

# 落地线上增长，这些场景切入

GrowingIO 咨询服务副总裁 邢昊

# 高客单价行业

不是价格高，而是**决策周期长**

客户不清楚  
自己需要

客户不清楚  
需要什么

客户不清楚  
有什么选择

客户不清楚  
选择哪个

# 高客单价的营销

卖的不仅是产品，更是**决策服务**



案场 | 中介



地面 | 电销



店面 | 线上



4S



客户不清楚  
自己需要

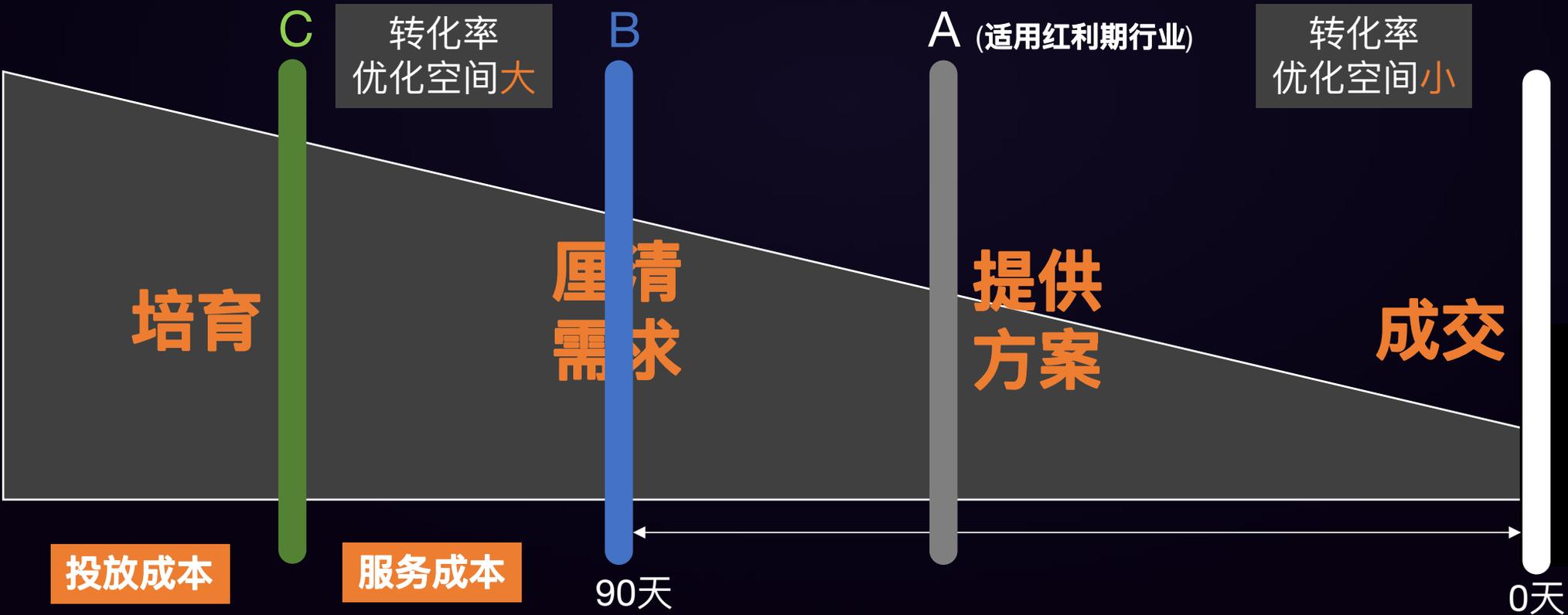
客户不清楚  
需要什么

客户不清楚  
有什么选择

客户不清楚  
选择哪个

更多机会了解用户

更少机会了解用户



# 高客单价营销套路 = 生命旅程+内容地图+触点+关键行动



# 教育咨询行业



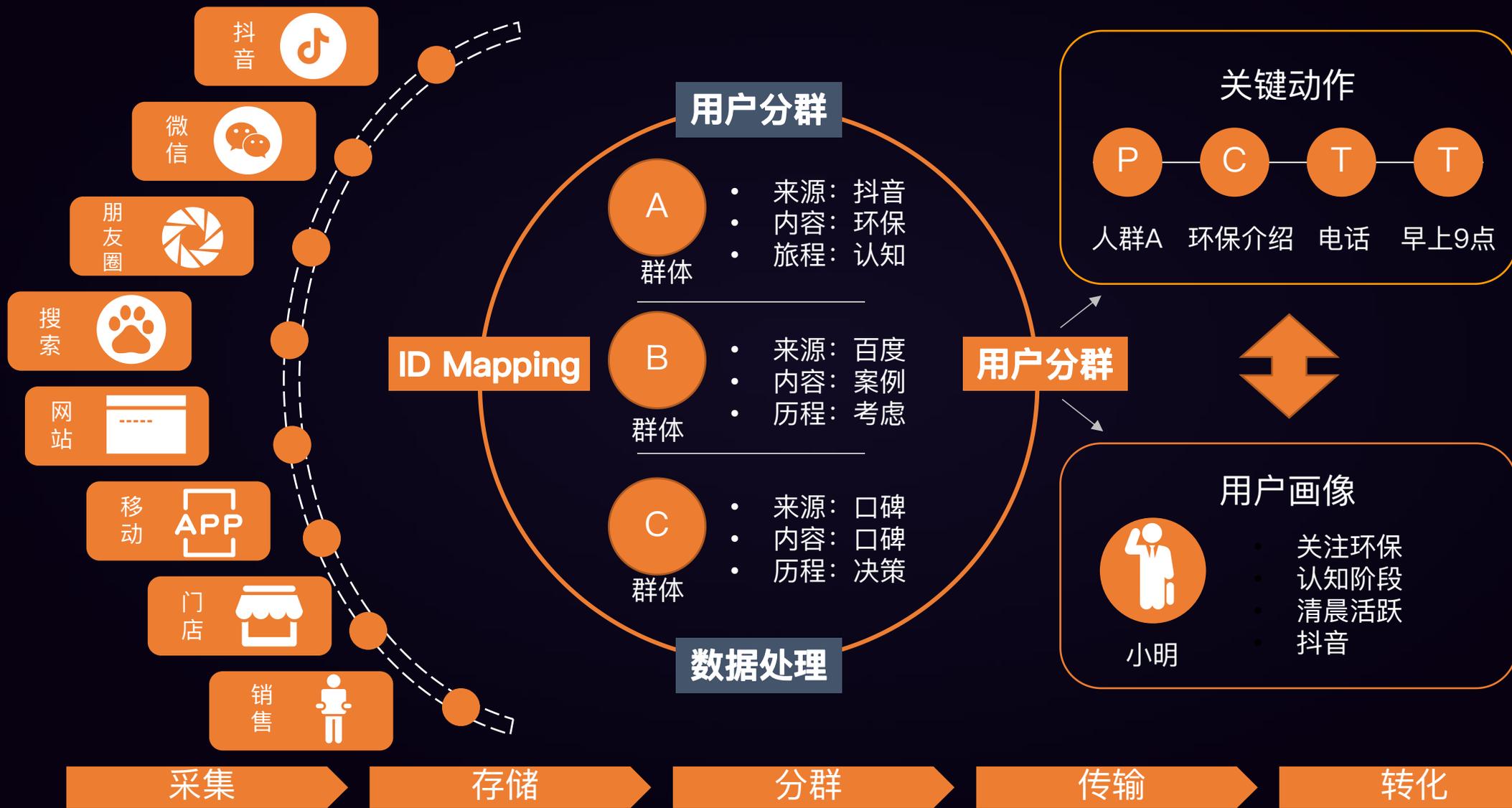
# 房地产行业



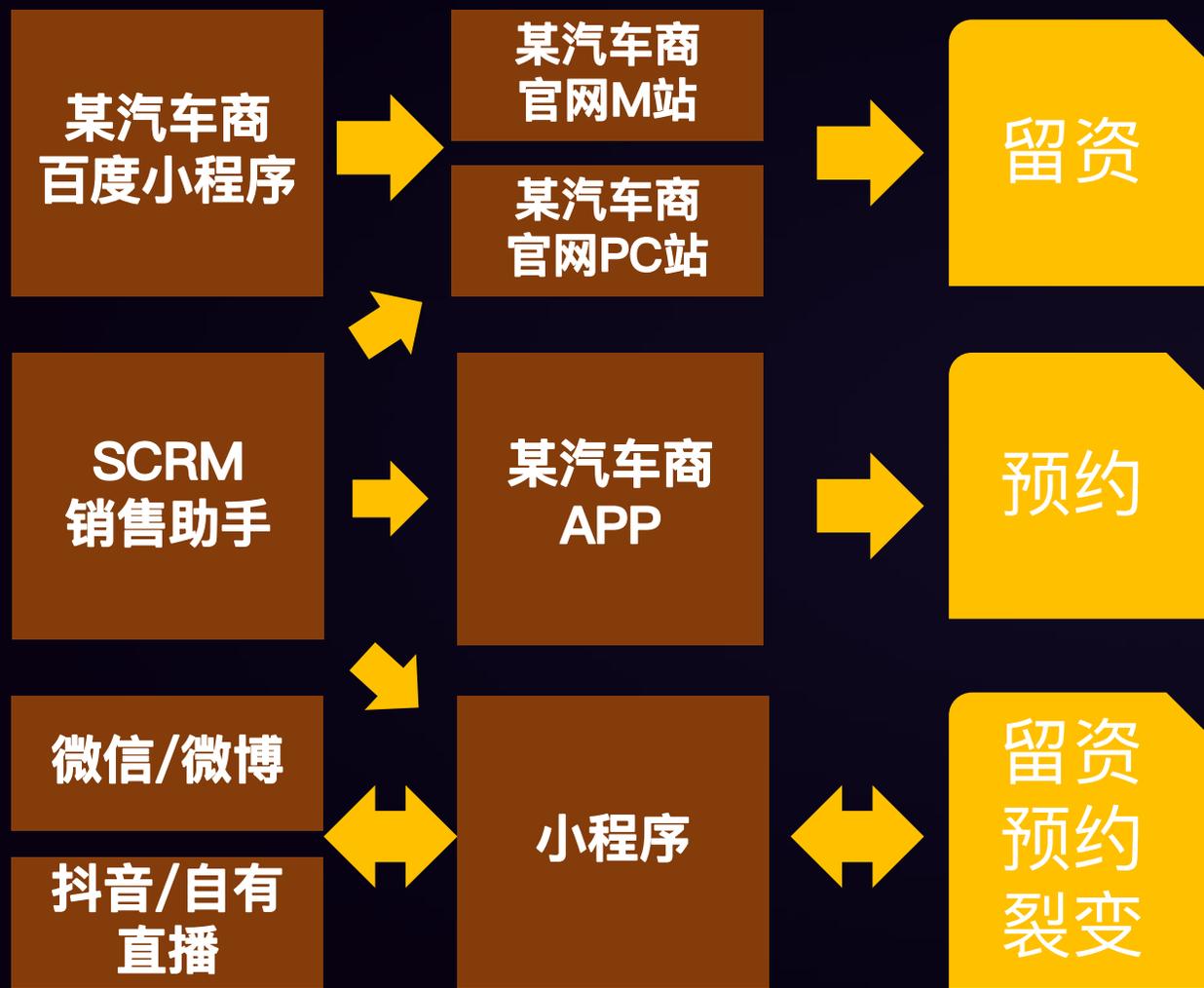
# 汽车/机械行业



# 高客单价营销核心竞争力——用户分群的能力



# 某汽车获客的核心路径对数据驱动的需求

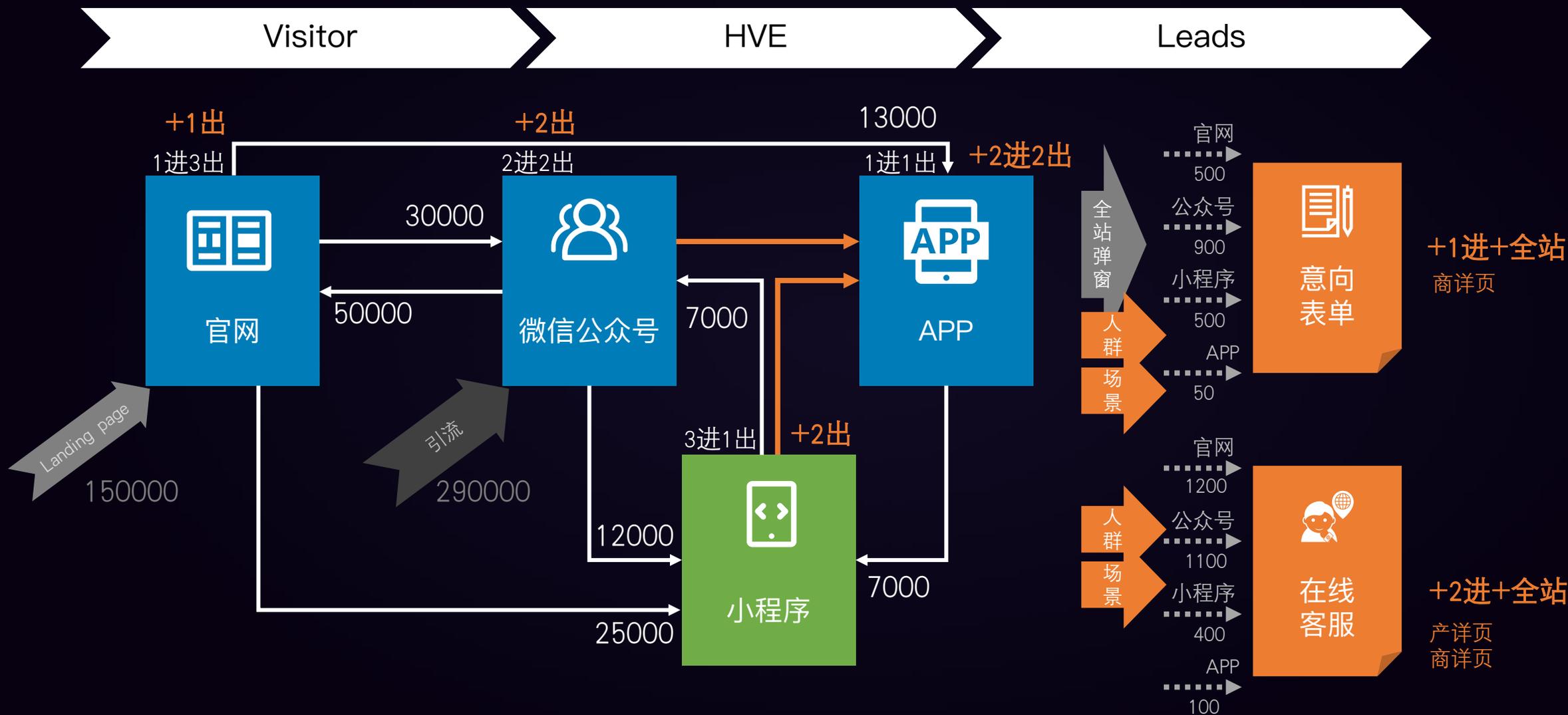


业务运营工作

数据驱动工作

采集	监测	洞察	策略	执行
CJM & Content Map				
缺乏内容储备	缺乏用户洞察	缺乏策略算法	缺乏展示场景	缺乏评估体系
CJM & Content Map	标签设计方案	推荐策略	场景策略	数据监控看板 & 效果复盘报告

# 案例：某SMB业务线上触点流转地图，构造新的转化路径，优化已有路径



注：数据已脱敏

# 案例：某精准运营拆分转化，提升整体转化

## 对照组

传统留资转化流程



## 实验组

分流引导转化流程



注：数据已脱敏

本质上讲，未来商业的方向，  
都是基于个性化产品的定制服务

(决策服务是定制服务的起点)

