

小程序+APP+公众号+社群，中小品牌如何运营？

产品名称	小程序+APP+公众号+社群，中小品牌如何运营？
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

小程序对于中小品牌来说，是适合不过的平台。单独的依靠微信庞大的流量，通过社交裂变，从而产生相应的品牌拓展效应。

1、小程序+APP+公众号+社群

小程序：超级APP全域生态用户流量累计20亿+，流量聚集的差异化生态平台悄然出现，成为了大量商家利用小程序构建自身生态的重要战场；

APP：大量APP通过小程序进行引流，小程序相比APP获客效果更好，其便利性深受用户喜爱，使用户使用成本、企业获客成本降低；

公众号：商家在前期积累的公众号/生活号粉丝流量通过小程序可以释放自身价值，同时增加流量变现途径。公众号/生活号的社群效应与小程序的工具属性相得益彰，协同发展；

社群：社群是小程序的核心流量来源，也是小程序实现服务闭环提升用户留存的重要手段，提升社群服务质量和传播效率是小程序社

群运营的重要目标。

但是想做好一个小程序平台，运营好它是没那么容易的，前期的拓客引流，推广平台、维护用户都是非常重要的。

特别是现有的传统电商卖货模式厂家层层招代理商，商品到消费者手里已经翻了好几倍价格，通促销活动例如拼团、等无法有效吸引客户进行二次复购促进平台发展。

所以全民秒购模式应运而生，这个模式是一种创新型电商应用，结合目前火热的寄售与盲盒卖货模式，让消费者购物的同时又主动参与活动推广。

一、模式特点：

- 1、厂家把产品成本至市场销售价之间的利润（差价）重新分配给普通消费者,促进用户二次分享推广
- 2.多资产转化促进平台用户合理消费，合理得到奖励
- 3.平台正拔比 零泡沫。
- 4.不需支付产品成本，只需支付溢价的部分，投资小流水大，收益高。
- 5.赋能实体，利国利民利己。

二、运营逻辑：

用户通过在平台注册成为会员，购物赠送提货券或者直接买积分，积分可兑换提货券，兑换之后会获得1:1的共享值，共享值可以去平台参与寄售活动。

如产品成本1000元，市场价为5000元，从1000开始溢价，每次溢价6%

起，抢购产品的1.15%为利润，4.85%为共享值变现，溢价一次，直到市场价5000元时完成产品销售。

举个例子：

一个成本1000元，6%起每天溢价

第/抢购的价格是1060元

无须付产品成本1000元

只需支付60元现金

支付完成，在1060的基础上再溢价6%立即挂售转卖，即（ $1060 \times 6\% = 63.6 + 1060$ ）即等于1123.6元，同样不需要付产品成本1000元，只付123.6元

那我们第二天的收入是产品利润

12.19（ $1060 \times 1.15\%$ ）

共享值兑换： $1060 \times 4.85\% = 51.41$

总收到： $123.6 (60 + 51.41 + 12.19)$

每天溢价，以此类推，直到溢价到产品市场价完成产品成交。

平台和用户的收益都在于溢价的6%，每轮寄售都会上涨1%，直到产品售价达到市场价，平台收4.85%的上架服务费，用户每转售成功都会获得1.15%的收益

卖家收益 = 买入抢购价 * 卖家收益比例

上架服务费（扣除共享值）= 买入抢购价 * 上架服务费比例

挂售金额 = 买入抢购价 * 寄售上涨比例

如何促进用户消费？

1、 抢购活动有多场次多区，满足不同人群

2、 盲盒方式抢购商品，趣味玩法

3、 直推奖励返佣购物积分

共享生活电商应用新模式的出现，有效解决现有的厂家卖货模式缺点，让消费者购物的同时又主动参与活动推广。