

社区团购社群社交新零售电商系统小程序

| | |
|------|---------------------------------------|
| 产品名称 | 社区团购社群社交新零售电商系统小程序 |
| 公司名称 | 青岛创元软件科技有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | 开发商:创元软件 开发语言:ASP.NET C# 框架:VUE |
| 公司地址 | 青岛市市北区辽宁路科技街 |
| 联系电话 | 0532-68863401 13256846572 |

产品详情

社交新零售电商系统，新零售代表什么意思：互联网时代，传统零售业遭受了电子商务互联网技术的影响。未来，推广营销与在网上零售业将深层次融合，再加仓储物流，服务供应商应用互联网技术互联网大数据、大数据技术等科技创新技术性，构成未来新零售的定义。归纳起来，新零售的很大趋于是网上与线下推广紧密联系，电商与推广营销实体线商业服务，理应由原先的独立、分歧，迈进混和、融合，依据定量化、体会为核心的方法，去把握顾客，考虑到并正确对待市场的需求。

对零售商而言，还可以依据预测分析剖析交易数据信息，把控生产制造，保证零售业升级。社交新零售电商系统，新零售时代，品质升级和价格优化是每一位管理者应该先做的事情，要保证产品在线，如果忽略了产品，则是舍本逐末了。还需要找准自身的核心优势，然后再将其进行创新升级，直至发扬，要记住，合适自己的才是好的，另外还需要重视客户的体验，才能够由人及产品，而不是由产品及人。社交新零售电商系统，新零售未来一定会推动产生不同于现在业态的零售产品，它不是连锁的便利店、大卖场、超市或者百货、购物中心，而是新一代的零售产品，是通过变革的零售产品。

社区团购是以小区为单位，商家在小区内招募业主或便利店主成为团长，以微信群为载体，团长在群里发布和推广团购低价商品，用户通过小程序或微信服务号下单。商家配货至团长处，用户到团长处提货，团长根据销售额获得佣金。如出现售后问题，团长根据售后标准进行秒赔，再由平台集中处理。由此可见，社区团购有四个标配元素：小区、团长、微信群、小程序或微信服务号。

从本质而言，社区团购是基于微信和轻社交关系（小区邻居）的新型电商渠道。

现在社区团购为什么会火，我们可以从以下三点来看：

1. 大环境：微信的高渗透+社区场景微信是社区团购火爆的必要条件。借助微信这个超级流量入口让它有了，通过微信群、小程序等工具与小区用户建立连接、互动。相比传统电商平台的昂贵获客成本，社区团购获客成本相对低很多；微信支付在三四线城市和中老年用户间的普及也是一个重要的因素。稳定的场景，切入的是小区业主这个轻社交的关系链，裂变和传播的效率大大提高。同时由于社交关系加持，

成单率则会大大提高。

2. 商家侧：降低成本，快速销货

从商家的角度来看，社区团购以小区为单位，集体发货，能够节省一定的物流成本。小区业主集中于微信群、推广、传播的效率也大大提升，同时群内都是有一定的社交关系，在小程序或H5页面上直接下单，不用再去找人拼团，提高转化率。另外，社区团购可以让商家根据需求去备货，实行以销定采的预售模式，而不会出现囤货过多卖不出去的情况。

3. 用户侧：消费分级对下沉市场的影响

我们去看社区团购的诞生地长沙——并非北上广深杭这样的一线城市。大城市的居民工作压力大，时间紧张，更追求高效的购物，并愿意为便捷和高效支付更高的价格。而三四线城市用户时间更充裕，对时间的重视并不如前者，价格敏感度更高，而接触高价值商品的渠道则有限。拼多多，趣头条正是在这样背景下野蛮生长，社区团购也正是迎合了下沉市场这样的需求，从而受到用户的欢迎。接下来，我们从社区团购的目标用户、品类、模式等来进行更具体的讨论。

个人认为，未来社区团购可能有两种发展趋势：

1. 经过大浪淘沙之后，拥有更健全高效供应链，对社群团长管理更严密的企业生存下来，逐步成为一个综合性的独立平台，形成新的流量渠道和入口；控制众多小区，企业对货源的议价能力提高，整合上游供应链，甚至做出自有品牌，成为一个“用户量大+现金流充沛”的线上社群超市。

2. 社区团购发展成为线下门店的补充。如果社区团购无法有效解决供应链，同质化的问题；经过一轮洗牌之后，社区团购很可能沦为线下门店的补充，成为线下门店的流量来源——阿里的天猫小店，苏宁小店，顺丰优选如果补上社群运营和管理，就正是这样一种模式。

当然，社区团购未来到底发展成什么样？还是需要时间给出答案。