

北京新零售系统,新零售系统直播系统哪里找,直播系统

产品名称	北京新零售系统,新零售系统直播系统哪里找,直播系统
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

2021年电商模式，即拼团返利模式？完整的解析思路

背景：2021年05月07日，连腾讯游戏的拼团活动上线，打破传统的拼团、囤货模式，将虚拟产品嵌入到

拼团模式中，新的一波拼团浪潮来临？

游戏活动规则：

购买皮肤的同时，玩家可以选择发起拼团或加入其他玩家已组建的团，2人即可成团，每个团的团员人

数上限5人；

每个团的拼团人数达到2/3/4/5人时，所有玩家均获得拼团福利，依次为荣耀积分*30、荣耀积分*10、荣耀积分*10、荣耀积分*10，即5人满员的拼团，所有玩家均可获得荣耀积分*60。

好了，荣耀游戏中，盘古拼团活动的相关玩法就介绍到这里了。

一、拼团模式为什么会这么火？ 1、基于熟人关系链进行营销，活动传播快转化率高

对于电商而言，是流量充沛的入口。拼团活动的大优点就是传播速度快、熟人关系订单导致转化率高、拉新效率明显、用户组织可高效管理、群体性效应明显。拼团正是在体系中发展壮大，拼团的玩法就是实现上凑人数获得优惠的形式，达到提高+团购的双重目的。社群拼团的玩法简单粗暴，但销售量惊人，也正是因此，才有了社群拼团的万亿风口概念。

2、商家与用户双赢的玩法体系

拼团打破了传统电商依靠大量资金购买流量的传统广告营销方式，拼团抓住了消费者渴望实惠和性价比的利益需求，通过这一庞大的社交渠道传播达到引流、销售的目的。通过拼团能有效解决企业库存压力大这一问题。目前对拼团的认知依然局限于线上，对于线下的玩法研究的很少，虽然阿里、苏宁、京东等大企业已经在开始创新拼团模式，但暂未采取积极有效的行动。不过可以预见，未来拼团不再局限于电商平台，线下拼团的发展会带动实体产业的另一番经济热潮。

二、拼团模式是否适用于所有的行业？（微三云小胡分享） 1、普遍大众能消费的商品

解析：并不是适用于所有行业的，因为拼团模式的特点就是大众型的商品+高复购率+实用性的商品。类似钢筋、器材等重金属的传统行业是没法进行实现的。

2、拼团驱动核心：拼的是社交能力

解析：拼团驱动核心：拼的是社交能力，而不是平台流量，电商的格局早已悄然改变。比如说淘宝加入拼团功能，更多是来自拼多多对他低端客群掠夺速度的压力，而不是真觉得这事是个风口，该大做特做。淘宝本身不具备社交化拓客的能力，一家公司成熟后，基调很难再轻易改变

三、拼团模式常见的几种类型，具体的玩法？ 1、超级团

解析：超级团是50-200人才能成团的超级拼团模式，由于参与人数多，可以方便以参团人数为标准来对价格进行阶梯操作，因此用户好评度较高，激发用户拉动更多人参与的积极性。超级团售卖产品一般都是、实用性强的爆款，以低价为噱头，参团人数越多售价越便宜。超级团的玩法也很简单，达到规定人数即组团成功，若人数不足则自动退款。

2、团

解析：团是一种较为比较刺激的玩法，完即结束。

从拼团效果来说，这玩法属于复购率较高的玩法，一方面维护了老用户的权益，又带来了新用户，商家可以利用多次拼团活动来维系用户的黏性。

3、抽奖团

解析：这是整个拼团玩法里面，用户多，覆盖面广的玩法。这种玩法通常都是选择截止高、噱头大、话题及传播性强的产品作为拼团商品。

主要参与流程如下：

用户参与拼团并成团，在成团的N个小时后，系统会进行抽奖，被抽中的用户才可以获得拼团商品；拼团失败自动退款，拼团成功的未中奖用户自动退款同时可获得补偿优惠券。

4、试用团

解析：试用团的玩法差不多，只是抽奖中的是试用资格，抽中后会收到奖品。

这类玩法的主要作用是为平台引流，拉取新客成本较低，提升DAU和留存率。但弊端也在于此，因为拉来的有部分属于羊毛党，故转化率并不高，后期为平台贡献的转化率及消费比较低。

四、如何玩好拼团模式？ 1、拼团商业模式的定位

解析：相较于以往的零售环境，拼团模式依靠社群关系，可以更好的解决用户的信任问题。

社群零售、拼团模式好是能和线下零售、平台电商融合，也或者讲零售企业、平台电商要融合这一模式

，从而形成一种针对目标消费者需求，打造完整服务的零售生态。

2、打造客户的价值

解析：认知一个商业模式、设计一个商业模式的核心需要围绕顾客价值为中心规划。因此，社群零售、拼团模式如果作为一种零售业态其商业模式的设计，必须从顾客价值一端切入。

从基本的定义讲，顾客价值越高，商业模式的价值就越高，因为顾客价值代表的是你有稳定的目标顾客。如果顾客价值太低，这样的商业模式难以维持。

3、打造特色的商品供应链以及服务效率体系

解析：不论是什么样的零售形式，支撑其能够健康发展的底层逻辑一定是有一套特色的商品供应链及服务效率体系。没有这一体系做支撑，任何的零售形式都很难存活。

4、营销效率

解析：目前社群零售、拼团模式主要靠的是价格手段。但是价格手段很难形成用户忠诚，永远不要期望用价格手段能够带来忠诚顾客，甚至是价格手段为主体的商业模式都会存在风险，一旦你的价格出现问题，顾客马上就会离你而去。

营销能力的表现就是要平滑消费者对价格的关注。用更有影响力的营销手段，解决顾客的购买问题。

5、做好社群的运营

解析：社群运作关键是能否为群成员创造价值。只是卖货缺少价值，必须要围绕能够创造更多的价值。

群运营的目标应该是不能靠拉，而应该是能够创造品牌的影响力，群的影响力，产生对目标顾客的较强吸引。

必须要搭建起一套社群运作的完整模式。包括团长的体系、以及如何指导团长运营社群的体系。这套体系是整个模式运作的核心基础。