

## 众筹+新零售+茶票全新商业理念-操刀实例

产品名称	众筹+新零售+茶票全新商业理念-操刀实例
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	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

### 产品详情

群经济的落地表现，商业价值来自于以内容为中心，以服务为基础，以口碑为传播媒介的信任经济。当然也不是互联网的专属，是商业的一种意识形态。无论是线上还是线下，都是消费者对于品牌的坚守，对于产品内容的信任。

#### 【操刀实例】一小伙伴的线下茶叶店铺

，客户主要是因信任且钦佩掌柜的茶方面专业知识，除了茶本身的品质，如何泡制出茶叶的zui佳口感，容器的选择，茶叶的保存、包装，甚至咨询关于送礼时不同对象的偏好和地位，掌柜都能耐心的给对方一个令人愉快的答案。

由于线下店铺的客源，及掌柜的服务带来了很大影响力，这种方式就非常适合结合社群来做线上销售。所以小伙伴在做线上渠道时，就选择了公众号而非是淘宝，利用微商城布货，专家问答等第三方工具做营销服务。（po张小伙伴在山里泡茶的表演照）

商业逻辑；众筹+新零售+茶票 全新商业理念

- 1、重建在生，推到从来，生生不息
- 2、每期增长百分之三十，每期认购满按规则发放，正拨比无泡沫
- 3、先赚钱再花钱，无痛消费
- 4、实现积分消费，一切免费

### 消费抢购的重开规则

- 1、平台是有由自主进行消费抢购，抢购成功既得对应产品
- 2、及时消费抢购(每期抢购时效为36小时)，超时未抢购满，即为本期抢购失败。
- 3、当zui后一期为抢购满时，系统自动重结算，该期全额退回+幸运红包，倒数两期获得百分之七十广告补贴+百分之百的积分+百分之三十茶票+优先抢购权。
- 4、重开结算后，可在第一期开始消费抢购以此类推，循环抢购

相比较起来传统的电商平台，社群电商需要商业主体花更多的精力在内容精细化运作上。如上面的举例，茶叶是个比较特殊的商品，市面上没有较多的标准化比较，在电商平台上用户选择更多的是基于平台的推荐，店铺的整体情况，用户的评论等客观因素。而微商城上，流量来源更多的是靠自己的一些稳定客源转化，或者媒体工具的传播。故那些商品属性是需要让用户真实感受到的，例如收购鲜叶的过程，不同品种茶叶的泡法等内容都需要根据实际情况创造出来，需要拍摄素材，组织用户关心的内容，而不仅仅是摘录与转载。这绝非是仅靠美工设计就能达到的营销效果。但这些东西一旦积累沉淀下来，那就是一笔具有收藏价值高转化的财富。