



见实科技

J I A N S H I



见实私域流量白皮书

《2021私域运营趋势》



联合出品 / 2021年3月

Contents

目录

前言

- 01 小心2021年私域进入Hard模式
- 02 私域运营的常态化、规范化、精细化、智能化和专业化

第一章

趋势篇

2021年的私域流量运营趋势和变化是什么？

- 1.1 趋势一：私域运营不再是“锦上添花”，而是企业标配，私域流量运营常态化
- 1.2 趋势二：企业微信将成为私域运营首要工具，视频号和直播将成为最大变量
- 1.3 趋势三：以用户关系为中心，基于数字化基础支撑的用户精细化运营越来越重要
- 1.4 趋势四：各行业全面开始运营私域，个别领域仍在红利期，智能化，自动化是运营刚需
- 1.5 趋势五：私域生态越来越完善，相应的组织、工具、玩法、案例、变现方式开始多样

第二章

数据篇

趋势与变化背后的数据和逻辑是什么？

- 2.1 从小程序、企业微信、视频号最新数据说起
- 2.2 从一次有趣的调研和一个实操案例说起
- 2.3 从行业大背景和技术的发展说起
- 2.4 从数据标签能力和精细化运营能力提升说起

第三章

影响篇

对行业和产业会产生哪些深刻影响？

- 3.1 影响一：未来的商业更关注人本身，企业增长的关注点转向运营关系，精细化运营提高转化率
- 3.2 影响二：基于企微的私域流量生态会在 2021 年爆发，2022 年高度繁荣，视频号将助力商家更好运营私域
- 3.3 影响三：私域流量将成为零售行业驱动增长的核心力量，美妆个护 / 母婴 / 食品类目的私域流量所产生的 GMV 或将会占到整个品牌的 30%
- 3.4 影响四：线下资产重的行业，在进行数字化转型时，将面临阻力。生活服务行业，将复刻零售行业的私域运营逻辑

第四章

措施篇

企业应对这些变化的具体措施有哪些？

- 4.1 企业要考虑自己是否适合做私域，并设立适合自己的私域运营部门
- 4.2 企业要重视人和全局的关系，提高数据标签能力和精细化运营能力
- 4.3 企业必须线上化和数字化，积极拥抱新技术，提高智能化和自动化技术
- 4.4 企业要继续优化私域流量运营效率，并不断提高内容运营能力和服务能力
- 4.5 企业要依靠生态力量崛起，借助第三方服务商力量，并持续学习升级

写在最后

致谢部分

关于见实

见实科技是一家智库型自媒体，致力于梳理可成长、可复用的企业增长方法论。目前聚焦在以私域流量、社交电商、直播、小程序、视频号、社群等为代表的社交领域。并在逐步扩展。欢迎一起切磋交流。

关于《见实私域流量白皮书》

该份白皮书是见实「私域流量白皮书」系列第二季的第一期《私域流量白皮书：2021 私域运营趋势》。第一季全部六期白皮书，分别关注行业演进、疫情带来的行业变化、私域核心 KPI 该如何制定、私域运营岗位和部门调整设定、具体实操的方法、私域案例等（向“见实”公号发送关键词“白皮书”即可免费获取）。

见实还将持续迭代和补充、搜集和整理更多标杆案例，以月或季度为单位持续更新，第二季其他白皮书也已经在规划中。同时，见实还组织了私域践行社，将组织前去优秀标杆案例企业游学、深度切磋。

欢迎持续关注、欢迎提供和分享您的案例，欢迎一起面对面切磋。



扫码加入
见实私域践行社



扫码关注「见实」
发送“白皮书”
获取第一季全部 6 期
私域流量白皮书



见实「私域践行社」
报名表

前言一



小心 2021 年私域进入 HARD 模式

见实科技 CEO 徐志斌

现在，我们绕不过去一个问题：2020 年够难了，2021 年会好一些吗？

我想放弃宏大的叙事，干脆说说实际观察和感受。好在许多信息已露端倪，还是可以看到一些可能的样子。

以见实所关注主题看，2021 年会有三大热词：“私域、小程序、视频号”。其中，视频号与小程序都将和私域大趋势紧密关联，因此不如说只是一个热词的不同呈现。

在过去的这一年，私域拯救了许多公司的业绩，新一年里仍然还会起到大作用。而仅就现在所见，至少会看到一个关键变化：私域开始进入 HARD 模式。

前段时间，企业微信发布的一个数据被太多人所忽略：企业通过企业微信连接及服务的微信用户数已达 4 亿。当时见实这样写道：在当下，企业微信是最基础、最核心的私域流量运营平台，2020 年国内私域流量获得爆发式增长，某种意义上说，4 亿可以看作是去重后的私域用户总数。

我们在之前的演讲中曾表达过一个观点：一个用户能容许自己成为多少家企业的私域用户？答案或不会乐观，最多在 15 家品牌左右。

这意味着，前沿那些尝鲜用户、最容易引入私域的用户，大部分都进入了各大企业的私域范畴。后续企业再想笼络私域用户（吸粉、建立私域流量池这个关键环节），难度将不断提升。

以见实所见，2019 年时许多企业转化用户到私域池时，通过率在 20-30% 左右，到了 2020 年已降至 6-7%。许多从业者推测，2021 年私域用户通过率还将继续降至 2-3%。也就是添加 1000 个用户进入私域池，最多最有 20-30 人会同意并通过。

因此，4 亿这个数据在暗示，私域流量或渐渐开启 2021 年私域运营的 HARD 模式。

私域流量也同样存在时间红利，越早进入显然受益越大，这也是为什么过去合作伙伴询问见实该不该进私域时，我们的回答总是：越快越好。

HARD 模式会带来一系列变化，首先一定是私域运营难度更高了，也包括后续要提及的这些：

1、一些标杆企业或将折戟于私域；

讨论私域运营时，总是和社群、直播、导购、短视频、公号 / 服务号、小程序、广告投放等等结合起来，其中单独任何一项做好了都能取得美好的结果，但它们恰恰都非常难，更何况将这些高难度的工作都组合在私域的大范畴下？

在 2019-2020 年时，受着时间红利的影响，这些单项或组合的运营难度都非常低。但当私域成为绝大部分企业的标配——换句话说，“宠”粉的企业和品牌多了起来，“宠”的标准就会大幅提升，因此运营会越来越难。

不排除部分享受到时间红利的私域标杆企业甚至折戟于此。这会让 2021 年产生几波新的大争论，质疑私域的声音届时一定会非常响亮。

2、优化、优化、优化，企业会特别关注私域运营优化；

见实 2020 年时和超过百数的企业一对一深聊，或线下参观体验，会看到大部分企业私域运营都非常粗糙，例如，本应在裂变、转化上起到大作用的小程序没有发挥出价值，大部分“私域 + 小程序”的企业在小程序上多不及格。

即使以最简单的角度去评估，针对小程序的优化、社群运营的优化等，都会带来可观的转化效率提升。因此，当运营难度提升时，针对私域运营的优化就会成为关键焦点。

多说一句，见实在 2021 年会聚焦帮助大家进行私域运营优化。欢迎深聊！

3、针对私域运营优化的诉求，还会促使更多聚焦私域中某一个细分环节的服务商获得更快发展、更多融资；

4、运营 SOP 化，降低运营难度；

以行业为线，私域运营的各种标准操作步骤将会被服务商梳理出来，并将之开发成不同功能、模块，以此降低整个行业的私域运营难度。时间越往后走，这种趋势会越来越明显。

5、下沉和细分会出现更多机会；

这个下沉，和过去讨论的下沉市场一样。刚才提及的 4 亿用户多聚焦在快消、零售、教育等行业。创业团队在更下沉的区域和其他行业市场，复制私域玩法，会找到更多好机会。

6、私域推动新品牌出现；

在私域中遥遥领先的团队，不会满足于让数百万、数千万私域用户每天单纯接收自己品牌的广告。以及，业界有些团队十分擅长构建新的私域流量池。这些团队都会开始讨论一个新需求：

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16709

