

网络团购

群雄逐鹿 口碑先行

影院
KTV
瑜伽
美食 按摩
西餐 新奇
酷玩 酒吧
演出 零食 美容
SPA 特色
健身
旅游



美团网
2011.07

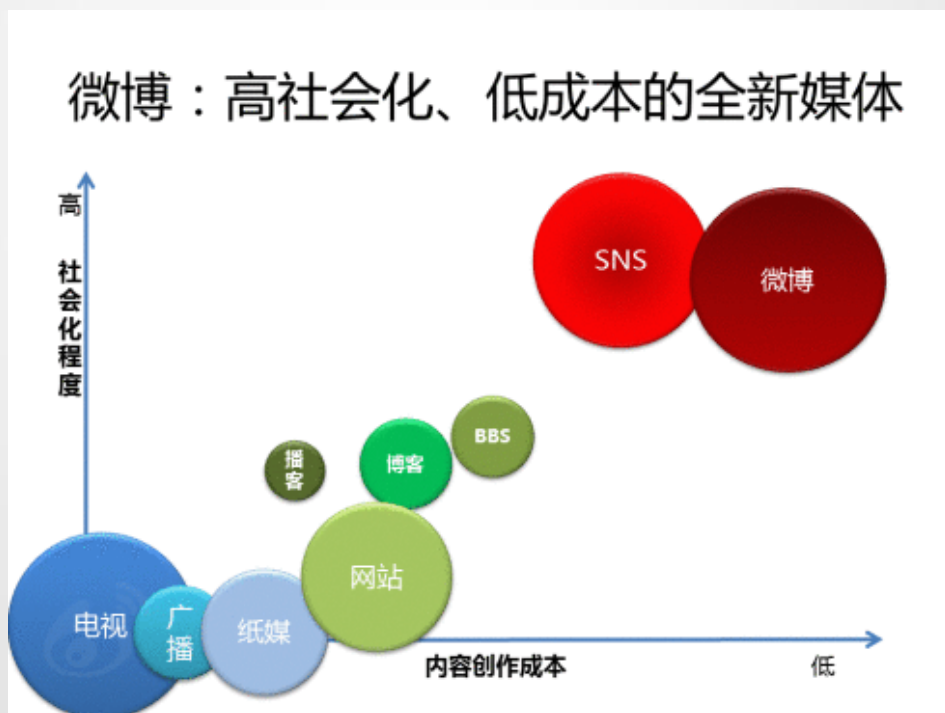
美团的独特营销策略：

口碑营销



口碑营销定义：

利用社会化网络，在线社区，博客，百科或者其他互联网协作平台媒体来进行营销，销售，公共关系和客户服务维护开拓的一种方式。一般社会化媒体营销工具包括论坛，微博，博客，SNS，Flickr和Video等。

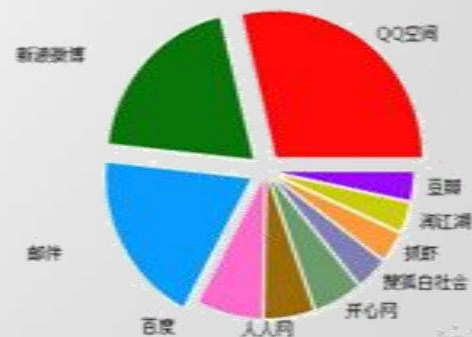




“网络的社会化不会朝生暮死，也不会昙花一现。网络的社会化将逐渐地影响到每个人，每家公司，深入到世界的每一个角落”

社会化分享服务 (TOP10)

数据来源: JiaThis.com





口碑力量有多大？

数据说：

互联网与口碑均为影响用户购买行为的媒介

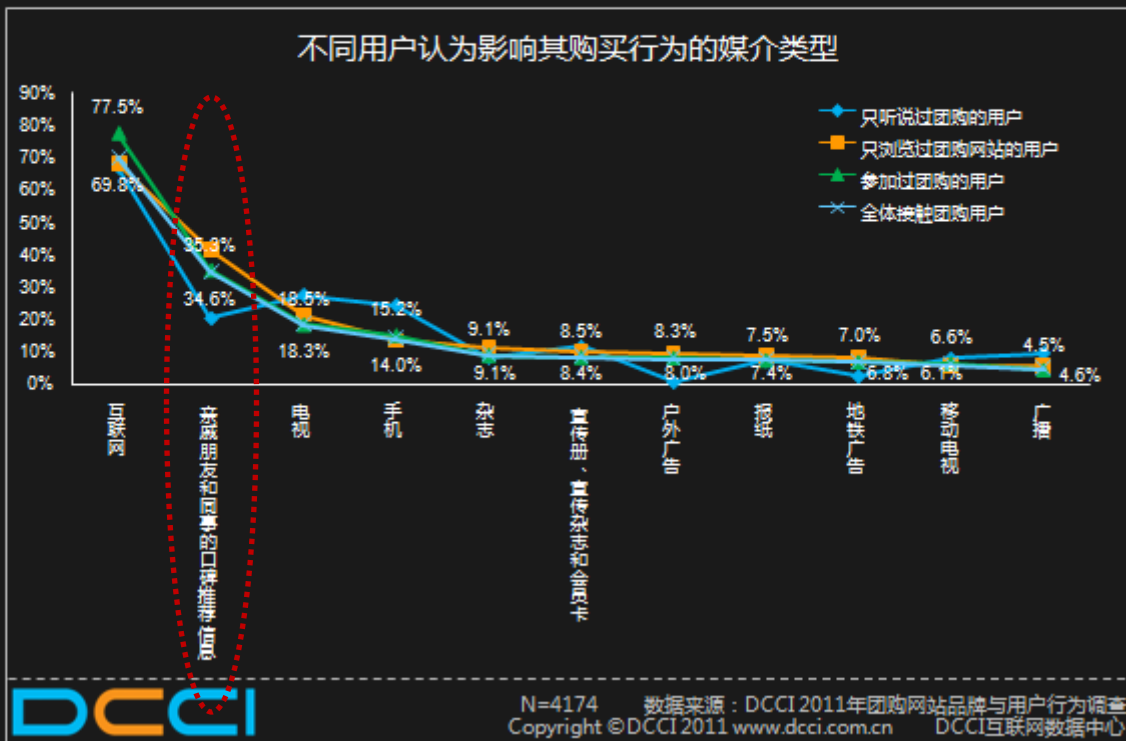
- 全体接触团购用户认为能影响其购买行为的媒介为互联网与口碑。
- 只听说过团购的用户，相对于口碑，更容易受电视和手机影响。

潜在及现有
团购用户媒
介接触情况

潜在及现有
团购用户网
络应用使用
情况

潜在及现有
团购用户团
购信息获取

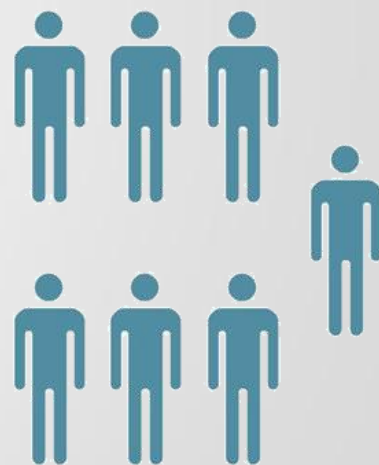
潜在及现有
团购用户团
购广告接触
情况



美团说：

70%

的新用户来自**用户口碑**



这样的结果，是如何达成的？



口碑的形成过程：

1，信息产生：
来自服务品质

2，信息传播：
精细的传播渠道
维护

3，信息扩散：
赋予传播信息的
动力和便捷性

1, 信息产生： 来自服务品质

问渠哪得清如许，
为有源头活水来



美团的服务不错，没有费什么周折就退掉了没有用的团购券。

2010-9-25 18:09 来自新浪微博 | 举报

转发 | 收藏 | 评论



郝珏V
北京

233 15864 1336
关注 粉丝 微博

无忧过期退

买了，第一次团购团给美团了，而且就在家跟前，下班时候路过一拿就OK了，嗨皮啊~

@美团西安V: #美团西安#今日团购: 仅售9.9元, 原价30元的BreadTalk面包新语日本芝士蛋糕(重300克)一份, 骡马市店、粉巷店两店通兑! 会说话的面包, 和面包来一次亲密接触吧! <http://t.cn/h4N2iD> 原文转发(59) | 原文评论(42)



2010-11-5 00:23 来自新浪微博 | 举报

转发 | 收藏 | 评论(5)



黑猫bb
陕西 西安

118 152 1772
关注 粉丝 微博

+ 加关注



个人资料

幸福初体验

美团网的服务不错，之前团购时遇到的问题得到工作人员的迅速回复，现在已经解决了。大家多点关注 @美团广州 啦!

5月13日 21:46 来自Android客户端 | 举报

转发 | 收藏 | 评论



当迷糊遇上蒙奇奇
广东 广州

79 106 928
关注 粉丝 微博

问题解决快

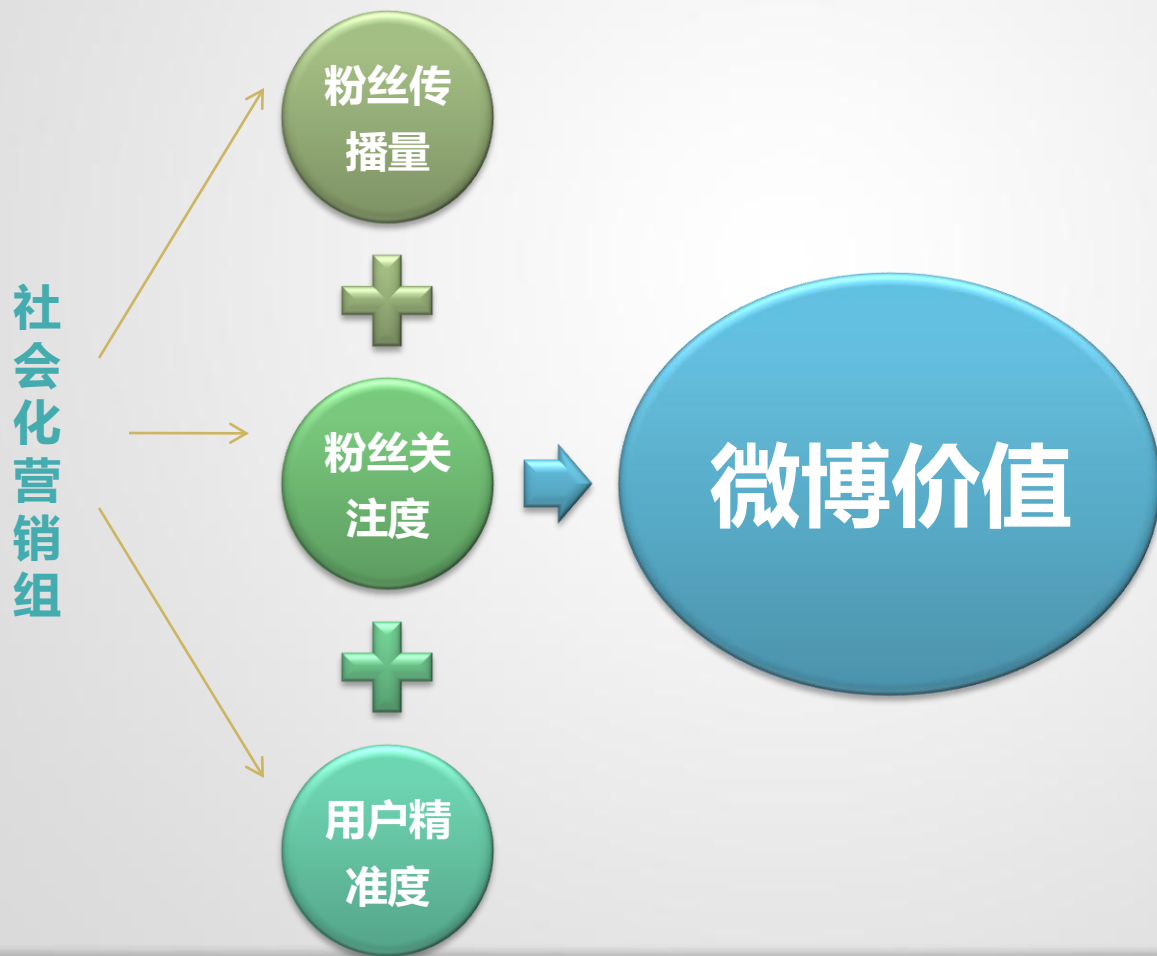


在社交媒体泛滥的时代，
说得出，更要做得到

做好服务，适时传播
才会有更多用户口口相传

2, 信息传播： 精细的传播渠道维护

架构上，社会化营销组构建微博价值：

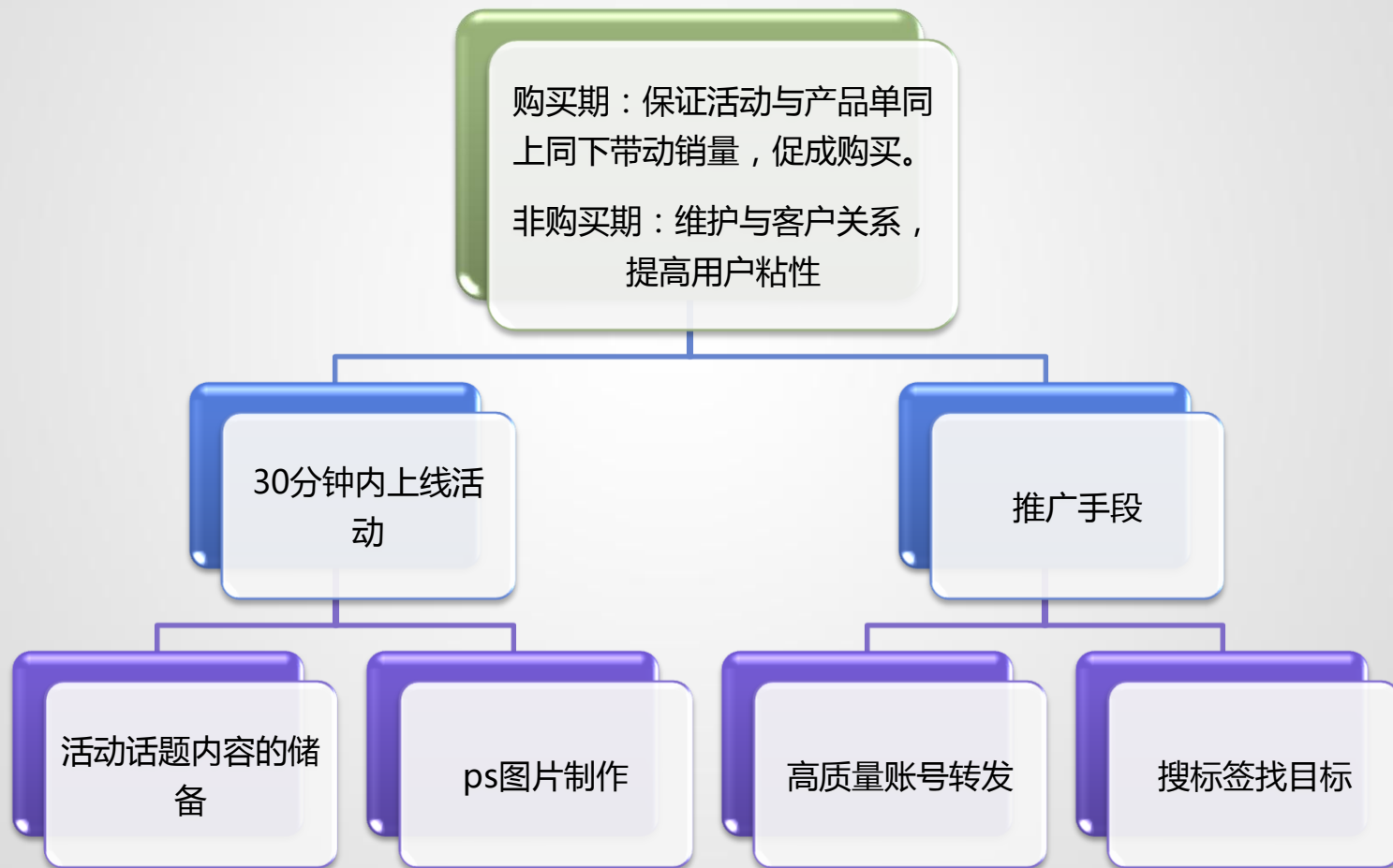


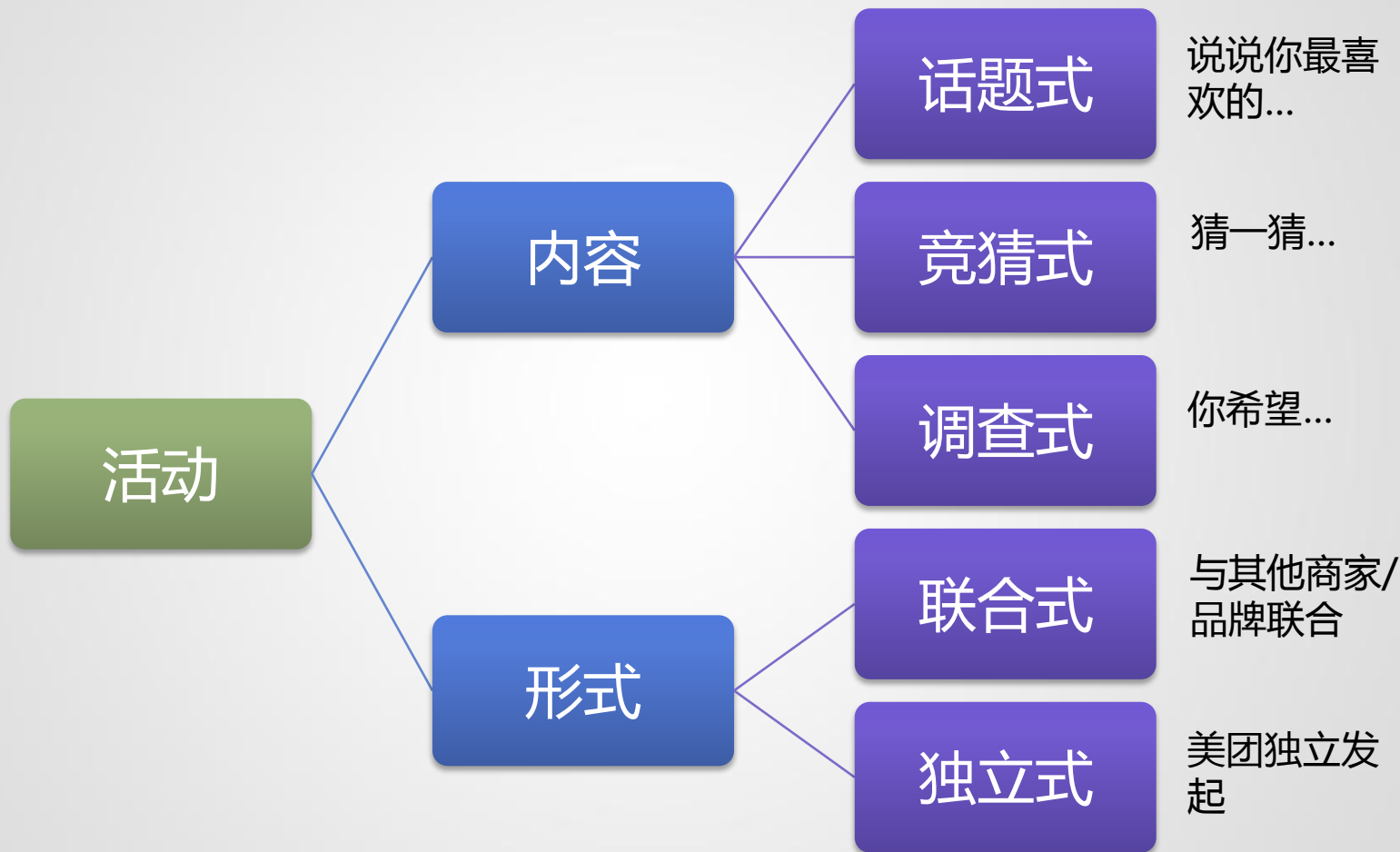
A、美团主账号粉丝量7.5万
每发布一条微博相当于到达了7.5万的用户，
相当于一本杂志的发行量。

B、美团全国各城市粉丝量
(即直接受众) 25万+, 相当
于一个二线城市晚报的发行量。一天转
入访问量就达到1万多次

C、在线活动平均转发1000
次，每次影响人群200万

战术上，精细化操作保障效果：





3, 信息扩散:

赋予传播信息的**动力和便捷**

降低传播

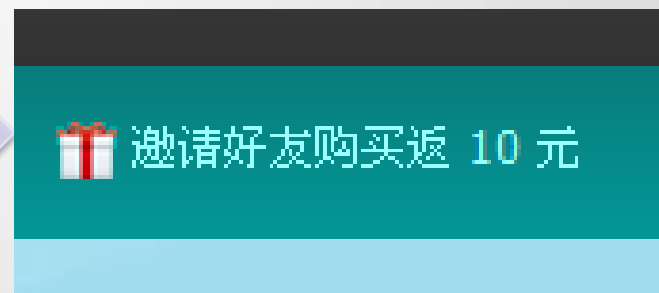
难度

- 例如：在网页的功能设计上，美团网就有很多分享的链接，用户可以通过微博、开心网、人人网，或是MSN一键把消息分发出去

增强传播

动力

- 美团网一开始就推行的10块钱返利邀请措施，更是大大增强了用户的传播动力。



充分发挥口碑传播的效果

实际效果： 团购市场群雄逐鹿 美团网屡创佳绩

5月

重登团购网站销售榜榜首
团购业第一大单落户美团

6月

在单品销售方面，无论是团购人数还是销售总额，都创造了新纪录：
善味阁酱鸭舌两天达到近19万人购买；
澳门豆捞经典双人火锅套餐五天的销售总额达到了约194万元...

服务品质

精细维护

动力和便捷

布局口碑营销

踏踏实实 **做好服务** 才是制胜之道

谢谢!

