

企业如何做有效营销，盘点社交电商平台的三大秒-杀玩法和逻辑

产品名称	企业如何做有效营销，盘点社交电商平台的三大秒-杀玩法和逻辑
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	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

电商其实跟传统商业，比如门店商家没有什么本质的区别，都是为了满足用户需要，提供用户需要的服务和商品。只是电商就是电子商务的意思，也就是同门店生意不同之处是利用互联网开展商业活动的形式。

根据几次国内大型电商网站的结果来看，可以发现在泛滥之后，消费者参与的动机已经变得越来越明确和直接了，等待开始，刷页面，点击购买，看是否成功下单，成功付款，不成功走人。从后台数据来看，开始时瞬时UV确实直线增长，但是带来的成交却不多，很多策划者预计的高人气带来的关联消费并不明显。

“ ”营销实质是一种限时低价促销，其与互联网的结合为客户创造了价格价值、时间价值和娱乐价值，同时也为提供“ ”商品营销的企业创造了访问量价值、广告价值、捆绑销售价值、利润价值和仓储价值。企业对“ ”营销进行价值管理，必须综合运用多种营销工具尽可能地降低顾客感知风险，为客户创造更大的感知价值。“ ”营销其实质就是一种限时抢购和超低价促销，而其与互联网的结合使其产生了吸引眼球的广告性，创造出有广泛受众基础的用户价值。

的玩法不同于拼团、砍价等的地方在于，非常在意时间性，主要是营造稀缺哄抢的氛围，只要发现有一个用户在抢商品，其他买家肯定是蜂拥而上，只要价格合适，很少会考虑到这个东西是不是当下必需品，只是想着便宜先屯着，早晚会上。

而且除了能短时间带动商品的销量提升外，另外一个作用就是聚集大量的人气。通过什么样的方式能够将这些流量留存或者导向线下，则是每个运营需要深度思考的地方。

一、传统的限时玩法

1.功能简介，应用是商家在有限的时间内提供低于平常价格的商品，营造出一种浓烈的抢购氛围，从而达到拉新、促销及提升购买率的效果。

活动说明：创建活动，关联商城商品，以低于商品原价的价吸引客户参加活动
用户购买可使用优惠券、购物币抵扣、复购抵扣。

二、组团抽奖玩法

1.功能简介：为回馈广大忠实粉丝，平台推出【拼购】活动，精选实用、优惠的商品供粉丝-购买，抢购成功(秒中)的粉丝可包邮自用，也可委托平台转卖，抢购失败(未秒中)的粉丝则有现金补贴，分享他人购买还能赚钱！

通过产品，用户参与活动，满足时间直接开团，中奖者得到产品，不中奖者返回支付金额并且额外补贴不中奖奖励，从而激励用户多分享吸引用户量快速参与活动，同时活动结束后中奖/未中奖的订单都会产生分销，从而达到分销裂变

抢购置换玩法

抢购区商品

平台商品分为抢购区商品和置换区商品，抢购区商品供用户在的时候购买，购买商品的时候需要支付改商品的价格金额

置换区商品

平台商品分为抢购区商品和置换区商品，抢置换区商品供用户更换同价值商品以及置换上架升级商品价值的时候使用

限时

每个空间的抢购区独立开启，只有开启期间才可以抢购下单交易，如果错过了，只能等待90分钟后的捡漏区继续抢购；

用户得到的商品，可选择发货，也可选择更换同价位商品，也可选择平台寄售；

同价更换

用户得到商品后，可免费更换同个价格系列的其他商品；

置换上架

用户得到商品后，在支付上架服务费后重新上架，并且得到价值更高的商品，24小时后会自动到平台抢购区进行寄售，其他用户可以在抢购区抢购该用户商品；

上架服务费

商品重新上架需要支付的费用，并且平台将在商品重新交易完成后，给推荐人和空间店主发放分佣奖金和空间主收益（店主奖金）；

简单的“逻辑”与“参与流程”，便于平台快速引流、裂变，进而卖货！

模式制度与举例

会员通过参与，不仅可以抢购到心仪的产品，还能享受四大收益：

用户A、B、C同属于一个空间，且空间主为用户D。抢购区商品1价格为100，置换上架涨幅为30%，上架服务费为20%，直推奖励为服务费的20%，间推奖励为服务费的10%，空间主奖励为服务费的20%。

如果用户C抢购了商品1后，重新置换上架将商品1置换为商品2平台寄售，12小时后商品2又被用户E抢购并且收货，那么上述各个用户可以得到啥收益？

用户C获得购物奖励： 130 （售卖商品2所得货款） -100 （购买商品1） -20 （上架服务费） $=10$

用户B获得直推奖励： 20 （上架服务费） $\times 20\%$ （直推奖励） $=4$

用户A获得间推奖励： 20 （上架服务费） $\times 10\%$ （间推奖励） $=2$

用户D获得空间主奖励： 20 （上架服务费） $\times 20\%$ （空间主奖励） $=4$