

消费积分返利模式是什么

产品名称	消费积分返利模式是什么
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

在通货膨胀、物价飞涨的影响下，作为对严峻经济形势的回应以及在某些领域过度消费的必然结果，“网购新节俭主义”来势汹汹。“价格低、省钱”已成为影响消费者购物选择的重要因素。由于网民对于网购优惠需求的不断提高以及商家对于自身竞争力的要求，为了刺激销售，提高用户购买积极性和推广效果，返利作为一种常规性的促销方式开始在网络营销中得到了越来越多的商家和用户的青睐。

电子商务营销返利模式的产生

得益于互联网的发展和传播，电子商务迅速萌芽成长，人们的消费观念的改变使得网上购物这种足不出户的购物方式成为一种主流。各种电子商务网站遍地开花，网上商城、在线拍卖、在线个人网店、综合平台等。

为了赢得竞争力吸引更多的会员和消费者，“返利”一词开始出现在电子商务中进入了商家消费者的视线，甚至出现了专门的返利网站。返利其实存在已久，早出现在实体商务中，在实体商务中返利是指厂家或供货商为了刺激销售，提高经销商（或代理商）的销售积极性而采取的一种正常商业操作模式。一般是要求经销商或代理商在一定市场、一定时间范围内达到指定的销售额的基础上给予多少个百分点的奖励，所以称为返点或者返利。

由于返利对经销商而言是一种额外利润收入，而且门槛要求不高，只要实现了销售就会有相应的返利，所以能够起到激励经销商的作用，促进产品的销售。不过在电子商务中返利的概念和实体商务中的返利产生了细微的差异或者说是它的引申，在互联网的时代背景下返利是消费者在消费了一定的金额后，电子商务商家给与消费者一定程度的返利（比如积分、现金、代金券、消费卷等）以此刺激消费者消费，带动网站的会员数量增加和销售业绩提升达到以较低成本营销。由此产生了电子商务的返利模式，作为网上营销推广增加会员黏着度的一种重要的手段得到了广泛的应用。

几种主要的电子商务营销返利模式

随着电子商务的发展，网上购物正成为一种流行的消费方式，大多数的网上商城为了促进产品销量，将一部分利润分给推广者，而推广者又将利润返还给消费者，从而滋生了一个新生的行业---返还利润平台，也就是返利网站。返利网站的一般操作是用户以返利商城为入口跳转到当当网、京东商城、凡客诚品

、淘宝等一些购物商场，垂直细分B2C或者C2C平台上购物后，就能得到一定程度的积分或者现金返利。返利在购物交易完成后会自动进入用户的账户，积累到一定数额就可以提现。返利金额与比例根据商城不同以及所购物品的不同而高低不一，有固定返利金额的，也有以消费金额固定返利比例的。

邀请返利

近几年一种新的电子商务发展趋势那就是网络团购。所谓网络团购就是通过消费者自行组团、团购网站、商家组织团购等形式，提升消费者与商家的议价能力，并极大程度地获得商品让利。而所谓的邀请返利就是团购网站强有力的营销推广方式。

邀请返利的步骤是消费者注册一家团购网站的会员，团购网站给消费者一个唯一的链接。消费者通过即时通讯工具把链接发送给好友，当好友接受消费者的邀请，在一定的时限内注册成为团购网站的用户，并且在一定的时限内成功购买。

系统会在团购结束后24小时内返利给消费者和好友每人固定额度的金钱奖励，返利充值到双方团购账户余额中，没有上限，邀请越多，返利越多。这种返利方式尤其在团购网站初期效果特别明显有效果。邀请返利能大程度的调动消费者的积极性，促使消费者主动的替返利网站增加会员，为此商家需要支付的仅仅是一定的金钱。可以说是以不大的代价获得了一个具有长期消费潜力的会员。

微返利

网络社区是指包括BBS/论坛、贴吧、公告栏、群组讨论、在线聊天、交友、个人空间、无线增值服务等形式在内的网上交流空间。随着网络社区的兴起，人们注意到了网络社区包含的商机。于是电子商务+返利+SNS就产生了“微返利”。

微返利就是以SNS+CPS为营销基础模型，用户在注册成为某商城网购平台用户后，可通过微博、人人、群组讨论、个人空间、贴吧、博客、论坛等SNS平台介绍商品推荐好友或者网友购买，产生订单后用户即可获得一定额度的返利，一般是以成交金额的一定比例获得返利。推广人的趋利性使得微返利带来的营销推广效益是不可低估的。

得益于微博等SNS社区工具的高曝光性、互动行、流通速度快，甚至可以产生病毒式传播，达到以低成本高效率推广商品的目的。使得商家和成为推广人的消费者可以双赢。

消费积分返利

消费积分返利是应用广的返利模式，几乎所有的电子商务平台都有这种返利方式。所谓消费积分返利就是电子商务网站为了吸引顾客多次购买，对顾客的消费金额按照一定比率进行奖励，也可以通过网站的一些操作活得奖励比如每天次登入网站、对商品进行评价等。这些奖励可以称呼为积分或者其它名称（如论坛的金币等），但一般称呼积分。

顾客可以使用积分来兑换实物或者虚拟礼品、兑换购物优惠券、兑换折扣券、抽奖、升级会员资格等。一个成熟的电子商务网站的销售额和利润大部分都是由老客户提供，发展一个新客户的成本往往是维系一个老客户的数倍。而积分是维系老客户，吸引其重复购物。而且由于积分往往和会员资格挂钩，所以会鼓励客户重复购买，以便得到更高的会员资格，得到更多的优惠。

本文只列举几种目前常用的返利模式。相信随着电子商务的发展，将会出现更多的更适合的电子商务营销返利模式。

以返利网站为例探讨电子商务营销的返利模式

从返利网站的兴起和发展，分析研究返利网站的利与弊，了解电子商务返利模式。

返利网站的起源

在国外，电子商务已有较成熟的发展，全球电子商务的成功代表——亚马逊网上书店于1998年创造了“联盟营销”，即让其他公司网站为亚马逊做销售推广和广告宣传，亚马逊按订单比例给该公司一定的销售提成作为报酬。这一创新的营销方式在业界很快流传开来。2000年，FatWallet.com开始尝试将所得销售提成的一部分返给会员，购物返利模式由此诞生，这种返利模式在欧美地区经过多年的发展，在国外已经成为一种比较成熟的网购模式。

返利网站的利润来源

返利网站直接的盈利模式，可以理解成赚取中间差价，比如，某返利网站和某 B2C 商城合作，商城给予返利网的佣金是16%，而返利网给予会员的返利是13%，那么返利网站就是赚取其中3%的佣金差价。这就是返利网直接的盈利模式。另外一种盈利模式即商家的广告费用让利一部分给用户。

这种返利模式让返利网站、消费者和购物网站三方都得益，是一个“三赢”的新型商业模式。

返利网站的利与弊

返利网站对于网络商家而言是零风险的营销平台。返利网站挂上商家的标识以及以各种优惠措施来吸引顾客，再根据有效交易量向商家收取费用，对于商家而言不存在任何风险，而且实际上付给返利网站的费用就是商家的营销成本。

一般返利网站设置的是10元起提现，而返利比例大约平均在15%左右，即至少需要70块的消费额才能达到提现的低限度。当然，如果要提现到支付宝还会有手续费，于是，大多数人的做法是积累到一定额度再去提现。

如何积累?只有继续在该返利网站的通道里购物。如此一来，这些返利网站就成了一个新的购物入口，这就是返利网站的第二个功能--购物导航。而返利网站里的用户也就像吃了鸦片一样，离不开这些返利网站。这也是为什么返利网站的转化率一直很高的原因所在。有利可返加上C2C平台B2C商城品牌可信赖，转化率高就显而易见了。

而对于B2C商城C2C平台卖家而言，返利显然是把双刃剑。一方面返利可以给他们带去新的用户，增加销售额；另一方面，返现的存在让他们无法保留住老的用户，大量的用户依然会流失掉。从目前的环境来看，还没有哪个C2C、B2C能真正做到培养自己品牌的忠诚度使得自己有大批忠实用户。所以对于C2C卖家B2C商城而言，在目前价格战的大环境下，他们对返利是又爱又恨又没法戒掉，就像鸦片一样。但从目前的情况来看，很多B2C商城是愿意和返利网站合作的，这对于B2C商城提高转换率、增加品牌效应有很大的效果。

目前国内返利网站现状以及问题

2003年这一模式逐渐被国人熟知与运用，易购、51返利、快钱、返利网等批返利网站开始兴起。这个领域在经过了近几年默默无闻的耕作后，尤其是在2009年腾讯与网易两头巨鳄的突然闯入，使得返利网站这个概念得进入到广大消费者的视线。现在国内的返利网站以51返利、返利网、QQ返利、网易返现这4家返利网站为首，它们几乎瓜分完了国内的市场的份额。

目前国内返利网站存在的问题基本是相同的

，返利网站上宣传的的返利金额返利比例看起来很诱人，但是消费者购买了之后会发现实际返利给的远

远达不到网站宣传的金额，甚至有些商品不返利。返利网站宣传的返利比例金额往往是高比例，一般都是针对特定商品。比如去当当网购物，只有图书影像商品是按消费金额比例返利，百货则是消费金额给与固定的返利例如200元返8元。

第二，返利的到账速度慢，能做到快速返利的网站少之又少。一般在下完订单直到商品过了退换货期限，返利就应该到账，时间大约在1到2个月之间。但实际上众多的返利网站返利到账的时间普遍在3到4个月。

第三，返利取现的门槛过高，不是特别活跃的用户一般账户里返利的金额不是很多，但是绝大多数返利网站都设置了提取门槛一般是10元钱。用户账户里的小额返利得不到利用，打击了用户的积极性。

国内返利网站发展建议

1、提高返利网站的可信度。现在网上返利网很多，大部分都是草根创业者的结晶，而像QQ返利、网易返现有腾讯、网易这样大品牌支撑的很少，那么如何打造一个的返利品牌就显得非常重要。

2、做到快速返利。消费者通过返利网站购物就是图返利，各返利网站的返利的佣金比例差距不大，那些返利网站必须做到了快速返利，比其它网站返利到账的速度更快才能更好的吸引用户。显而易见返利周期在1到2个月和3到4个月的返利网站，用户会选择哪个。

3、提高返利佣金兑换容易程度。例如QQ返利其天然优势在于对于返利佣金小额度的消费。9块钱提现太不划算了，那就直接换成Q-币使用吧，购买qq会员等虚拟业务，很方便很直接。返利网站现在可以继续跟下游网站合作，可以把用户帐户中所得返利转化成游戏点卡、QB、其他虚拟产品消费等。这样，整个产业链可以打通，自己也就处在了整个链条的中间了，解决用户返利佣金兑换的同时也从游戏网站处获取佣金。

4、建设购物交流平台提到用户的粘度，做一个除了购物外还可以吸引会员来交流购物心得的平台。这样的购物交流平台一旦做成，不仅仅是黏住了用户，还可以在平台的基础上更好的做业务营销。

返利网站的发展趋势

电子商务是未来的趋势，将来越来越多的人从网上购物，网上的便捷和便宜是所有用户都喜爱的。返利网站的市场是在不断增大的，所以这个市场很大。但同时这个市场又很小，返利网站自身的特性说明了返利网站不需要太多的投资，可以说是零风险。所以现在各式各样的返利网站遍地开花，但市场容不下小网站。所以在后只会剩下几个返利网站的巨头，几分天下。因为网站返利是从已经非常微薄的B2C、C2C利润中，像挤牙膏皮一样，再挤一点出来的利润返给用户和推广商。所以返利网站的发展趋势会向着网络购物导购门户的方向发展。吸收众多会员，凭借着众多的会员资源进行二次开发。

结语

随着近些年电子商务的快速发展，各式各样的网上商城不断的涌现。返利模式在电子商务中得到了愈加广泛的应用，尤其是在B2C商城的应用中。

通过上文，我们可以清楚的知道返利在电子商务中是如何的起作用并起到了什么作用。返利归根到底是通过消费者的趋利性激发消费者网上购物的热情，并通过口碑营销起到了带动潜在消费者的作用，是当前电子商务发展的一剂猛药。

如需了解详情，请咨询小编。