

拼商拼团软件开发，电商系统源码，拼商团一次活动裂变用户近6000 这种拼团新玩法，让你刷爆

| | |
|------|--|
| 产品名称 | 拼商拼团软件开发，电商系统源码，拼商团一次活动裂变用户近6000这种拼团新玩法，让你刷爆 |
| 公司名称 | 东莞市星电网络科技有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层 |
| 联系电话 | 15006688653 15006688653 |

产品详情

拼商团一次活动裂变用户近6000！这种“拼团新玩法”，让你刷爆！

一、拼团背景：还在纠结传统老带新拼团活动要如何玩出新意达到快速裂变增粉的目的？就和大家介绍一款拉新神器抽奖拼团，轻松助力商家完成一场低成本获客的营销活动！

泸州老窖官方商城借助抽奖拼团活动成功裂变近6000用户。现在我们就来看看这款神器到底该怎么玩~

亮点整装来袭，裂变不用愁

针对传统拼团活动出现的疲软情况，抽奖拼团则打开了裂变新玩法：吸取经典拼团功能，促进用户裂变；结合抽奖模式，吸引用户积极参与。现在我们就以A商家为例，给大家剖析这款神器的四大亮点~

亮点一拼团+抽奖，降低商家投入，提高用户参与。

在活动结束前，用户可以制发起成团，而A商家只需承担1个活动商品的成本就能实现高用户裂变。并且相较于以往的拼团活动，用户无需支付任何成本就有可能获得产品；相较于抽奖活动，用户中奖几率提高，这两

点能大大提高用户的参与度

亮点二、开团，用户裂变翻倍

在抽奖拼团活动中,驴虽只可参团一次,但可以作为团长开团。如此一来用户为了提高中奖率会自发进行活动传播,开的团越多,商家拉新效果越好。

亮点三、双重奖品设置,提升进店转化

A商家设置一等奖为原价158元的蛋糕,二等奖为30张店铺30元无门槛优惠券。以-等奖吸引对店铺产品感兴趣的^{用户}参团,实现获客;以二等奖优惠券刺激用户在店铺产生消费,提升新客的下单转化率。

亮点四、操作简单裂变更轻松

商家1分钟可完成活动配置;用户只需简单四步即可完成拼团+分享的动作,有效减少商家和用户的操作成本,实现轻松裂变。

泸州老窖访商城心得分享

泸州老窖主营白酒,是中国古老的四大名酒之一。目前以面向中高端中年男性群体,提供日常以及商务宴请等场景销售需求为主。

今年11月初,泸州老窖官方商城利用抽奖拼团插件成功一次裂变近6000,负责人表示拼团抽奖是一个比较新颖的功能玩法,通过拼团的方式去人群扩散传播,利用人群的侥幸心理设置抽奖,拼团和抽奖结合在一起,在拉新方面是一个很好的功能。

四大心得分享

奖品设置:建议用大众认可的品牌商品做奖品。泸州老窖官方商城采用国窖标品-国窖1573用来做奖品,它是泸州老窖系列酒的形象产品,也是店铺的中高端产品,二来它在店铺的主要销量和搜索次数较多的,能够有效调动用户参与度和积极性。负责人表示,抽奖奖品的价值越高,参与的人数越多,主要是奖品对参与抽奖的吸引力更大,抽奖中奖侥幸心理更大。

推广优化:人数参与多的时间段是在下午六点到晚上九点,可以利用这段时间进行活动推广,有利于成团的进行。对于推广渠道,除了在公众号和小程序页面做推广外,还可以利用公众号推文和员工朋友圈进行推广。

名单公示:商家可以在活动页面增设中奖名单公示。次活动过后,泸州老窖官方商城在页面做了全部中奖用户名单公布板块,明显提高了后面几期的参与人数。

活动承接:除上述外还需要加强对新用户的管理,刺激他们进一步在商城消费。泸州老窖官方商城就用优惠券进行新客承接,以及其他多人拼团活动促进老喜增购,快速增加商城销量。

功能实操&FAQ

功能实操演示:

产品FAQ:

Q1 :抽奖拼团商品的库存是独立的吗?

A1 :抽奖拼团不占用商品库存,为活动独立库存,用户下单,成团均不扣库存,请谨慎配置;

Q2 :如果引导参团用户关注公众号?

A2 :H5上,配置仅支持FS购买,用户下单参团,需要先关注公众号,柯参与抽奖拼团,便可转化参团用户。

Q3 :抽奖拼团用户可以参与几次?

A3 :为了避免刷dan提高中奖率的用户,每一-一个账号只能参团,但为了提升活动效果,允许用户不断作为团长开团,邀请好友成团提高中奖率,源源不断为活动带来粉丝。

Q4 :抽奖拼团活动支持哪些版本?

A4 :双11前支持城和小程序、H5版本
,双11后,开放小程序版本的抽奖拼团活动,具体时间请关注产品动态。

举例

新零售平台一会员制大礼包 +抽奖拼团新零售平台

一、人:会员身份

平台身份(一个会员可多重身份,受多重收益,完美结合不冲突)

1)省市区/区域代理:享受区域订单提成+VIP会员礼包推广收益+二级分销提成+拼团活动收益+拼团推广收益

2) VIP会员、特约、联创: VIP会员礼包推广收益+二级分销提成+拼团活动收益+拼团推广收益

3)普通会员/粉丝:仅享受推广消费二级分销+拼团活动收益

二、货:产品

自营商品,产品上架

三、场:平台运营模式+分销模式

1、会员制社交电商新零售:购买398元礼包升级VIP会员,推广5个VIP会员升级特约经销商,发展20个VIP会员升级联合创始人

1)普通会员或以上:-级分销,推广--个VIP会员奖励50元,只奖励一级(也可以不设奖励)

2) VIP会员:直接发展--个VIP会员分得50元+推广一级奖励50元

3)特约经销商:直接发展--个VIP会员得100元+推广-级奖励50元,伞下新增VIP拿差价

4)联合创始人:直接发展--个VIP会员得150元+推广-级奖励50元,伞下新增VIP拿差价

5)平级奖:20元,只计算-级

6)省市区代理:分别奖励30/20/10元,伞下的拿差价,同时拥有会员身份享双重收益

合计高总分销:250元(零售398,成本60,剩余利润88元)

2、抽奖拼团:拼到拿产品,拼不到还赚钱,可发起多种拼团活动,

备注

(1)、可设置团长必不中,用户中奖后告知加入团长后,团长发起拼团必不中,这样,无论中奖的和未中奖的用户都愿意帮平台推广。

具体未中奖奖励情况举例如下:

假设1000元得产品拼团(原价1500,成本300,利润70%),10人拼团中2人,平台利润1400元,不中奖的8人分别奖励拼团金的5%,共奖励400元。

(2)、可设置全部拼团活动或者部分拼团活动的团长条件,发起拼团的团长必须要达到什么级别会员才能发起拼团,促进会员去购买大礼包升级会员或推广团队升级自己的会员等级

具体分销比例如下:

1)普通会员以上:直推-级2%奖励

2) VIP会员:直推3%

3)特约经销商:直推6%,伞下订单拿差价

4)联合创始人:直推9%,伞下订单拿差价

5)平级奖:1%,只计算--级

6)省市区代理:分别奖励3%/2%/1%,伞下的拿差价

7)合计高总分销: 15% ,按1000元活动计算就是 $150*2=300$ 元

总结:每一轮活动,未种奖奖励和中奖人的合计分出去-共700元
,平台收入1400元,合计净利润700元,如果是100元得拼团活动,每一轮抽奖平台能盈利70元
,视情况可以在分销比例上多增加一些更利于快速裂变。

四、系统前端展示:小程序+公众号商城+H5+ H5网页封装安卓苹果双APP +原生APP

五、支付合规分账:支付+支付宝+汇聚支付(总部在广州)

六、平台合规税务筹划代发佣金:薪行家(总部在上海)