

社交电商里的核心是社交和裂变 深度解析新零售模式

产品名称	社交电商里的核心是社交和裂变 深度解析新零售模式
公司名称	微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	松山湖园区瑞和路1号2栋304室
联系电话	183****0056

产品详情

马云说：纯电商时代马上就要结束，以后没有电子商务这一说，有的只是新零售，而随着社交互动软件的兴起，诸如微信、抖音、斗鱼等自媒体软件的大行其道，互联网赋予了电商新的零售基因。

2000年-2019年，中国的电商行业从无到有，从弱到强。中国已经是全球规模最大、影响最为深远的电商大国。但是从2019年开始，也明显看到：一是电商虽然还在保持着不错的增长，但增长已经明显放缓；互联网人口红利期的窗口正在关闭，传统电商企业必须寻找其他的增长阵地。

一方面是传统电商的流量红利消失，需要寻找新流量，另一方面，微信等社交软件成为国民软件，社交软件的巨大流量成为巨大宝藏。在此基础上产生了依托于社交软件/社交关系进行的商业交易行为，这边是社交电商产生的背景。

最近这两年，社交电商这种新型的电商购物方式，逐渐走入大众视野。社交电商以超高的用户粘性和裂变能力，迅速在电商领域中蹿红，成为电商行业的后起之秀。

社交电商讲究的是化被动为主动，利用消费者与其社交圈的互动，来完成用户裂变，提高平台的知名度。如果平台能够持续不断地推出一些优惠活动，用户会主动地反复在自己的朋友圈内推送和宣传，从而帮助平台巩固口碑形象。

在社交电商里的核心是社交和裂变，手段是通过建立沟通信任提升客户购买力，最终让客户帮我们去更多的裂变。

传统的电商无论怎么千人千面，本质还是属于人找货，利用平台的公域流量。而社交电商，是货找人，货通过人的传播，出现在另一个人面前，这个人又可以继续把货便捷地传播给别人，利用私域流量进行销售转化。

人是社交电商里的核心，以人为中心，所有设计电商不能单纯理解成通过社交软件进行带货，核心是通过社交场景这种平等的关系进行商品的分享。重视人与人之间关系的培养产生信任感，激发分享，形成

口碑从而进行销售。

那么，什么是社交电商？

社交电商就是借助社交软件的传播途径，通过社交互动、内容运营等方式来影响、引导用户产生购买意愿和行为的电子商务模式。

根据各类社交电商的特点归类一下，大致可以分成五类：

- 1、内容型：通过建立购物平台，请大V、网红、明星引导推荐，吸引用户；如小红书。
- 2、拼购型：以低价优惠为核心突破口，以拼团的方式实现用户的快速累积，低价刺激用户；如拼多多。
- 3、社群型：以某一类需求集中某一类用户人群，达到量级后再以平台增加产品内容；如58旗下的转转、闲鱼等。
- 4、会员/分销型：通过各种社交渠道以分享的方式推广商品，发展团队伙伴，通常具有完善的分销体系和分佣机制；如东小店、芬香、苏宁推客等

社交电商的核心也是三件事：服务，商品和人。人才是社交电商与传统电商的真正区别。

2019年，是更多资金涌入社交电商赛道的一年，有机遇也有风险。

目前来看，社交电商还处于初级阶段，存在一些乱象，无门槛吸引很多幻想“躺赚”的人快速入局又很快草草退场，很多人受各种内购群影响，朋友圈被刷屏。任何一个新的行业初始阶段都会存在冲突，相信基于以人为核心，平等分享的电商模式终会被