

广告投放与私域流量合体，打造一个全新电商商业模式

产品名称	广告投放与私域流量合体，打造一个全新电商商业模式
公司名称	东莞市莞带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402室
联系电话	13143659518 13143659518

产品详情

2020年一场突如其来的疫情，不仅影响着每一个人的生活，也打乱了很多行业原定的计划。

这场肺炎疫情让中国经济经历着一次巨大的冲击，尤其是餐饮、旅游、酒店、院线等服务型行业。这次疫情并不会一直持续存在。疫情结束后，消费市场的需求将会回归正常，原本被抑制的消费需求也将迎来爆发。对于各行各业来说，在疫情结束之后，仍然会有很多机会。

而中国是拥有14亿人口的消费大国，消费市场本来是巨大而又稳定的

。一场疫情对各行各业肯定有所损失，但也不是灭顶之灾。面对这些不确定的因素，是修炼内功面对挑战，还是被外界的情绪左右随波逐流，这是每个行业人需要去思考的问题。

一场疫情，让很多人宅在家中。除了睡觉之外，人们的活动几乎都是在在线上，手机、电视、电脑成为获取信息主要的方式。线下人流客流几乎停滞，然而在线流量却爆发出一波高潮。

互联网生意的本质就是流量生意，用户在哪，流量就在哪，相对应的广告就在哪。疫情期间，无论是做线上还是线下行业**的营销模式莫过于结合广告打造一个只属于自己的私域流量池，私域流量是相对于公域流量来说的概念，简单来说是指是不用付费，可以在任意时间，任意频次，直接触达到用户的渠道。事实上，私域流量崛起的背后，本质上还是增长焦虑。在流量红利时代，企业们只注重流量转化，而随着流量红利的殆尽，获客成本变高，公域流量变现开始变难。

于是挖掘老用户更多的价值成为了所有公司的共识，越来越多的人开始瞄准私域流量。尤其是在电商领域。

而据小编观察，目前有着很多结合广告的电商平台，这些电商平台结合广告的方式不同，所收到的效果也是不同，跟着阿璋来盘点一下目前结合广告的电商平台模式。

一、极速版软件

现在市面有很多极速版的软件，这类软件对接的广告虽然都是头部广告，但是一个月下来用户从中获得的收益也只有十多二十块。

还有这种类型的软件大多数都是资讯新闻类的软件，因为资讯电商类的软件的浏览次数和时间要远远大于电商软件，对于以卖货为主的电商软件来说没有多大的用处。

二、用广告来做分佣

有些公司想到了，用看广告得来的奖励来做分佣，让用户有时间就来看广告，再把广告商给的广告费用来做分佣，顺便把产品给售卖出去。

这种模式的优点就是可以吸引眼球，快速地裂变用户；但也有劣势，用户很容易疲劳，换作是你，你想想看广告收益与观看广告的时间成

正比，想要获得高额的广告奖励就需要花费大量的时间去看广告，你觉得值得吗？而且对于产品售卖的问题，也得不到有效的帮助。

三、广告做噱头，产品利润做分佣

【广告电商】模式是结合了“社交电商+广告分佣”，让消费者在购物的同时可以获得积分，并且还能通过观看平台对接的广告任务，让消费者手中的积分变现（得广告奖励），*终实现广告方、平台和消费者三方共赢的效果。

消费者在平台任意消费即可获得与产品相对应的积分，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。

举例：

当您在平台消费之后获得的积分不足200，由于未达到广告返佣的积分门槛，故不返佣；

当您在平台消费之后获得的积分达到或者超过200，不足400时，此时达到200的积分奖励门槛，则按1%的比例广告返佣，那么次日您观看广告之后可得到： $200*1\%=2$ 元的广告奖励；

当您在平台消费之后获得的积分达到或者超过400，不足1000时，此时达到400积分奖励门槛，那么看完广告后次日您可得到： $400*1.2\%=4.8$ 元。以此类推

当用户进入这种类型的平台之后观看广告所获得的收益就不止十几二十块了，而是几百上千块。

平台不仅可以把滞销的产品卖出去，还可以获得用户带来的广告收益、流量变现收益、打造属于自己的忠实用户等。