

广告电商（已成功对接好了广告主），广告模式源码系统，广告电商源码系统

产品名称	广告电商（已成功对接好了广告主），广告模式源码系统，广告电商源码系统
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
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403室
联系电话	18026593989 13790189695

产品详情

当下，每个自建电商平台的企业以及操盘手都希望解决这两个问题：

1. 流量怎么来？
2. 销量怎么上去？

产品的来源容易解决，但营销模式设计就比较令人头疼了。所以，市场上每隔一段时间就会出现一个爆火的模式，从而造就漂亮的成绩。上面的那个月销售额1.92亿+的”成绩单“，实际来源于【全民拼购模式+广告电商模式】的组合落地应用。

但考虑到篇幅长度，今/天我们就先来讲讲【广告电商模式】的相关逻辑与应用。在此之前解释一下什么是广告电商模式？

广告电商模式是消费者在平台消费，通过赠送其积分，让消费者的平台产生一定的粘性，并且消费者还能通过看第三方广告，由广告主买单+平台补贴的方式，将拥有的积分变现，实现消费”省钱“、“免费”、甚至“赚钱”的目的。

为何用“广告电商”的模式？互联网有三大变现的方式，分别是——电商、游/戏和广告。而广告又深度关联电商和游/戏。这样的组合，就可以形成传说中的“互联网经典模式”

来看下2021年国内几大互联网公司的广告营收情况，你就会明白为啥每一个互联网平台都在强调用户增长，以及为何愿意前期补贴用户那么多——因为，在互联网，用户到了一定规模，就是一个庞大的“资产”，仅广告变现就能赚得盆满钵满！

管理学之父彼得·德鲁克曾经说过：21世纪企业与企业之间的竞争是商业模式的竞争。而涉及到大平台与小平台的竞争，不妨细化一下，那就是在营销模式上进行差异化竞争：

各大平台的广告收益不会分给消费者，那中小平台想要获得“流量”，则可以将广告收益与消费者关联，用资本的钱来达到吸引用户、留住用户、进而引导复购和裂变传播。

下面这个图，就是广告电商模式的业务逻辑。

由于积分看广告变现的方式有5种，今天先拿第一个方式【区间递减】来举例，方便大家理解，至于后面的4种变现方式，感兴趣的朋友可以翻阅我之前写的文章。

假设消费者A在你的平台上消费了200元，获得了200个积分，这时A有两个选择：

1. 在积分商城兑换商品；
2. 看平台对接的第三方广告（比如4个各30秒的视频广告），将积分变现（可提现）

(如上图设置)若选择看广告积分变现，那么看完4个激励视频广告后，可以获得固定金额奖励：1元，同时积分数量也会从200个变成199个.....以此类推，若后续没有消费，到第200天的时候，用户之前消费的200元已通过看广告的方式全部“收回”，等同——免费！而在200天之前，则是“省钱”，200天之后，就是“赚钱”！

此外，平台推广者还能获得分销推广收益(如图)，从而可以加快“回本/赚钱”速度！

上面的数值可根据实际的广告收益以及运营情况作相应的调整，通过【广告电商模式】让“资本的钱”给自己平台引流消费者，也能让消费者收益，并进一步形成复购和裂变。同时这种营销模式是属于合法合规，没有泡沫。

以上，就是关于“广告电商模式”的粗略讲解，如想了解更多广告电商模式的应用案例以及前后端体验，欢迎交流，获取详细方案。