

# 服务器2天崩了3次，“羊了个羊”靠广告一天给带它来400w+的收益

产品名称	服务器2天崩了3次，“羊了个羊”靠广告一天给带它来400w+的收益
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	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

## 产品详情

近日，一款名为“羊了个羊”微信小游戏火爆全网。由于太火，服务器2天崩了3次，很多玩家惊呼“我只是睡前玩一玩，没想到给我整失眠了！”

“羊了个羊”就这样一夜爆红。并且简介上标榜“通关率不到0.1%”，这款号称通关率不到0.1%的小游戏，更是让不少网友发声求“通关秘籍”。为什么《羊了个羊》这么难？还可以这么火？

### 一、羊了个羊的游戏逻辑

简单来说，“羊了个羊”就是升级版消消乐，三个一消，只有两关，有个排行榜（将玩家按照地域分省排名）。

（图中所示就是第二关，让人头疼、血压飙升的第二关）

截至目前

超100万人玩过了这款游戏

《羊了个羊》服务器连续三次崩溃

大家对它为何如此“上头”？

分析发现，游戏的背后利用了

这些营销套路

## 二、“羊了个羊”的本质

就是用“消消乐”的简单操作

换取“0.01%通过率”

实现心理需求的“以小博大”

魔性的BGM、轻松明快的画风吸引玩家进入；

在微博、朋友圈等平台分享游戏体验，带来强社交属性；

消除牌堆，容易上手的玩法和即时消失的卡牌，形成了一目了然的赏罚机制；

“加入羊群”的口号、“今日头羊榜”的排名带来的竞争感，带来“为地区争光”的虚拟荣誉；

随着挑战次数的积累，越重复越让人“念念不忘”，以至于“才下手头，又上心头”。

## 三、羊了个羊的背后营销套路

套路一：划分区域，排名榜引玩家“炫耀”好胜心

点开游戏界面，我们会发现首页就是以省为单位的排名区，捉住了玩家为自己省“争光”的好胜心理，在个人虚荣心的驱使下，再加上游戏通关的难度，有一种不上排名不加队伍非不罢休的决心。

套路二：三款协助道具，利用社交圈形成雪球效应

这套游戏，没有任何的提示或者帮助，仅有的三个协助工具，也只有一次机会。从游戏心理上看，始终无法过关会带来强烈的胜负欲，为了获得更多游戏机会和道具，玩家普遍都会使用工具，通过分享给社群或者好友，这个游戏也达到了一个宣传推广的作用，让羊了个羊的名声愈来愈大，形成滚雪球效应。

套路三：各路博主网红的宣传营销，游戏bug引言论推送热搜

打开某音，可以看到很多博主都在推荐这款游戏，或是录屏分享、或者直播推广，不少玩家在第二关处卡关，有的表示“第一关的难度相当于幼儿园，而第二关的难度相当于考研。”有的甚至怀疑“游戏压根没有第三关”。更是还有的在zui后消除过程中发现了“bug”，表示玩到zui后发现存在无法与之匹配消除的方块。（附图）

“羊了个羊”在一片叫难声和喊骂声中上了热搜。

套路四：关键套路之植入广告。数据流量变现

据相关数据显示，《羊了个羊》目前收入主要依靠广告变现。因为游戏难度高以及bug问题，玩家在闯关中通过率只有0.1，会频频失败，加上上述说的套路会持续参与。在消除过程中可以通过使用工具获得机会，得到工具的途径就是分享小程序或者观看广告。通过观看广告获得道具。游戏难度极高意味着玩家会频繁失败，观看广告次数也会直线上升，广告次数和点击率就和变现结算的数据相关。（附图）

还有的玩家戏称“它明明可以直接让你看广告赚钱，却还是让你玩了个游戏”

有玩家估算，按一局使用3个道具估算，玩100盘游戏大概要看150分钟的广告。

拥有流量者为王。开发者对接了广告模式，通过游戏来吸引用户、分享链接来形成雪球效应，扩大宣传为爆红制造了条件。再让玩家使用道具的来增加广告点击率。每次广告播放之后提供给玩家的帮助对游戏过程而言都有很大的帮助，这在一定程度上消解了玩家观看广告的反感。有些玩家可能也会点击广告中的小游戏进行参与，也为广告主提供了机会。“羊了个羊”每关有三个辅助工具以及一次复活机会，都需要观看相关广告来操作。这个小游戏带着不简单的bug植入广告，把玩家们当成了羊群来割。

上述说的是羊了个羊背后的商业营销逻辑，不得不承认，羊了个羊的营销做得很成功，市面上小程序游戏多的数不胜数，可以成功上热搜，并且连续几次服务器崩塌的，羊了个羊的实力以及市场吸引力显而易见。那么？通过这套游戏的模式看我们商业的实质，企业应该如何借鉴羊了个羊的商业模式打造自己的“羊群效应”呢？

接下来微三云小王给大家重磅分享广告电商，如何在自己的商城平台植入广告，消费者引流，在流量变现，也许，下一个商业圈的“羊了个羊”就是你！

## 一、什么是广告电商

广告是互联网最大的商业模式，并且已经逐步形成巨大的行业，整个互联网广告也在持续增长中。随着互联网广告形式的多样化，“看广告赚钱”的网络平台涌现出来，其商业模式也在不断地演化。从各种平台极速版看视频广告得奖励币，奖励币在变现等等，这种平台的不足之处就是，变现速度慢，提现太多条件约束，让消费者逐渐失去耐心。而【广告电商】就是利用消费者想赚钱，让日常购物可以变现。消费者消费得积分，积分再通过看广告变现。实现广告主、平台、消费者三方共赢！

### 1、三种场景（商家可以根据自己的产品情况自定义选择）

#### 场景1

#### 消费累计、返佣递减

流程：消费者在平台任意消费即可获得积分，通过观看广告任务，平台根据消费者剩余积分按比例返佣为零钱，零钱可提现、可消费。

#### 场景2

#### 新增消费、阶梯返佣

流程：消费者在平台任意消费即可获得积分，达到积分门槛后可通过观看广告任务，平台按比例将积分返佣为零钱，零钱可提现、可消费。

#### 场景3

#### 推广消费、阶梯返佣

流程：消费者在平台任意消费即可获得积分，推荐用户消费，可提升积分返佣额度，通过观看广告任务，平台按比例将积分返佣为零钱，且返佣总额不超过相应的积分额度，零钱可提现、可消费。

#### 方案A：存量递减

平台默认给到您【200】的广告返佣额度，当您在平台消费了100，第二天返佣 $100*1\%=1$ ；次日返佣： $(100-1)*1\%=0.99$ ，依此类推。若后续您又消费399元，但还未到【400】广告返佣额度，则按 $200*1\%=2$ 元开始返广告佣金；

#### 方案B：固定比例

平台默认给到您【200】的广告返佣额度，当您在平台消费了100元，每天可返佣： $200*1\%=2$ ；(后续如果不消费，则zui多可返100；若消费超出200元，则zui多可返200元。)

#### 2、商城前端展示：

#### 3.数据收益参考

“羊了个羊”的成功离不开成功的营销套路，同理，企业老板做平台卖货也离不开一套好的商业模式，好的商业模式可以帮助产品迅速打开市场，做到引流沉淀，做模式不仅仅只是为了一时的流量，更是为了长期做大项目的支撑，广告电商的商业模式，会员引流，引流数据变现。所以啊，任何做的成功的项目，其中的商业思维企业老板可以学习借鉴。

未来已来，不管你是否看懂，唯有跟上，才不会被市场所淘汰