

# 槟岛浮罗山背微商代理系统

|      |                |
|------|----------------|
| 产品名称 | 槟岛浮罗山背微商代理系统   |
| 公司名称 | 广州市金诺互联网科技有限公司 |
| 价格   | .00/个          |
| 规格参数 |                |
| 公司地址 | 广东省广州市天河区      |
| 联系电话 | 132****4389    |

## 产品详情

槟岛浮罗山背系统开发，槟岛浮罗山背系统定制——详细了解槟岛浮罗山背系统模式开发详情（费用、工期、模式、制度、功能等等）——（10年经验技术娴熟），槟岛浮罗山背软件开发，有现成案例可参考，也可按需求开发,槟岛浮罗山背app开发，槟岛浮罗山背系统开发，槟岛浮罗山背模式开发案例。

温馨提示：文章资料收集于互联网，仅作为开发需求者的模式案例参考作用，与平台没有任何关系，如需定制系统请详询，玩家勿扰。

====专业的系统软件开发公司=====

槟岛浮罗山背品牌隶属于广州浮罗山背贸易有限公司，在马来西亚浮罗山背当地拥有自营原生态燕屋群，保证了优质燕窝的产品供应和完整的业态溯源体系。过硬的产品实力有了，那么在市场层面，面对燕窝市场这个在中国尚属刚刚起步的朝阳行业，该怎么去开拓这么一块陌生而又熟悉的领域？

线上：赋能与裂变——打造以用户为中心的社交电商

在消费升级背景下，人们对健康消费越来越关注。健康产业的发展和良好前景引领了中国消费市场的变化和方向，这对于燕窝市场的发展也十分有利。在健康行业新一轮快速增长背后，电商、微商等新势力作用变得举足轻重。据估算，目前行业内微商、电商的销售体量和市场份额甚至占到行业销售总量的90%，尤其是微商，已经超过电商，占到其中的60%左右。

为什么会出现这种情况？

据官方发布的zui新燕窝行业大数据显示，26-30岁左右的人群成为燕窝主力消费人群，18-25岁的90后人群已经跃居消费人群的第二。这说明，燕窝正受到越来越多的年轻消费群体青睐。

以80、90后为代表的年轻消费群体，更加注重服务与体验，消费决策甚至人生决策受KOL影响巨大。因熟人信息产生关注，因熟人口碑产生信任，因贴己的服务增加粘度，是年轻群体逐渐形成、亦是大势所趋的消费习惯。这是社交电商作为私域流量池的核心价值所在，也是浮罗山背坚持打造以用户为中心的

社交电商模式的战略基石。

以此为基础，槟岛浮罗山背将为微商代理赋能体系化的订单管理、云仓管理、财务管理、奖励返利、商学院等专业社交电商服务系统，通过营销、分销、会员管理，快速实现市场裂变，与用户建立更紧密的联系，与代理商共享发展成果。

线下：润物细无声——布局以场景化消费为中心的新零售

什么是场景？罗辑思维联合创始人、场景实验室创始人吴声说：“场景动能等于渠道，场景成为传播的接触点和分享的触发点。”场景从用户深层需求出发，通过场景要素的运用和组合，努力找到与用户沟通、连接的符号和密码，塑造独特、个性化的调性和氛围表达，更好地贴近和吸引用户。

燕窝市场的消费场景有哪些？这就涉及对目标人群的分析了。

我们的用户是谁？他们平时喜欢去哪里？他们的爱好是什么？我们在哪里可以找到他们？

燕窝市场的主力消费人群，主要为孕产妇、爱美人士、长者和儿童。槟岛浮罗山背将链接公私立医院、gao级月子会所、孕婴童门店、高端美容院等线下渠道，通过找到目标人群的消费场景，以更贴近她们的方式提供产品和服务，将槟岛浮罗山背燕窝产品或品牌价值具象化、体验化，从而实现“润物细无声”的营销目的，生成品牌粘性，形成圈层和粉丝经济。

此外，除了线上社交电商+线下场景消费的代理模式，槟岛浮罗山背仍将布局传统电商平台和线下品牌体验店等直营模式。

直营模式的目的主要是：di一，为代理商进行品牌背书；第二，进行用户和数据信息的沉淀；第三，进一步拉近与用户的关系，让用户可以更全面地了解槟岛浮罗山背品牌。