

# 高速兴起，抓住风口趋势

产品名称	高速兴起，抓住风口趋势
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
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

普及了几点在这里和大家做个分享

1+ 我们正处在一个社交商业时代，它的流量结构发生了变化。人类从来没有这么方便交流，也没有这么低成本创业，每一个创业者都有可能拥有自己的用户池，并且能够接触到低成本高效率的流量。

8+ 任何营销离不开二个目标：拉新和复购。

0+ 作为社交营销怎么样拉新？怎么样复购？先说说拉新。拉新核心的三种获取途径：

一：老带新，因为口碑老客户推荐新客户，可以是口口相传，也可以是朋友圈推荐，这是成本低效率高的模式。

二：意见背书去影响粉丝。有人说我没有老客户怎么办？那就通过意见来背书。通过影响或者付费合作意见推广（代言）你，因为他有很多粉丝，可以帮你获取认可。寻找这样的KOL取决于你的产品和品牌调性，比如你要推广电子产品，可以寻找科技大咖葛甲 / 的大胸等。

三：社交自媒体裂变推广。公众号，抖音等社交平台。我们可以通过爆款内容，策划好的营销政策，让更多粉丝去传播去推广。KOC个体的价值越来越深刻体现。如果说传统电商时代是KOL的时代，那么社交电商则是KOC的时代。KOC是什么？其实就是意见和核心用户群体。虽说KOC是个新词，却是老概念，电商早期的评论区、论坛、微商都属于KOC。所以通过一个个KOC链接起来的个体崛起时代，也是整个营销成本、整个传播链路、整个销售崛起的时代。

2+ 消费者已经越来越接受社交这种方式购买，社交电商并不只有像云集这样的会员制，也不是说只有社群、社区、拼购，抖音、快手都在做社交电商，它的范围很广，玩法也不断延伸，只要有社交参与，都可以叫社交电商，我叫社交+零售模型。不管怎么样，在社交领域中，消费者已经达到5亿多人次，已经接近电商的人数了，这给我们提供了广阔的流量土壤。你的消费者在哪，你就跟随他。

6+ 社交电商怎么玩？三种玩法带你快速裂变客户？

5+ 基于内容层面的社交电商与过去通过单向推广获取用户的方式不同，在移动社交时代，大家的抱团（团队）、分享（裂变）、集群（圈子）效应非常明显，引导用户推荐分享在用户圈子内传播往往会起到惊人的效果。当前社交电商产品虽然多，主要归纳成这3类：

这种模式也是早的社交电商模式，无论是早期的微博，还是自媒体，还是的小红书，这些平台上的各类网红，通过内容经营，将一群有着共同共性的人聚在一起，选择一些人群匹配的产品贩卖粉丝，看似薄弱的社交弱关系却爆发出强大的转化效果。

毕竟以淘宝为代表的传统电商更强调封闭的评论系统，而用户也越来越不相信卖家的一面之词，因此以小红书为代表的社交内容电商平台，则汇聚了众多女性用品KOL，甚至一些一线明星都选择入驻小红书，一些测评，大V明星推荐越来越影响用户的决策。

9+ 那么小红书是怎么快速拓展用户的？小红书一开始做的是UGC分享社区，用户群体可分为两类：

类分享笔记的群体：人都有分享自己满意的东西给其他人的欲望，每个人分享的笔记则构成了小红书丰富的UGC，这是小红书发展并且延续的基础。

第二类，浏览笔记的群体：一些用户带着某些购买需求来寻找合适的购买建议或者出于窥探和羡慕的心理来浏览大V、明星等人的笔记，以此来作为购买参照物，小红书也就成为了如同教科书般的存在。

大家一边在互相攀比炫耀战利品，一边又在窥探美好寻找共鸣。小红书充分利用了人性的本质，于是用户得到了迅速的成长，社区不断的丰富壮大。

3+ 第二：基于分享层面的社交电商

9+ 社交电商怎么玩？三种玩法带你快速裂变客户？

这种玩法做的好的就是拼多多，通过开创拼团、砍价等玩法带出来一批营销玩法，甚至奠定了现在的社

交电商的模板基础，如今跟进的社交电商平台都会有拼团、砍价、助力等玩法。

拼团、砍价、助力等玩法其实就是利用人性，通过裂变的方式迅速实现用户及产品的大规模爆发式增长。基于裂变的效果，将品牌和产品的信息无限扩散，正是社交电商的大魅力。

## 8+ 社交电商怎么玩？三种玩法带你快速裂变客户？

因此现在越来越多的平台会尝试做这种营销活动。比如年前广西苏宁通过人人秀平台发起过一场跨年狂欢拼团活动，一共吸引了近4万人参与活动，我们可以简单看看苏宁是怎么玩这种活动的。

苏宁作为一家综合新零售平台，其线下门店贡献了非常多的业绩。因此此次的线上拼团活动，则是拿出了10000份苏宁1000元的家电现金券，用户在指定时间前往线下门店购置家电即可享受对应优惠。

从优惠力度上来看是非常吸引用户的，并且用户只需要参团即可购买家电现金券，参团人数越多购买越便宜，而且团长还可以额外获得100元的苏宁购物卡。

玩法其实很常规，属于拼团的基础玩法，但苏宁利用拼团玩法取得了这些成果：1，成功将线上用户为线下门店进行导流，提高门店各品类营收。2，利用拼团成功获得上万名用户的信息，为后期二次转化及门店销售提供帮助。3，通过拼团预付的方式降低了活动成本，减少了门店整体的营销费用支出。4，借助拼团在广西本地形成爆发式传播，提高广西苏宁品牌及营销节点的度。

## 9+ 第三：基于零售层面的社交层级分销

这种模式早期大多数基于微商发展而来，例如思埠等品牌，基于产品制定分销层级进行销售，核心模式是通过人与人传播，然后推荐共同分销，消费者也是消费商。

对于品牌方可以快速发展用户，通过三级分销模式进行利益分配，推荐返利，人拉人进行熟人销售。

总结来看，不论社交营销的玩法如何变化，离不开以人为本这个中心，离不开分享互动这个核心，离不开产品品质这个根本。

微三云小程序定制开发、抖音小程序开发、APP定制开发，目前已打造出商城分销系统、移动社交分销APP、线下多门店收银系统、城市O2O系统、跨境电商系统、社交电商系统、社区团购系统、挂售卖货系统、拼团系统、区/块/链系统、内容付费直播系统等。

微三云产品功能应用创新，覆盖新零售解决方案、生鲜电商解决方案、新美业解决方案、同城解决方案、商家联盟解决方案、会员共享跨界盈利解决方案、

百货商超解决方案、农村电商解决方案、智慧养老解决方案、智慧城市解决方案、跨境购物解决方案、服饰鞋帽解决方案、智慧停车解决方案、智慧货柜解决方案、无人零售解决方案、抖音小程序私域流量解决方案，一物一码解决方案等。