

p2p平台如何推广 (P2P平台9大主流营销推广手段详解)

随着互联网金融的火爆，到P2P行业挖金的人越来越也，P2P平台的获客成本也在不断攀升，具体数字最近已成了众多媒体疯狂追逐的选题。

但即使获得了客户，也不一定是有效客户，我们也知道高成本也难以持续，各家平台也逐渐开始酝酿整合营销低成本战略。前几日，跟随北京某青年会去了几家京籍平台走访了一圈，经过几轮交流，给大家做个简单汇报总结，写的不对、不好的地方，大家多担待。

各平台推广方式主要采用的有：

1、CPS:即按销售付费，属于目前各大平台采用的推广方式之一，属于简单粗暴但很有效的推广方式，如在微财富，挖财等上进行直接代销。

2、CPA:即按照注册量付费，目前各大平台合作较多的第三方网站有火球、微财富、米袋，融360,投之家，葵花理财，乐投宝等。

3、SEO:即搜索引擎优化获得更多流量，很多平台目前采取外包出去或者外包+轻运营模式，但是据笔者了解，SEO的效果虽然慢，但是经过时间的累会带来很多自然流量，而且成本较SEM低。

4、SMO:社会化营销，比如视频推广，微博，豆瓣，微信，知乎，知乎将企业的视频，图片在社会化媒体中转发，最终形成口碑传播。

5、EDM:邮件营销，主要为了激活老用户或者配合其他营销活动，其优势在于成本低廉。

6、论坛：定位于信息披露、投资人交流，可以举办一些组队活动，让投资者自发推广。加微信p2pxxs有惊喜

7、品牌战略合作：与其他平行品牌借力，比如与电商，财经网站导流过来，可以从其会员入手，联合推广；三方都获益；或与与企业借力，大型企业，政府机构相关活动，以达到提升品牌及公信力的目的；又可获得相关企业员工或者会员资源。

8、软文植入：一篇关于优秀的软文，到处转发之后，带来的流量也很可观。不但可以再第三方可以发，也可以发一些影响力大的自媒体和大V。

9、线下推广：成本介于PC和移动端成本之间，如与线下影院、KTV、餐饮、健身

美容、便利店、商超、运营商营业设点。

另外也可以与大学生社会实践合作，利用校园讲座，即可让相关专业学生了解互联网金融，补充书本上没有的知识，又可让学生参与P2P金融相关实践，如营销推广；校园设点，学生利用课余时间兼职做营销推广，其带来的品牌传播和实际收益不可忽视。

上述这些方法都是各平台初级推广方式，但不管利用什么方式进行推广，作为平台首先应该修炼好内功，提升产品吸引力及用户体验，使平台具备一定的粘性，能留住存量客户。

而且任何渠道流量其实都有一定成本，所以低成本只是相对而言，只有提升转化便可以变相降低推广成本，所以作为平台应该对重点用户，活跃用户，流失用户等不同客户群体的行为进行分析从而对于推广方式进行及渠道进行针对性的调整。

所以我们在做好渠道推广的同时，更重要的是如何经营好平台，以及研发出更吸引投资者的产品。