

小遛流量池，“品运合一” 精细化运营

- ◆ **品牌名称**：小遛共享
- ◆ **所属行业**：共享出行
- ◆ **执行时间**：2021.01至今
- ◆ **参选类别**：私域营销类

- 随着共享电单车行业的布局加速，众多企业纷纷加入，品牌竞争激烈。就整体电单车投放格局而言，目前行业整体市场高度集中，青桔、哈啰和美团三家企业占比总市场投放量的90%以上，市场空间趋于饱和，后续入场品牌的生存空间被进一步压缩。
- 小遛共享自2017年成立以来，已进驻全国超120座城市，拥有超5500万用户，车辆投放超25万辆，发展为共享电单车第二梯队品牌。在此背景下，氢互动聚焦品牌核心增长问题，根据品牌现状重新梳理战略定位，给小遛共享提供流量池咨询建设和运营解决方案，构建“品运合一”的精细化运营。



氢互动以流量池理论为纲领，通过对小遛**品牌重塑升级**和**用户精细化运营**规划，对小遛进行全方位建设改造，助力品牌构建品牌价值壁垒和用户资产壁垒，构建品牌核心竞争力。

共享电单车出行对公民绿色意愿和

超9成用户认可共享电单车出行更

共享电单车成为通勤的重要工具

各平台服务用户满意度：青桔用户满意度领先，行业服务差距逐步拉开

Analysys 易观分析

行业服务经济性：不合理扣费问题是用户出行服务体验中主要痛点

Analysys 易观分析

消费者洞察



趋势1：

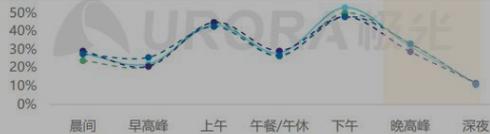
通勤为用户主要使用场景

趋势2：

换车难、找车难、不合理扣费为主要痛点

趋势3：

用户对于品牌的偏好，更加依赖于个性化服务的能力比较



数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ:JG)；数据周期：2021.04

全员到场方式，高效守护用户夜间安全

公共交通接驳场景

青桔单车，依托青桔管控平台与滴滴平台“公共交通信息服务”沉淀用户周边出行数据，对公交/地铁站点周边出行需求精准预判，强化两轮车与公共交通接驳协同效率

2020/11/20

数据驱动精益成长

20

21

小遛流量池咨询建设执行策略

调研分析

调研分析了解品牌现状
聚焦核心问题寻找机会点

品牌战略

进行品牌战略规划
搭建品牌完整链路

运营规划

用户精细化运营
解决方案

通过流量池咨询方法论，帮助小遛发现品牌自身优劣势，聚焦小遛品牌核心问题，助力品牌构建“品运合一”的精细化运营完整蓝图。

行业市场调研

从整个共享电单车市场宏观环境，行业现状等多角度分析调研，**寻找机会点**

竞品调研

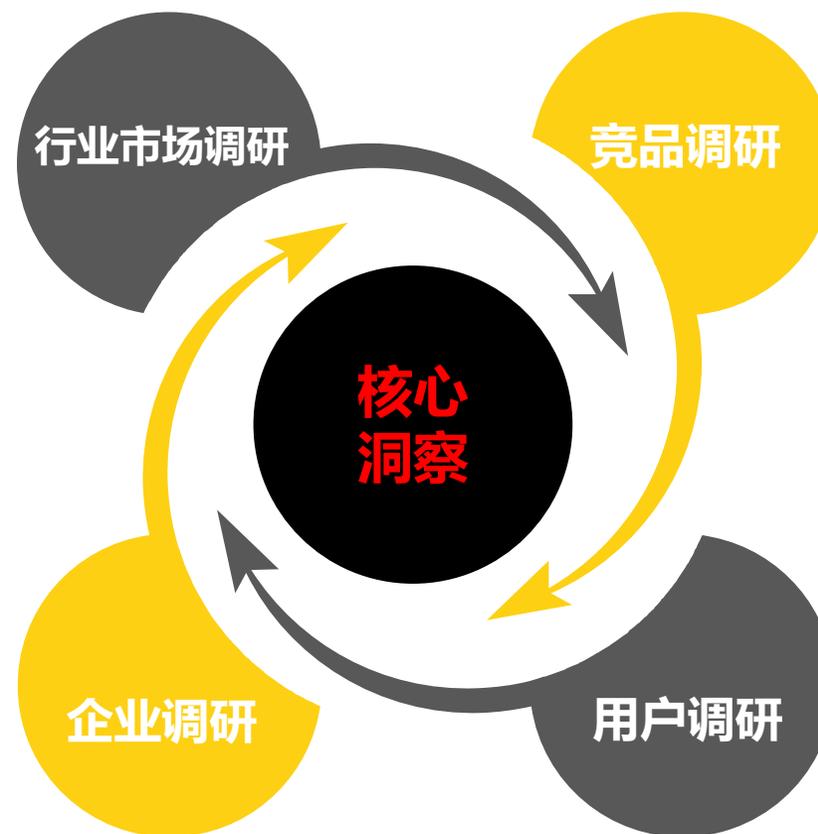
从竞品品牌现状，品牌模式，品牌传播等多维度进行分析调研，**发现差异点**

用户调研

从骑行场景，痛点，用户口碑等多维度对消费者进行分析调研，**洞悉用户关注点**

企业调研

从企业发展战略，品牌规划、运营现状、用户数据等多维度分析，**了解品牌现状**



- 基于品牌流量池咨询建设，通过**桌面研究**、**在线问卷**、**线下访谈**等多元化的信息采集与分析，通过外部调研和内部调研，针对当前小遛品牌现状及运营现状进行系统梳理和评估；

桌面研究

- 样本来源：网络公开信息资料、权威性研究报告、行业相关资料报道等
- 研究方向：行业政策、竞品情况

在线问卷

- 样本来源：线上问卷
- 推送用户人群：210w+
- 回收有效样本：N=38700+

线下访谈

- 样本来源：线下访谈
- 调研人群：企业高管、大区经理及企业员工

1、出道早，形象浅

各大品牌向上背后是心智占领，小遛形象价值是？

3、能力强，认知弱

精细化运维能力优势明显，却不被外界所知晓

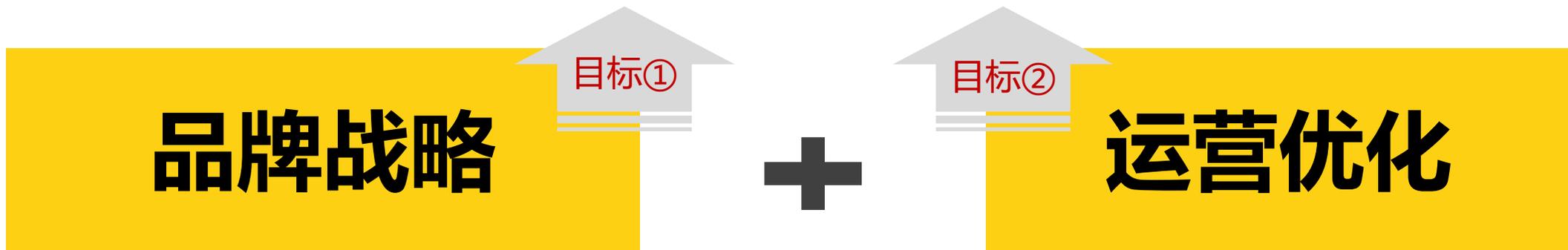
3、用户多，忠诚难

注册用户千万以上，日活百万，用户维系促活艰难



基于小遛整体现状分析，氢互动认为，目前小遛急需

抓住机会，放大优势，改善劣势
构建品牌核心竞争力



基于小遛品牌背景客观分析

重塑品牌认知

强化用户心智认知，提升品牌竞争力

基于小遛品牌核心竞争力

制定用户精细化运营规划

实现用户价值的持续增长

小遛流量池咨询建设执行策略

调研分析

调研分析了解品牌现状
聚焦核心问题寻找机会点

品牌战略

基于品牌战略规划
搭建品牌完整链路

运营规划

用户精细化运营
解决方案

小遛品牌战略规划

◆ 基于流量池思维下的品牌规划路径

明确
品牌
定位

打造
品牌
符号

品牌
价值观
升级

品牌
触点
焕新

制定
营销
场景

氢互动以流量池运营方法论为核心，基于小遛品牌现状，通过**品牌力重塑**助力小遛**构建品牌价值壁垒**，提升品牌核心竞争力

小遛品牌【专业+直营】的精细化运营模式带来的品牌优势

关键词：放心

经过内部与外部调研，从国家政策、政府与用户、竞品及小遛品牌现状等多维度深入分析，将小遛品牌战略定位关键词集中于“放心”，竞品的放心主要集中于“安全”，而小遛的“放心”不仅满足政府诉求，更满足用户需求



放心

—让政府和用户放心—

放心既不是一句口号也不是公关战
而是强有力的心智认知，是品牌价值观的输出和表现

- 品牌定位之下，我们需要直接面向受众的**口号和形象**才能清楚的传达品牌形象，强化“**小遛=放心**”的强认知，**占据政府和用户的心智认知**，因此，氢互动基于小遛品牌定位，为小遛打造“两个一”工程：

1

一句口号

在“放心”和利他哲学价值观之下，找到能够2C和2G都能快速记忆与识别的slogan；

品牌slogan

放心 就行了

让人民放心



让政府放心

为人民服务，精细化运维下的车辆安全
骑行安全，供电安全让用户骑行安心

为政府服务，专业的精细化运维模式
让政府对城市出行管理放心

2

一个符号

现有小遛品牌形象用户心智印记不强，通过聚焦“放心”，挖掘2C2G都可知可感的人格形象；

← (退伍军人) 运维小哥



WHY

军人形象带有人为人民服务的利他精神

军人形象带给人的安全感、可放心托付

军人形象凸显纪律性与强迫症

军人形象带有高效执行，使命必达认知

- 化身90°青年的标杆代表，建立精细化运营可见视觉符号强化品牌，深化双端形象认知

- [利他]作为小遛品牌精神图腾/价值观，融入小遛企业血液的稻盛和夫管理思想再升级
- 深入挖掘小遛品牌的“利他”基因，逐层渗透，强化双端认知



—— 让人们放心 让政府放心 ——

品牌触点焕新

媒介&执行



预约用车功能上线



遛仔人工AI客服上线



电量提示优化



小遛 小遛共享

营销场景制定—2G端

媒介&执行

我们将交通织网
更为你将安全铸盾

小遛共享大数据平台实时监控
交通安全场景全覆盖

放心就行了

LIUBIKE
小遛共享

小遛
SHARED

This advertisement features a male spokesperson in a black protective jacket with 'LIUBIKE 小遛共享' on the chest. He is standing in a dark, urban setting at night. In the background, two people are riding yellow Liubike shared bikes. The text emphasizes safety through a data-driven traffic network. The Liubike logo and slogan '放心就行了' are prominently displayed.

我们一次次优化调度
只为你每一次骑行无忧

小遛共享直营团队 高效运维
满足每一次出行需求

放心就行了

LIUBIKE
小遛共享

小遛
SHARED

This advertisement features the same male spokesperson in a black protective jacket. He is standing in a bright, sunny urban environment. In the background, a woman is riding a yellow Liubike shared bike on a paved path. The text highlights the company's commitment to efficient scheduling and user convenience. The Liubike logo and slogan '放心就行了' are prominently displayed.

我们为你想更多
希望你为城市想更多

小遛共享90° 规范停车
城市文明靠你我

放心就行了

LIUBIKE
小遛共享

小遛
SHARED

This advertisement features the male spokesperson in a black protective jacket. He is standing in a modern urban setting with a building in the background. Several yellow Liubike shared bikes are parked in a designated 90-degree parking zone. The text promotes responsible parking and urban civility. The Liubike logo and slogan '放心就行了' are prominently displayed.

我们将低碳融入血液
成为城市低碳生命线

小遛共享全链低碳
助力城市“碳中和”

放心就行了

LIUBIKE
小遛共享

小遛
SHARED

This advertisement features the male spokesperson in a black protective jacket. He is standing in a modern urban setting with wind turbines and skyscrapers in the background. Two people are riding yellow Liubike shared bikes. The text emphasizes the company's commitment to low-carbon operations and contributing to urban sustainability. The Liubike logo and slogan '放心就行了' are prominently displayed.



放心就行了
24小时监测车辆动态,保障夜骑安全



放心就行了
雨后运维升级, SOP运维升级+专属雨后座套供应,保障雨后清爽出行



放心就行了
小遛共享每天清洁消毒头盔,更提供一次性头套 让你骑行更放心



放心就行了
小遛还车扣费新规定: 先赔付,后调查,时刻保障用户骑行利益

小遛流量池咨询建设执行策略

调研分析

调研分析了解品牌现状
聚焦核心问题寻找机会点

品牌战略

基于品牌战略规划
搭建品牌完整链路

运营规划

用户精细化运营
解决方案

小遛用户运营规划

◆ 基于流量池思维下的用户精细化运营

用户精细化
分层经营

流量池留存
阵地打造

精细化营销
技术支撑

对小遛全渠道用户进行精细化运营规划，通过**以上策略实施**，构建品牌用户资产壁垒，加速用户资产价值增长，最终实现用户流量的稳定增长



强拉首单，刺激中低，稳固高频

— 精细化分层运营 构建用户沉淀金字塔 —

潜客

刺激成单

首单用户

二次成单

中频用户

测试阈值、刺激提频

高频用户

关怀稳固

半流失/流失

召回挽留



首单用户

2单以上复骑率
转化提升 **35%**

新客

新用户套餐
转化提升 **1.42%**

中频

中频用户套餐
转化提升 **7.7%**

高频

高频用户套餐
转化提升 **6.41%**

小遛运营效果分析