

上海有一家专做蛋糕的线下甜品店，目标人群是年轻人，这类传统甜品店的推广方式一般是在店附近的商圈派发传单或者代金券，但是这种方法非常缺乏效率！消费者的潜意识对传单存在抗拒，心理，大支派传单的人员素质较低，很难精准客户，导致拍发500张，可能只能获得10个用户，因此，这家甜品店想通过七夕节来获取一批新客户，这家甜品店想到了与某品牌共享单车合作，原因是该品牌共享单车目前在上海的共享单车领域中占领最大的市场，积聚了一大批年轻的客户，这也这是这家甜品店的潜在消费人群，那么究竟如何将共享单车公司的上海区域客户导流到甜品店，这家甜品店与该共享单车品牌在七夕节中共同举办了巧克力蛋糕免费领的活动，只要共享单车的客户参与任务活动，即可到这家庭名店线下店免费领取蛋糕，共享单车，推广自己的活动，在朋友圈和微信都同步转发，这就顺带为这家甜品店带来了曝光与大批客户，这些客户到店，不仅仅会领免费蛋糕，而且多数人会消费额外产品，比如饮料，其他甜品等，因此，这家甜品店成了本次活动的最大受益者，他只需要提供尽量免费的蛋糕，作为共享单车活动的奖品，就导流了共享单车，大批客户到自己的客户库中，这个案例的精妙之处在于这家甜品店看到了共享单车，上海的市场不需要为了七夕节搞活动而头痛，购买什么礼物送给粉丝时，主动联系共享单车，顺利实现了杠杆借力，共享了共享单车，在上海巨大的客户群做生意就要这样，在获取新客户陷入一筹莫展的困境时，不妨多用杠杆借力，实现四两拨千斤的效果，将别人现有的客户巧妙转化为自己的客户，要谨记你需要找的潜在客户不在大街上，其实就在别的商家的客户名单当中，只要与别的商家巧妙达成合作，就能低投入，快速导流，获取大批资金，想要的客户杠杆借力的四两拨千斤，值得每一个生意人学习，您认同吗！认同，关注，点赞！