



裂变式营销案例研究报告总 结

汇报人：XXX

2024-01-19

| CATALOGUE |

目录

- 引言
- 裂变式营销案例概述
- 裂变式营销策略分析
- 裂变式营销成功因素分析
- 裂变式营销的挑战与风险
- 结论与建议
- 参考文献

01

引言





裂变式营销的定义与重要性

定义

裂变式营销是一种通过现有客户推荐新客户的方式，利用口碑传播和推荐机制实现快速扩张的营销策略。

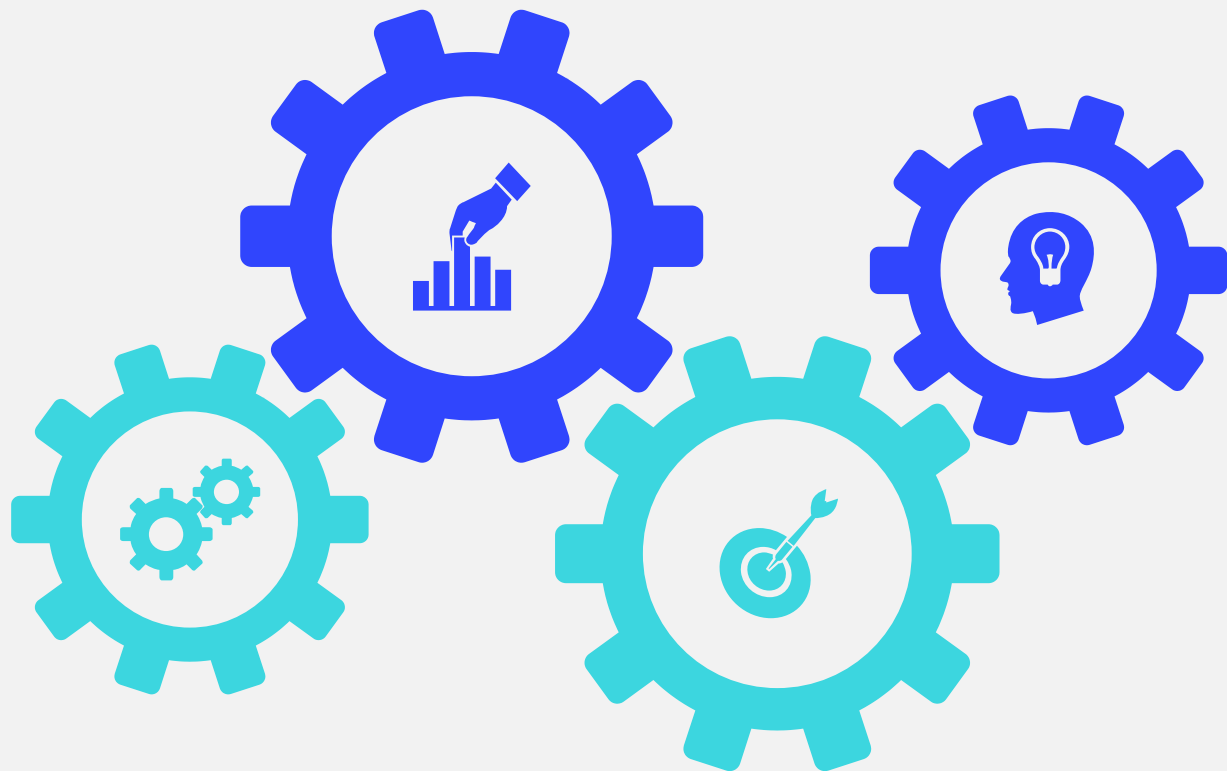
重要性

裂变式营销能够降低获客成本，提高客户质量，增强品牌口碑和忠诚度，是现代企业实现快速增长的重要手段之一。





案例研究的目的和意义



目的

通过对裂变式营销的案例进行研究和
分析，总结成功经验，提炼营销策略
和方法，为企业提供借鉴和指导。

意义

通过案例研究，深入了解裂变式营销
的运作机制和实施要点，帮助企业更
好地制定营销策略，提高营销效果和
市场竞争力。

02

裂变式营销案例概述





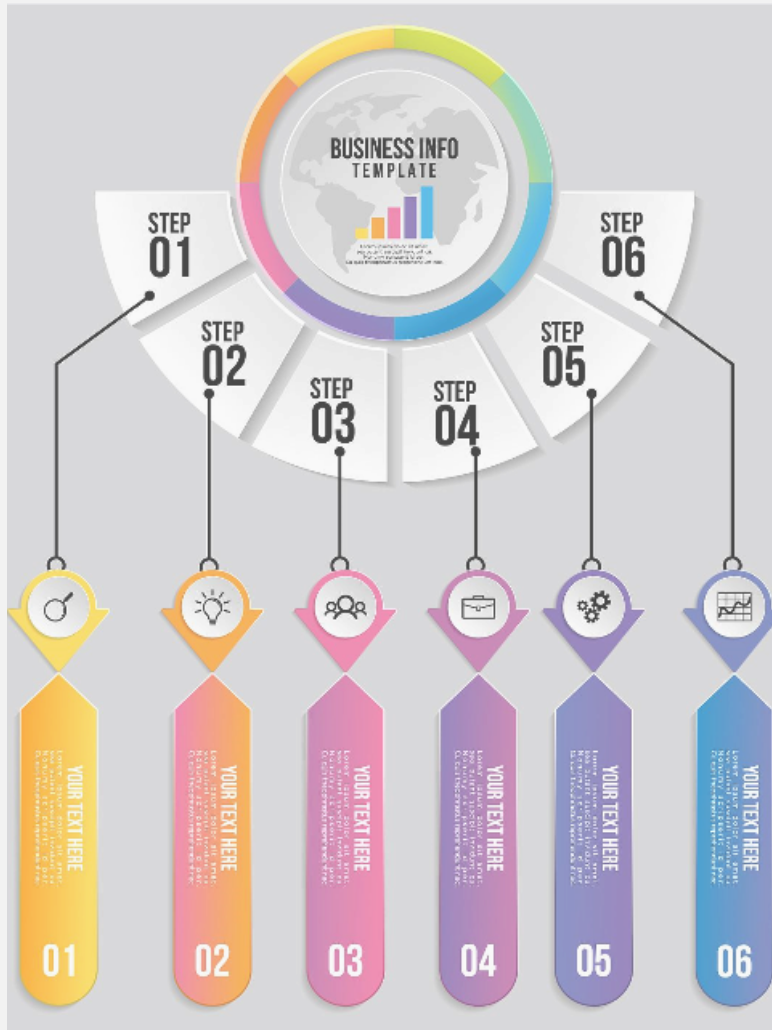
案例选择标准与过程

标准

选择的案例应具有代表性，能够充分体现裂变式营销的策略、技巧和效果。同时，案例应具有行业差异，以便更全面地了解裂变式营销在不同领域的应用。

过程

首先，通过查阅相关文献和资料，初步筛选出符合标准的案例企业。接着，进行实地考察和访谈，深入了解企业的裂变式营销策略、实施过程和效果。最后，根据考察结果，确定最终的研究案例。





案例企业简介

企业A

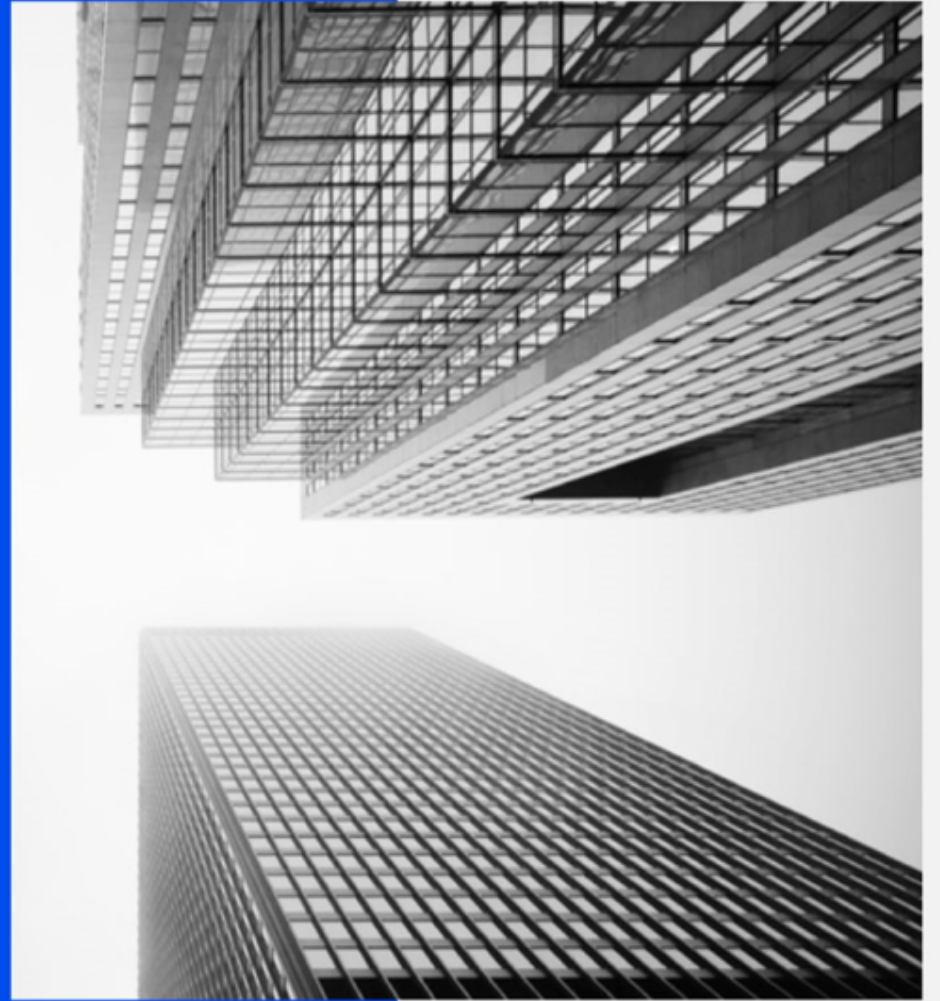
是一家专注于线上零售的企业，通过裂变式营销策略，实现了用户快速增长和销售额的大幅提升。

企业B

是一家提供线上教育服务的企业，通过裂变式营销策略，成功吸引了大量潜在用户，提高了品牌知名度和市场占有率。

03

裂变式营销策略分析



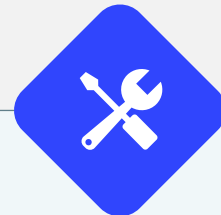


营销策略制定与实施



目标市场定位

明确目标市场，了解客户需求，制定针对性的营销策略。



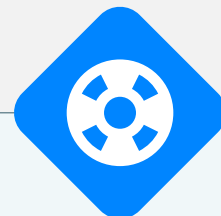
产品差异化

通过产品差异化，突出产品优势，提高市场竞争力。



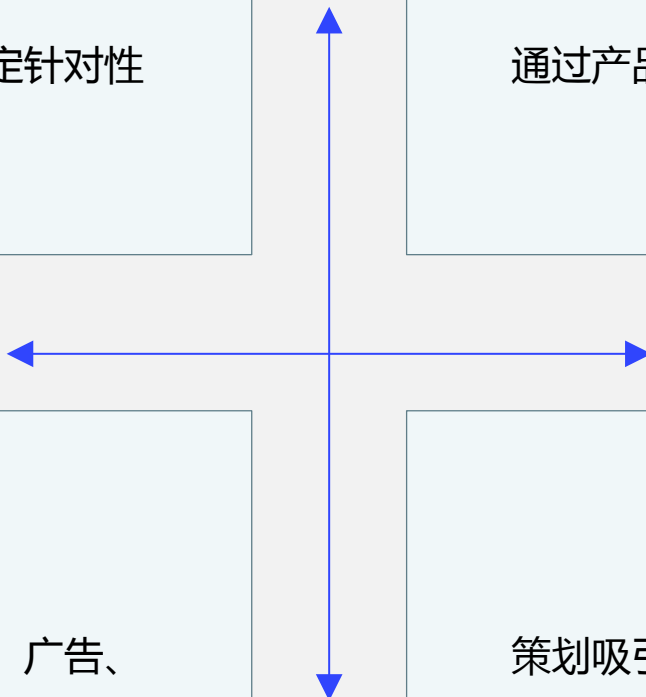
营销渠道选择

选择合适的营销渠道，如社交媒体、广告、口碑等，扩大品牌知名度。



营销活动策划

策划吸引人的营销活动，如优惠促销、折扣活动等，提高客户参与度。





营销策略效果评估

01

销售数据监测

通过销售数据监测，评估营销策略对销售的促进效果。

02

客户反馈收集

收集客户反馈，了解客户对营销活动的反应和满意度。



03

ROI分析

分析营销投入与产出的比例，评估营销策略的投资回报率。

04

营销策略调整

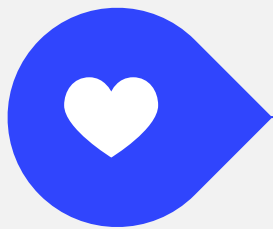
根据效果评估结果，及时调整营销策略，提高营销效果。



营销策略优化建议

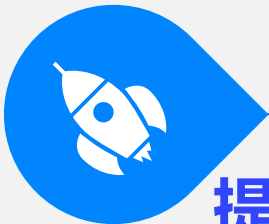
强化品牌建设

加强品牌宣传，提高品牌知名度和美誉度。



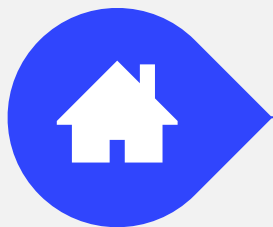
创新营销手段

尝试新的营销手段，如短视频、直播等，提高客户互动性。



提高客户留存率

通过提供优质服务、增加客户粘性等方式，提高客户留存率。



拓展市场份额

通过扩大销售渠道、开拓新市场等方式，拓展市场份额。



04

裂变式营销成功因素 分析





产品因素

产品质量

优质的产品是裂变式营销的基础，只有产品本身的质量过硬，才能赢得消费者的信任和口碑。

产品创新

在市场上推出创新的产品，能够吸引消费者的眼球，提高产品的竞争力。

产品定位

准确的产品定位能够让消费者更好地理解产品的特点和优势，提高购买意愿。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/368130010037006052>