



社群运营拆解

模块	事项	内容	量化	对接人	说明	
用户新增	内容渠道	知乎	20人/天	梦瑶	择业、就业成长。内容需求： 外企面试攻略；药代的工作怎么展开；如何与医生沟通 《0基础也可以获得外企office》	
		公号	5人/天	慧洁		
	渠道拓展	百度	8人/天	梦瑶/子宣	供需匹配： 医生资源，药品资源，科室照片。地域需求匹配、 《7天成为学术性药代》	
		豆瓣	2人/天	涛文		
		微博	2人/天	涛文	行业洞察、政策解读、医药八卦。 评论员： 药监局退休高官 《 第一洞察室》	
		混、偷	10人/天	子宣/涛文	大V粉丝圈、竞品群	
		活动行	3群/月	代测	行业论坛、线下交流会	
	先导流导小号，活动时再拉群					
活跃	日常管理	群公告		子宣/涛文	1 入群请修改昵称：地区+1年经验+昵称，不定期清理未修改的人。 2 不定期会邀请老代表、药企大V进行干货分享及互助答疑。	
		欢迎机制	不定期更新	子宣/涛文	欢迎来到药代心灵的绿洲，每个人都有自己的闪光点，自我介绍下自己，接下来的日子里，我们一起进步~	
		将获得		子宣/涛文	大V解答新手药代求助、一手医药类新闻、最新药企动向、经典医院八卦、科室趣事、 药物科普、成长、生活趣事等等	
		自我介绍	形成文档	子宣/涛文	关于我】 我是Crystal，95年，坐标广州，1年医药代表经验 【关于工作】 在辉瑞实习了两个月，当前珠海联邦制药的胰岛素业务员 【我的需求】 希望能掌握与人沟通的技巧，有时候觉得是人际交往方面的压力比较大，在与客户之间的交流自己都是以低姿态去迎合 【我的资源】 药学毕业，可提供专业化的药学分析，同时拥有广深地区5个药代交流群	
		常规动作	激励	3名优秀代表/周	子宣/涛文	社群经典问题交流者记录并奖励特定福利
	1人起				邀请药店入群者	
	1周/次				知药客吉祥物、现金红包	
	维系		有问题找谁	子宣/涛文	想获得1对1求助或者反馈问题的小伙伴，请直接@知药客	
	最新活动			子宣/涛文	最新活动： 公开课、地区线下见面会	
	社群联系		1月/次	子宣/涛文	除导师外，后面可以邀请社群有能力成员/已恢复成员做分享	
			1周/次	子宣/涛文	医院开发、医生关系维系、科室会议主题话题	
	裂变增长	筹备期	群门槛	不分组1小时以上	子宣/涛文	免费社群： 分享朋友圈课程海报，大于100人社群的停留3分钟以上的分钟
				19.9	子宣/涛文	原价支付，坚持3天社群打卡提交作业，结束后退还
			诱饵	多选1	子宣/涛文	微课+科室照片+简历模版+面经+红包
			圈推/群推	8:00/17:30	子宣/涛文	海报至朋友圈/微信号/导量
			触达		子宣/涛文	用户朋友圈/微信群看到海报
			行动		子宣/涛文	识别关注公众号
响应				子宣/涛文	回复关键词添加客服微信	
达成				子宣/涛文	分享海报并截图进群	
高转化海报设计			主题广	子宣/涛文	医药圈、营销BD	
			抓力感	子宣/涛文	《3步和医生建立关系》 《上量提升50%的方法》	
			焦虑心理	子宣/涛文	《0基础药代月薪也过万》 《医生也请他吃饭的学术型代表是怎样炼成的》	
			突出紧迫感	子宣/涛文	前30名进群人员可获得额外的福利（价值399学院课程抵用券）。	
		群准备	10个	子宣/涛文	预计每个群100人左右。	
	社群命名		子宣/涛文	药代成长营3期/群主题+编号群		

模块	事项	内容	量化	对接人	说明
	裂变期	引导文案	3版	子宣/涛文	和医生交流，心理紧张无法正常交流？ 拜访了好几次了，但关系得不到进展？ 和医生聊天可以，但迟迟不上量？ 如果你想知道答案，5年外企老司机《3步和医生建立合作关系》课程。
					基数 800
					K因子=x*y
		链接度	行业均值	子宣/涛文	ct值（15分钟 6小时 24小时）
				子宣/涛文	
				子宣/涛文	
		增量	投放测试	子宣/涛文	公号推文、互推、百度
	工具			子宣/涛文	管理工具：小u管家，裂变工具：爆汁裂变
内容输出	微课主题	0-1岁		秋月	《医药代表怎么入门》、《3步和医生建立关系》、《0基础拓展医生人脉》、《上量提升50%的方法》
	大纲	课程包装	30分	秋月	就某一点问题深度剖析
	直播	音频			工具分发至各群
转化路径	转化目标				APP端注册
	转化模型	路径		子宣/涛文	获得价值认同→引出卖点→刺激用户痛点→推荐产品
		价值认同			微课输出
		引出卖点			系列课程
		刺激		秋月	原价399的课程，微群特定抵扣券398.9，即用户只要支付0.01元
		推荐产品		产品罗	现有下载链接新增注册模块，邀请码填写
风险与难点		行业社群特征			对医药行业用户对社群的需求摸不准
		内部协调			第一次跨部门协调
		用户			用户基数偏小
		数据			行业数据值不确定

私域商研院出品



扫码进群

查看更多私域干货