

社交电商有多种形态？

产品名称	社交电商有多种形态？
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	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

社交电商，是借助社交网站、SNS、抖音、Facebook、社交媒介、网络媒介的传播途径，通过社交互动、用户自生内容等手段来辅助商品的购买和销售行为，并将关注、分享、沟通、讨论、互动等社交化的元素应用于电子商务交易过程的现象。

我们说得通俗一点，通过时下流行的社交工具和粉丝做社交互动，来辅助商品的销售，就是社交电商！

从2014年开始，智能手机开始普及，移动互联网逐渐取代PC互联网！

人们上网的习惯也发生了很大的改变，人们不再是在电脑前面一坐坐好几个小时，而是拿起手机走到哪里，随时随地都可以上网，上网的时长也不再是一下好几个小时，而是非常碎片化的，上班闲了聊几句微信、中午去吃饭刷一下抖音、做公交上下班路上逛一逛淘宝、晚上有时间了看一会直播、打一把游戏。

互联网最本质的功能是什么呢？就是连接，把我们每一个人互相连接起来，所以才叫互联网！

当人们不在宅在家里上网，而是走出去、走出去上网以后，这种连接就更多的不再仅仅从线上通过一根网线完成的虚拟社交，而是越来越多的走到了线下、走到了现实之中的现实社交。

社交的难度变的越来越低，人们对于社交的需求和欲望，也开始变的空前强烈！

无论你是通过微信、抖音、直播、游戏任何一种方式结交认识的人，只要有了现实中的接触，就会很容易地带来真实感、信任感！

这就为接下来，社交电商的蓬勃发展奠定了很好的基础！

如果你看过马云的演讲，应该会知道马云也是在2016年的10月，提出了新零售的概念，马云说，新零售就是线上、线下、物流相结合！

下面我们就来说说这些社交电商的模式和特点。

社交电商有多种形态。

第一种：电商+社交

这种模式分两种方式，一种是原先做电商的平台，开一个社区，来加强用户之间的交流，增加用户粘性，促进用户购买，比如淘宝里面的微淘。

另一种就是买家邀请社交领域的KOL来做自己的商品导购，从而提高商品转化率。以上两种模式均是从传统电商实现向社交电商的转型，更为简单，成本也相对低价。

第二种：社交+电商

这类模式通常是通过主题社区起家。当社区有了一定的用户群体，就能在线上搭建一个在线付费类型的网站。垂直社区的运营模式也与此类似。通过社交圈子进行商品买卖。

第三种：导购型

这一模式分两种形态，具一是平台，具二是个体。

平台型，如蘑菇街，就是通过建立建立导购平台，请KOL导购，从而吸引用户，KOL导购更易建立用户的信任感，增强用户粘性。

而个体，就是利用社交平台，铺货赚钱，微商，淘宝客等就是典型的例子。

第四种：平台型微商

平台型微商的模式有多种，像是销售分佣和直销模式等，需要注意的是，此方式容易被传销利用。

第五种：拼团型平台

就是通过团购模式来进行商品的推广，典型的例子就是拼多多，通过强调实惠来吸引用户群体。

第六种：微商代理

简单来讲就是刷屏朋友圈的微商。这种模式的优点就是可以快速传播信息，用户粘性强。但由于缺乏监管，可能对用户和底层代理造成伤害，需谨慎对待。

那么，社交电商未来的发展到底会如何呢？

1.传统电商难以存活

毫无疑问，传统电商应缺乏监管、狂刷屏和假冒伪劣等问题，将难以长久存活下去。

传统微商代理模式，存在缺乏监管、假冒伪劣、暴力刷屏等问题，慢慢透支着各户的信任，以后的路会越来越窄。只有小部分重视口碑、质量和服务的团队，才会继续存活下去。

2.“社交+电商”模式将在综合体发展

这个模式将逐渐在综合体方面发展。但需要权衡两者的比重，两者平衡，才能有更好的发展可能。

3. 网红、KOL等垂直领域的个人导购将持续火热

这是由互联网平台带来的效益影响。拿网红举例子，他们的影响力也是很强的。未来的市场也会继续火爆。

4. 中心化的平台微商可能变成纯电商

因其模式的复杂性，极可能变成小众的纯电商。因为多级分销风险大的特点，平台可能说变就变，原先很火的一些商家可能在某一时期就走向衰亡。

总结：

社交电商是这两年由PC端逐渐向手机端转型而衍生的一种模式。正如我们知道的电商模式，无论是平台型电商还是社交电商，或者两者结合起来，流量都是十分重要的。平台型电商主要流量来源于平台的流量分发。而社交型电商，所有的流量都源自于粉丝，粉丝对于商家的信任，以及商家的产品。