

为什么那么多人用微三云智慧新零售系统

产品名称	为什么那么多人用微三云智慧新零售系统
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

拼团玩法被视为社交电商下的社交玩法，由于其自带营销属性，因此较好的解决了产品推广和流量的问题，常见的玩法就是团长在社群里面发布相关拼团活动，随手成百上千个社群内的弱关系用户便自由组团，使得参团人数呈裂变式增长。

移动互联网拼团玩法不断出现的大环境背景下，去中心化的思维让用户获取信息的渠道变得极为碎片和场景化。对于电商而言，若想要抓住多的关注点，微信无疑是个流量充沛的入口。而拼团也正是在微信中发展壮大，正所谓“流量在哪里，生意就在哪里”，通过上凑人数买实惠的形式，达到提高+团购的双重目的。拼团大的优点就是传播速度快、熟人关系订单转化率高、拉新效率明显、用户组织可高效管理、群聚效应明显。

一.拼团产品不外乎以下几种类型：

抽奖团、试用团、超级团、团、海淘团、团免团，拼团模式被定位为社交电商，同时它较强的营销属性和效果也解决了产品推广和流量的问题。全民拼团”上线仅一个月，就有了几百人的“团长群”和“商户群”，只要在“团长群”内发布相关拼团活动，数十上百个弱关系用户便会自由成团，或者转发至其他微信群活朋友圈内，使得团的数量呈裂变式增长。

【抽奖团】&【试用团】

定位：拉新利器，这两个拼团类型加在一起占了平台拉取新客的40%，根据这两种拼团衍生而来的还有新人团及老带新。新人团是指新注册用户，直接引导进入新人拼团专区，只有新人可以享受此价格，鼓励用户下单。

玩法：

抽奖团：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

试用团：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

试用团顾名思义，和抽奖团是类似的，大部分商品为商家赞助的试用商品，用户被抽中，才可以获得试用资格，平台会将商品邮寄给中奖用户。

【超级团】&【团】

超级团之所以称之为超级团是因为需要参与的人较多才能成团，一般为50-200人团，更加灵活的可制定价格阶梯

定位：沉淀新用户，鼓励用户下单

超级团

在设置的商品有效时间内，列表及商详页面，均有直接参团的按钮，无需开团，支付后为参团成功，有分享兴趣的也可邀请好友，达到规定的参团人数后，即组团成功，商品发货。人数不足会自动退款。

团

需要突出时间的紧迫性，会有多种场次存在，因此列表页会展示开抢的时间点，例如分为9:00场，10:00场，11:00场等以此类推，正在抢购中的需要显示

【海淘团】

定位：差异化，拉高客单，照顾到海淘顾客的需求，另外满足一些普通用户对于海淘商品猎奇同时又渴望价格低的心理

玩法：与普通拼团一致，可以自己开团，邀请好友参团，组团成功即可发货，若商详上有【一键参团】功能，也可以直接在商详页面上参与已开团的团，组团成功后坐等收货。

【团免团】

定位：沉淀新用户，鼓励用户下单，大家都知道新客的留存要远远高于新注册用户留存，因此新注册用户，平台可直接送给用户一张团长免单券。

玩法：拥有团长免单券的用户在【我的卡券】中点击此免单券即可进入商品列表，选中自己需要的商品后直接下单，此券抵用商品应付金额，相当于免费开团，接下来开团用户需要邀请好友参团，例如3人团，那么开团人需要找2名好友支付后参团才能拼团成功，开团人就可免费获得该商品了。

拼团+抽奖？两种活动看上去天差地别，没有什么可以联想在一起的地方，似乎没有什么吸引力？但只要用过这个拼团抽奖活动的商家纷纷给出好评。不仅用户们会积极参与，也会刺激用户分享给自己的好友，邀请好友参与进来，活动的热度有了、话题度有了、拉新增粉的目标也达到了。

经济发展压力巨大，尤其经历疫情后，人们对未来的焦虑在增加，消费将更加理性。因此，探索运用新零售模式来升级消费购物体验，推进消费购物方式的变革，构建零售业的全渠道生态格局，将会成为企业实现创新发展的重要途径。

一、为什么要做拼团盲盒抽奖系统

盲盒销售潜力高，追求刺激和爱好收集，是盲盒消费者的两种消费心态，盲盒的“隐藏款”机制，能够为消费者带来惊喜感，在当前这种富裕的生活环境下，消费者更愿意为这种独特的体验买单，同时，具有极强复购率的盲盒，一旦开启，消费者就会忍不住想要凑齐一套，而买到不喜欢的或是重复款式，还会进行改娃换娃，收集过程本身带来的情绪波动也是盲盒爱好者的快乐源泉之一。

二、目前的盲盒营销大致可以分为两类

1、将产品包装成盲盒售卖

通过盲盒概念将原有的产品进行包装，以随机化营销的方式增加产品溢价，吸引消费者买单。比如维他柠檬茶和斗罗大陆动画联名，推出3套主题共计11款联名包装，让消费者在集包装的同时不断复购，极大提升了维他柠檬茶的售卖。

其次，还有美妆品牌推出盲盒试用装产品。比如欧莱雅集团推出的欧莱雅小美盒，每个盲盒里面包含6-8种品牌的试用装，如兰蔻、赫莲娜、碧欧泉、科颜氏、植村秀、圣罗兰等，用户想要得到某个品牌的试用装，完全靠概率。

2、买赠模式获取盲盒

用盲盒作为激励，吸引消费者产生交易。比如中国李宁深圳卓悦中心店推出买999元赠价值800元产品福袋，满1899元赠价值1400元福袋，福袋为店内随机组合产品。

如果你是消费者，告诉你有个活动，拼团抽奖，5人组团，2人中奖，3人不中，

一个拼团区可以设置多个产品+购物币的形式，这样进来参团的人如果没有喜欢的产品就可以选择购物币，中奖了的话就可以拿着购物币去商城兑换自己喜欢的产品

中奖的人拿产品，参与的钱变成储蓄金，金额会全返，每天逐步返还或者再次参与活动解锁到零钱，

不中的人金额一次性返还，平台奖励10元

作为消费者不管中不中奖，参与的钱都全返，中的拿产品，不中的拿，愿不愿意参加活动，

作为商家，告诉你2个产品引流五个消费者，不但不亏钱，还有钱赚，还能快速卖货，引流，还能打造品牌度

当平台有了一定的粉丝量的时候，还可以将拼团区做成广告位的形式售卖，可以和加盟到平台的其他商家进行协商，购买广告位将他的产品放到拼团区做活动，即加盟的商家推广了自己品牌力，平台也争取了广告补贴

互联网发展迅速，社交电商行业渴求好模式，一个商业模式会不断的更替，不断的升级。任何一个平台都想要一个好的营销玩法让用户裂变，销售额增长平台还能有所盈利。