有机会出现在直播频道首页），也见过一家绿植店开直播之后停掉直通车的经历，所以不要观望了，抓紧操作吧。做直播的重点是坚持，只要坚持没有做不好的（当然是类目问题就不用较真了），反正我是一直都有建议大家早点把直播搞起来，越晚越后悔。至于直播的玩法，要做店内直播预告还是比较重要的，到时候人少播着也比较尴尬，粉丝多还是有一定的优势，直播期间的也要有一些促销活动，直播专享价、抢红bao、大额无门槛券、直播专享秒杀款、点赞到一定数量发什么福利等等，尽量促进更多的人互动，这样后期才有浮现权。有了浮现权才会有机会出现在直播频道首页。

3、微淘要说微淘可真是个神器，和直播一样，不被人重视，但是一直做微淘的就对这个爱不释手，为什么淘宝改版这么多，微淘一直是手淘APP底栏第二雷打不动的位置？没有用淘宝为什么不改掉，把这么个黄金位置浪费了？错错错，目前来看运营私域流量的就这几个地方，所以还不把这些利用起来还等什么呢，你只看到你店铺的数据，但是淘宝看到的是整个大盘，甚至整个电商环境的数据，为什么一个劲的更新维护群聊、直播和微淘，就是来帮助卖家去打通和消费者的渠道，能让你的动作直达你的消费者，所以跟着淘宝的动作走一般是没有错的。至于微淘怎么做，还能不能赶上双十一，这个不好说，如果没有平时的维护这个双十一怕是赶不上了，不过你也可以利用这个双十一把微淘推起来，做个互动活动，然后后期做什么抽奖公布都在微淘上面，也来吸引别人回来看，当然双十一之后你怎么做这个要想好，服装类的我还是建议多发一些穿搭，多发一些产品介绍，以产品为主，培养精准购物粉。像工具类的，使用说明这种的可以多一些，反正还是要结合好自己产品和类目特性来维护，如何吸引别人来看，如何进行更多的互动才是你要更多考虑的，时间关系不多讲了。

4、我简单总结一下上面的，群聊、直播、微淘等都是有机会出现在首页上的，微淘L3，群聊等级2以上都是有可能会出现在首页，所以私域流量可以变公域流量的。

5、短信这个不用多说什么了，预热期、活动前、活动当天等等，都是可以进行的，虽然有反感的，但是每次效果总是不错的，不要一天一条甚至一天好几条去骚扰就可以，把握好度，精简好语言，链接要带。不光营销短信，活动当天的催付短信也是要进行检查。

6、客户运营平台这个平台还是建议大家多多关注，真的有很多很多比较实用的地方，我觉得光说这个就能单独写一篇文章了，主要四大板块功能1>客户管理这部分的功能主要是对和店铺有过交集的用户进行管理，成交客户、未成交客户和咨询客户等，可以进行分群和定向营销，1.3里面的客户分析可以帮助你更好的认识自己店铺的人群，比生意参谋免费给你看的还是要详细一些。2>会员管理这一部分是对自己店铺会员进行管理，会员等级分类等，等级优惠等等3>运营计划这部分算是重点，各种营销都是在这里实现的，最常用的智能营销和场景营销，你点进去会给你推荐很多很多的标签，你可以根据这些标签去进行着重优化，这里我不多讲了，你挨个点击查看就可以，你可以在这里对这部分标签的人群进行发放优惠券以及短信通知，有时候效果真的很不错，出乎意料，但是要注意，优惠券不要经常对某一部分人群一直发，隔段时间再发，一直发就没有人群推荐了。[时间太紧，我不详细介绍了，自己多点点]4>工具箱这个就是素材管理和短信功能申请以及管理了。

我公司是专注做淘宝代运营天猫代运营 深度推广服务，可以提供免费店铺诊断，产品分析方案

市场分析方案 大促活动玩法方案，详情请咨询。