

见实科技 | 艾客
JIJIANSHI | IKSCRM.COM

2024鲜为人知的**赚钱私域内幕** ——极致人效

— 演讲人：艾客联合创始人 清微 —

8年深耕，电商私域，就用艾客

10000+

软件服务客户

300+

深度陪跑客户

亿级+

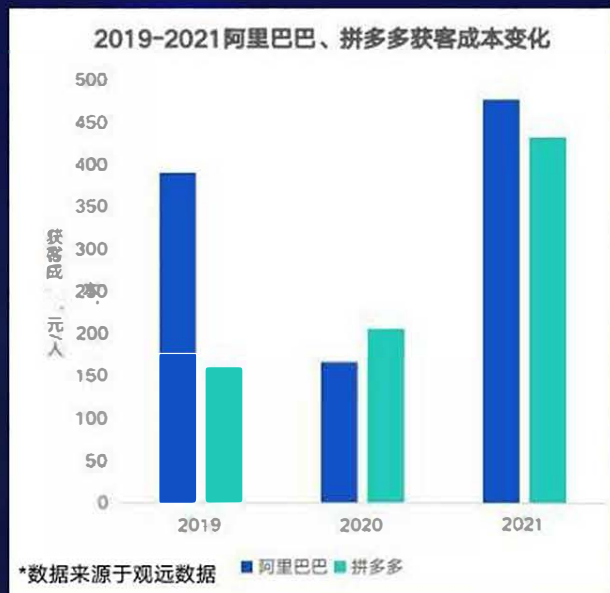
亿级体量全案代运营



2015~2024，从做私域到做赚钱的私域

为什么要做私域？公域获客难、复购率提升难的必然性趋势

电商平台不再是流量洼地、各大平台获客成本持续创造新高、流量红利、新冠疫情等黑天鹅事件频发私域营销几乎成为企业维护会员的唯一出路！



获客成本逐年攀升



各大电商平台的数据加密

如何做赚钱的私域？私域营收怎么算，成本在哪里？

$GMV = \text{流量} \times \text{转化率} \times \text{客单价} \times \text{复购费} \times \text{裂变率}$

裂变体系

会员体系

产品体系

转化SOP

加粉策略

成本 = 吸粉 + 运营 + 营销 + 货物 + 系统

吸粉效率
钩子

绩效薪酬

赠品
红包

供应链

人效

以前vs现在

以前的私域



现在的私域



“潮水退后才知道谁在裸泳”

规模大等于盈利高的时代已成过去式

案例：团队越大就越赚钱嘛？ **NO!**



19



12W



40W+

客户现状

小红书内容引流吸粉
进入私域进行1V1销售

遇到难题

不了解用户

推荐转化率低

触点单一

新客首单转化率低，团队人效低，企业收益低

全新首单转化思路：利用快闪群+私域直播方式，批量转化新客首单，提高团队人效

确定后新粉链路核心目标
提升首单成交转化率

策略关键点1：是否知道新粉丝偏好？

策略关键点2：首单成交如何效率更高

策略关键点3：如何保证首单转化率

设计社群成交、直播成交SOP（社群+直播）

私域IP设计

展示专业珠宝人IP

专业珠宝主理人

①从事珠宝10+年，拥有自家珠宝加工工厂

②日常展示场景：线下几百坪的珠宝专柜

提高新客信任感

首单转化方式

从1V1到社群/直播

首单方式 | 社群进行第一轮转化

①快闪福利社群，结合私域直播，进行批量成交及用户偏好分层；

②团队人效：由20人优化至 7人
优化一周首单成交率：2.11% 19%
首单成交率提高16.89%

建立私域成交机制
获取用户偏好标签

升单复购

1V1跟进筛选高价客户

复购埋点：1V1跟踪服务

①由百元升单千元，由千元升单到万元；

●升单案例：新客首购千元产品，二次复购49800元手镯。

复购机制启动，不断提高成交单价

见实科技
JIANSHI



极致的人效带来纯粹的利润

◎ 做好策略

◎ 算清成本

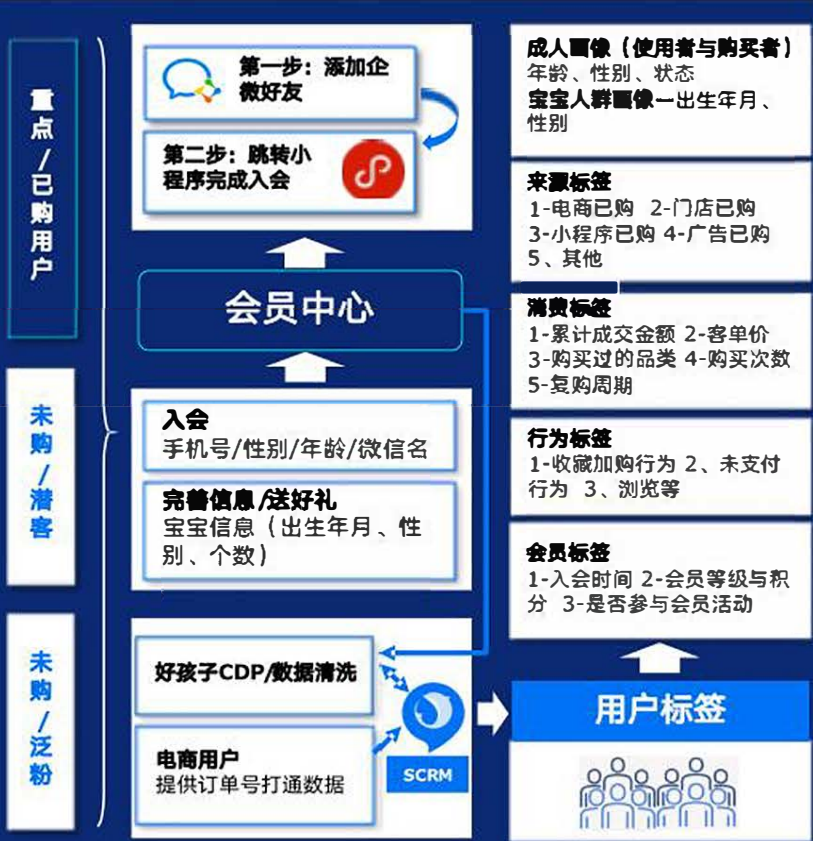
◎ 用对工具

极致人效第一招：策略升级，重塑私域人货场

人-打通吸粉获客渠道



人-用户分层运营



货

场



极致人效第二招：每个老板都必须清楚如何核算私域成本

私域用户规模能有多大？

- 1、可引流渠道
- 2、吸粉率估算
- 3、可吸粉钩子
- 4、粉丝规模预估

私域销售模式？

- 1、私域服务模式
- 2、销售商品价盘设计

需要多少人做这件事？

- 1、0-1阶段组织架构
- 2、1-100阶段组织架构

项目投产比是怎样？

- 1、私域成本构成
- 2、可盈利的销售额
- 3、销售规模化的降本增效设计

私域成本构成

运营团队薪酬

团队成本为私域运营的大头，起步阶段需要用最少人力成本测试盈利MVP

TIPS: 客服/顾问投入数随粉丝增长而增加，借助智能化工具能很大程度减少人员投入

系统成本 SCRM/CRM/CDP/BI

系统本质上为解决智能化数据管理与减少人工投入目的

TIPS: 大部分系统都需要通过运营驱动，项目前期阶段可不需要一步到位配置所有系统，可先跑出模式，再找到适合项目的系统组合

吸粉成本 吸粉钩子+企微收费

吸粉成本主要指用于吸粉的所有成本之和（赠品成本+运费），一般不含优惠券，另外企微加粉收取的0.1元/人也需要一起考虑

营销成本 吸粉成本+赠品+红包

营销成本一般为GMV的5%作为费用预估较为合适

货物成本

货物成本一般用于测算净利

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/548027037073006057>