

各种小吃炒货团购，糖炒栗子、炸鸡薯条、烤串团购

产品名称	各种小吃炒货团购，糖炒栗子、炸鸡薯条、烤串团购
公司名称	重庆抖星网络科技有限公司业务部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	重庆市万州区渝东花园路287号
联系电话	177****0311

产品详情

想增加门店客流量，抖音团购计划能带来哪些便利

各种小吃炒货团购，糖炒栗子、炸鸡薯条、烤串团购

抖音团购实际上目前是一个比较低调的项目，目前是有巨量引擎本地直营中心联合商家共同合作进行开展。餐饮老板可以联系自己所在城市的直营中心去了解这项业务，一二线城市基本都有直营中心负责，其余信息就不太清楚了。（济南，青岛，郑州，洛阳，广州，佛山，南京，金华，宁波，无锡，温州，武汉，厦门，东莞，泉州，福州，深圳，北京，成都，上海，杭州）

如果不在以上几座城市，大家可以就近找到相应的直营中心去咨询类似合作项目。（当然实在找不到的餐饮老板，也可以私聊我，我会帮你们去对接相应的团购合作项目的工作人员）

目前了解到，餐饮商家的合作项目都是免费的，而且整个抖音平台是不抽佣金的，属于测试项目，但是目前仅开通了支付宝支付的功能，而支付宝平台会收取0.6%的通道服务费。其余收费目前没有。

抖音团购的优势

流量优势

抖音目前用户日活超6亿，覆盖绝大多数的消费人群，16-35岁的用户人群占比在78%以上，这部分人群的消费力是非常活跃的。

用户使用时长

以2020年9月公布的数据来看，抖音月人均使用时长33个小时。（以月的维度）

而2020年9月公布的数据来看，第二季度美团人均使用时长为1.5小时。（注意是季度）

虽然两个APP的总体性质是不同的，但是在团购的竞争上，会逐步增大。只是美团是以团购为主的，而抖音是一个内容分享平台为主，广告业务占比很大，团购，教育，电商，直播等都是基于活跃的海量的活跃用户而拓展的变现渠道。

内容优势

抖音在开展团购之前，就已经有非常多的吃喝玩乐的内容在上面了，会有很多的人在平台上分享，而同时也会出现有非常多的用户在抖音上询问店铺为主，价格，菜品等。

在这种情况下，那抖音只需要把这个交易闭环打通即可，即将用户和商家的交易留存在平台上。在抖音上购买，在抖音上核销，在抖音上评价。而数据越好的商家，在未来一定也会受到平台相应的扶持。

人心优势

人心优势就更好理解了，目前美团在本地生活处于垄断位置，美团目前还是存在佣金高的问题，由于手中握有绝大部分的用户，所以经常会出现要求商家低价促销等活动，甚至和商家签订低折扣的协议。而对于大多数消费者而言，实惠是首要考虑的选择重心之一。而目前对于抖音来讲，优势就在于无服务费，无佣金，且主要合作对象是高品质的特色商家，这类商家基本定位高，有特色，并不倾向于低价引流，所以抖音平台也比较适合他们去找到新的优质客户。

抖音团购的劣势

用户消费习惯

用户当前不管是遇到什么店铺，什么活动，消费者都会美团上搜一搜，看一看美团上是否会有更大的优惠和折扣。甚至在一定情况下，即使抖音折扣与美团折扣相同，大家也会倾向于在美团下单。这里一定还有一个长期的用户消费习惯培养的过程，而且是基于整个抖音产品的功能完善。

产品不完备

在抖音这个平台上，目前第一批商家体验下来，还是有很多关于支付上的问题，用户购买套餐核销不方便的问题。比如，用户购买团购只能一个一个买，而订单只能一个一个核销，使用多张代金券的使用，就要核销多次。而核销到账后，个体工商户只能转入法人个人支付宝，如果遇到多股东商家，就会有一定问题。遇到连锁店分账，也会有问题，这些都是整个平台要去亟需解决的问题。

商家要求高

抖音平台的内容制作其实对于很多一部分商家是不友好的，沙县小吃，兰州拉面，江西小炒等以及一些大众化的烤肉店，火锅店等时非常缺内容的，因为不管是环境，菜品，服务还是品牌都是缺少突出特色的，那么在内容上就很难去吸引抖音用户。而且，大部分餐饮商家是没有资金去培养一个自己的内容制作团队的。大部分团队会需要外包团队来做，而这又是一个很大的坑。所以，抖音第一波流量红利，注定只能依靠于少部分特色商家来跑通这个渠道了。

抖音团购的现在

其实抖音早在2019年就开始做了，只是在2020年11月，首先在一线城市进行少量测试，反馈市场潜力大，商家反响好。简单点讲，团购活动相当于所有线下门店的商品橱窗，不仅是包含餐饮和非餐，而是一切线下所有门店。团购实际上没0门槛的，所有的线下门店经营者都可以通过注册抖音号，认领门店（以高德地图地址为准），开通团购，创建活动来上线团购。

商家可以在拍视频，发布视频的同时，附上自己的POI地址，就可以附带我们的套餐活动了。而你的

内容质量越高，获得流量越大，那么你的店铺就更容易在本地引爆。（非常建议有网红店基因的商家做）

同时，商家还可以邀请本地的探店抖音号，来帮助提升热度，一定要让他们带上你们的店铺地址。再搭配优惠活动，一般会有意想不到的效果。（如果要开通团购，可以私信我，我发给你们开通团购手册）

抖音团购的未来

抖音未来的团购可能会有两种模式。

一种是出一个专注于本地的APP，而形式可能会更接近于视频推荐的热门餐厅推荐。而这个APP可能在场景上会更加细分，情侣聚餐特色餐厅，团建聚餐特色餐厅等，又或者是走高精尖的特色商家推荐。可以考虑区别于美团的全覆盖。

还有一种是改造抖音APP，优势就是用户体量大，不会造成流失，但是相应的，一旦商家数量起来之后，对平台的内容推荐一定是有潜移默化的影响的。而这到底是利是弊？就完全不清楚了。鱼和熊掌，不可兼得。如果想要本地商家过得更好，抖音甚至需要调整算法，更多推荐同城生活内容，那这到底是否会在数据上影响到用户的使用时长，是需要做长期关注的。

以上，我觉得推出一个全新的APP更有可能。

那如果抖音大力发展本地生活后，会有一个群体非常受益。就是美食类、探店类的网红达人以及抖音号代运营机构。上述有讲到过，一般餐饮商家是不会自建团队来运营抖音号的，因为这个成本很高。更有可能的是，找代运营机构，统一负责微信，美团，小红书以及抖音的代运营工作，而这其中，前三个渠道基本以图片+文字可以完成营销合作。而抖音却需要全新的视频素材，对于代运营机构的要求就更高了。合作模式有几种，月度服务费、分佣等。

一个月10条视频左右，每条视频的破万曝光。一线城市2W 二线城市1W。而这其中到底多少成本，机构老板自己清楚。模式清晰，可复制可放大，只需要和商家谈好分佣比例即可。

还有探店抖音号，在以往的运营过程中，一个本地探店抖音号帮商家做完探店视频后，可能会有很多用户是根据抖音推荐来的，但是在商家这边是没有办法跟踪的，所以没法验证效果。但是接下来，马上就不一样了，探店号探店是可以挂上商家的团购套餐的，通过视频卖出多少套餐是有迹可循的，如果效果好，那探店费用也会慢慢水涨船高，这也让一部分滥竽充数的探店号失去了遮羞布。

抖音的本地生活业务还是有很大机遇在的，如果有商家或者达人感兴趣欢迎私信我

滴滴重庆抖星