

边学习边思考：浅谈社交电商的四种典型模式

产品名称	边学习边思考：浅谈社交电商的四种典型模式
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
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

千万千万不要以为学习就能改变命运，看文章学习只能说是给了我们一些知识和方法，但真正能改变我们命运的只能是我们双手干出来，执行力才是重要的，千万不要迷信于学习，实操执行才是硬道理，而且不要死学习，而是要边学习边思考联系你身边的人群，所在的行业，岗位等哪些可以借鉴的地方，包括自身周围现有的资源，如何去把现有的资源大利用化。

什么是社交商业模式呢？

就是利用社交媒体去进行商业获得的行为。电商“社交”的模式主要有两种：一种是本来就是做电商，自己顺带开了个社区，来增加客户们的交流沟通，增加粘性，引导买卖，比如淘宝里微淘、淘达人、淘直播；另一种就是卖家意识到原来增强社交属性可以增强用户粘性，并且发现邀请社交领域的KOL作为自己商品的导购，商品的转化率会更高。这两类都是传统电商转型社交电商的方法，所以转型相对简单，转型的成本更低。

社交电商的四种典型商业模式

按照流量获取方式和运营模式的不同，目前社交电商可分为拼购类、会员制、社区团购以及内容类四种典型的商业模式。

其中拼购类、会员制及社区团购以强社交关系下的熟人网络为基础，通过价格优惠、分销奖励等方式引导用户进行自主传播。内容类社交电商则起源于弱社交关系下的社交社区，通过优质内容与商品形成协同，吸引用户购买。

互联网给了人类社会一种机会，使得厂商能够以很低的成本，很方便地把远在天边的志趣相投的人积聚起来，形成庞大的虚拟社区。继而，通过线上和线下的持续交流与互动，打破传统的产业发展逻辑，依靠有效的分工和组织，形成一体化的关系。

社交网站独立开展电子商务

新浪微博推出购物频道，开展电子商务。社交网站用户大量用户群，社交网站企业了解用户的需求变动，掌握新的信息，在开展电子商务上具有先人一步的优势。

电子商务企业借助社交应用开展营销

电子商务企业通过发布行业、企业信息，或与用户进行交流解决用户的问题，以提高企业的度，聚美优品陈欧以"我为自己代言"深入人心，与80后一代追求个性，敢于挑战相呼应，加之陈欧以微博为媒介，发布聚美新优惠信息，聚美优品发掘新用户的成本介于唯品会与当当网之间，却一直处于高盈利水平。除聚美优品外，许多的商家将产品图片发布在社交应用中并将附带的店铺链接放在一起，感兴趣的用户可以直接通过链接进行产品的选购。

电子商务企业社会化

天猫推出"有范儿"分享，供用户上传图片，分享购物心得，这样既可以增加用户黏性，又能达到口碑营销的效果。摩根斯坦利发布的一项研究报告认为电子商务未来的发展趋势：一是规模化；二是社会化。需求带动经济发展，消费者在网络经济时代变得更加理智化，也注定

消费者更加注重用户体验，电子商务社会化可以潜移默化的影响消费者的购买决策，更能以低成本促进用户体验。

电商企业与社交网站协同推出网络营销平台

2010年12月，人人网携手京东商城、凡客等著名品牌，推出"人人爱购"平台，该平台包括鞋包、首饰等多种商品，满足人人网中用户多元化、高品质的产品需求。微博与淘宝电影共同推出电影频道，在供用户进行电影信息查询时，提供购票选座信息，如今微博作为电影等数字化产品的主要宣传平台，用户主要通过微博获取相关信息，二者联合既为消费者提供了便利，又为企业打造出新的盈利模式。