

什么是私域流量

私域流量是相对于公域流量来说的概念，简单来说是指是不用付费，可以在任意时间，任意频次，直接触达到用户的渠道，比如自媒体、用户群、微信号等，也就是KOC（关键意见消费者）可辐射到的圈层。而私域流量池并不是用来获取流量，而是用来做流量转化的，通过更便捷、更低成本的触达和运营，使一定量的流量获得更高的收入。用直白话将就是，把韭菜圈起来反复割。



如何构建自己的私域流量

有人将私域流量池比作“自己的鱼塘”，与“公域流量池”——“别人的鱼塘”相对。就像我们在各大平台引流到自己微信个人号、App、小程序上一样。

要实现从引流到成交，将别人池塘的鱼变成自己池塘的鱼需要四个步骤：“寻鱼”→“诱鱼”→“圈鱼”→“钓鱼”。

寻鱼即寻找客户，我们的客户在哪，怎么引流到我们的鱼塘上来，要设置什么样的诱饵。那你就要先思考，你的目标客户群体是那些？这些人经常出没在那些渠道？这些人的需求是什么？你设置的诱饵是否可以足够吸引到他们？如果想清楚这些环节，设置好运营流程，相信你能获取到的用户都是非常精准的。还有另一个方法是你也可以直接采粉购粉。在钓鱼之前，我们要先养鱼。“养鱼”：就是利用各类运营手段和工具去不断地提高用户复购。还有一点很重要，就是如何将自己的鱼塘养大放大，也就是“养鱼”--“生鱼”。其实也就是我们所说的裂变，只有形成商业闭环，才是正向的。

其次要品牌化，IP化，私域流量一般是有品牌，有IP的人才能做，如果没有品牌，没有IP，很难形成私域流量。这里的品牌包括公司的品牌，产品的品牌，甚至是虚拟人的个人品牌。