

# 《“到家服务”vs“服务到家”》

## 上门服务行业如何突破全域用户运营？

主讲：李剑

### 【课程背景】

受“懒人经济”的影响，同城便民服务的市场规模越来越大，形成了近万亿的巨大蓝海市场。家政服、家电的清洗维修、房屋的维修、开换锁、上门回收、搬家拉货和汽车相关的保养、洗车、救援等业务，伴随着生活节奏的加快和后疫情时代的到来，越来越多的年轻人选择了同城便民服务，通过线上下单，服务人员线下服务的形式，由此催生了巨大的便民服市场。

随着行业的快速发展，行业的三大痛点：获客难、信赖底、营销难的难题，和经营过程中核心的四个问题：到家服务同行低价恶性竞争、业务下滑拓展有心无力、广告太贵高投入低汇报、业务瓶颈想把业务做大做强，都迫使商家在急切的寻找出路。

### 【课程收益】

- 掌握全域运营的流量获取思维、流程和营销策略；
- 明确到家服务行业全域运营的营销逻辑，并为自身业务做全域运营定位；
- 掌握独立进行全域运营的初步能力
- 具备自建或外接社群运营和转化变现能力，能够不断提升社群的活跃度，并通过社群成员的网络影响力辐射更多人。
- 具备老带新、新带新等用户裂变全流程操作和变现能力。

**【课程特色】** 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

**【课程对象】** 到家服务行业负责营销、销售、新媒体、社群、私域等一线运营人员、各级负责人、分管老总等

**【课程时间】** 1-2天（6-12小时，可以根据用户需求灵活配置模块）

### 【课程大纲】

#### 一、全域运营：到家服务破局

##### 1、案例解析

- 天鹅到家：你需要做饭吗？
- 倍优天地&有福妈妈：月嫂为啥难做？
- e城e家：先到家，后服务

##### 2、到家服务行业的经营痛点

- 商机不足
- 成本高企
- 供应链不稳

##### 3、到家服务的用户特性

- 低频低价
- 高密度小半径本地化
- 服务非标，需求分散
- 价格敏感
- 重视体验

##### 4、到家服务行业全域运营模型

- 何为全域？
- 什么是运营？

## 二、全域运营模块 1：流量获取

### 1、私域：新媒体

- 短视频：抖音、快手、视频号、b站、喜马拉雅
- 图文：小红书、公众号、微信朋友圈
- 公众号和小程序
- 直播
- 社群
- 转介绍

### 2、公域：广告投放

- 线上广告
- 线下广告
- 文案与二维码

### 3、商域：专业通道

- 线上到家服务平台
- 地推
- 异业合作

案例：轻喜到家、洁邻帮、鲁班到家、有福妈妈

## 三、全域运营模块 2：用户着陆与转化

### 1、水流千遭归微信

- 二维码
- 粉丝群
- 评论
- 线上客服

### 2、群怎么玩

- 长期群
- 短期群

### 3、破局：加好友

- 我来加用户
- 用户来加我

### 4、低价爆款引流

- 如何选品？
- 定价
- 服务设计

### 5、沟通：话术与sop

- 何时说？
- 说什么？
- 怎么说？

### 3、营销链路：从流量到成单

- 流量分层
- 用户分层
- 销售节点

- 促销手段
  - 最关键因素：超预期的服务
- 5、管理者需要关注哪些关键指标？**  
案例：日式搬家、闪修侠、e城e家等

#### 四、全域运营模块 3：服务交付

##### 1、标准化

- 培训与奖惩
- 装备、话术和节点动作
- 监督管理

##### 2、数字化

- 节点签到
- 全程电子记录
- 工单流转
- 客户反馈

##### 3、一切围绕用户体验

- 超预期服务
- 关键数据指标

案例：海底捞等

#### 五、全域运营模块 4：售后重复活跃

##### 1、转介绍（公开+私下）

- 用户驱动节点：场景化、系统化、数字化
- 物料促传播
- 驱动力
- 监督管理
- 节点和奖励

##### 2、复购

- 复购的驱动力
- 复购的场景化和数字化

##### 3、会员制

案例：vipkid、有福妈妈

#### 六、0基础商户如何冷启动实施全域运营？

##### 1、转介绍（公开+私下）

- 准备工作
- 如何实施？

##### 2、直播

- 自主直播：怎样快速冷启动直播？
- 后续如何承接？

##### 4、地推+异业联合推广

##### 5、自建社区团购

##### 6、热点+爆款引流

案例：团车网、天鹅到家、慧算账等