

《横向营销—异业合作的运作与引流》

主讲：秦超老师

【课程背景】

在当前市场激烈的竞争形势下，为了有效扩张客户群，促进销售业绩的达成，加强营销策略的应用才能保证市场占有率。异业合作作为一种横向营销模式，将处于不同行业、不同领域的企业通过共通的商业目标、同类的目标受众群体联系在一起，以资源互换、整合、捆绑等为主要营销模式，相互取长补短，利用各自优势进行战略合作。异业合作的实施能够带来可观的“有效流量”，降低成本、提高效率、增强市场竞争力，是一种强有力的营销模式。本课程通过大量的案例分析讨论紧密围绕市场实际形势，让学员能够真正的学以致用。课堂上用的案例和建议，都可以作为实际的措施和手段应用到具体的工作中。

【课程收益】

- 了解异业合作的基本概念及核心价值；
- 掌握异业合作的实施策略：两大前提，五大法则和五个方法
- 梳理主推产品，并设定异业合作方向
- 掌握异业合作的执行方式
- 掌握如何通过异业合作有效引流

【课程对象】

销售人员

【课程时长】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

一、什么是异业合作？它有什么特点和价值？

（一）什么是异业合作

1. 何为“异”
2. 何为“联”
3. 什么是“异业合作”

（二）特点

1. 非竞争性
2. 互补性
3. 运作网格性
4. 客户深挖性
5. 利益共赢性

（三）价值方向

1. 流量为王—核心人群资源的共享和置换
 - 拥有共同的目标市场
 - 通过资源的整合实现几个产品或服务的联合
2. 满足共同的目标人群
3. 战略市场开发的联合
4. 盈利模式的互动创新

研讨与分享：我们身边的异业合作案例

二、如何发展异业合作？

1. 选择异业的基本原则
 - 流量大

- 价值匹配
- 易实现
- 需求互补
- 粘度高、频率高

2. 异业合作的方向思考

- 多媒体类
- 智能家居类
- 移动金融服务类
- 健康医疗类
- 局部热点类

3. 异业合作的两大前提

- 品牌的对称性
- ◇ 利用对方的资源
- ◇ 增强竞争优势的效果
- 产品互补性
- ◇ 避免直接的恶性竞争
- ◇ 形成促进作用

4. 成功异业合作的五大法则

- 市场调研工作充分
- 自身以及意向明确
- 合作方的定位明确
- 目标受众判断清晰
- 执行中清晰的流程化和强有力的执行力度

5. 异业合作五个有效方法

- 广告位互换，提升品牌曝光率
- 会员互通，实现客户群体最大化
- 优惠券/消费券互置，协同促销，实现会员转化
- 活动相互支持，深耕联盟关系
- 联盟事项入协议，共同维护双方利益

案例分析：通信行业的异业合作案例

三、如何结合我们的产品发展异业合作与引流

1. 产品→客源”四阶分析

- 主推产品特点分析：功能、技术特点、资费等
- 产品目标客群分析：使用场景、目标人群、场景下的客户思维
- 目标客群服务延伸分析：这类特征的客户会有哪些其他需求，会在哪些场景出现
- 异业对象：具有目标客群的异业商家例举与合作可行性分析

2. 异业合作执行方式

- 推广渠道合作
- 产品内部合作
- 宣传深度合作
- 举办活动合作

实战演练：基于产品的异业合作分析与执行方式设计

3. 异业引流的操作原则

- 趣味性原则

- 利益性原则
- 互动性原则
- 个性化原则

4. 异业引流的具体方式

- 内容引流
- 活动引流
- 利益引流
- 锁定引流