

全民拼购解决获客难流量如何持续沉淀属于企业私有的用户

产品名称	全民拼购解决获客难流量如何持续沉淀属于企业私有的用户
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

一.商业模式的概念

所谓商业模式，是一个宽泛的概念。它是指为实现客户价值最大化，把能使企业运行的内外各要素整合起来，形成一个完整的高效率的具有独特核心竞争力的运行系统，并通过最优实现形式满足客户需求、实现客户价值，同时使系统达成持续赢利目标的整体解决方案。二.商业模式概念的延伸和商业模式有关的说法，包括运营模式、盈利模式、B2B模式、B2C模式、“鼠标加水泥”模式、广告收益模式等等，都可以被归类于商业模式之中。商业模式是一种简化的商业逻辑，依然需要用一些元素来描述这种逻辑。

三.商业模式的构成内容

一套有效的商业模式，有如下构成内容：

价值主张，即公司通过其产品和服务所能向消费者提供的价值。

消费者目标群体，即公司所瞄准的消费者群体。这些群体具有某些共性，从而使公司能够创造价值。定义消费者群体的过程也被称为市场划分。

分销渠道，即公司用来接触消费者的各种途径，涉及到公司的市场和分销策略。

客户关系，即公司同其消费者群体之间所建立的联系，客户关系管理与此相关。

价值配置，即资源和活动的配置。

核心能力，即公司执行其商业模式所需的能力和资格。

合作伙伴网络，即公司同其他公司间为有效地提供价值并实现其商业化而形成合作关系网络。

成本结构：即所使用的工具和方法的货币描述。

收入模型，即公司通过各种收入流来创造财富的途径。

什么是“全民拼购”模式？

【全民拼购】模式是2021年结合了当下各大主流电商平台流行的拼团模式、社区团购模式、拼团抽奖模式、社交电商模式原有的基础上，通过更人性化的结合进行创新，以消费者主动裂变式的创新奖励机制，将产品销售中的利润大化让利于参与拼购的用户。激励用户参与、分享的同时，也能带动平台产品销售，实现“多方共赢”的效果。

裂变式[全民拼购]能有效解决长期困扰我们的以下问题：

- 1、引流问题
- 2、组团问题
- 3、裂变问题
- 4、复购问题
- 5、消费省钱问题
- 6、团长和成员赚钱问题
- 7、快速招到批种子合伙人、代理、联合创始人问题

近两年，随着互联网电商市场趋于饱和，线上流量成本水涨船高，包括美妆行业在内的所有企业都在寻找尚未被电商巨头渗透的流量池。基于此，社区社群作为一种引流营销渠道，越来越受到化妆品行业的重视。

社区和社群，代表着线下流量集中地、极强的互动性；同时符合消费分级的趋势，且其为熟人社交，故订单转化成本较低。上述种种优势，让社区社群成为重要的线下流量裂变池，也让“社区团购”这种高效开发社区社群流量的商业模式，成为受青睐的美妆新零售模式。社区团购的商业模式为：以社区为单位，由宝妈或店主成为团长，在线上借助微信群、小程序等组织社区居民拼团，线下完成交付。当日线上下单，次日社区内自提。由企业提供采购、物流仓储及售后支持。

息社区团购系统，提供5大营销功能体系，助力美妆行业从零开始，以社区社群团购模式实现引流创收：

一、引流获客：以私域流量玩法，快速构建企业自己的流量池

1、团长招募：“团长”角色是整套模式的基础。赤焰信息系统提供区域经理（大团长、城市合伙人）与团长裂变（团长发展团长）的玩法，让企业可以有效利用品牌的代理商、经销商资源，快速建立与裂变发展团长团队；

2、用户获取：除了团长拉新外，系统也提供全员分销玩法。支持会员推荐会员，建立上下级关系。下级会员下单时，上级会员可以获得分销佣金或积分奖励，起到以老带新、以客推客的作用。

二、社交裂变：链接用户的社交关系网络，提高商品曝光度

- 1、好友拼团：让消费者在优惠价格的吸引下，自发邀请好友组团，充分利用好友关系网来吸引消费；
- 2、好物分享：用户可一键将商品分享到微信好物圈，利用用户自身的社交口碑，使商品有更多曝光机会和可信度；
- 3、单个商品海报：可以生成带有单独某件商品二维码的海报图片，便于线下地推打印物料，或是团长的朋友圈营销
- 4、下单后分享：支付成功页面有分享按钮。企业可以设置积分、等奖励，分享到微信群，保持群活跃度，带动其他潜水的群成员的消费冲动。

三、价值营销：突出商品卖点，建立消费者对商品的价值和情感认同

- 1、图文直播/视频介绍：在商品页面，用文字、图片、短视频对商品进行详细介绍。企业可以各类美妆KOL拍摄生动的短视频，或是让代理商、团长们自己准备素材，介绍产品的用法与优势，使用前与使用后的对比等等，突出商品卖点，更直观地刺激感官。
- 2、购买纪录：包括购买纪录列表，以及悬浮购买记录，类似于当下各类直播平台的弹幕，能够很直观地营造商品的火爆人气，同时以其他用户的

四、成交转化：以灵活多样的促销优惠，刺激用户的消费欲望

- 1、限时：用明晃晃的剩余时间、价格与原价的价差，给用户带来一种饥饿感和很抢手的感觉，促使用户及时购买；
- 2、满减优惠：满足一定金额后便可以使用的优惠券，让消费者忍不住购买超过原本预期价格的商品；
- 3、二件折扣：也就是第二件打折，麦当劳、肯德基以及许多茶饮店经常举办的“第二杯半价”活动都是典型案例，是非常有效的一种促销玩法，有利于提高企业商品销量。

五、留存复购：进一步实现用户沉淀，并提高客单价

- 1、余额充值：后台设置充值优惠，比如充100得120，吸引用户充值，并为了用完余额而主动消费复购；

- 2、会员等级：可以根据充值金额设置会员等级，不同等级在下单时可以享受不同优惠力度。结合余额充值功能，实现用户沉淀与深度绑定，同时为企业创造更多资金流；
- 3、积分功能：会员下单或推荐新会员时可以获得积分，企业可以设置积分的用途，例如购物时用于抵现，或是在积分商城兑换物品，有利于用户的留存；
- 4、小商品关联：可以在消费者购买某个商品时，进行关联商品的推荐，比

秉持着以小程序赋能传统行业，让产业拥有科技的灵魂的使命，版本多、功能全，持续自主更新迭代，超过25种营销与社交玩法，千万级架构的大数据分析功能，并提供平台管理、供应商资源管理、发展社区团长、开发社区会员、社群运营转化等全套流程的解决方案，助美妆行业从零开始，高效掘金社区社群经济。

2021年企业老板过来一起交流社交电商的商业模式和运营问题时，大家都会提到几个核心难题：没有持续的流量入口、引流难、回流难、复购难、裂变难、招商难，这些都整个商业模式落地难解决的超级难点，那如何有效解决呢？

（全民拼购）主模式+动模式的商业模式来有效解决。

什么是主模式？

主模式就是整个商业模式的核心大楼的地基框架和核心大数据中心，实现算法如何计算、如何分钱、如何完成整个交易流程。并能承载你项目未来可以分阶段进行百层楼的发展，也就是说整生态的发展。

什么是动模式？

动模式就是服务于主模式中所需的工具应用装备武器，这些动模式应用系统都是根据项目不同时期用不同的动模式应用系统，每一个动模式应用系统都是有一个独立的、独特创新模式和功能的，在项目运营中进行灵活运用。

在这里一定要强调动模式更新换代超级快的，所以框架一定要具备不定期快速更新的功能。

注：大部分阅读者到这里可能还没有理解其中利害关系，目前中国大部分一开始进入领域时，由于没有搞懂这个原理，后损失无法形容，读懂这2点让你少走弯路，立赚100万。不明之处可以私信我。

首先我们一定要预先整体布局，否则就白忙活了，个首先要找出你的盈利模式，当下盈利模式、短期盈利模式、未来盈利模式，

要有一个主模式的框架底层源码系统，并具备同动模式数据相通的，且灵活应用的，用的时候接上，不用的时候断开，同时动模式一定要有更新换代的框架。

推广奖励

有ta直线往上层级的推广员可获得商家的一部分产品利润奖励，粉丝成为推广员获得佣金，平台实现粉丝增长和裂变传播。

店铺奖励

指平台运营者将一定比例的产品利润用于奖励平台中业绩突出的推广者，并根据推广者的业绩评定相应店铺等级，分配其相应奖励。

奖励

指平台运营者在原来“推广奖励”的基础上，把每一级的推广员再划分为3个等级，故推广员等级就细分成了“3*3”这9个角色，推广员得到其相应等级比例的奖励。

区域奖励

指平台运营者根据推广员的业绩情况给予其申请区域代理的权限，并按实际情况分配其管辖的区域；成为了区域代理的推广员拥有一定比例的产品利润奖励。

绩效奖励

指平台每卖出一个商品，从中抽出一定比例的利润作为奖励放入奖金池，累积到一定时间后再按规则分红给推广员的奖励模式。

团队奖励

与店铺奖励相结合，通过设定每个月不同的团队业绩目标给予对应店铺身份的人不同比例的团队奖励，从而激励团队更有业绩目标感及动力。