

第21讲：实操案例 | 设置诱饵裂变 100 位团长，每月配送生鲜 50w

2020/04/08 类延昊（类类）

3.56M

00:00/06:07

看视频

2018 年社区团购，伴随着新零售着实火了一把，据相关资料统计，仅仅在 2018 年，二线城市的社区团购单月 GMV 超过千万，而且，社区团购逐渐的向三线、四线城市渗透。一时间，这个赛道涌出了诸多公司。

众所周知，社区团购非常重要的一点是获取足够多的团长，通过团长来实现下单销售。整体模式概括起来，就是以社区为销售节点，由社区 KOL（团长）组织社群，收集用户需求，平台统一配货。一般都是采用预售模式，货物送到团长的地方，让顾客自提。

那么社区团购的团长应该如何招募呢？下面结合我朋友操盘过的一个项目来进行说明。

项目背景：我朋友主要是做社区生鲜蔬菜类团购的，有自己的生鲜蔬菜供应链和小型仓库，供应当地小城的水果。他通过设置诱饵的方式裂变筛选出了 100 位团长，每月配送的生鲜蔬菜成交额达 50W 元。

那么他是如何实现团购裂变的呢？

一. 找到精准的目标用户群

比较适合做团购的团长，一般都是有一定社群资源的人，比如小区的业主群群主、以前微商的成员，他们手里掌握了本地不少的社群资源，只要能找到他们，施加以利益，基本上都能转化成团长。

我朋友通过发红包的形式，让周边的人推荐了几个小区业主群的群主，通过这些群主，又认识了更多的业主群。

二. 社区团购团长裂变的几种常见诱饵

红包，从身边的几个群找到业主群群主，或者从小区群里直接说，我这边有业务想和社区群群主合作，大家有认识的帮忙推荐给我，推荐一个人，我私发红包，推荐越多，红包越大。这样通过发红包的形式，先聚集起基础的社区团购团长流量池。

奖励，一个团长推荐成功一个新团长，直接给予预算内的奖励，这样通过团长之间的关系进行裂变传播。

给予折扣，团长自己买东西，给一定的折扣价，团长推荐的人来购买东西，给予团长一定的返现比例和提成。

三. 社区团购社群如何让群成员留存下来

加入过社区团购群的你可能经常遇到这种情况：团购群刚组建的时候，一般群主都会发几个红包，然后每天晚上 7 点发一些特价的菜品在群里，其他时间绝不打扰用户，接着制定了一条群规，大家有任何需求可以在群里进行求助。这样大家即便不买东西，也会对这个群有一定的依赖性。

当然，除此之外，还有一些相关的运营技巧。

社群成员留存的重点，就是需要提供的附加内容，即提供成员感兴趣的内容，或者是对群成员有益处的内容。比如：

- 各类商品选购技巧，定期选一些达人来分享，如何选购商品，比如如何判断阳澄湖的蟹和其他地方的蟹；
- 好物推荐，一些简单实用的好物推荐，以及推荐的理由；
- 商品科普类内容，让用户知道商品的益处及怎么使用；
- 怎么拼、拼哪个优惠更多，更超值，这些都是用户感兴趣的内容。

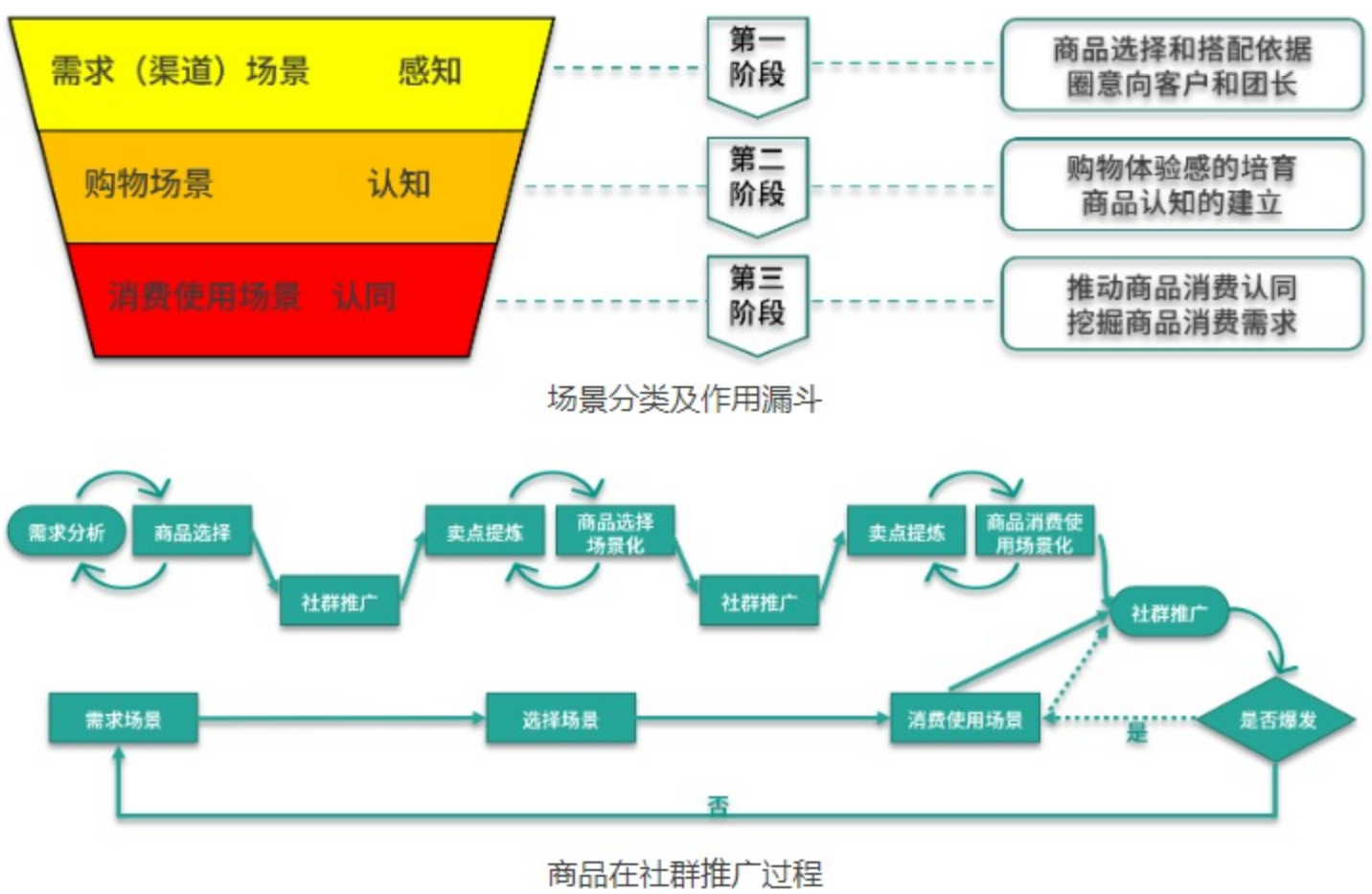
同时为了让用户更好的留存在群里，重视售后服务，包括微信群里要重点关注用户购买商品后的反馈及建议。

四. 社区团购社群如何提高群成员活跃度

关于社区团购社群是如何提高群成员活跃度的呢？这里举几个例子来说明一下。

美食烹饪赛，让用户们把购买的食材做成菜肴分享到群里，每个月在群里让群成员进行投票评选出美食烹饪王，激活用户在群里的输出，增加用户的亲密感与互动性。

最佳省钱小能手。让用户们查看自己每月在社区拼团的购物省了多少钱，省的最多的，可以奖励一份礼物。这就刺激了用户在平台上积极购买，吊起了用户的参与性，也让用户意识到在这个平台真的是能够省钱的。



总结

综上所述社区团购团长的裂变有以下几点需要注意：

- 找到团长聚集的社群，搭建裂变的基础流量池；
- 通过红包、折扣、邀请奖励等方式实现社区团购团长的裂变；
- 协助团长做好社群的内容活动运营。

工作复盘 4 步法

1.回顾目标（当初要达到的结果是什么）		2.评估结果（预期目标与完成情况的差距）	
目标 1： 一个月发展 50 名团长		结果 1： 一个月发展了 100 名团长	差距 1： 超额完成目标
目标 2： 一个月社区团购全部可以达到自转模式		结果 2： 有 80 名团长的社群可以达到自转模式	差距 2： 有 20% 的团长管理的社群未达到自转模式
4.总结经验（规律性的机会与下步行动计划）		3.分析原因（事情成功或失败的原因）	
机会点： 1) 发展其他品类 2) 扩大地区范围		可控因素： 目标用户够精准	
		可影响因素： 团长的工作态度&数量&社群的活跃度	
行动计划： 1) 先在用户群里做调研，选择大部分人希望增加的品类，分批次进行品类增加以及品类调换 2) 进行地区调研（用户需求及消费水平）进而选择地区进行团长的拓增		不可控因素： 菜品的数量&品类，有很多团长预估超额，结果导致菜品坏掉，造成浪费	