

如何做好社区团购

产品名称	如何做好社区团购
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

传统电商流量红利已尽，获客成本不断上升，寻找新的流量源成为电商企业面临的首要难题。此时，移动社交的流量价值得到广泛关注，将电商和社交融合的商业模式为电商企业降低引流成本提供了良好的方案。本文将从“社交电商”的发展背景与现状出发，为您全面介绍“社交电商”目前四种主流商业模式，并与传统电商对比，总结“社交电商”的特征与优势。

社交电商的四种典型商业模式

按照流量获取方式和运营模式的不同，目前社交电商可分为拼购类、会员制、社区团购以及内容类四种典型的商业模式。

其中拼购类、会员制及社区团购以强社交关系下的熟人网络为基础，通过价格优惠、分销奖励等方式引导用户进行自主传播。内容类社交电商则起源于弱社交关系下的社交社区，通过优质内容与商品形成协同，吸引用户购买。

1. 拼购类社交电商

（1）模式简介

拼购类平台只需要花费一次引流成本吸引用户主动开团，用户为了尽快达成订单会自主将其分享至自己的社交关系链中，拼团信息在传播的过程中也有可能吸引其他用户再次开团，传播次数和订单数实现裂变式增长。

（2）模式分析

拼购类社交电商以生活用品、服饰等消费频次高、受众广的大众流通性商品为主，大部分商品价格不超过100元，低价是拼购类社交电商吸引用户进行分享传播的关键，而拼购类社交电商能够实现低价的主要原因体现在以下三方面：

通过拼团的方式引导用户进行分享，降低获客成本，并通过游戏的方式增加用户粘性；

拼购类社交体现出“发现式”购物的特点，在拼多多的首页甚至未设置搜索框，平台通过反向推荐算法，将大量流量汇集到少数爆款产品，通过规模化带动生产侧成本降低；

平台通过拼团集中大量订单，获取对上游的溢价权。同时，入驻平台的商家主要是工厂店，大大缩短了供应链，降低了中间成本。

（3）模式发展趋势及未来面临的挑战

传统电商经过多年的发展，在“消费升级”的背景下进入了品牌升级阶段，流量逐渐向头部商家集中，大量低端产能被淘汰。

这一部分过剩的产能与三线及以下城市用户的需求完美结合，借力微信社交渠道获客优势，拼购类社交电商迅速渗透三线及以下城市，实现爆发式增长。

2. 会员制社交电商

会员制电商是个人微商的升级版，早期个人微商模式下，个人店主需要自己完成商品采购、定价、销售、售后全消费流程。而在会员制电商模式下，店主（小b端）不介入供应链，仅承担获客与用户运营的职责，由分销平台（S）提供标准化的全产业链服务，店主只需要利用社交关系进行分享和推荐就可以获得收入。

会员制电商的优势来自于分销裂变带来的获客红利。平台通过有吸引力的晋升及激励机制让店主获益，推动店主进行拉新和商品推广，有效降低了平台的获客与维护成本。

会员制电商发展初期，大量原微商从业职涌入，促使行业快速发展。众多品牌商与电商企业入局进行探索，借力小b端实现快速裂变。此阶段对小b端的争夺与培养是各大平台的主要任务。

3. 社区团购

社区团购模式也是S2b2c的一种，社区团购平台提供仓储、物流、售后支持，由社区团长（一般是宝妈或社区便利店店主）负责社区运营，主要包括社群运营、订单收集、商品推广及货物分发。

社区居民加入后通过微信小程序或APP下单，社区团购平台将商品统一配送至团长处，消费者上门自取或由团长完成最后一公里配送。

微信商业化带来电商红利，小程序兴起，商业功能逐步完善为社区团购发展奠定基础。社区团购模式的核心价值主要体现在以下三个方面。

以团长为中心的轻熟人社交网路，便于产品在社区内自然传播，可以有效降低获客成本；

社区居民在拼团时需提前在小程序或APP上下单，并完成支付。平台通过预付制锁定订单，汇集大量订单以获取与上游供应商的议价权，同时以销定采，降低损耗与库存成本；

在物流阶段，供应商将货物运送至平台的仓库，平台负责将货物运送到各社区团长处，由团长完成最后一公里配送或由用户自取。中间环节少，且有效地控制了终端配送成本。

社区团购平台以生鲜引流，切入社区居民日常消费中，生鲜是高频高复购的消费品，同时也是低毛利、高损耗、高物流成本的品类。社区团购通过预售制，集采集配，能有效降低周转资金、减少配送储存成本，提升了生鲜供应链的效率。

（3）模式发展趋势及面临的挑战

社区团购模式较为简单，行业门槛不高，2016年出现以来，已有上百家企业进入，行业发展迅速。“集采集销”的模式导致行业不存在“小而美”，集中化、规模化是提升对上游供应商议价权和降低物流成本的关键。

4. 内容电商

年轻人正逐渐成为网络购物消费的主力军，为了满足他们碎片化、个性化的消费需求，电商和内容产业链正逐渐走向融合，通过内容影响了消费者决策，引导消费者的购物行为。

内容社交电商即指通过形式多样的内容引导消费者进行购物，实现商品与内容的协同，从而提升电商营销效果的一种电商模式。

电商和内容产业链融合是一个互补的选择，对于电商平台而言，流量红利将尽，亟需新的流量入口，内容作为介质，在提升电商用户粘性和消费者体验上作用明显。

（3）模式发展趋势

内容电商化与电商内容化，两者的融合是行业必然的发展方向。内容平台电商化为内容平台和内容创作者提供了良好的变现渠道，内容行业的商业化会更好地促进优质内容的产出，推动整个行业发展。而电商平台内容化则丰富了电商行业的营销方式，为平台提供了新的获客方式。

微三云优势，如何在最短的时间让客户知道了解到我们的优势。

1、系统底层架构的稳定性、支持高并发，我们花了三年时间做底层架构的研发，耗资3000多万，这个不是任何一个技术团队敢去做的事情，2017-2019年三年时间。

2、底层互通，每个不同的应用，可以单独设置不同的分佣比例，入口-裂变-复购-线下门店，商城的商业模式都是不一样的，自由组合各种应用

3、支付、税务体系完善、微信支付-支付宝-汇聚-通联-杉德-高灯-粮饷社

4、第三方生活服务赋能，加油、充话费、电费100多种生活服务平台

5、做大后的去中心化解决方案，（超级APP）结合这么多年的互联网经验，我们现在很多客户已经做大了

6、完整的售后服务体系，一对一客服培训，和功能更新迭代，每个产品都会不断快速迭代最新的商业模式

7、快速响应市场，开发出最新的商业模式，后期可以不断加新的商业模式，就不用一直更换系统，数据就可以得到很好的沉淀，减少弹缩的时间。

8、有很多做得成功的客户案例 月流水过亿等

10、一条龙服务上线，协助资料申请、域名、服务器等

