

产品大咖秀

PRODUCT MASTER SHOW

听牛人分享，看百家争鸣，享精神盛宴

本期主题

交易平台商家运营思考



本期嘉宾

美团旅行住宿事业部商家赋能中心

产品运营总监 朱凯

自我介绍

朱凯——美团旅行住宿事业部商家赋能中心总监

拥有超过10年产品运营经验，曾先后任职于EMC、亚马逊，阿里巴巴等平台，熟悉电商业务和运营模式。

16年中加入美团，现在负责住宿商家赋能业务，为中国广大中小酒店提供：人才、供应链、广告营销、B端服务市场等能力，在住宿主力间夜业务的有力支撑下，积极探索和构建中国酒店B端生态体系。

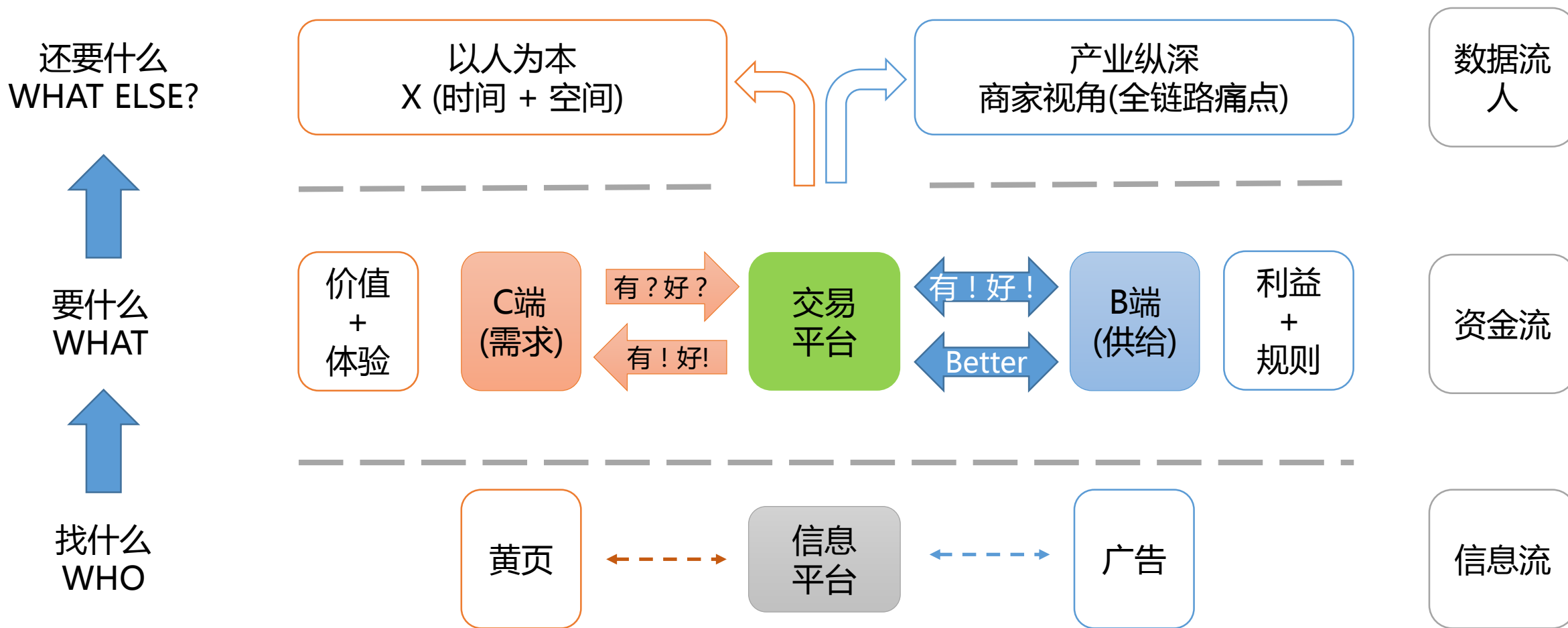
课程大纲

本课程回顾了线上平台的发展阶段，并就交易型平台商家侧的特点和要素进行分析，总结通用的商家运营方法论，分享商家侧运营的实际案例和经验。

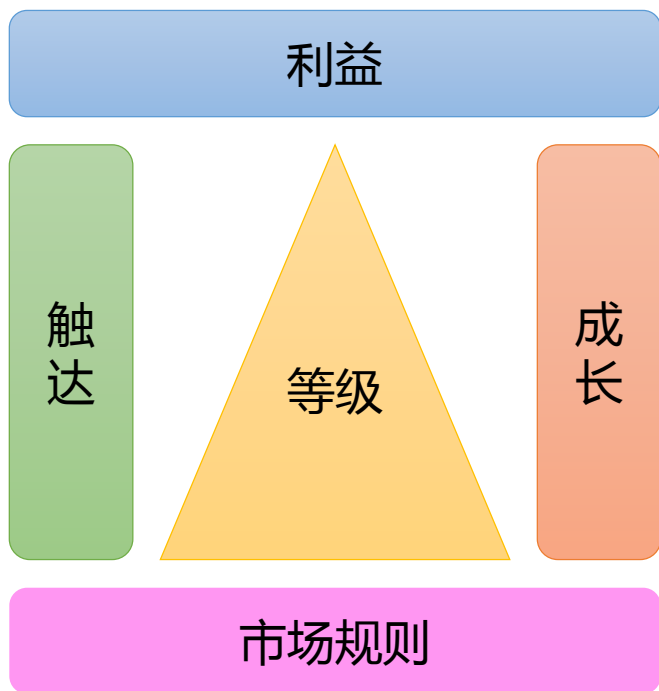
分享内容大纲如下：

1. 线上平台的发展阶段
2. 交易型平台商家运营的核心要素和通用方法
3. 商家运营回归行业后的思考
4. Q&A

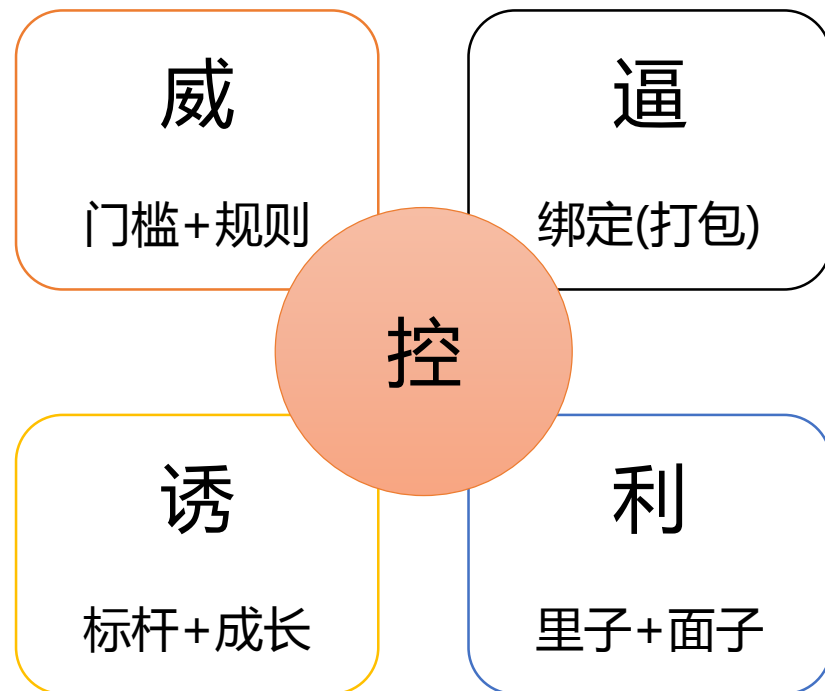
线上平台发展阶段



交易平台 - 商家运营



核心要素



重要手段

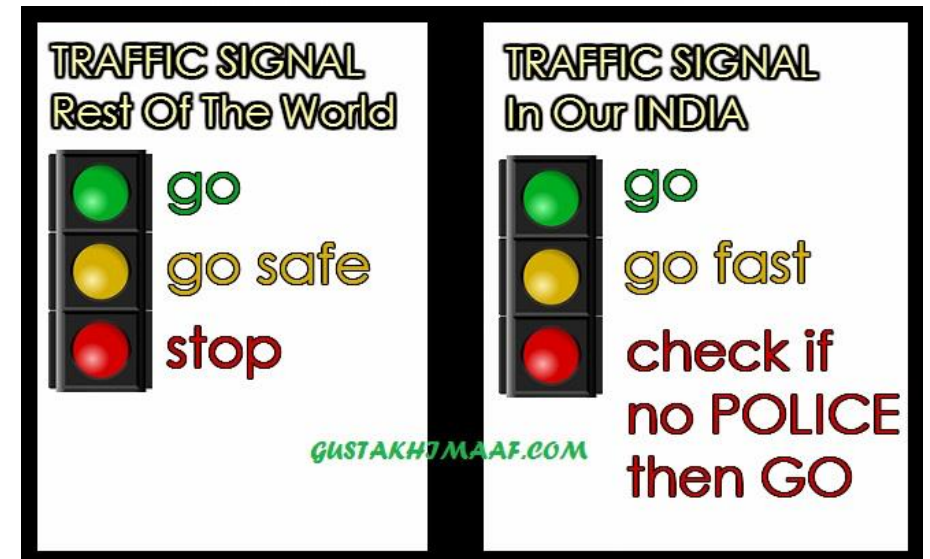
交易平台-商家运营-规则-没有规矩不成方圆

- 市场规则

- 透明 – 看的到，看的懂，可操作
- 正向 – 商家价值，行业价值，平台价值
- 自驱 – 知晓 → 习惯 → 自运营

- 需注意

- 鼓励 vs 惩罚
- 量化(得分)依据
- 入场门槛 / 高压线



交易平台-商家运营-等级-责权利的门当户对

- 商家等级(层级)
 - SMART – 商家Goal Setting
 - 责、权、利，对等
- 需注意
 - 船大好调头 – 稳妥 vs 灵活
 - 指挥棒 – (%) 黑盒 vs 白盒
 - 健康 – 刷单红绿灯



交易平台-商家运营-成长-精细化CLC

- 商家成长
 - 全程 – 关注全程CLC
 - 精细化 – 差分对待每一层
- 需注意
 - 全面 – 多维度分层
 - 动态 – 灵活调整成长通道
 - 聚焦 – 一次一层



交易平台-商家运营-触达-下达、上传

- 商家触达 – 平台永远的痛点
 - 准确 – 信息无损
 - 及时 – 线上 / 线下
 - 双向 -
- 需注意
 - 线上 vs 线下
 - 下达 vs 上传
 - 角色的多样性



交易平台-商家运营-利益-利是什么？

- 商家利益 – 商户永远 “逐利”
 - 能力vs意愿 - 先富, 后富 (谁？)
 - 发展的眼光 – 先吃饱，后吃好
 - 全面的诉求 – 里子 vs 面子
- 需注意
 - 应得的 vs 额外的
 - 价值：感知 → 量化 → 交换
 - 资源多样性 (大搜 vs 豆腐块)
 - 黑盒效应



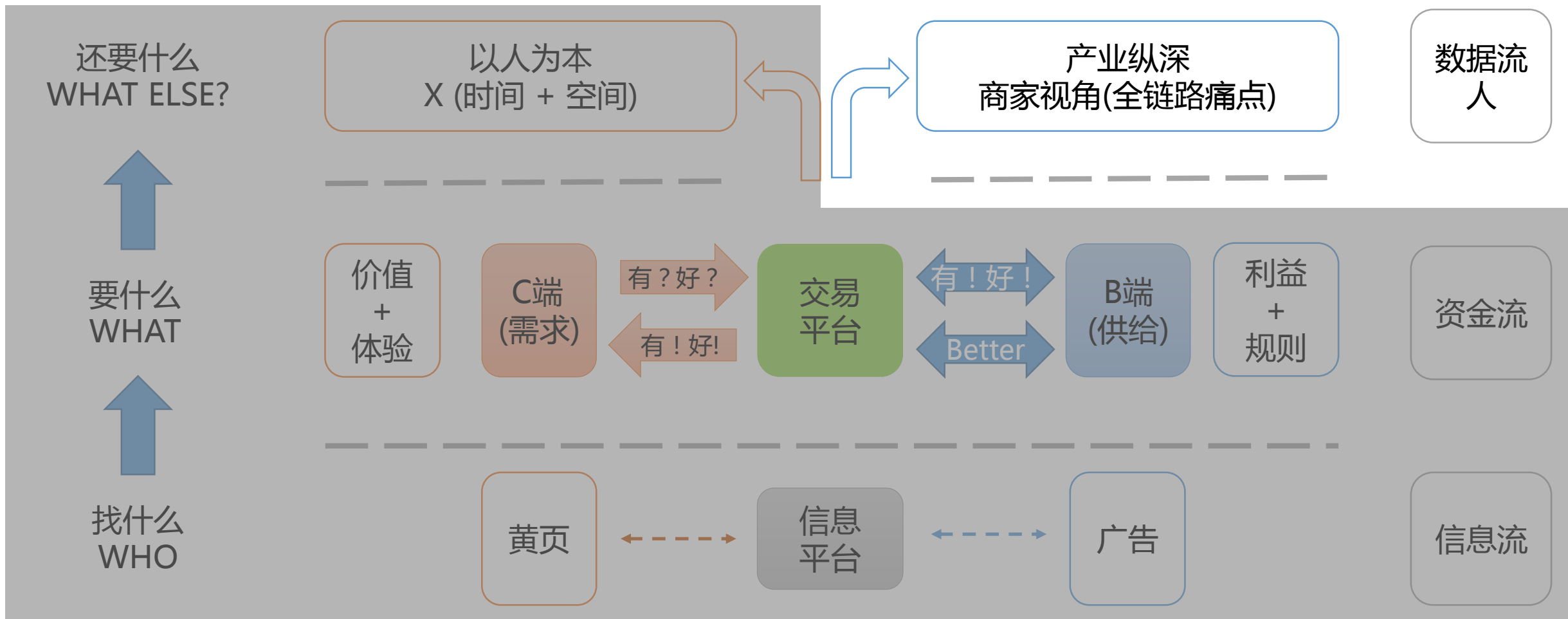
交易平台-商家运营-控商- “等价” 交换

威逼利诱

- 规则保底 → 利益拉动
- 认知宣导 → 价值驱动(B, C→B)
- 你先要 → 我再要 → 我还要...
- 短期体验 vs 长期价值



线上平台发展阶段 - 人的平台(B端)



平台III阶段-关于B端产业纵深的思考

前提：当前场景B端掌控力强 (中小B渗透率高)

受众：中小B (WHY?)

目标：帮助中小商家提升整体收益(其他方面)

方式：换位思考(商家视角), 回归行业(线下/上下游), 全面痛点(线下经营)

WHAT ELSE DO THEY NEED TO BECOME BETTER ?

平台III - 产业纵深 - B端需求

	方法 Know-How	人才 People	物料 Supply Chain	资金 Finance	服务 Service
行业影响	经营标准 垂类知乎	行业从业资格 人才市场	2B垂直采购平台	垂直金融	垂类58
线下经营	线下培训	岗位认证	供应链采购	B端信用	维修市场
线上运营	线上培训	能力认证	C端感知	C端信用	代运营市场

主力业务 - 市占过半，中小商家渗透率高，且主力业务天花板明显

平台III - 产业纵深 - B端示例(住宿商家赋能)



总结回顾

平台发展：信息 → 交易 → 人 (B/C)

交易平台B端

➤规则 – 等级/成长/触达 – 权益

➤威逼利诱

人(B): 产业纵深，换位思考，回归行业，全面痛点



谢谢大家