

# 拼团的玩法拼团的玩法

产品名称	拼团的玩法拼团的玩法
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

### 用户可以预约到店怎么用？

微三云学院：拼团的玩法“老带新”利器

现实生活中，相信这样的场景大家并不陌生，这是实体店铺常用的一种老带新的销售策略。每个销售顾问都知道，开发一个新客户的成本是维护一个老客户的5-10倍，他们普遍认为着力维护老客户是明智的招新策略。

然而，比维护老客户更划算的，是不断让老客户主动为你介绍新客户，这也就是出现了上面的销售话术！但试想一下这样老带新的方式真的有实质性的效果吗？如果您是用户，面对这样的情况会去帮助这个健身房推荐更多的朋友来吗？有一家健身房就针对1000名会员做出调查后，得出如下结论：

50%的会员面对这种情况为了不驳教练的面子，选择表面答应，实际并没有行动；

40%会员会以“回头见面直接给朋友说”为由而掩饰过去；仅有10%会员会选择介绍。

相信多数线下门店都会在这个策略上栽了跟头。但是，原因出在哪里呢？点，传统的“老带新”方式并没有主导作用。作为商家，你只是给了客户一个承诺，但背后客户到底有没有去完成，你无法预知活动的进展效果。第二点，传播效果比较局限，效率低。传统“老带新”的模式基本上都是口口相传，会员们需要花费大量的时间去和其他用户解释说明整个活动，并且还不能保证会员在传达过程的表述是否恰当，如此一来，传播效率必然会受到很大的影响。第三点，没有统一的介绍管理系统，调动不了客户积极性。传统推荐模式里，客户没有一个很系统的转介绍流程，便无法清晰了解到自己的任务目标，也就失去了介绍兴致！究竟如何实现“老带新”？实现流量爆棚？各位商家们可能缺少了这样一个营销工具——微商城里的拼团“老带新”活动设置 / 拼团“老带新”活动 / 用户场景：用户可以设置拼团活动中小团为老带新的拼团活动，老人拉新人拼团，享受新人价，促进老会员的商城活跃度，增强会员的积极性，提高商城的曝光度。使用流程：

用户在拼团活动中设置小团为“老带新团”类型，设置好老带新团购价和团购价等活动信息。对应的拼团活动团购类型显示“老带新”的标注，商品详情页对应显示拼团“老带新”活动字样、新人团购价等信息。老用户发起拼团活动后，分享给新用户，比如某产品价格29元，拼团价24.9元，新人价19.9元，活动开始。用户场景：1)新老用户单独购买，29元不变。2)老用户团购(2人团或是多人团),24.9元。3)老用户拉新用户一起团购，新人享受19.9元的价格，拼团成功后返24.9-19.9=5元的差价到老用户的余额里。4)订单列表也显示“老带新”的团购订单标注；拼团成功后，老用户会收到团购价减去老带新团购价的差价，且会收到余额变动的提醒。使用场景：原逻辑：拼团活动小团没有“老带新团”类型活动。

现逻辑：拼团活动小团新增“老带新团”类型活动。注：用户为新人的条件：不准有待付款订单，已付款待发货订单，退货中订单，退货完成订单，已发货待确认收货订单，已确认收货订单。

当拼团开启返佣的时候，老会员下的订单将会用新人价计算佣金。

当开启成团条件为数量时，老人返的差价为(老人价-新人价)\*购买数量。

拼团中如果有新人退款，则这个人不算新人，成团后如果没有其他新人，则老人不享受差价返还。 / 选择参与拼团的产品 / 选品这个很关键，决定了拼团活动是否能成功。在这里也可以选择开启团长优惠价，即开团人可以享受更优惠的价格，提高开团率和成团率。选品秘籍：热销度——即“爆款”，这个商品是不是火爆，是不是众所周知，往往决定了活动效果。所以尽量选平时卖得好的、口碑都不错的产品来做拼团，这样才能达到效果。价格——影响大的因素还是价格，站在消费者的角度，真心便宜、物美价廉的产品，才能更大程度上刺激买家购买囤货。把好东西分享给朋友，那是自然而然的动作。

受众群体——大众消费产品更容易推广，被大多数人接受的商品才能更好的促进拼团。

需求频次——购买频次更高的商品往往更容易推，比如猪脯肉和茶叶，哪个需求更高，显而易见。单品——单品比套装/套餐更容易推。因为套餐里面总会有些单品不喜欢，所以就会导致下单率低，且不易传播。活动前可以建一个投票调查，让粉丝自己选取活动商品。粉丝想要的商品通常是愿意购买，愿意分享的好货，有人买才是关键。另外，不要选一些配套商品做活动商品，比如卖数码家电的做手机膜的活动;卖化妆品的选便宜的旅行套装做拼团等，这些都是得不偿失的。 / 拼团人数要合理 / 满团要求的人数，见过有的商家设置10人团，如果你的产品及价格有的优势，可以这么自信设置10人团。一般情况下，10人，人数太多，会打消参与人的积极性，2-3人好。 / 拼团活动时间 /

设置拼团活动持续多长时间，来制造紧张感，或逢节假日，或活动，或上新，有个拼团活动主题。另外，开团后，成团有效期是多长时间，一般设置24个小时。在发起拼团后，如果在有效期截止前还未成团，商家自己或找朋友也可以参团，提高成团率。后，什么样的拼团活动能真正引爆呢?是爆品：也就是大IP、品牌，能够时间引起兴趣的，比如：象印的杯子、吴晓波的课程、戴森的吸尘器。第二是价格诱人：尤其以1元拼团为例，大品牌、低价格的落差能极大兴趣引起人们“捡便宜”的心态，和之前的一元夺宝是一个套路。第三是成团人数可达：无论多诱人的活动，社交货币的消费是有限的，否则就成微商了，因此成团人数要设计成让大部分人的社交好友够一够就能成功，而不是一下子要召集几百人。