



启博代运营解决方案

国内头部私域运营服务商





通过技术、营销、运营、服务整合，
服务12万付费商家、60万注册客户、500+ 品牌与1200家生态合作伙伴！

启博私域运营团队，是国内头部私域运营服务商，以品类、用户与互动场景为核心，提供私域商业战略咨询、私域社群动销、招商引流、流量推广、代理商培训等全方位一站式私域服务，助力合作品牌与企业打造新零售商业体系，沉淀私域流量，实现生意起盘落地，倍式增长。

核心竞争力：

各品类头部企业新零售方法论

垂直行业私域操盘手团队

调研-策略-运营-数据分析体系化私域运营保障系统

精细化SOP与培训赋能

启博新零售核心运营团队



子桐

百亿级项目新零售操盘手；
8年私域运营实战经验；
社交新零售早期领头军之一；
操盘蒙牛新零售上线2天销售突破60W
操盘中国石油上线24小时突破1053W
创造一场线下招商会收单2000W



大鹏

熟悉私域运营玩法
5年社交电商行业经验
曾一站式操盘服务王老吉、雀巢咖啡、张裕葡萄酒、麦吉丽等知名企业；
社群极速动销3天成交124W
启博运营课堂首席讲师



KAKA

熟悉互联网用户生命周期，致力通过用户生命周期进行活动策划提升用户复购与频次
曾策划过10W+家商户活动，打造5000W交易流水峰值。
活动裂变引流率300%；
擅长：用户运营、活动运营、数据分析；
娃哈哈多多项目上线活动3天突破300w；



若夕

社交电商顶层模式架构师
千万级核心项目操盘手
社交新零售行业第一批从业者之一
启博商学院创始人/金牌讲师
擅长帮助传统企业、线下经销商设计新型商业模式、商务对接谈判
曾服务蒙牛、娃哈哈、欧普照明等知名企业模式搭建、资源梳理



王笛

多年广告公司品牌打造经验，曾服务联合利华、万科地产等
4年品牌营销策划经验
擅长：品牌打造、新媒体投放运营



伊诺

多年视觉品牌打造经验，善于把理念和营销思维结合
浙江卫视新蓝网、阿里合作龙游通项目、人工智能OM媒体大脑项目视觉负责人
阿里巴巴千牛卖家工作台视觉架构操盘手
擅长：品牌视觉打造、营销设计

启博新零售核心讲师团队



云溪

资深社交电商模式分析师、服务企业：哇哈哈、浪莎集团、柠檬绿茶等，拥有丰富的企业商业模式设计经验；



若凡

资深运营导师，8年电商实战运营经验，服务过蒙牛、鸿雁电器、温氏股份等知名品牌；



叶青

8年互联网从业经验，启博资深系统专家，擅长商业模式设计，系统运营指导，有丰富的实战经验；



云澜

6年电商从业经验，熟悉社群团购运营玩法，曾就职于阿里巴巴，擅长医药行业电商运营解决方案；



叶子

启博课堂金牌讲师，擅长帮助商家快速搭建店铺，整合商家资源，制定运营方案，提升店铺经营质量；



道法

4年社交电商运营经验，擅长精细化运营与搭建微商城体系，帮助线下门店打造自己的社群；

启博新零售运营保障

用户增长中心

活动策划中心

投放推广中心

设计/技术团队



PART 1

私域背景与代运营介绍

Private domain background and private domain introduction

我们解决哪些私域难题？

What private domain problems do we solve ?

当前企业困境



缺乏战略

企业顶层架构模糊不清



团队搭建及培训

如何搭建团队及对应的
绩效指标



线上线下招商困难

传播渠道狭窄，策略僵化



运营体系不知如何搭建

活动运营、数据分析、产品运营



社群难活跃

社群扩张慢，运营不活跃



模式设计不知如何搭建

各层级模式构建难

当前运营痛点



效率低

私域导流效率低
获客成本高



产品乱

产品品类策略跟不上



无效果

运营难度大
私域用户不活跃



裂变难

粗放运营
缺乏引流裂变方法



招人难

自建团队
找不到合适的运营人才



缺方法

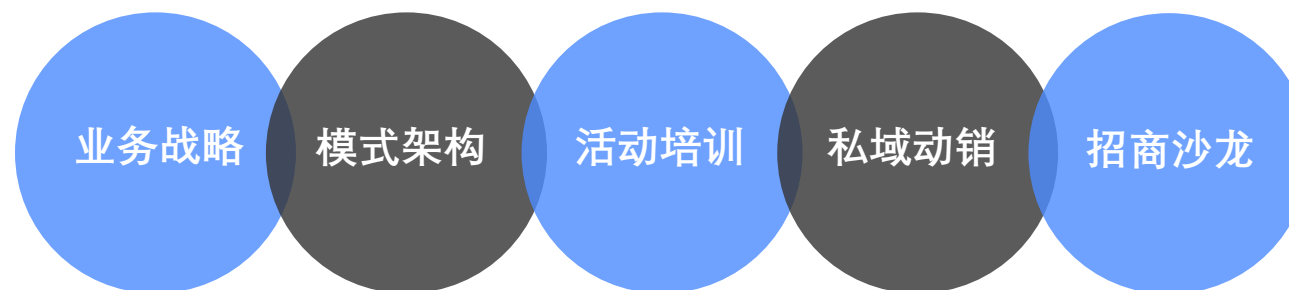
私域运营打法模糊
走弯路

剖析私域需求，让品牌难题迎刃而解

Analyze the needs of private domains, so that the brand problem can be easily solved



私域运营，是品牌业务的核心



•商业战略

市场形态
私域战略

•模式架构

商业顶层模式
团队架构搭建

•社群私域策略

私域流量运营
日常社群营销

•活动培训

私域线上培训
活动策划方案

•传统招商

发布会
沙龙会

•新型招商

短视频招商
直播招商
公域引流

•动销

活动销售策略
活动销售运营
产品终端策略

社交电商

社群经济

品牌流量

新零售

私域电商

微商市场

适合人群

Suitable for the crowd

老微商

不懂商业知识，不懂运营、不懂品牌、不懂策划，导致团队或项目遇到瓶颈，不想被大品牌整合，又找不到方向，不知道如何突破代理。

品牌创业者

没有合作伙伴，自己一个人生产、运营、管理太累，打法陈旧、团队运营及营销能力差，回款慢、团队不温不火，濒临死亡。

老网红

IP难复制，IP标签带货范围窄，娱乐流量直接转购买难，粉丝触达方式单一、变现周期太长、个人难长久坚持、商业模式不可持续。

渠道门店

房租、工资、区域决定了规模具有局限性。消费者忠诚度较低，无法持续在门店消费，门店等流量的日子已经一去不复返。

传统电商平台

电商（淘宝、京东等）平台方/商家：公域流量，一次性使用权，流量一次性成本高、无粘度、消费教育难。

原材料工厂等

工厂：订单不稳定、养工人买设备等资金投入大，回笼周期长、利润微薄

代运营十大模块

Ten major modules of agent operation





PART 2

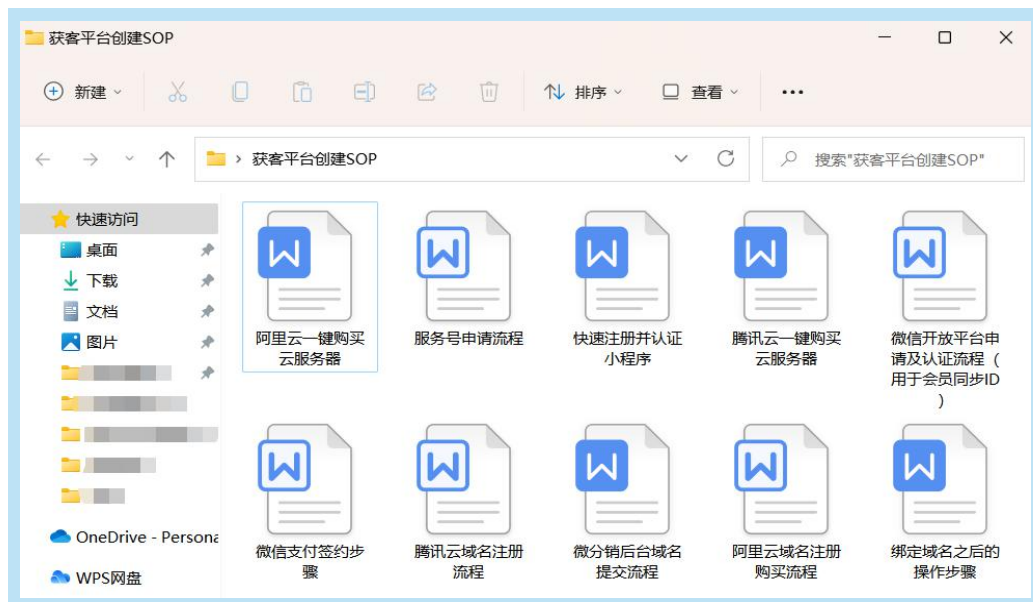
私域代运营与执行案例

Private domain operation and execution case

01. 线上运维渠道全面布局

Comprehensive layout of online operation and maintenance channels

获客平台创建SOP



获客平台创建八大服务板块

微信公众账号申请

微信公众账号认证

微信小程序申请

支付通道申请指导

域名注册指导

域名备案指导

微信公众帐号/小程序管理服务

云服务器购买指导



02. 品牌定位

Brand Positioning

招商项目书

- 用户定位
- 平台定位
- 品牌故事简述
- 企业实力
- 产品体系
- 加入理由
- 资源分析
- 业务梳理

企业资源分析

- 公司背景
- 发展史
- 资源
- 品牌现状
- 营销及渠道现状



03. 顶层模式架构及定位方案

Top-level model architecture and positioning scheme

>>> 社交新零售模型构建

成果

- 商业模式设计
- 分润模式解读
- 项目思维导图
- 模式讲解PPT制定
- 商城模式配置
- 模式测试并输出测试指导文档

方式

- 全天候微咨询
- 线上培训
- 线上/线下指导会议

- 层级数量及价格设计
- 会员制门槛设计
- 共享店主设计
- 奖励机制设计
- 模式讲解模板和知道
- 模式优化与调整
-

例:

级别	价格	门槛（元）	X月活动门槛	晋级门槛	奖励
总代	10%	10-30万元左右	策略：高门槛，低收入 一折招X 半门槛招X 三盒招X	培养X人可升级股东 推荐X人可升级总代 推荐X人可升级联创	团队奖+招商奖+业绩返利
省代	10-20%	1-5万元左右			平级推荐奖，建议关联2级或1级
一级	20%	2000-8000元左右			零售差价
VIP	30-50%	300-2000元左右			团队优惠

注：“代理收入来源”=层级差价+招商奖励+团队业绩分红

04. 社群运营实操

Community operation practice

落地可执行
方案

流量裂变运营框架

社群属性说明:

代理群: 代理群, 进行课程培训、PK赛、福利群运营培训、人员招募、产品推广、引导成交、成交

时间	类型	内容	针对社群	负责人	运维人员提交内容	备注
4月10日	前期准备工作	系统搭建、系统测试、系统部署	项目群	小马	系统测试报告	
		设计裂变海报及活动	项目群	武德修	海报及详情页	裂变海报、产品礼包确定
4月11日 0:00	核心群动员	裂变活动、裂变、裂变、裂变	核心代理群	马领导人	引导	
	前期招募报名	裂变活动、裂变、裂变、裂变	核心代理群	马领导人		报名截止时间10号中午12点
	分组	12点报名截止、分组、分组、分组	团长指挥群	运维人员	报名统计表	
4月11日 12:00	团长指挥群	12点建群、建群、建群、建群	团长指挥群	运维人员、品牌方负责人	欢迎仪式	
	团长建群、提交群二维码	团长建群、提交群二维码、提交群二维码	团长指挥群	运维人员、团长		
4月10日 14:00	建立系统任务	建立系统任务、建立系统任务、建立系统任务	项目群	小马		按照报名表分配
4月10日 16:00	活动步骤及活动流程	活动步骤及活动流程、活动步骤及活动流程	团长指挥群	廖金科、运维人员		
4月11日 0:00	开幕	10点在团长指挥群, 举行开幕仪式, 通知裂变二维码发放时间及领取方式	团长指挥群	运维人员	开幕仪式	
4月11日 0:00	培训过群运维	培训过群运维、培训过群运维、培训过群运维	团长指挥群	小马		

流量裂变SOP方案

社群属性说明:

代理群: 代理群, 进行课程培训、PK赛、福利群运营培训、人员招募、产品推广、引导成交、成交

时间	类型	内容	针对社群	负责人	备注
5月8日	前期准备	宣传海报、宣传海报、宣传海报	代理群	品牌方负责人	
5月9-11日	持续招募	代理群进行招募、代理群进行招募、代理群进行招募	代理群	品牌方负责人	
	建立团长群	建立代理团长群、建立代理团长群、建立代理团长群	代理团长群	运维人员、品牌方负责人	确定招募截止时间, 完成招募才可入群
5月9日	提供招募单	提供招募单、提供招募单、提供招募单		品牌方负责人	
	建立团长群	根据招募单建立团长群、根据招募单建立团长群		品牌方负责人	
	建立小组群	根据招募单建立小组群、根据招募单建立小组群		品牌方负责人	
5月10日 19:00	动员会	杨总进行动员会、杨总进行动员会、杨总进行动员会	代理团长群	杨总	需提供20-30产品资料
	开幕仪式	开幕仪式、开幕仪式、开幕仪式	代理团长群	运维人员	
		群内仪式感, 刺激出单			
		群内招募时间: 9:00-11:00			
	第一阶段:	群内招募时间: 9:00-11:00			

品牌属性及产品定位分析

代理微信群活跃度调研及分析

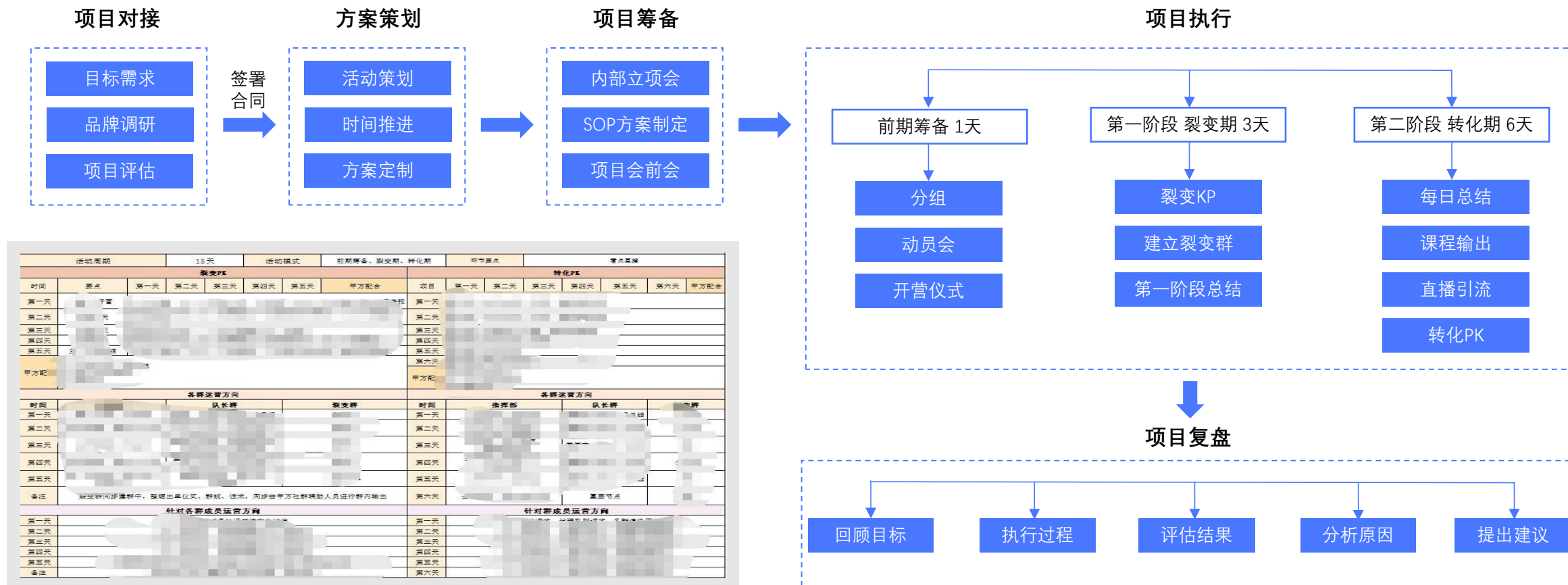
人员分工安排及细节确定

引流产品、课程安排、活动时间确定

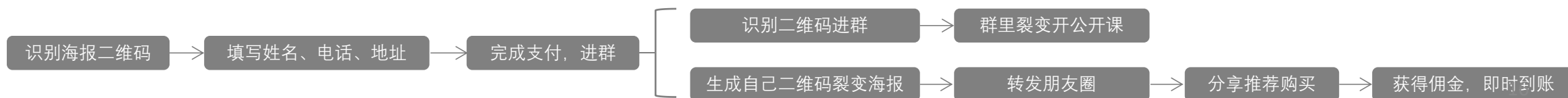
社群成交转化方案制定

04. 社群运营实操

Community operation practice



引流裂变活动流程图



Community operation practice



你的私域增长顾问

我们的运营方法论

运营计划（活动）

[illegible][illegible]

运营计划 (月)

运营节奏 时间节点 营销主题		日常运营迭代							
		上线前准备		6月	7月	8月	9月	10月	11月
		上线前2周	618活动大促	活跃用户调研	七夕活动大促	中秋活动大促	国庆送好礼	双11活动大促	
社群运营	执行内容	准备社群欢迎语物料 准备社群赠送福利	社群商品推送	社群商品推送 活跃用户招募	社群日常推送 秒杀商品开场/倒计时提醒				
	频次		每天10次						
核心社群运营	素材类型		文字+图片+小程序卡片						
	执行内容			访谈用户(了解用户需求)					
个人号运营	频次			每天1次					
	素材类型			问卷调查					
	执行内容	准备个人号欢迎语物料 准备个人号赠送福利	个人号日常推送	个人号日常商品推送 活跃用户招募	个人号日常推送 KOC招募	秒杀商品开场/倒计时提醒			
	频次		每日3条朋友圈推送						
	素材类型		文字+图片						
服务号配合	执行内容	准备服务号欢迎语物料 准备社群联动服务号图文/贴片物料	准备活动推文/贴片物料	推送活跃用户招募推文	活动推文 KOC招募推文				
	频次		每周1条						
线下渠道配合	素材类型		图文						
	执行内容	准备线下宣传物料	引导用户进入私域						
	频次		每天						
	素材类型		海报/台卡/展架						
	执行内容	确认第一顺位宣传商品 准备商品相关的物料 商品上架商品的推送技术 商品对应的贴片广告/小程序卡片/促销物料 内容/小程序的落地页信息	基于数据的交接，进行商品整理选择 根据商品相关的反馈和物料品上架 商品对应的推送技术 商品对应的贴片广告/小程序卡片/促销物料内容 小程序的落地页信息						
日常-选品	频次		每周						
	执行内容		通过已有的数据找到目前业务存在的问题 提出相关的假设，并开始做实验验证进行计算 针对问题的点调整，进行无相关性的设计 提供实际可行的用户体验，准备各个环节需要的物料 上线后收集数据，并与同期数据、预期数据进行对比 得到实验结论						
日常-实验	频次		每周						
	执行内容		及时复盘推前/售后相关的问题 将推前/售后相关问题进行归类归纳 针对比较高频的问题给出解决方案						
日常-售前售后	执行内容								

运营计划（日）

日期	排期时间	商品名	代参二维码	参数链接	备注	小程序标题	形式	话术	图片
2021/7/2	周五	8:40	早间签到		pages/market/signforward/index?	周五啦~记得签到领取今日份积分啦~	早安图片/文字/小程序签到	7月2日# XXXX与你的一天# 一些美好正在井然有序地发生着~ XXXX夏日活动火热进行中!划重点!【每日签到】有礼,E【悠闲一夏】指定服饰、鞋品专享直降优惠,多买多优惠~ 夏日炎炎,爆款好物折上折(♥♥♥) 火热度夏,尽在#XXXXX,更多优惠福利等你来享	
		9:40	防晒系列		'pages/shop/customer?id=13103080	全场2件8折,特价折上折,各式防晒衣、雨伞、帽子一应俱全	XXX防晒专场来袭~	全场2件8折!安心出去浪吧 XXX狂暑季#防晒专场# 全场特价折上折 【防晒衣】肤感冰凉,高倍防晒 【防晒袖】轻松贴合,柔软舒适 【防晒帽】内里收汗,爽肤个性 【遮阳伞】轻量无感,自在出行 	
		10:40	H14W1514						
		11:40	包包会场						
		14:40	F01W1635						
		16:40	H65M1622						
		17:40	F19W1618						
		18:40	鞋品75折会场						
		19:40	活动宣传						

04. 社群运营实操

Community operation practice

通过会员体系提供全方位服务
打造完善的会员成长平台
做好社群节奏把控

等级

设定门槛，给予会员身份认同感
成长值（购买或行为）升级
高等级VIP会员专属特权

权益

权益要有真正的价值
初级会员有每周免费领一款礼品
高等级有尊享权益、专享 客服等服务
不同等级的权益要拉开档次，有升级

任务

通过任务引导会员行为促进活跃度
与复购任务送积分和优惠券
任务学习游戏玩法，有基本任务，
有难度任务

积分

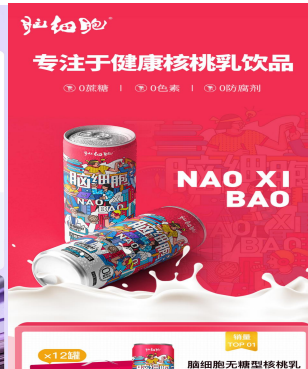
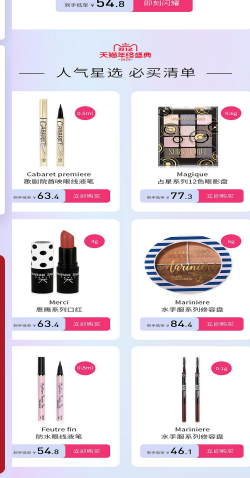
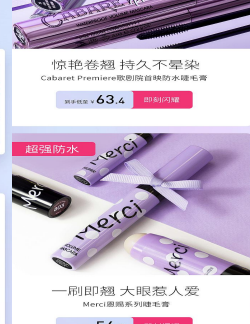
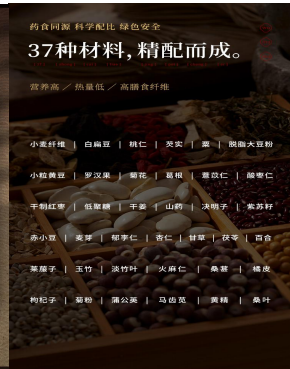
积分要有价值，最好就是积分
直接抵现，积分抵现可设置上限
多倍积分玩法，与等级挂钩



核心会员服务体系打造

05. 视觉输出

Visual output



06. 培训运营



线上培训/直播

2022借势而上

私域 + 直播 引爆零售新业态 势在必行

若凡

资深运营导师

8年电商实战运营经验，服务蒙牛、鸿源、伊利、蒙氏股份等知名品牌

叶子

启博学院金牌讲师

擅长帮助商家快速搭建阵地，整合商家资源，制定运营方案，提升经营质量

今日分享

2021，盘点那些疫情催生的热门职业

公域沉寂的背后必然迎来私域流量的爆发

如何做好公转私？一起解读他们的破局密码

2022，教你深度玩转私域+直播，做好私域阵地的长期主义

直播时间：12月23日 19点30分

即刻扫码预约，锁定营销秘籍

直播时间：12月23日 19点30分

即刻扫码预约，锁定营销秘籍

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

如何写出攻心文案

免税达人孵化营

讲师：千柏

- 亦祺尔久品牌赋能导师
- 启博云顶层模式架构师
- 曾服务蒙牛、娃哈哈、张裕葡萄酒等知名企业
- 擅长帮助传统企业、线下经销商设计新型商业模式

开课时间：2021年07月01日(周四)

开课地点：微信群

直播时间：12月23日 19点30分

即刻扫码预约，锁定营销秘籍

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

五步！万能成交公式

私域电商之路 成交为上

全方位精准把握客户痛点 彻底解决客户抗拒点

子桐老师

俏礼导师团

百亿级项目新零售操盘手

七年私域运营实战专家

10月22日 晚上20:00

开启你的掘金秘籍

直播时间：12月23日 19点30分

即刻扫码预约，锁定营销秘籍

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

2021 09/24 中国 杭州

社群+直播+分销模式解析，私域运营的那些事儿

课程预告

大鹏：《私域流量社群运营》

--线上社群IP打造，品牌方结合线上商城如何引爆私域流量

云溪：《私域电商提升企业运营效率》

--帮助企业构建以会员为核心的资产业务新增长引擎

玄子：《2021财富风向标：社群+直播开启新零售新旅程》

直播时间：12月23日 19点30分

即刻扫码预约，锁定营销秘籍

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

企业运营私域流量

如何利用社群团购快速爆单？

直播时间：

3月23日 周二

19:30-20:30

课程内容：

- 1 如何理解私域流量
- 2 深度解析社群制度模式
- 3 火爆全网的社群运营技巧
- 4 不得不学习的社群运营工具

关注启博云直播

直播时间：12月23日 19点30分

即刻扫码预约，锁定营销秘籍

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

5055' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛' 蒙牛集团总裁助理+蒙牛'

06. 培训运营

Training operations

>>> 线下培训会议

- 小白特训营
- 零售篇
- 工具使用篇
- 朋友圈/社群营销篇
- 引流推广篇



- 转化招商篇
- 团队/社群从0到1，一键复制
- 20天导入自动赚钱的团队/社群门店系统
- 讲师培养篇、领袖魅力IP打造篇



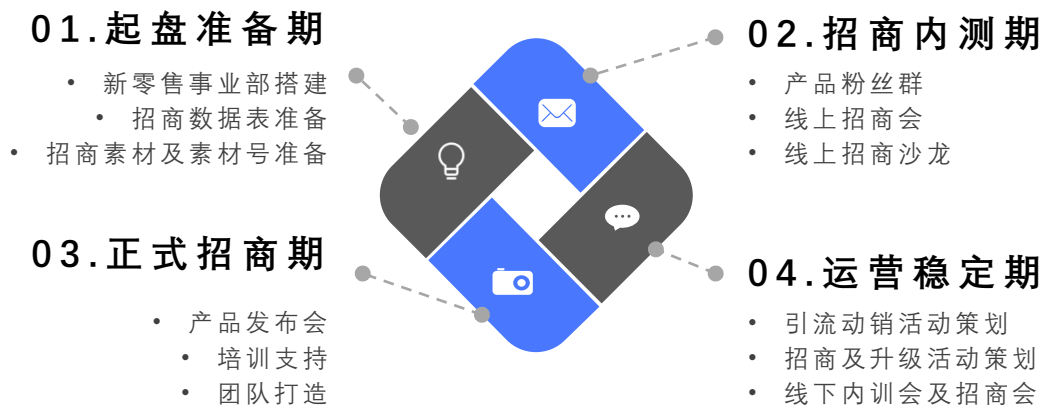
- 社交新零售财富风向标
- 各行业如何嫁接社交新零售思维让业绩倍增
- 如何写出攻心文案
- 6步变身社群销讲达人
- 6招打造让人持续买单的朋友圈
- 5步万能成交公式
- 3步打造引流体系
-

- 培训体系搭建
- 员工培训
- 代理培训操盘手培训

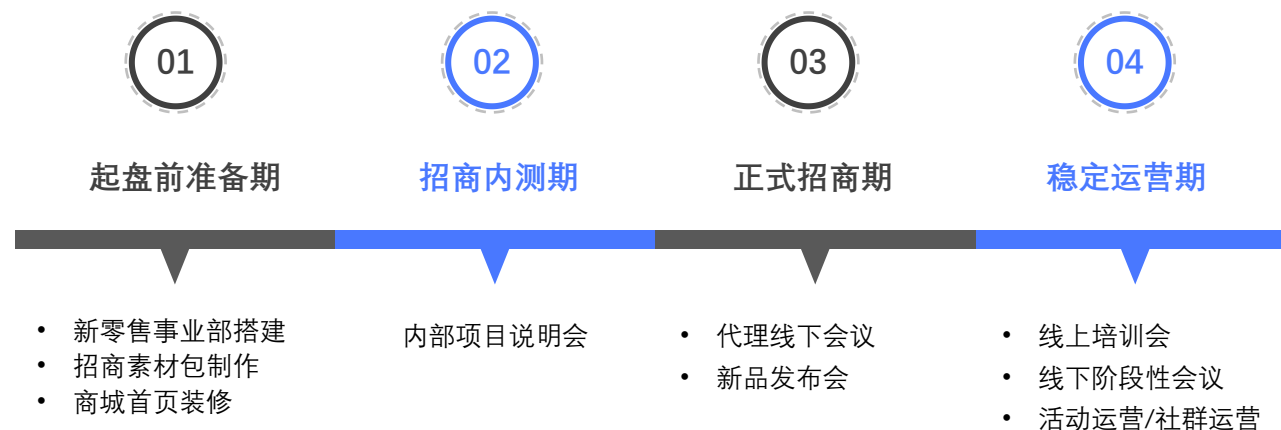
- 培训体系设计
- 培训计划制定
- 培训课程研发



>>> 工作规划



团队运营	每周活动爆点	每月活动爆点
	每季活动爆点	逐级活动策划



品牌运营	年度运营目标设定	年度运营目标分解
	年度运营阶段划分	整盘规划指导

07. 招商运营

Investment Operation

线下招商支持

- 为代理商、品牌方双线赋能;
- 分销+订货商模式;
- 撰写招商项目书及财富演算;
- 打造新品发布会;
- 策划招商模式及流程把控;
- 现场站台支持, 招商谈判支持;



轻松回款200万



线上招商动销

- 代理动员
- 活动启动
- 直播裂变工具操作
- 引流招商策略赋能
- 流量成交转化



成交突破千万



08. 直播运营

Live operation

中国石油

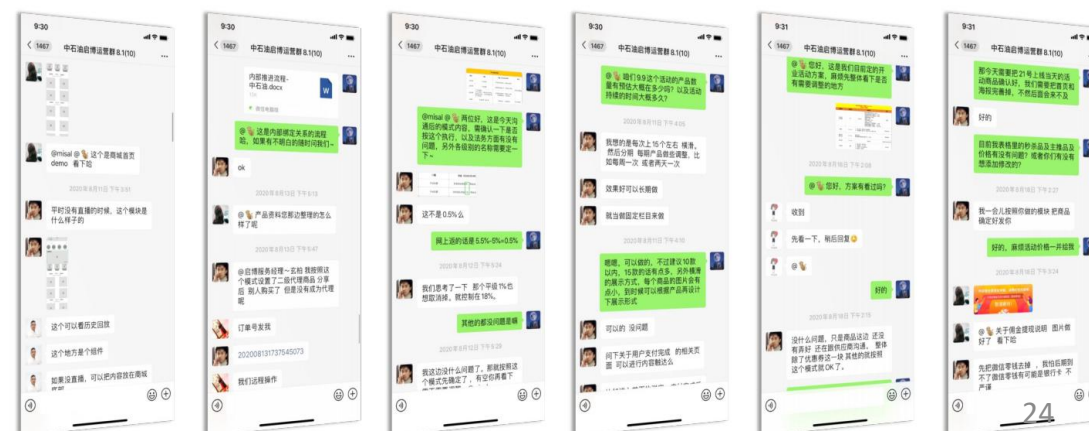


项目亮点：人车核心入口+线下服务+线上营销+拍对联动直播

客户需求：传统业务增长受阻，非油类商品增长乏力，亟需新突破

解决方案：提供货源+千店直播联动+扶贫助农计划

服务效果：开业首日销量**10535874元**；新增用户量**31816人**；



商城快速起盘

渠道流量调研

用户需求洞察分析

产品筛选策略

- 种子用户搭建
- 站员 站长 区长 车主
- 直播人员脚本搭建

- 购买链路
- 用户画像洞悉
- 扶贫助农定位

- 爆品引流
- 首单礼 拼团 优惠券等
- 精准选品 用户促活

直播裂变爆发

- 利用1000家加油站，10000人员工，工牌印刷二维码，线下进行层层锁定；
- 货源优质充足实惠，车主转发好友，实现流量精准高效导入；
- 百城万站，扶贫助农，联播造势，通过私域营销延展匹配用户生命周期；

08. 直播运营

Live operation

清立源益生菌



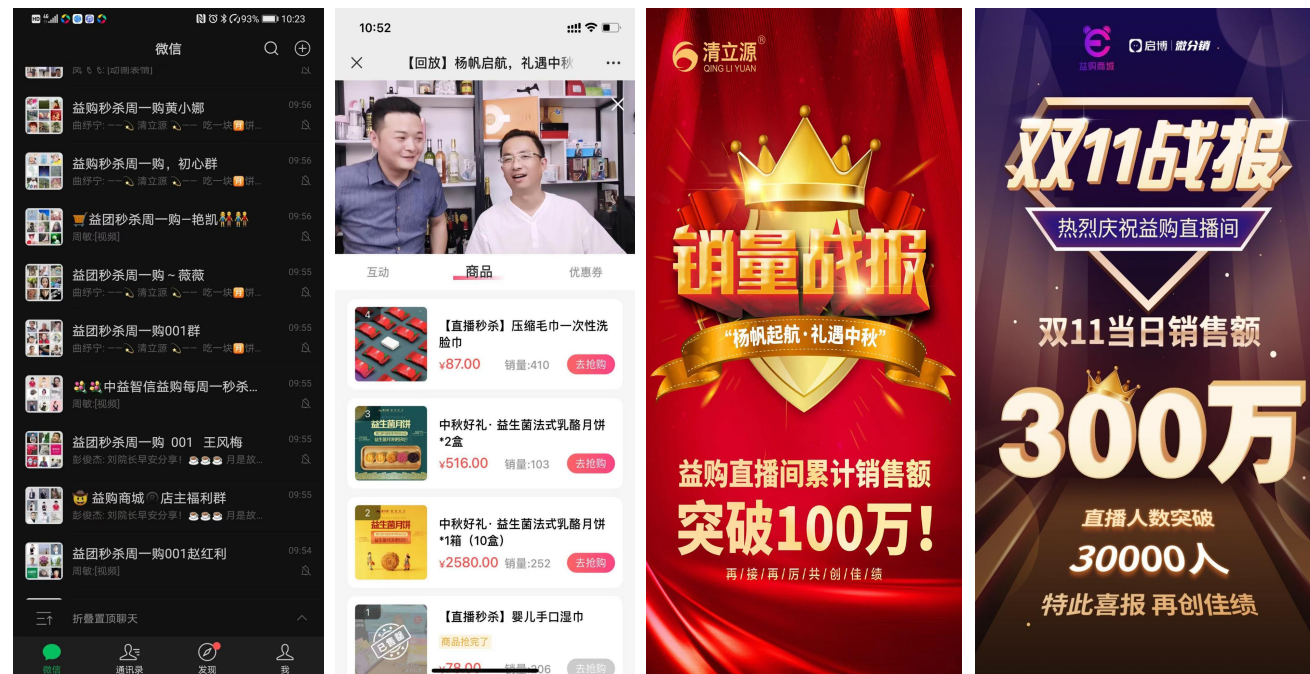
项目亮点：大健康直营厂家私域直播

客户需求：互联网+消费快速链接消费需求，传统健康养生消费地域格局被打破，希望在优质的产品+私域直播运营驱动下，销量增长崛起。

解决方案：3个月社群起盘+直播动销+每周定期拼团秒杀+投流推广；

服务效果：观看人数在4000人左右销单场直播销量**100万**；

最高4小时**700万**，人均消费400元；



直播0成本获客

店主福利群

会员层级群

秒杀群

分销群

- ◆福利群：进群新客户发放专属优惠券，针对有意向购买且观望中客户；
- ◆会员群：消费后进群—产品好物推荐—知识干货分享—游戏互动—秒杀群引导—定期举办会员日活动；
- ◆秒杀群：每周二拼团，每周四秒杀，增加社群活力，营造消费氛围；
- ◆分销群：用户分层运营，不断赋予专属机制，刺激用户裂变，培养用户忠诚度；

09. 服务成果及客户评价

Service results and customer evaluation

品牌梳理清晰 设计思路相同 定位精准 专业同频 分销效果满意 活动政策落地 考虑周全



09. 服务成果

Service results



海量商家爆单海报 爆单视频 商家运营部全方位陪跑 助力商家大卖 实现共赢



案例拆解：蒙牛

Case disassembly



项目背景：2019年底爆发的新冠疫情，蒙牛常温系列产品，包括特仑苏系列，纯甄系列产品严重滞销，积压了大量库存。

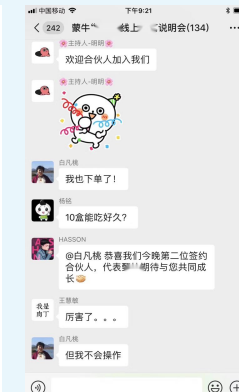
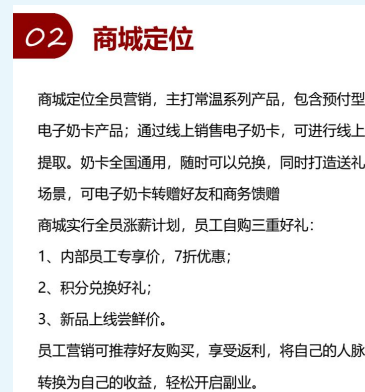
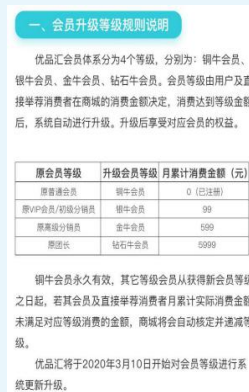
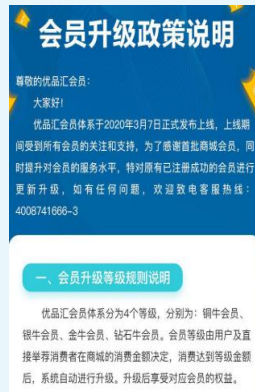
项目亮点：借力疫情期间所产生的线上流量红利，设计社交新零售的模式，减轻库存压力，减少损失，发展新的业务线，打造自己的私域流量。

蒙牛布局社交电商 顶层模式设计沟通



火速搭建线上分销商城平台——蒙牛常温优品汇商城

蒙牛商城模式定位策划



商城实行全员涨薪计划，员工自购三重好礼，员工营销可推荐好友购买，享受返利，将自己的人脉 转换为自己的收益，轻松开启副业。

蒙牛商城起盘活动策划



拼团、二人团、秒杀，开业活动全面引爆，快速裂变拉新起盘

获取大量用户进行自主转发，整体活动转化率达到了9.5%，客单价超过110元



上线**12小时**：GMV10万，拉新1万；



上线**24小时**：GMV20万，拉新2万，订单1958单；



上线**50小时**：GMV60万，拉新5.8万，销量13000箱；

案例拆解：LAZYEASY懒君

Case disassembly



项目背景：智能家电行业先行者，烹饪机领域佼佼者。现有模式：线下门店/外卖门店推广/团队直推，欲通过探索社交电商打开企业新局面。

项目亮点：传统电商起盘陪跑，构建会员体系，打造线上招商体系与代理机制，形成可持续稳定增长的项目运作线。

私域运营

切入前确定业务运作框架与阶段任务

机制优化

商家运营部

切入操作思维：局部下猛药+环环相扣+打造线上强势运作团队

切入操作打法：产品驱动为核心+大型节点营销叠浪+线上线下互哺

拼工作 懒生活

——CEO杨傲东

【商家优劣势多维度分析】
商家基础→现有渠道→电商经验→商家诉求→机制优化
重组新零售团队,提升组织协作效率,优化各岗位工作标准

前期调研 卖点提炼 梳理顶层商业模式 整体运营进度规划

前期调研

2021年中国智能烹饪机行业市场规模(按销售统计)有望突破1亿元。

卖点提炼

优化迭代产品卖点和人群服务/定位,打造爆品10分钟销售40件,销售额159200元

运营进度规划

7月商城正式上线
9月商城正式上线
10月国庆活动以及双十一准备
11月双十一大促
12月年终半年度总结

联合创始人

1. 个人拿货满X万
2. 或直接推荐N名VIP和N名渠道代理且个人收益累积满X万元

渠道代理

1. 个人拿货满X万
2. 或直接推荐N名VIP和N名个人代理且个人收益累积满X万元

个人代理

1. 个人拿货满X元
2. 或直接推荐N名VIP且个人收益累积满X元

VIP会员

一次性消费258元,享受分销佣金

产品端、模式端重构梳理,节点活动规划,新零售体系多维打造

商城正式上线



商城装修,确保视觉输出复合产品定位,满足消费体验

代运营全案赋能陪跑,全程项目进度与活动跟踪

私域转化

系统培训实施,直播方案支持,代理商线上/下招商赋能培训,代理商成长链路规划物料,输出,活动软文及活动选品,市场全年营销推广计划

商城正式起盘 活动首发

智能消毒液生成器 699元; 100合限时499元 开业当天售罄

智能AI烹饪机 3980元 以买烹饪机送拉杆箱售出超200台

活动策划案+执行案

活动复盘案

活动策划与执行案,确保落地有效



上线**2个月**交易额: 2231090元;



上线**2个月**新增会员数: 18742名;



上线**2个月**新增分销商数量: 2124名;



平均客单价: 879.29元;

案例拆解：松臻

Case disassembly



项目背景：研发势力雄厚的化妆品公司，背靠原料厂商，自主生产，产品质优价低，供应稳定保障。但没有专业运营团队，缺乏线上经营经验。

项目亮点：借势双十一，快速起盘，实现从1.7万到30万的急速增长与突破。

松臻布局社交电商 启博理清运营方向



目标用户精准画像,制定产品营销策略, 顶层模式设计, 几番面对面沟通, 碰撞思路火花

松臻商城正式上线



商城装修设计, 系统代设计, 解决商家燃眉之急; 提供远程培训, 巩固商家操作运营能力

借势双十一 全面引爆商城流量



双十一活动方案全面输出, 活动全阶段跟踪监控, 及时调整商品活动策略

活动复盘 社群沉淀



通过双11活动 对于触达积累客户进行社群及个人号运营指导, 同时进行数据成本分析



双11数据：新品500瓶售空，成交1300余单，成交额30万+，客单价237元；



活动会员数据：新增12417人，新增团长47人，转化率9%；

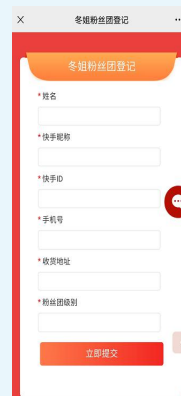
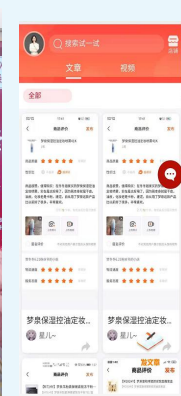
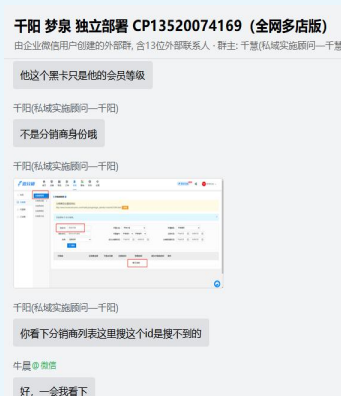
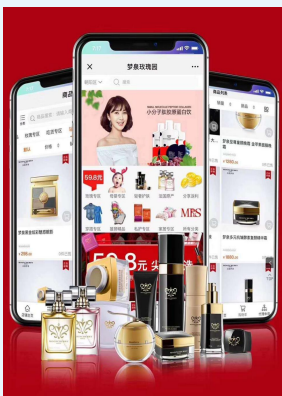
案例拆解：梦泉玫瑰园

Case disassembly

项目背景：快手1400万级头部粉丝主播贺冬冬，618带货业绩1.2亿，全网排名第24位，快手带货排名第9位，社群活跃度低，客户转化差。

项目亮点：公域引流私域沉淀，成功抛出电商美妆私域转化模型+社群复购转化模型。

快手主播贺冬冬布局私域——梦泉玫瑰园MRS商城



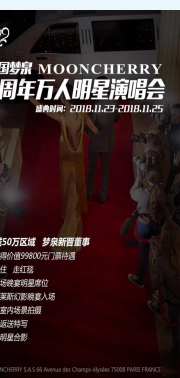
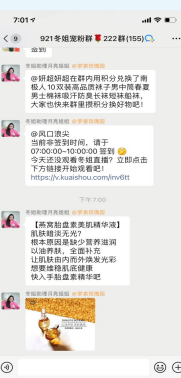
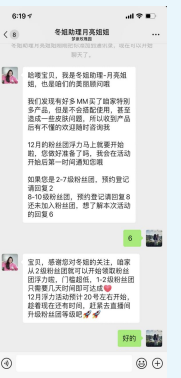
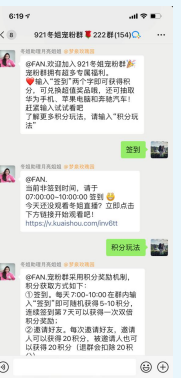
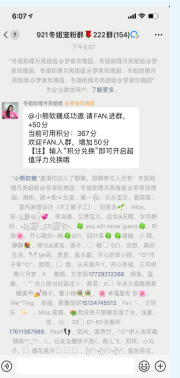
通过搭建商城，承接公域流量，聚集全球100万女性创业者，形成商业闭环。

多触点引流私域

直播引流，内容种草，粉丝群表单信息收集，商城客服转化，短信，包裹卡

企微承接 粉丝沉淀 社群运营 留存转化

拉动创业人员向商城高管晋升，带动目标人群创业



邀请进群送积分

新人欢迎签到

福利机制介绍

日常内容运营

积分兑换促用户留存

早鸟计划-至尊会员-黑卡会员-全国总代-区域董事-区域总监-区域总裁

底层模型拆解表现层玩法背后看不到的精细化策略

诱饵侧

树立目标 目标拆分 实施反馈

玩法侧

场景化 交互形势 签到机制 积分体系 奖品兑换体系

数值侧

货币体系 签到奖励 业务行为奖励 用户活跃成本

路径侧

参与路径 兑换路径 多路径分享 挽留机制 唤醒机制



PART 3

合作说明

Delivery standards and cooperation instructions

代运营成本对比分析

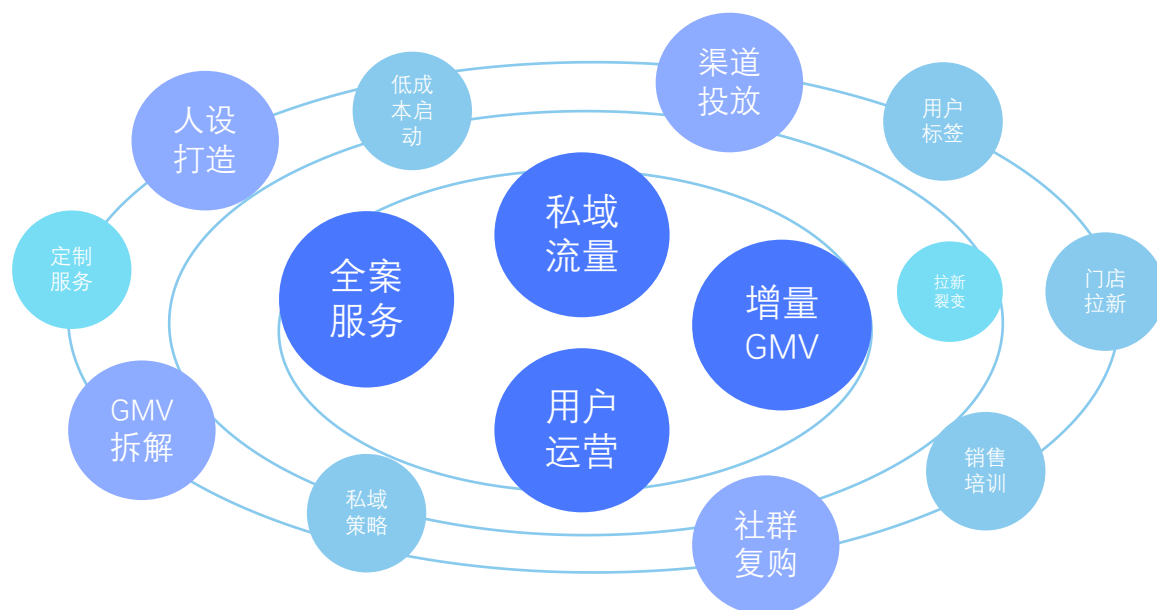
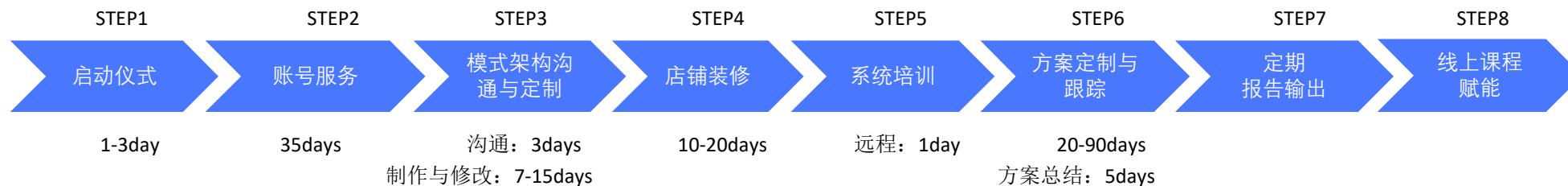
Comparative analysis of generation operating costs

	时间成本	资金成本	效果
企业自己筹备	筹备到完整上线 6-10个月 慢	- 人员成本: 组建一个10人以下团队一个月需要10万以上费用; - 场地成本: 租金一个月2-3万, 每年不少于144万 高	摸着石头过河.招募专业人员难,磨合需要时间,不懂如何看专业能力 差
启博协同孵化	培训、咨询、执行、资源一体化服务,合作即启动, 3个月完成起盘筹备	前期部分岗位费用节省,同时培养内部人才	13年运营沉淀.专业团队快速赋能,拥有实战经验,引领正确成功道路

服务流程与服务支撑

Service process and service support

提供全案式私域代运营服务



服务支撑

10+私域运营增长模型

垂直行业专家顾问团

实战私域操盘手团队

敏捷技术开发团队

精细化SOP与深度赋能方法论



做私域，用启博

未来5年，我们要影响5亿消费者
成为私域营销领域最专业的服务商

杭州启博海纳数字科技有限公司

地址：杭州市余杭区向往街欧美金融城T2英国中心40F

网址：<https://www.qibo.com>

电话：400-6026-360