

# 流量困局下,如何依靠私域运营破局

得流量者得天下,始终都是不过时的话题。

纵然是在我们所认为的流量业已见顶的大背景下,对于新流量的探讨依然是各界热议的话题。

流量之所以备受关注,根本原因在于所有的生意,归根到底都是流量的生意。摸准了流量的规律,找到了流量的密码,我们就能够做到让天下没有难做的生意。这一点,并不仅仅只是在传统时代适用,在互联网时代适用,纵然是即将到来的Z世代同样适用。

透过一场演讲、一个话题和一家公司,我们或许可以更加清晰地窥探到新流量时代的密码,找到属于这个时代里的领跑者,从而开启一场有关流量的新进化和新探索。

2021年10月30日,首届“进化的力量·刘润年度演讲”如约而至。在这场演讲当中,我们看到的是刘润有关商业的思考与探索。深入聆听并分析刘润年度演讲,我们会发现一条主线始终贯穿始终。

这条主线,便是流量。

演讲当中,刘润用整整一个篇幅为我们详细讲解了“新流量生态”的话题。之所以称为“新流量生态”,其中一个很重要的原因在于,我们已经经历过流量生态的第一次打通,这一次打通,便是线上和线下流量的打通。

他表示,到了互联网时代,流量从固体,变成了液体。有时流得慢一些。有时流得快一些。但从不停止。同时,刘润在演讲中指出,最近,流量流动有点快。

如果我们把流量看成水,那么,公域流量,就像:自来水。付费用水,价高者得。而私域流量,就像:井水。打井很贵,但用水免费。

刘润举了一个例子。

2010年,一个卖家,在线上的平均获客成本,大约是37.2元。2011年,水价涨到了54.6元。2012年,83.3元。越来越高。到2019年,486.7元。自来水的价格,10年涨了10多倍。

破解流量获取成本居高不下这一个主要方式,就是主攻私域,实现公域流量与私域流量的第二次打通。

而这,正是所谓的新流量生态。

但凡是那些能够在新流量生态下,实现了公域流量与私域流量打通的玩家,就一定是一个时代的佼佼者,同样是刘润口中的能够存活下来的“达尔文雀”。

一个永恒不变的话题

正如刘润在演讲当中所提到的那样,这个世界上,只有两种生意:产品生意和流量生意。产品生意是把东西做出来,流量生意是把东西卖出去。

然而,现实情况却是,很多人在产品生意上总是会有各种各样的心得与体会,而在流量生意上总是会焦头烂额,束手无策。

同样地,当新流量生态时代来临,如果找不到打通公域流量和私域流量的正确方式和方法,那么,流量的生意依然是一道无解题。

深入分析,我们就会发现,很多企业在搭建自身私域流量池的问题上遭遇到了困境和难题。而一旦私域流量池无法完美搭建,那么,所谓的第二次流量打通,同样变成了天方夜谭,亦无法把握新流量生态时代的发展红利。

总体来看,很多企业在第二次流量打通上,主要遭遇到了如下的困境和难题:

困境一:只有想法,没有工具

的确,公域流量和私域流量的打通是新流量生态下的新机会,但是,很多企业在这个问题上,经常面临的是只有想法,却没有实现这些想法的方式和方法。于是,所谓的布局私域,仅仅只是变成了一句空话。

按照很多人的理解,所谓的搭建私域,仅仅只是搭建几个微信群这么简单,实质上,真正想要做好私域,还需要诸多能力的协同作用,特别是需要一些转化工具的配合。纵然是运营微信群的问题上,如果没有相应的工具做配合,同样无法获得实质性的效果。

于是,缺乏相关的工具、助手以及由此衍生而来的数字化能力,便成为了制约他们真正做好私域运营的主要难题。

困境二:只有流量,没有转化

对于一些企业来讲,他们本身是有一定私域流量的,无论是产品粉丝,还是内容粉丝,抑或是社群粉丝,都是如此。然而,这些流量就仅仅只是流量而已,并未真正转化成为真正意义上的购买客户,更不会有所推荐和转化。

如何将他们手中的流量转化成为真实的购买用户,特别是能够激活这些用户,让这些私域流量的用户实现有效购买,甚至是让这些私域用户可以推荐新的用户,推荐自家的产品,成为困扰每一家企业的主要问题。

从这个角度来看,如何激活这些流量,让他们真正成为真实购买的用户,并且让他们可以推荐并带来新的流量,同样成为困扰企业的主要问题。

困境三:只有尝鲜,没有复购

复购率,才是考验一家企业私域流量运营是否成熟的关键所在,它直接关系着私域流量的深度与广度。然而,对于很多企业来讲,他们的私域流量多半是只有尝鲜购买,或者是首次购买的用户,复购率低,成为困扰他们的一大难题。

如何激活用户,吸引用户,让用户愿意不断地重复购买,提升私域流量复购率,成为考验一家企业私域运营是否成熟的关键所在。特别是在流量见顶的大背景下,提升复购率,直接关系到流量的效率,如果企业无法找到有效提高复购的方式和方法,同样

是困扰企业在新流量生态下掘金的难题。

困境四:只有固化,没有成长

如何为流量建立一整套的价值体系,特别是为流量建立一整套的生命成长周期,直接关系到私域流量是否能够自我成长,自我进化。

这就要求企业要有一整套的严格的体系,借助这套体系,他们不仅可以激活流量,而且可以让流量不再是毫无特色的、固化的、死板的存在,而是变成了各有特点,各有标签,并且可以不断进化和迭代的存在。

设想一下,如果我们在运营私域流量的时候有了所谓的“团长”、“社长”,并且他们可以借助自身的影响力在建构属于他们的用户成长体系,再由这样一套成长体系来激活其他的流量,那么,这些流量才不会是一种固化的、死板的存在,而流量也就变成了名符其实的流量,如同流动的水一样,有了生机与活力。

当新流量生态时代来临,私域流量的激活,私域流量与公域流量的打通,开始成为新的增长点。抓住新流量生态下的新机会,以此为开端,找寻新世代的流量密码,才能实现新的增长。

而有赞新零售,正是在这样的大背景下诞生的。

有赞新零售:新流量时代的领跑者

提及有赞新零售,就不得不提有赞白鸦提出的“私域三角”。“私域三角”的概念,是白鸦在2020年11月提出来的,按照白鸦的描述,“私域三角”由私域权力、单客价值度、顾客推荐率三部分组成。

而这与刘润在演讲当中,提出的构建私域新零售体系的万能公式——私有化+复购率+转介绍,有着异曲同工之妙。

这无疑是对白鸦的“私域三角”的一次总结。

事实上,有赞从诞生的第一刻开始就致力于帮助商家建立自己的私域资产、提升私域运营能力、实现业绩可持续正向增长。

有赞新零售,正是对有赞多年来对私域流量运营的一种沉淀和升华。

确切地说,有赞新零售,就是帮助线下商家通过线上做增量的生意,帮助经营管理数字化来更好运营自己的消费者。

以2020年为例,有赞平台帮助商家实现交易额达到1037亿。之所以会取得如此大的成绩,其中一个很重要的原因就在于,有赞新零售在私域流量领域强大的引领和带动作用。

截止到2021年3月,有赞新零售累计帮助客户积累、激活粉丝达到17.2亿;累计客户数9.58亿;会员数4.14亿;

分销员达到3000万;每天可帮助唤醒回访人次5.43亿;其中销售员引流人次达到3.12亿,领券数达到16亿;

有赞商家的客户复购率能达到7.25次,复购率高达37.7%,复购客户销售占比高达

73%。

目前,有赞新零售的服务客户,不仅覆盖了奥康、红蜻蜓、都市丽人等鞋服品牌,还涵盖了王府井、德克士、熊猫不走、泸州老窖、恒安集团等客户,几乎全品类里都有有赞新零售的客户。

总结有赞新零售之所以取得如此巨大的成绩,其中一个很重要的原因就在于,它以全域营销、导购分销、会员运营为三大增长引擎,帮助商家实现全域业绩增长、有效客户增长、客户全生命周期价值3大增长,并强化全域营销、私域运营、成交转化、组织迭代4大能力。

深入分析有赞新零售三大引擎,四大能力的背后脉络,我们就会发现其深层次的内在逻辑。

第一,通过全域营销,有赞新零售将储存流量的池子尽可能多地做大,从而获得更多的活水流。此时,企业与消费者之间的契合点就会增多。再通过有赞企微助手、有赞导购助手等工具将新老用户进行承接,从而实现了全域营销和私域营销的全面打通。

第二,有赞新零售通过对零售各链条当中的各个流程和环节里的角色进行标签化处理,实现了这些角色的数字化转型,再借助企微助手、导购助手、有赞CRM等工具,最终完成了对整个零售环节的全方位掌控。有了“标签+数据+运营”这种三位一体的模式,实现了对私域流量的激活,最终完成了复购率的提升。

第三,通过有赞新零售的每一个合作案例,我们都可以看出,其并不仅仅只是提供工具,而是从前期的深度调研,后期的落地实践,有赞新零售都深度参与其中,真正实现了与企业的共同成长,真正成为了企业数字化转型的陪跑者。

正是因为有赞新零售提供的这样一种全天候,多维度,全流程的服务,才会助力如此多的企业成功实现了数字化的转型和升级,真正让企业找到了新流量生态下的发展新模式,破解了很多企业没有破解的产业密码。

而今,有赞新零售成为了新流量生态下名符其实的领跑者。

刘润的年度演讲为我们展现的是进化的力量,对于刘润来讲,他一直在寻找着商业当中的达尔文雀,并以此去窥探企业的进化密码。

而对于广大的企业来讲,真正驱动自身进化的,正是那个我们一直在不断提及,亘古不变的存在——流量。

的确,新流量生态的时代已经到来。如何实现公域流量与私域流量的打通,将直接关系到企业在未来的进化当中是否能够存活下来。庆幸的是,有了有赞新零售这样的新流量时代的领跑者,它们可以获得全方位的助力,助力它们成长为能够穿越周期的达尔文雀。



## 川陕名吃

地址 (DC店和Rockville店)  
2700 New York Ave. NE,  
Washington, DC 20002  
316 N. Washington St.,  
Rockville, MD, 20850

营业时间  
周日至周四: 11am-10pm  
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)  
(202)534-1620 (DC)  
(301)-875-5144 (MD)

\* 从马里兰大学沿1号路南下,从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行,均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食,纵情欢歌。

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理,有意者请电洽。

地道陕西名吃,聘请原陕西丈八沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺;同时聘有精通川菜,粤菜和各类家常菜的驻店厨师;新型的经营理念,为您提供一流的服务。店内设钓鱼台豪华包厢(最多容纳60人)及大型宴会厅(可容纳300人以上),酒水齐全,卡拉OK助兴。环境优雅,空间宽敞,自拥上百停车位,可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊,交通便利,诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: 柳奇 敬呈



钓鱼台豪华包厢