

深度了解O2O落地要看三个关键点

产品名称	深度了解O2O落地要看三个关键点
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301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

很多人对O2O电商模式感兴趣，想做O2O电商模式，但又不知道自己合不合适。那么O2O落地要看哪三个关键点？

O2O落地要看哪三个关键点？

一、产品要有足够高的客单价

1、没有足够高的客单价，用户没有耐性陪你一会儿线上，一会儿线下的，我们不能忽略，时间成本对用户而言，也是一个巨大的成本，所以不是客单价特别高的产品，用户没有那个耐性陪你玩。

2、客单价不高，意味着利润不高。或许你的利润比很高，但是你要做O2O，你所面对的竞争，不仅仅是与同行的流量之争，同样也是转化率之争，你要有足够大的流量来面对一层又一层的转化率。利润比虽然很高，但是流量费用可不管你是哪个行业的，人工费用可不管你是哪个行业的。

二、品牌要有独特的地方

O2O是需要经过层层转化率，最后才能收到消费者的钱，因此在这个转化的过程中，除了客单价以外，品牌还需要有独特的地方，用户才有耐心陪你一起玩，因此必须要有特色的地方在里面，这里包括品牌的服务特色与产品特色；

1、品牌的服务特色，你的品牌特色服务，一定是用户体验门槛低，员工能够快速复制，竞争对手模仿有困难三大特点。

低门槛，如若加入了太多的门槛，这样同样会流失很多的意向客户，这也就是互联网里的免费思维，利用免费扩大O2O的流量入口，然后再进行筛选。

快速复制，是指有一套很规范的提供服务机制，让你的员工可以很快的上手，这样才不会增加你的人工成本，而且员工也不会因为提供服务耗费太多的时间和精力，而难以执行下去；

竞争对手模仿有风险，就是指竞争对手不是那么容易可以模仿你的服务，要不然其他人跟着一起学，你一样没有特色了。

2、产品特色，你要是想做O2O，需要改造这些产品，升级一种以服务为载体的产品。如你来现场，根据你的当下需求，如结婚需求，求职需求，约会需求，职场需求，官场需求，为你量身组合一套从里到外的服饰；

这样的产品，就不再是简简单单的卖单品策略，而是一套具有个性化特色的量身定制产品，里面有体验，个性化等元素在里面，对用户具有很强的到线下体验的吸引力；并且这种产品模式下的O2O竞争，再也不是单纯的流量竞争，产品价格竞争，而是各个品牌之间的服务竞争，这种竞争，对消费者是有利的，并且能够形成良性的竞争；

三、要有独立的O2O运营平台

要有独立的O2O运营平台，如独立官网，独立APP，独立的天猫京东

店，不要与现有的B2C模式混合在一起;

1、运营模式不同

B2C强调的是在线支付，O2O强调的是线上与线下的互动，所以两种运营模式下，运营人员在线上的考核标准是不同的。

B2C的模式下，为了促进成交，运营人员会从产品材质，品牌，价格，促销等方面去做文章，促使客户在线支付，这时候更强调的是直接成交率部分。

O2O的模式，运营人员在线上的运营标准，更多是为了说服用户到线下去体验，围绕的角度更多是在品牌服务特色，或者产品特色上面。这时候更加强调的是从线上到线下的进店率，还没有到成交转化率的部分。

2、防止利益冲突

如若同时存在B2C的情况，那负责B2C的运营人员很容易为了个人的利益而引导各个地区的O2O客户进行在线支付，违背了O2O本地化的原则，这样就会冲击到本地门店原有的利益。最关键的是，本地门店和运营总部的财务结算会存在问题。

总部和各个门店之间的财务核算有两个方面，一个是产品采销的核算，另外一个O2O的引流成本核算。产品采销核算不冲突，仍然正常进行，冲突的是引流成本核算，如若同时存在B2C和O2O，那很难分清那些流量到了哪个模式下，这时候线下门店为了自己的利益，会逃避流量责任费用。

3、用户的需求不同

线上用户的喜好点与线下用户的喜好点是不同的;线上用户更多是追求便宜好用，线下用户追求更多是品质服务;所以把两种不同的需求混合在一起，让用户难以下手选择，并且分不清楚你品牌的真实定位。

