

做好私域裂变

# 教你八个

## 重要的活动经验



**第一**

# 1个付费用户 顶20个免费用户



- 付费用户自带口碑溢价
- 例如：一堂付费课拉来了100个付费用户比免费礼物拉来的2000个用户产生回报收益会更高，效果更好

## 第二

## 裂变越早玩成本越低



- 玩裂变、需趁早
- 例如：你的行业还没人玩社群裂变，现在加入不仅可以降低成本，成功率也高



## 第三

## 一个活动对应一个目的



- 不要总想着用一个活动可以满足所有客户的需求；  
不要总想着用一个活动拉新客户又要讨好老客户
- 一个活动只确定一个目的, 定好一个目标

## 第四

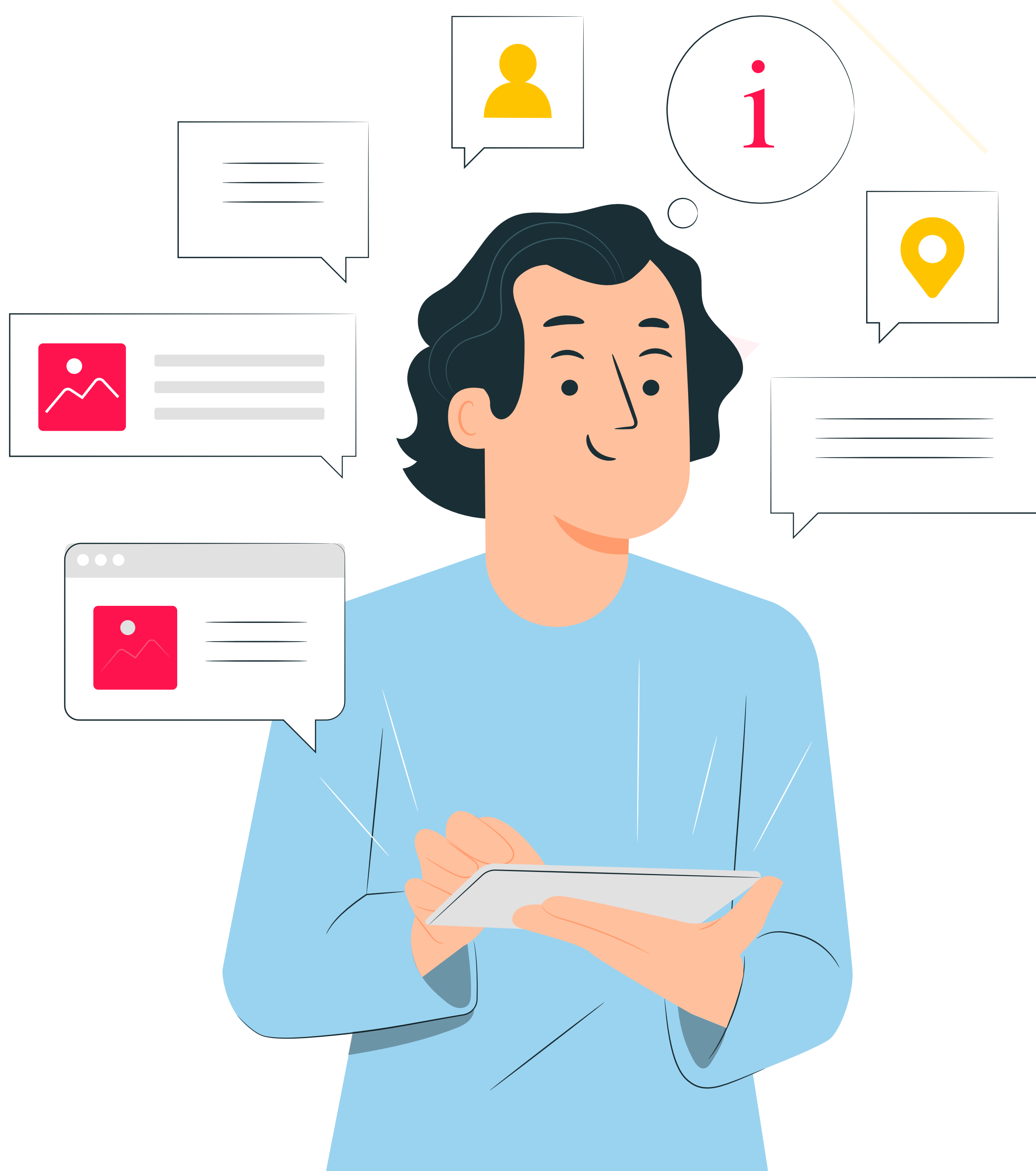
## 诱饵就留一个



- ❶ **千万不要**在设置裂变诱饵时, 既有分销又有打卡退款
- ❷ **因为一旦被客户发现小漏洞**, 会被有心人搞到亏至毛都不剩
- ❸ 裂变诱饵**只放一个**, 不建议放超过一个诱饵

## 第五

## 裂变海报和详情页要提前做好



- ❶ 在为裂变活动设计海报时，**一定要提前按照流程准备好所有的海报，然后按照流程执行就好**
- ❷ 如果没有将海报策划好，一旦活动开始只会让你**陷入一直改海报的循环以及困境**



## 第六

## 私域运营人员



- ❶ 1个微信号1天只能扫码加入10个微信群
- ❷ 最好让小女生负责这个职位,特别是社群运营人员,因为没人会抗拒小女生提出的要求

## 第七

# 千万不要有放长线钓大鱼的想法



- ❶ 裂变社群生命周期比较短, 时间一长, 客户的新鲜感减少就会慢慢流失
- ❷ 建议将裂变社群里的用户都引到个人号去, 减少流失



## 第八

## 裂变活动中的任务要有进度条



- ❶ 在引导用户完成任务时,一定要利用进度条提醒他们
- ❷ 当用户看到完成一半以上的任务时就不舍得放弃,直到任务完成为止