

# 流量红利时代：拯救电商收益下滑惨淡——广告电商模式

产品名称	流量红利时代：拯救电商收益下滑惨淡——广告电商模式
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/请来电咨询
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋403室
联系电话	19957968337 19957968337

## 产品详情

一步错步步错，那到底是哪一步走错，才让各大电商企业在流量红利时期开始走下坡路？

据数据统计，2020年第1至第4季度，阿里巴巴营业收入增速分别为22.26%、33.78%、30.28%、36.93%，销售费用增速分别为26.22%、27.61%、44.81%、60.40%；而2021年第1至第4季度，其营业收入增速分别为63.93%、33.81%、29.43%、9.72%，销售费用增速分别为106.53%、98.04%、66.12%、44.84%。

按照正常商业逻辑，销售费用增速持续反超营业收入增速，直白的解释就是生意越来越难做了。

回看传统电商，因为高开低走的发展趋势，往往让人在高红利时期忽视了存在的重要问题。

传统电商主要依靠买货赚钱，有时还要砸钱做广告请主播，导致利润率低，资金投入大把，回笼速度慢，加剧了企业潜在的资金风险。

其次，平台用来留存用户做的一系列营销手段，如送虚拟积分，更多只能用来抵扣消费，不能提现，用途有限，很难达到预期的留存效果。

所以，要想留住用户，留住平台流量，需要抓住用户趋利心理，达到真正用户和平台的共赢。

通常而言，用户在各大平台看广告，间接给平台赚钱，却不能给自己带来一些好处，而平台想对接广告，但无从下手，也没有模式的辅助让广告价值更大化。由此，就有企业想到了用广告作为媒介，在用户和平台中找到一个可以共赢的发力点。

这也就是电商颓势下的一个突然爆火的新项目——广告电商模式。

该模式是结合了“社交电商+广告分佣”，让消费者在购物的同时可以获得积分，并且还能通过观看平台对接的广告任务，让消费者手中的积分变现（得广告奖励），实现广告主、平台和消费者三方共赢的效果。

总的来说广告电商其实就是一个正常消费和销售就可获得“广告券”消费平台，新时代的潮流产物，累积消费即可获得更多的广告券。获得广告券即可参与每天拼团，分享广告任务，赚取广告佣金，每天白捡收益！

### 一、模式玩法：

广告电商是通过和第三方合作，比如微信推出的广告主，个体户或者企业只要有小程序商城即可对接。

用户消费会获得积分，可以用来直接兑换商品，或者通过看广告变现，同时，第三方公司会付给平台相应的广告费，达到推广的效果。平台为了奖励用户，可以设定一些广告任务，当用户完成任务，平台可按一定的规则与用户分钱，同时，团队内部也设置推广激励，由团队长邀请/招募推广员，组成团队，每邀请成功一个消费者便可得推广奖励和团队奖励，从而达到平台、用户、商家之间相互推广的作用。

对于消费者：购物省钱、赚钱，甚至有机会免费。

对于平台商：除了电商利润，同时可获得广告收益，有流量即有收益。平台便有更大范围的资金流动。

### 二、三大应用模式

平台可以根据实际运营需求在【消费累计返佣递减】、【新增消费阶梯返佣】、【推广消费阶梯返佣】三大模式中选择其一。

1、消费累计返佣递减：消费者在平台任意消费即可获得积分，通过观看广告任务，平台根据消费者剩余积分按比例返佣为零钱，零钱可提现、可消费。

2、新增消费阶梯返佣：消费者在平台任意消费即可获得积分，达到积分门槛后可通过观看广告任务，平台按比例将积分返佣为零钱，零钱可提现、可消费。

3、推广消费阶梯返佣：消费者在平台任意消费即可获得积分，推荐用户消费，且达到相应积分门槛后可通过观看广告任务，平台按比例将积分返佣为零钱，且返佣总额不超过相应的积分门槛，零钱可提现、可消费。

### 三、模式亮点：

1、玩法的可延展性和趣味性：等到用户积累到一定量级，可以使得盈利方式更加多元化，包括但不限于第三方广告收益、平台产品销售收益、平台方自己接品牌广告。

2、用户裂变推广：如果团队内销售员A推荐用户成功消费并看广告任务返佣，则销售员A可获得其中30%的返佣奖励，邀请A的销售员B可获得20%返佣奖励，团队内的主管、经理、总监依次获得相应比例奖励，促使用户自行裂变，降低宣传成本。

3、资金快速回笼：看广告即可赚钱，多样化的盈利方式，增加企业利润，加快资金回笼。

4、多元化获利渠道：该模式的盈利方式不仅只有传统电商带货，还有广告赚钱。

5、无泡沫零风险：该模式以用户裂变推广为主要引流方式，加之广告+电商的玩法，几乎资金零投入，风险低，获利高。

6、增强用户粘性：平台消费者也可通过该广告电商模式获利赚钱，使得平台和用户达到共赢。

这样一个模式可以实现广告主、平台和消费者三方共赢的效果。