**如何用1元营销，让水果连锁店实现3年裂变300个门店?**

我们微观学社的学生里面，有很多企业家用“0元营销”这个方法，最终实现了流量暴涨。首先要记住，可以0元销售的产品，必须要适合大众，而且是刚需的。

比如水果，我们在石家庄有个学生，他在微观刚开始创办的时候就跟着微观一起学习。当时他没有钱，所以前3年时间，他只买那些线上课和入门的线下课来听，但是通过3年的时间，他改变了很多。

后来他就买了我们30万的会员，他说：“老师，我现在有钱了，账面上有900多万，而且这3年我做水果生意，圈了130万的粉丝，在全国各地开了300多家分店。”我教了很多学生，有些学生也是卖水果的，但是卖了16年，连30个店都没有。而这个学生仅仅3年就拥有了130万粉丝、300多个店，他是怎么做到的呢？

他当时起家的时候，用的就是免费思维。他在海南或者是水果的原产地，用卡车拉菠萝，只卖1元钱，而且是需要在线支付，因为这样的话他就有顾客的数据了。顾客需要关注他的公众号，才能到线下门店去领取水果。

很多顾客到线下门店肯定不会只要个菠萝，他领了1元钱的菠萝，但是来到店里以后，他有可能还想吃点山竹，还想吃点香蕉，就算不吃别的水果，只拿个菠萝，他也会觉得很划算。

要让用户有占便宜的感觉，那他下次还会来“占便宜”。

他就是用这种思维，把每个月的广告费用到顾客的福利上，通过“1元钱抢菠萝、1元钱抢山竹、1元钱抢香蕉”这些活动，慢慢地聚集起了130万的粉丝！

同时店里的流量很大，有流量就会有重复消费，这就是从差价思维变成了流量思维。而且他有了这么多粉丝以后，他就从消费市场转到了创业市场。