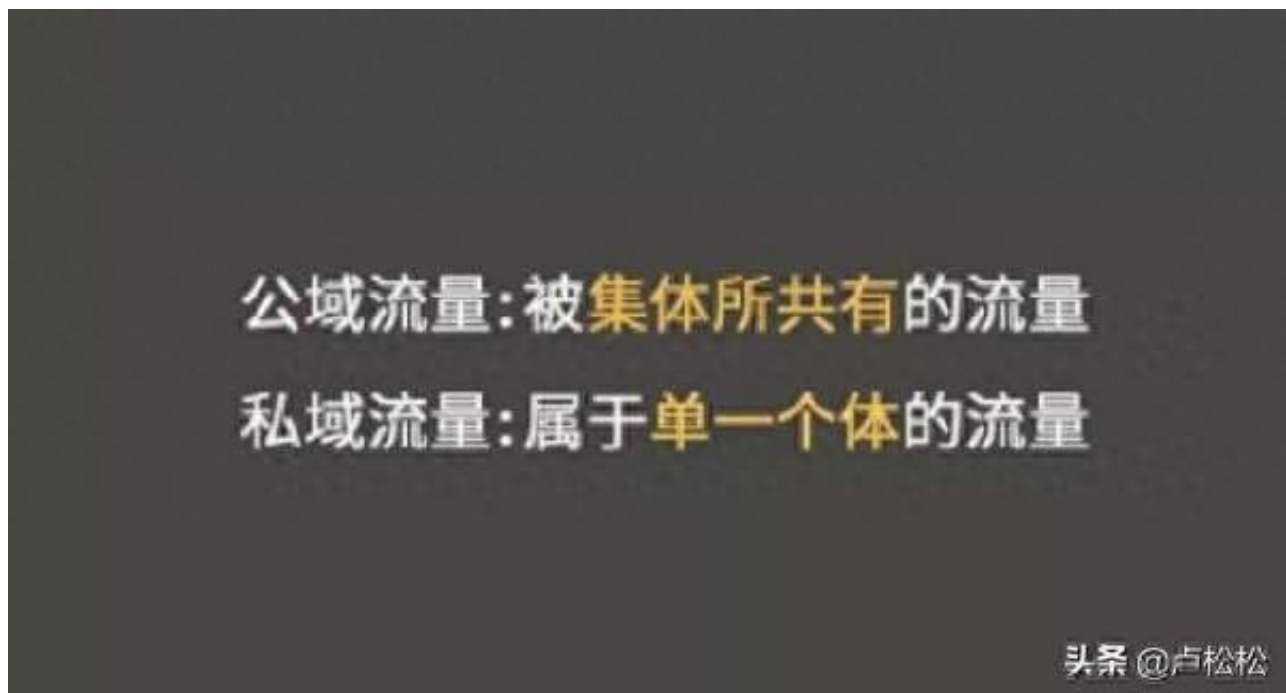


在过去的2019年，互联网圈的十大热词你知道几个？区块链、996、新零售、5G、下沉市场、云计算、物联网、产业互联网、无人驾驶、私域流量。今天作者主要来说说和每一位商家、企业密切相关的“私域流量”。

一.私域流量出现背景

随着淘宝京东等传统电商平台的流量竞争日益激烈和社交电商的日益发展，私域流量应运而生。只要是做生意的，尤其是线上生意，现在想要获取一个流量的成本越来越高，可能是早期的5倍、10倍，而且很多企业即使是付出了高额的引流成本，但是依然很难获得精准的流量，这个时候“私域流量”的价值优势就逐渐凸显出来了。

那么到底什么才是私域流量呢？



了解了私域流量，很多人就会有疑问：

私域流量怎么获取呢？

企业或者个人怎样才能打造自己的私域流量池呢？

接下来作者就来说说怎样全网引流精准粉丝，打造自己的私域流量池，一定要耐心看完，全部都是干货。

三.如何打造私域流量池

想要拥有自己的私域流量池，就必须学会全网去引流精准粉，不断地积累和沉淀粉丝。不主动去引流，在现在的大环境下，想要有自己的私域流量，是非常困难的，而且你还要求有质、有量，那基本是不可能的事，只有大量、批量去各个公域流量平台引流，不断地把公域流量转化为私域流量，你才能实现打造一个稳定、高质的私域流量池。

有些人就问了，全网平台那么多，自己时间精力有限，不可能真的全部平台兼顾，有什么推荐的平台呢？确实，即使你不是个人，你是团队甚至企业，都是无法做到每一个平台兼顾，就算能，那也完全没必要，因为我们要做的是“全网捕捞，重点撒网”。接下来直接上干货，作者分别从四大类平台，给大家说说全网引流精准粉的方法。

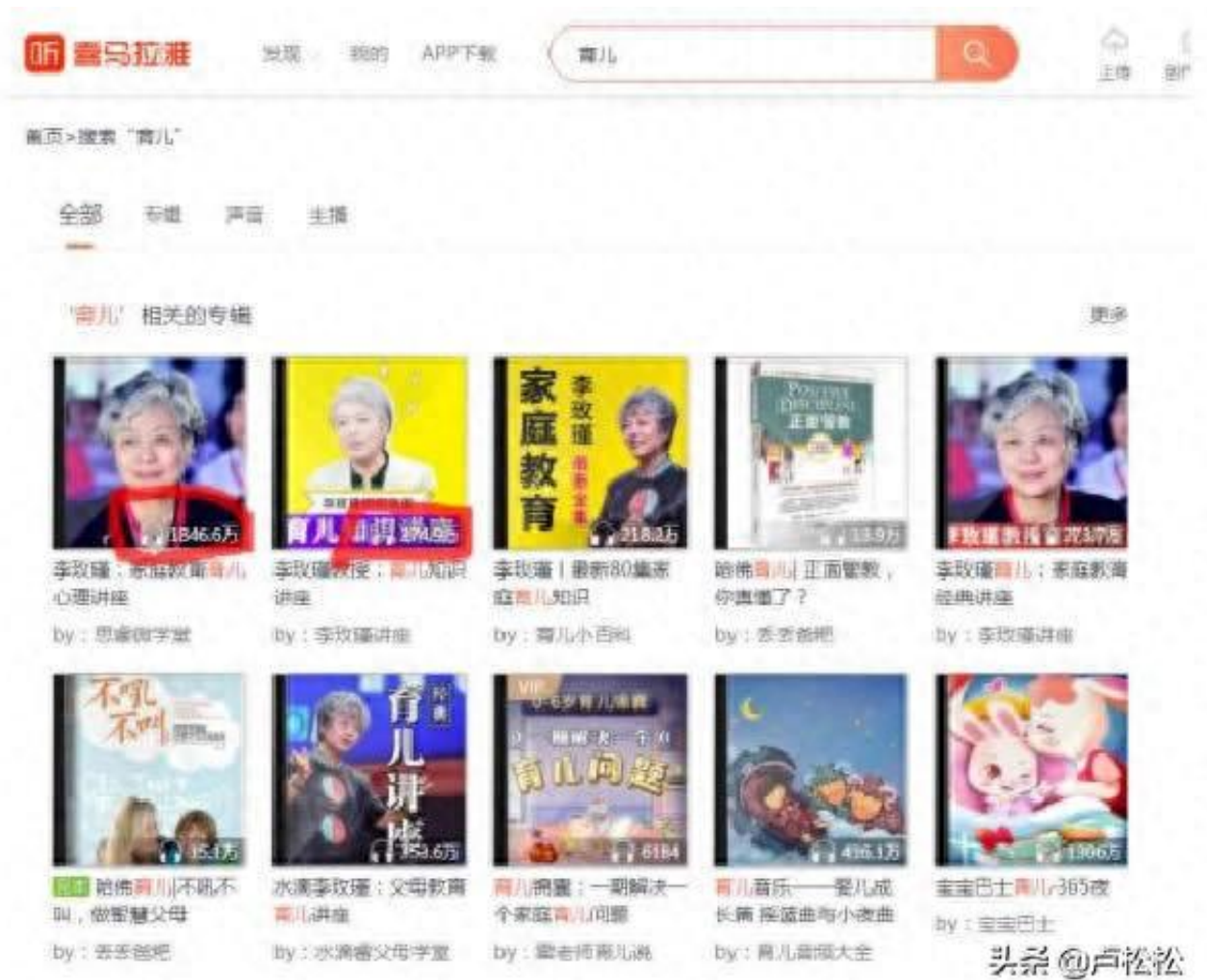
1. 高权重平台

首先要说的就是高权重平台，高权重平台是什么？就是百度会给所有网站进行综合评价，给与0-10分的打分，分数越高，权重越高，权重越高，你在平台内发文排上百度首页的几率就越高，引流效果就越好。

知乎、豆瓣、简书

，这3个是必做的高权重平台，尤其是知乎。

百度权重高达“9”，只要在上面发布内容，在百度的收录非常好，例如，百度搜索“微商引流”，排在首页第1和第2的就是知乎的相关文章，只要你内容质量足够吸引人，引流是妥妥的，而且知乎内部流量也非常可观，主要是粉丝质量高，付费意识高，作者之前批量做知乎，每引流10个人，基本就能成交2-4个人，粉丝的精准度与成交率是很多平台不能比的。



四.私域流量打造成功案例

说了这么多引流渠道，肯定有人心里想：都是纸上谈兵，自己实操起来肯定落不了地，而且玩不起来。接下来就看下几个玩转私域流量的成功企业案例。

1.完美日记

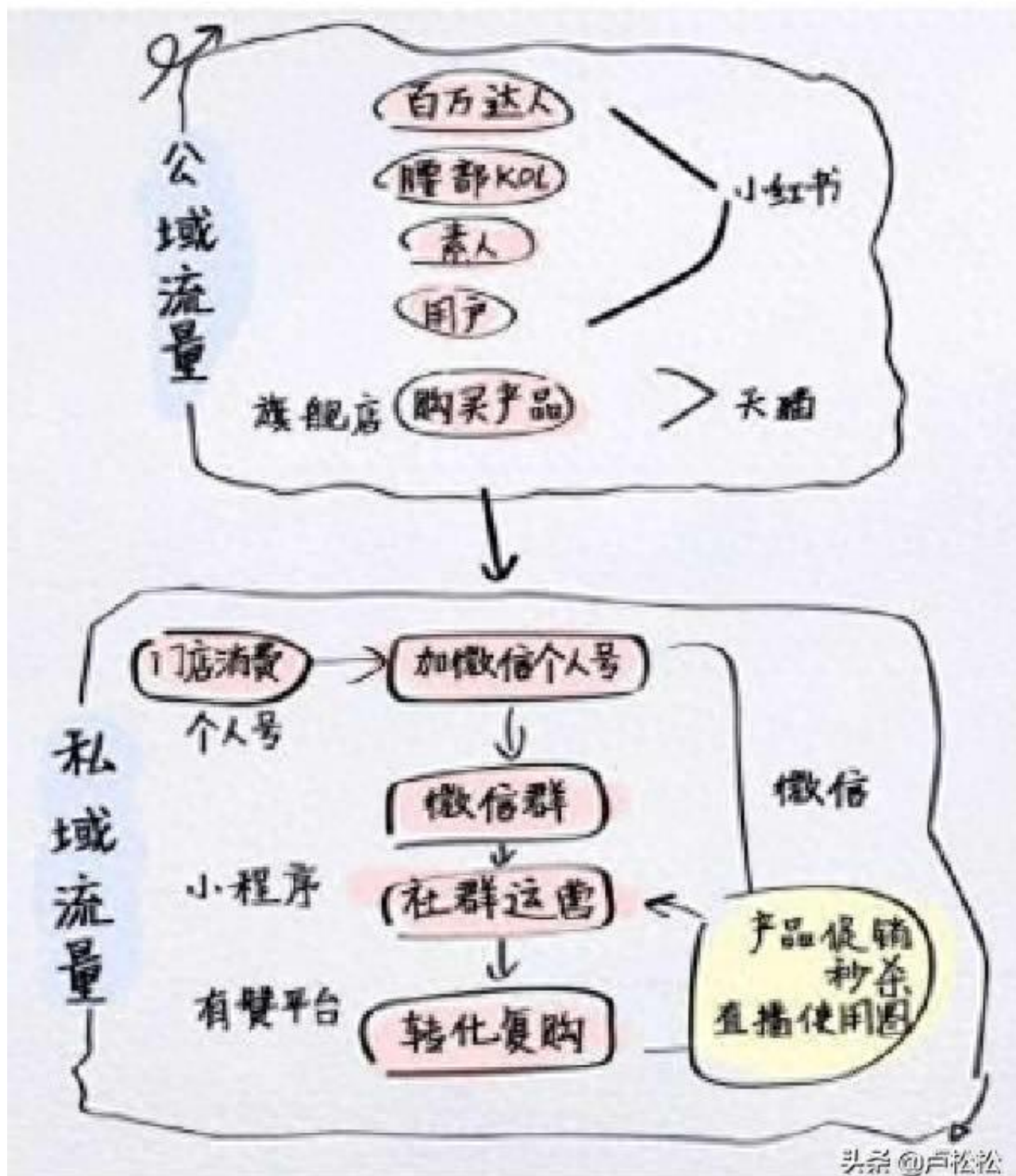
说到玩转私域流量的案例，就不得不提美妆行业的“完美日记”。完美日记的获取私域流量的方式主要分为两种：

第一种：线下门店引流

通过线下门店送福利引流的手段，引导到店的顾客添加微信一个号成为好友，而这个微信好友就是已经被打造成小IP的小完子。



成功引流到私域流量池后，接着就是套完整的“组合拳”。首先是小完子这个微信朋友圈被打造成一个喜欢化妆的女生日常，每天都会更新2-3条化妆日常;其次就是社群里每天都有活动，例如：促销、节日抽奖、直播等等;最后，最可怕的是，小完子还拥有自己的同名小程序“完子说”，打造私人美妆管家。这样一套组合拳下来，基本很难有人抗下来。



2.阿芙精油

去年九月，C2CC上一篇《做精油的阿芙杀回来了!马迷纯露抖音月销5000万 | 疯狂的流量口》引起了很多人的关注，作者仔细看完，核心意思就是阿芙也玩起了私域流量，而且还玩得很不错。所以，作者另外一个想要给大家分享的的就是阿芙精油的

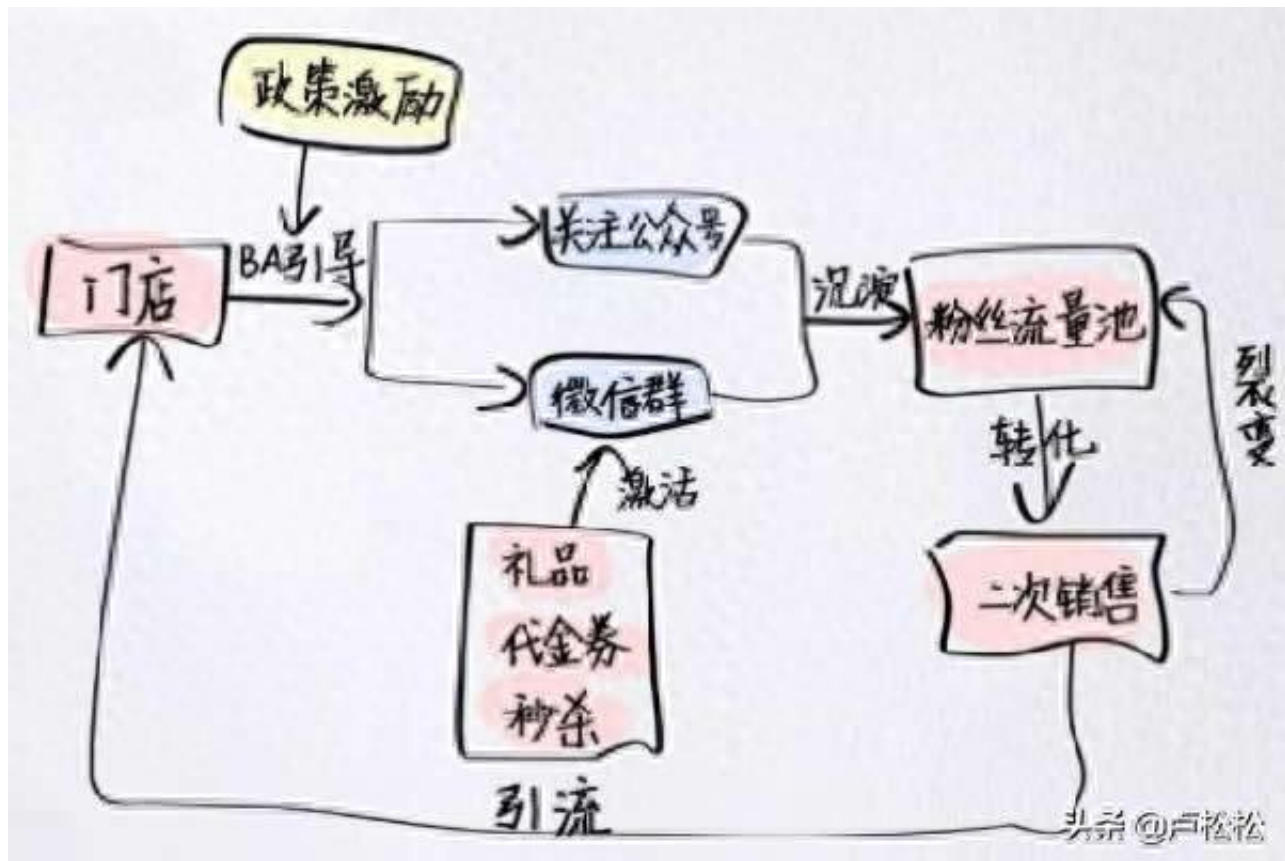
案例了，其实打法基本上和完美日记大同小异。

第一步：线下导流

同样的线下门店二维码/BA(产品经理)引导客户关注阿芙精油公众号，完成线下客户的引流。



其次，在小红书、百家号、知乎、腾讯、优酷等等全网去软文、视频推广，那段时间不管是刷视频还是文章，基本都能刷到“马迷纯露”，基本实现了全网霸屏引流。



以上2个案例完全想要复制他们的成功，可能大部分人没有这个资金和能力，虽然他们的成功，我们不一定能够复制，但是打造私域流量这个趋势我们要认清，这个模式可以借鉴。

五.总结

最后，作者想要告诉大家的是，现在流量成本在不断提高，打造私域流量是未来电商的一个必然趋势，有了自己的私域流量池，我们可以从把一个商品卖给一万个人，转变为把一万个商品卖给一个人。现在像阿芙、完美日记这样的大公司已经开始行动起来，而作为创业型公司甚至是个人，我们只要能将小而散的流量聚合起来，就能有做生意的机会。

作者：准哥

来源：卢松松博客，欢迎分享