

# 《社交新零售 3 步增收》

适用对象：企业决策层、运营团队

标准课时：2 天

## 课程收益

- 1、取“势”：拨开社交零售的面纱，了解本质和逻辑；
- 2、明“事”：了解社交零售 3 步方法论；
- 3、学“式”：根据流程和关键点，现场制定零售方案。

## 课程大纲

### 一、传统零售已去，社交零售到来

案例导读：传统品牌零售艰难的现状

#### 一、传统零售的困境

不明：坐店等客、越坐越死，流量在线化

不会：微商、抖商、播商、社交带货的新玩法

不懂：客群年轻化，老客流失、新客不来

#### 二、传统零售的营销压力

压力 1：新渠道（店商、PC 电商流量红利已去，社交红利到来）

压力 2：新消费（客群年轻化、客流在线化、消费无界化、需求异质化）

压力 3：新科技（移动互联网、云计算、大数据、AI、VR、区块链）

新时代呼唤新营销

### 三、营销范式的更替

1.0 产品营销

2.0 品牌营销

3.0 人本营销

4.0 数字营销（社交方向）

### 二、社交零售商业模式

#### 一、模式 1：会员制社群分销

案例：云集、贝店、环球捕手

模式分析：会员体系剖析、分销模式解析

关键成功要素：消费端运营、供应链品质管控……

#### 二、模式 2：社群拼购

案例：拼多多、京东拼购、苏宁拼购

模式分析：拼购的逻辑模型

关键成功要素：低价策略、下沉市场……

#### 三、模式 3：社区团购

案例：你我您、松鼠拼拼、十荟团

模式分析：社区团购的商业模型

关键成功要素：团长拓展（宝妈、店主、保安人群……）、KOC 运营……

#### 四、模式 4：内容带货

案例：抖音、小红书、淘宝直播、京东直播……

模式分析：KOL+短视频、直播带货模式

关键成功要素：KOL 的选取、种草、变现、裂变……

三、社交零售 3 步法：社交导客、私域锁客、裂变增客

一、营销新范式

营销范式：社交导客——>私域锁客——>裂变增客

关键 1：从平台流量，到社交流量

关键 2：从公域流量，到私域流量

关键 3：从坐店等客，到裂变引爆

二、设计零售 3 步法

步骤 1：社交导客

（一）专题 1：B 2 KOL 2 C

KOL（网红、主播、代言人）推广+短视频+直播

KOL 选取

直播、短视频制作

案例 1：晨妍，抖音 KOL 火爆带货 2000 万

案例 2：办公室小野，华为荣耀 V9，内容带货 3W 部

（二）专题 2：B 2 KOC 2 C

KOC+社区拼购带货

KOC（意见领袖消费者）取代 KOL 成为新宠

KOC 拓展方法

KOC 的运营和维系技巧

案例：合生元，导购发展社群带货

步骤 2：私域锁客

公域流量转私域流量

私域流量池的 5 个特点（连接、服务、交易、互动、跟踪）

私域流量池矩阵（门店主场、社区分场、线上多场）

公域转私域的方法

重点：微信社群，运营锁客

步骤 3：裂变增客

案例分析：美容院流量倍增 4 倍后的秘密

关键：裂变引爆客流

原理：三度影响力

3 个关键工具：流量工具、裂变工具、交易工具

裂变工具设计（钓饵、门槛、流程）

工具表《裂变导流活动策划表》