

家入社区推广手册

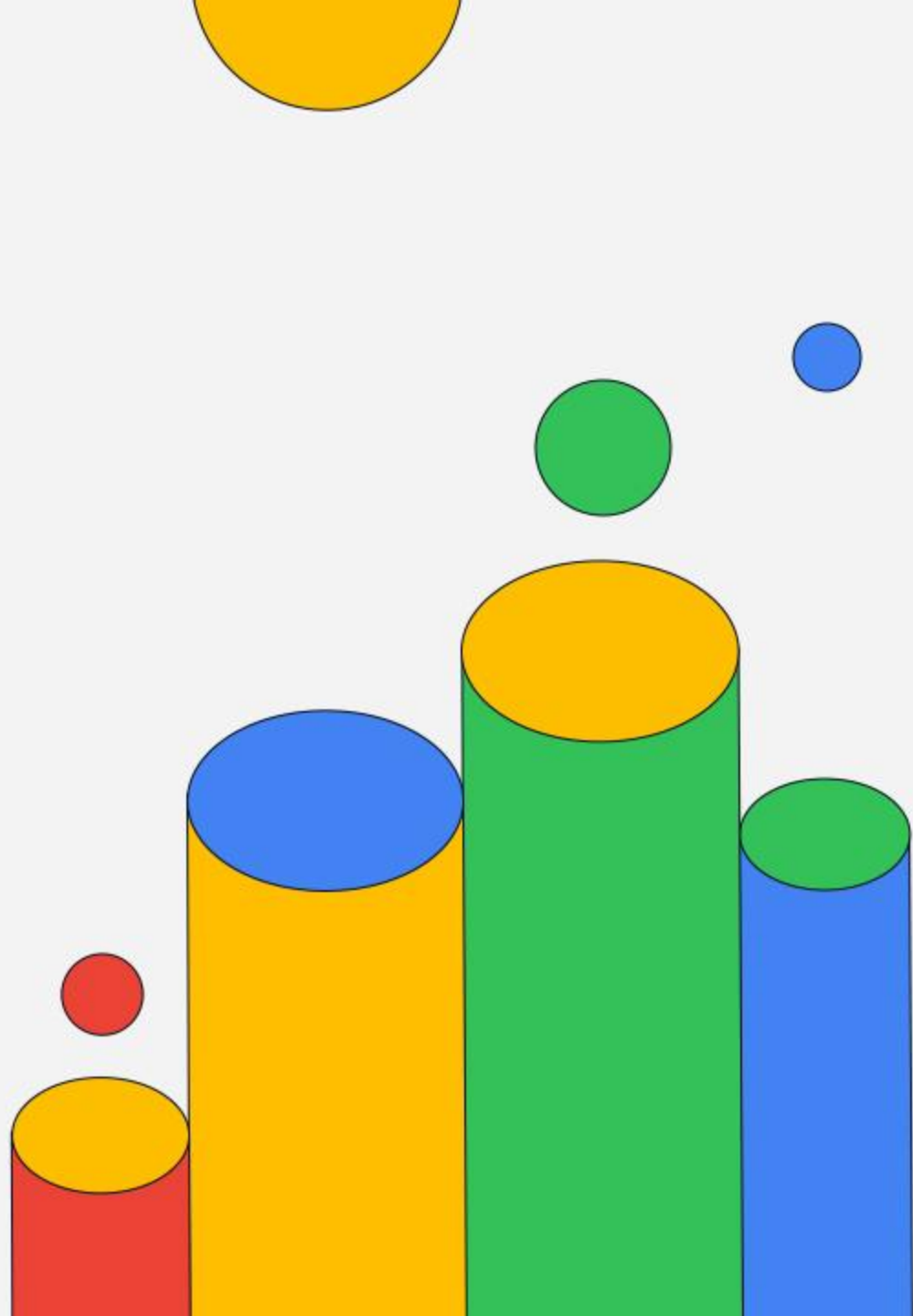
汇报人：郝择

2024-04-19

官网：<https://www.ganjisq.cn>

公众号：右侧2扫一扫“家入社区”

小程序：右侧1扫一扫“家入社区”



目录

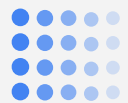
CATALOGUE

- 序言
- B端推广
- C端推广
- 佣金形式和具体比例
- 结论

PART 01

序言





社区用户推广手册

01

面向群体

社区用户推广手册主要面向社区居民、灵活用工人员、物业人员、便利店主和其他商家，以及具有创业想法的居民。

02

特点

家入社区是一个集信息发布、服务撮合、社区互动、个人变现为一体的生活综合服务平台。平台具有信息发布、服务撮合、社区互动和个人变现四个特点。

03

推广方式

家入社区的推广方式主要包括线上推广和线下推广两种。线上推广通过社群、广告等多种渠道进行推广宣传，线下推广则通过社区活动、店内宣传等多种形式进行推广。



B端推广



01

面向群体

B端推广主要面向社区物业、便利店主、内及周边商家和中介类商家。

02

特点

家入社区B端推广的特点包括，信息发布、服务撮合、社区互动和个人变现四个维度。

03

推广方式

B端推广主要通过社群、广告等多种渠道进行线上推广宣传，也可以通过社区活动、店内宣传等多种形式进行线下推广。

面向群体

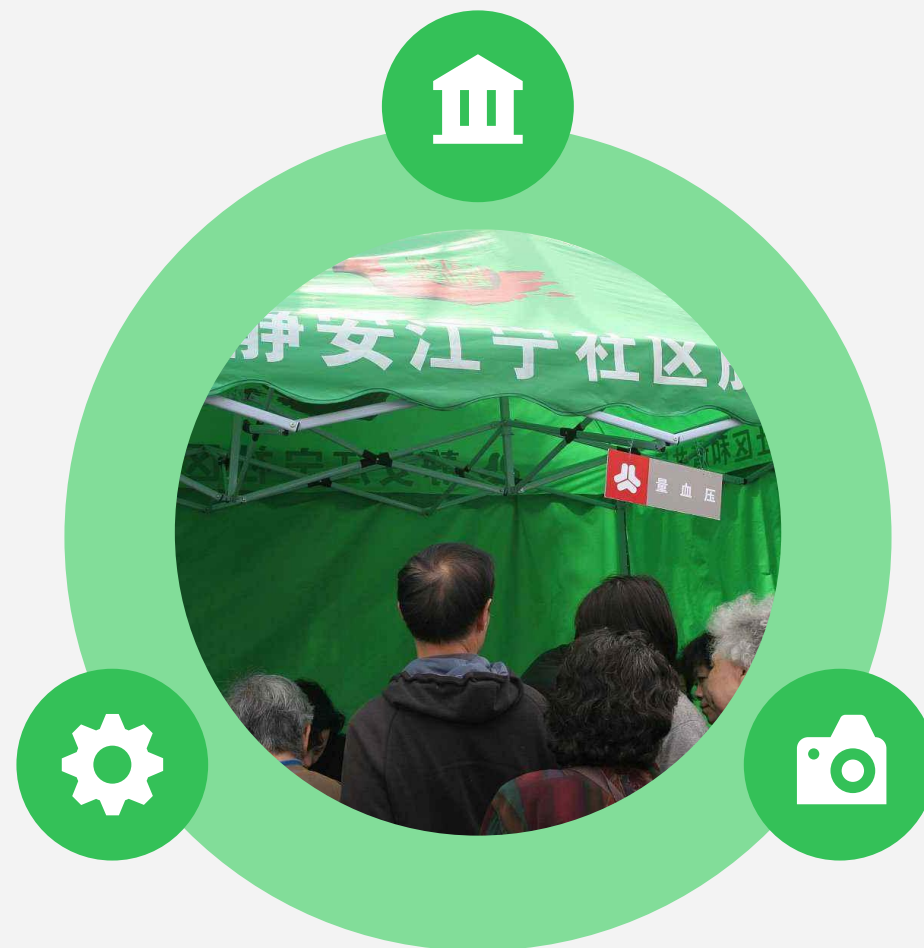
C端推广主要面向社区居民和灵活用工人员。

特点

家入社区C端推广的特点包括，信息发布、服务撮合、社区互动和个人变现四个维度。

推广方式

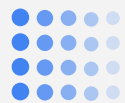
C端推广主要通过社群、广告等多种渠道进行线上推广宣传，也可以通过社区活动、店内宣传等多种形式进行线下推广。



PART 02

B端推广





社区物业



街道、居委会日常活动形式

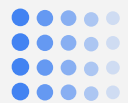
物业公司可以与街道、居委会合作，开展日常活动，例如社区动态发布、社群分享等。通过这些活动，物业公司可以在社区内建立自己的品牌形象，提高社区居民的参与度和粘性。

社区公益活动

物业公司可以开展社区公益活动，例如植树节、义诊、广场活动等。通过这些活动，物业公司可以在社区内建立自己的公益形象，提高社区居民的认同感和参与度。

社区保安、保洁招募

物业公司可以开展社区保安、保洁招募活动，通过发布招聘信息、组织面试等方式，吸引社区居民的关注和参与。这样可以解决物业公司的用人问题，同时也可以提高社区居民的就业率和参与度。



社区便利店主

发起团单

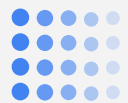
社区便利店主可以通过家入社区平台发起团单，将商品信息、数量、金额等信息发布到平台上，吸引社区居民的关注和参与。这样可以提高店铺的销售额和用户的复购率。

发布新品到店

社区便利店主可以在家入社区平台上发布新品到店信息，将新品的图片、价格等信息发布到平台上，吸引社区居民的关注和参与。这样可以提高店铺的知名度和用户的购买率。

参与日常互动

社区便利店主可以参与家入社区平台的日常互动环节，例如评论、打卡等。通过与其他用户之间的互动和联系，可以提高用户的忠诚度和参与度。



社区便利店主

01



发布团单信息



社区便利店主可以在平台上发布各种团单信息，如食品、日用品等，与社区居民一起享受优惠价格。

02



新品到店



社区便利店主可以在平台上发布新品到店信息，与社区居民一起分享美食和优惠价格。

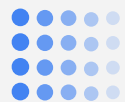
03



参与日常互动



社区便利店主可以参与平台上的日常互动环节，与社区居民一起交流美食和养生知识等。



社区内及周边商家



发布日常促销公告

社区内及周边商家可以在家入社区平台上发布日常促销公告，将促销活动的信息、时间等信息发布到平台上，吸引社区居民的关注和参与。这样可以提高店铺的销售额和用户的购买率。



发起团单信息

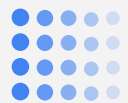
社区内及周边商家可以通过家入社区平台发起团单信息，将商品信息、数量、金额等信息发布到平台上，吸引社区居民的关注和参与。这样可以提高店铺的销售额和用户的复购率。



参与日常互动

社区内及周边商家可以参与家入社区平台的日常互动环节，例如转发、打卡等。通过与其他用户之间的互动和联系，可以提高用户的忠诚度和参与度。





中介类商家

01

发布日常信息

中介类商家可以在家入社区平台上发布日常信息，例如房屋出租、二手置换等信息。通过平台的信息发布和展示功能，可以让更多的社区居民看到信息并提高信息的曝光率和转化率。

02

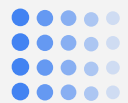
参与日常互动

中介类商家可以参与家入社区平台的日常互动环节，例如转发、打卡等。通过与其他用户之间的互动和联系，可以提高用户的忠诚度和参与度。

03

招募小时工

中介类商家可以通过家入社区平台招募小时工，将招聘信息发布到平台上，吸引社区居民的关注和参与。这样可以解决店铺的用人问题同时也可以提高社区居民的就业率和参与度。



社区内及周边商家

1

发布日常促销公告

社区内及周边商家可以在平台上发布各种促销公告信息，如折扣促销、满减优惠等，吸引社区居民的关注。

2

发起团单信息

社区内及周边商家可以在平台上发起各种团单信息，如旅游出行、家政服务等，与社区居民一起享受优惠价格。

3

参与日常互动

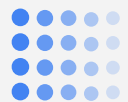
社区内及周边商家可以参与平台上的日常互动环节，与社区居民一起交流健康和养生知识等。



PART 03

C端推广





社区居民普通用户



发布日常动态信息并分享

社区居民可以在平台上发布各种日常动态信息，如美食、健康养生、社区活动等，并可以分享到微信群或其他社交媒体上，与邻居们一起分享生活中的点滴。

日常首页分享

在平台首页，社区居民可以发布各种优惠信息、美食推荐等，与更多的社区居民分享生活中的美好。



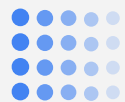
社区日常分类商品或服务分享

社区居民可以在平台上发布各种商品或服务信息，如房屋出租、二手物品交易等，与邻居们一起分享生活中的各种资源。

PART 04

佣金形式和具体比例



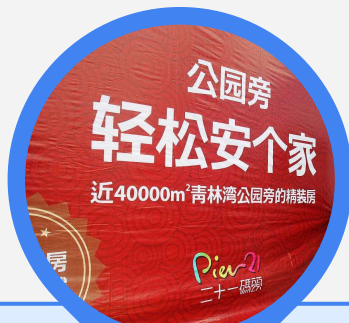
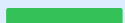


订单佣金



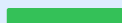
分配比例

订单佣金比例为5%，其中
1.85%归直推者和间推者所有，
2.15%归社区管理所有，另外
1%为平台留存用于日常运营。



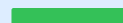
参与者

参与者包括社区内的各类用户，
如社区居民、便利店主、中介等。
他们可以通过家入社区平台发布
信息、参与分享等环节来获取订
单收入和推荐佣金。



社区管理

也可以申请社区管理，通过分享
和推荐家入社区平台。并对社区
用户及日常发布进行审核。并对
社区订单进行管理。来获取社区
管理佣金，社区订单多收益也会
越来越多。



广告佣金

分配比例

广告佣金比例为100%，其中20%归平台所有，37%归直推者和间推者所有，43%归社区管理所有。

参与者

参与者包括社区内的各类用户，如社区居民、便利店主、中介等。他们可以通过家入社区平台发布广告信息来获取广告佣金。

社区管理

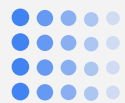
成为社区管理员，可以通过推荐用户参与家入社区平台的广告活动来获取广告管理佣金。



PART 05

结论





B端推广总结



物业变革与平台融合

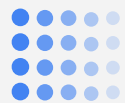
物业资源减少，大型物业公司寻求变革。社区流量从社群转移到平台，实现自我裂变。物业全面管理社区动态、服务、房屋出租等，实现线上线下融合。流量与物业、平台共同拥有，多种途径变现。

社区便利店流量提升与收益增长

便利店依赖固定社区流量，追求流量与收益增长。提供团单工具，简化下单、自提、核销、退款流程。平台扣除5%佣金，用于运营、直推、间推及社区管理分润。

社区内及周边商家营销推广

商家依赖社区固定流量，面临营销推广难题。提供变现工具，聚焦流量，提高转化率，解决推流问题。结合线上线下操作，实现店铺引流与变现能力提升。



B端推广总结



社区外中介类商家信息发布与曝光

中介类商家需高频曝光，发布信息吸引社区居民关注。提供发布工具，实现信息展示、分享与成单。聚焦流量，提高转化率，增强社区居民记忆与信任度。



创业平台提供与风险降低

面对经济不稳定，创业投资风险大，居民寻求稳定生活。提供0元投入的创业平台，要求熟悉操作、审核能力与平台分享。兼职可行，补贴家用，甚至可发展为事业。



THANKS

感谢观看

