

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**

房地
产

案场 | 中介

保险

地面 | 电销

教育

店面 | 线上

汽车

4S

装修

家居

摄影

珠宝

旅行

...

客户不清楚
自己需要

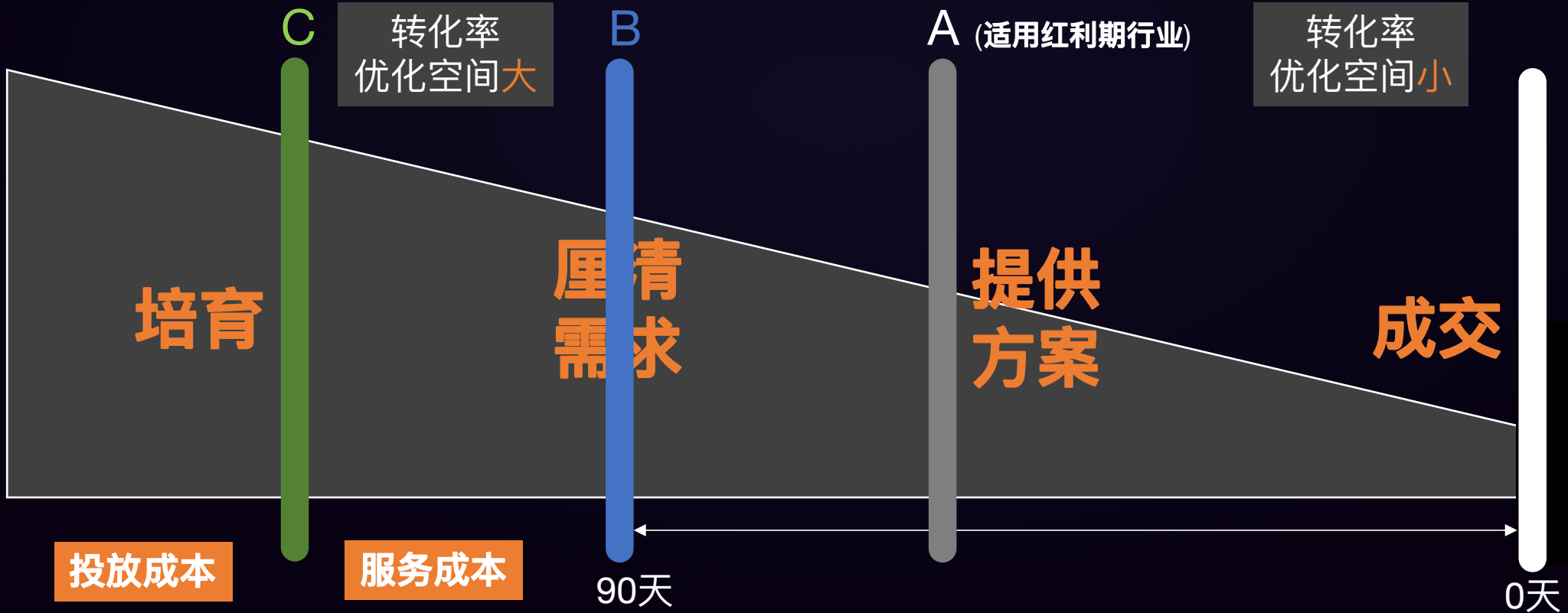
客户不清楚
需要什么

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



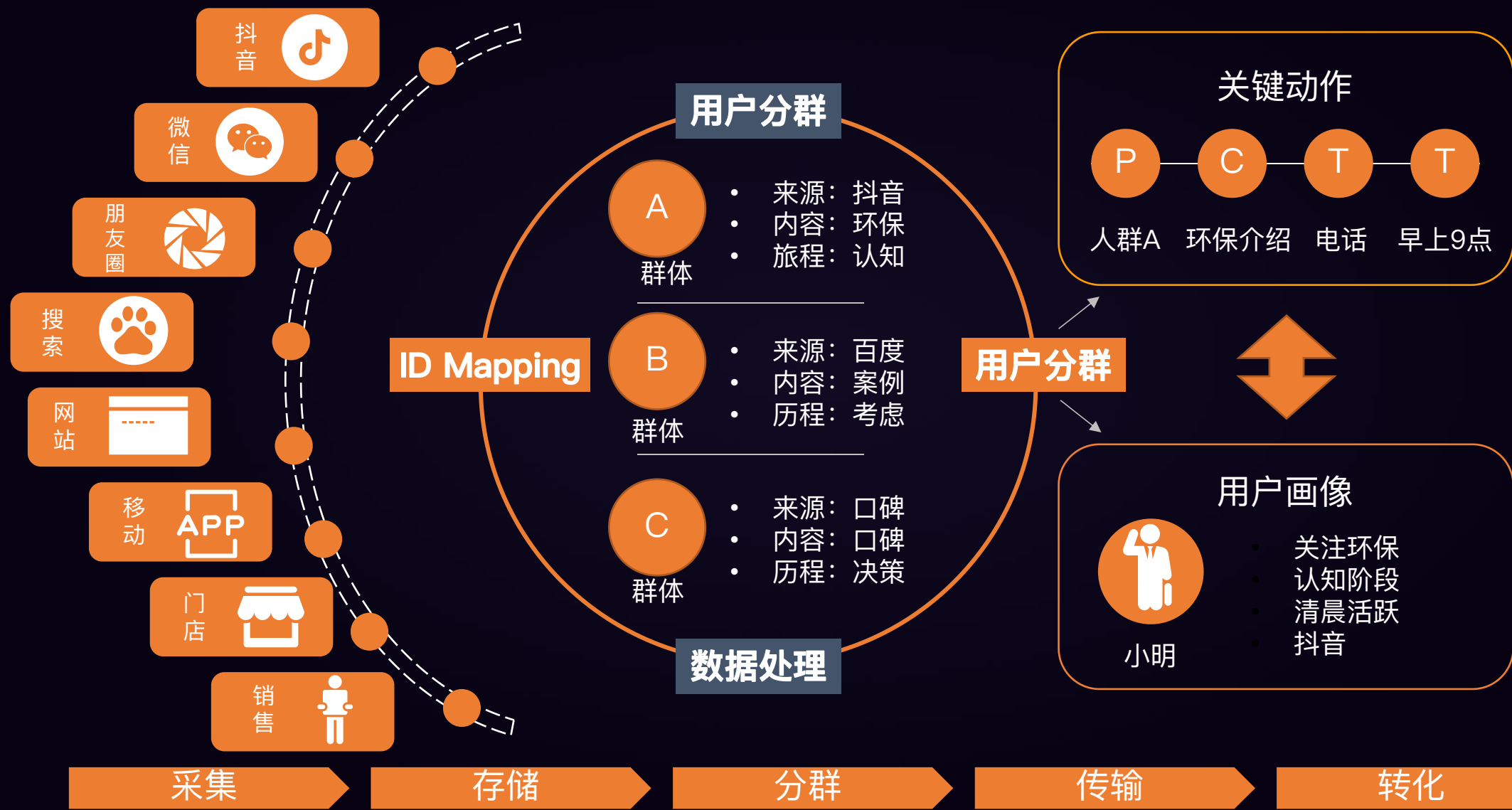
房地产行业



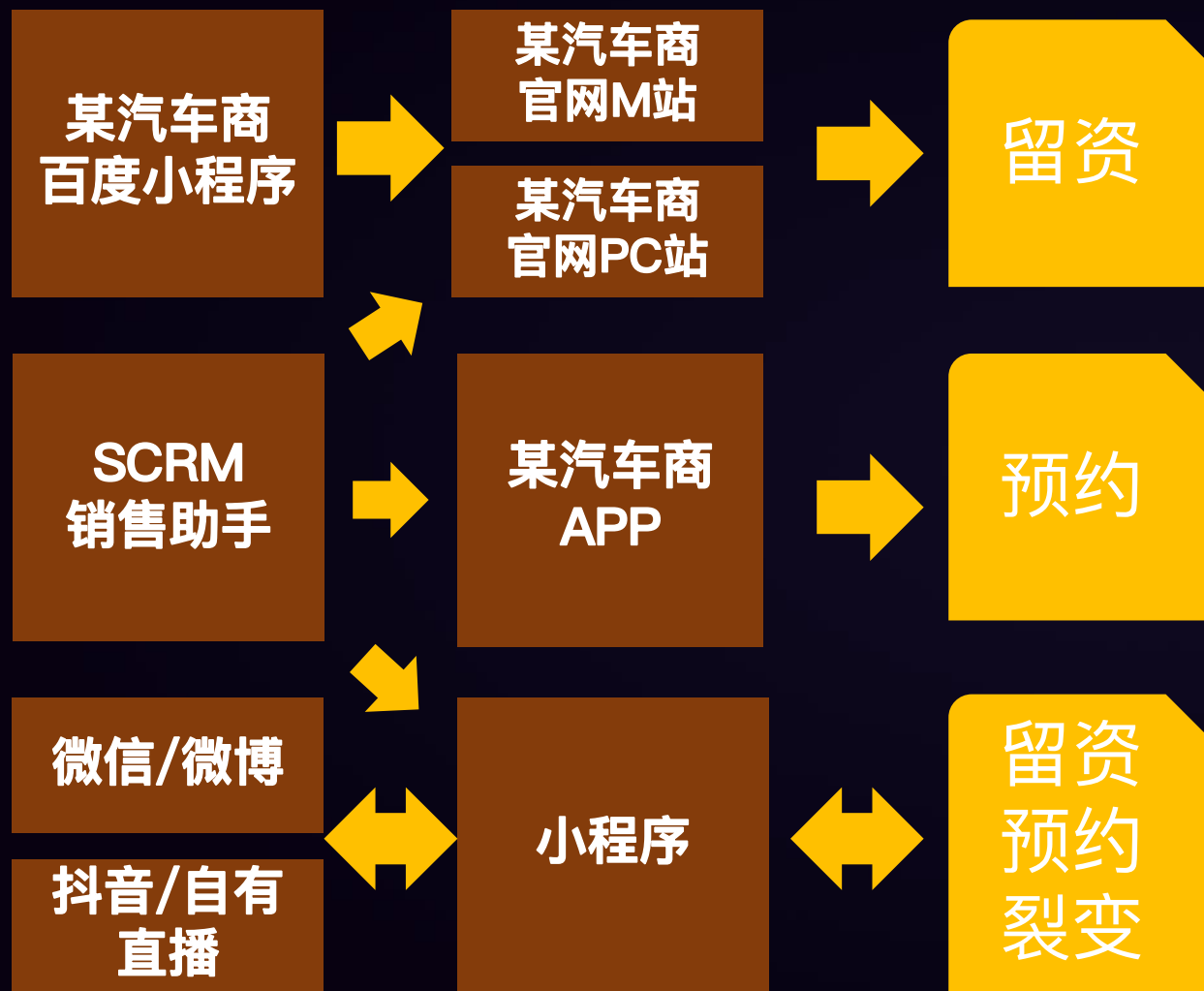
汽车/机械行业



高客单价营销核心竞争力——用户分群的能力



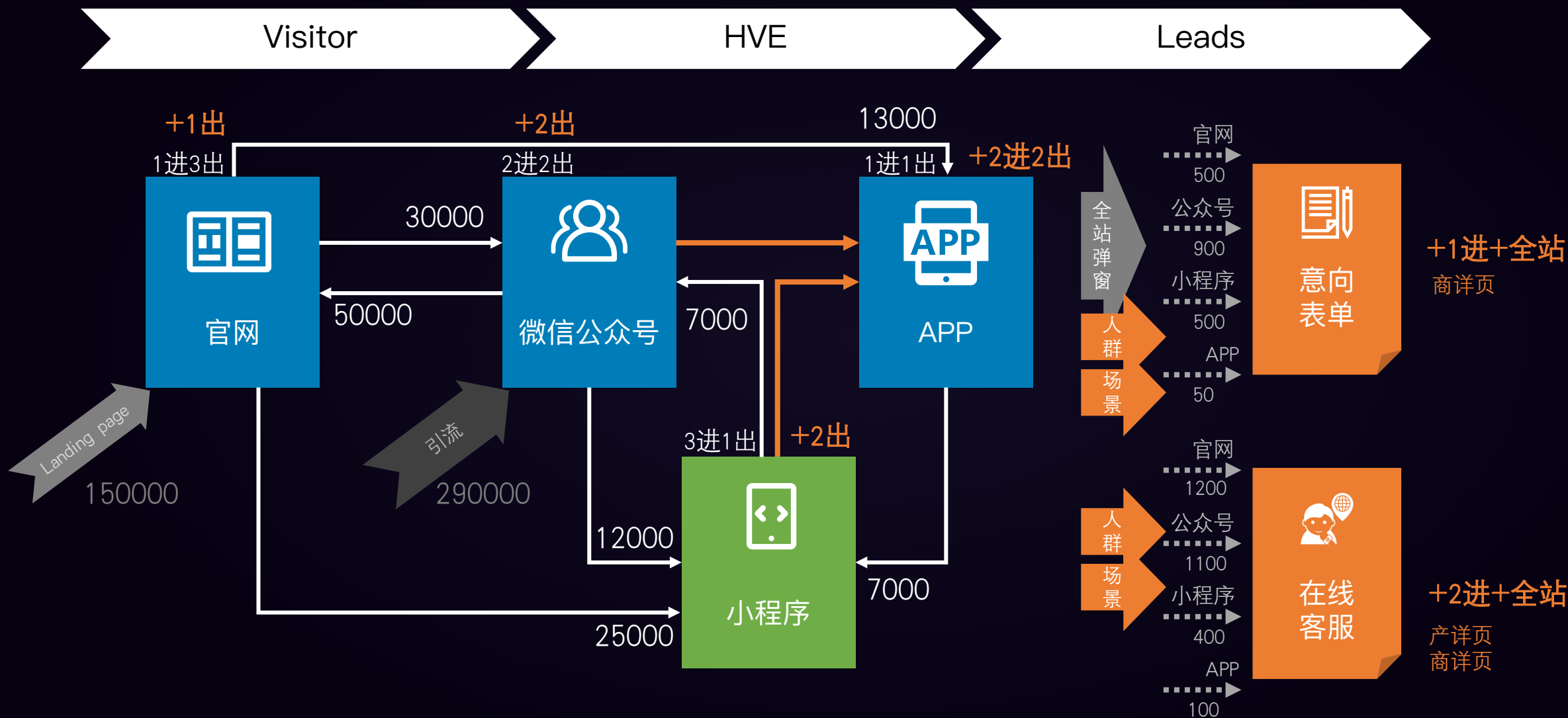
某汽车获客的核心路径对数据驱动的需求



业务运营工作

数据驱动工作

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)

