

模拟农场种植小游戏开发-漫云科技-行业app软件源码开发一站式服务

产品名称	模拟农场种植小游戏开发-漫云科技-行业app软件源码开发一站式服务
公司名称	河南漫云科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	漫云科技:区块源码 区块系统:定制开发 区块app系统开发:快速搭建
公司地址	郑东新区升龙广场3号楼A座3202
联系电话	13103827627 13103827627

产品详情

借助社交关系，拼多多突袭淘宝和京东，励志为企业品牌打造和提升、以及开发，区块和数字化，信息化软件系统等，为客户提供一站式解决方案和完整的营销解决方案。励志为企业品牌打造和提升、以及开发，区块和数字化，信息化软件系统等，为客户提供一站式解决方案和完整的营销解决方案。公司经过几年的发展已经有200+专业技术人员与运用人员，办公面积达5k面积。小程序定制开发、行业软件开发、为企业打造属于自己平台的开发解决服务商，在不到6年的时间里超越阿里巴巴（7.79亿）、等，平台活跃买家数量迅速增长至78.8亿，成为按用户规模计算，的电子商务平台。在其快速成长的过程中，《砍刀》《多多果园》《多多精灵》《多多斗地主》等系列小在吸纳新人、裂变振兴等方面发挥了重要作用。甚至还有“拼多多式的社交”：如果你是朋友，就来帮我“砍刀”吧！

“大刀阔斧”的玩法让大众意识到下沉市场的巨大发展潜力，逐渐被各大平台和商家模仿。在被限制的情况下，多多果园诞生了，成为了拼多多的又一个。大杀器，鉴于其玩法简单、奖励丰富、对用户干扰少等优势，各种免费获得一盒水果的玩法和策略层出不穷。

如果您还没有从Toto获得免费水果，那您就出局了！多多果园成立3年，日活跃用户超5000万

多多果园玩法介绍 《多多果园》是拼多多于2018年4月推出的一款休闲社交。

在在线虚拟果园中，用户通过浇水施肥的方式帮助果树生长。果树结果后，用户将免费获得一盒水果。

2亿人在玩的多多果园有什么魅力？不到15天，拼多多“多多果园”正式上线。用户数达到近4000万，每天有超过2亿人使用。共有200万用户收到水果。

2018年下半年，多多果园每天交付水果超过100万斤，日活跃用户超过5000万。

为什么多多果园小的表现如此耀眼？主要原因有以下三个：1)玩法简单快速上手 只要每天准时点开点点，打开拼多多，找到“多多果园”，按照提示完成各项任务，就可以获得水滴，不断浇水施肥，*后就能免费获得一盒水果。2)真正的奖励-免费水果

与《砍刀》不同，《多多果园》玩法更简单，套路更少，获得水果的几率更大。

不少用户已经表示收到了拼多多的免费水果，甚至有人收到了5、6盒水果。

3)初期，树苗生长迅速，增加了用户的心理预期 作为新玩家，按照规则的引导，“果树必生树苗”，给用户带来了极大的心理期待。用户点心预先，密集出现，让用户主动留存，提高用户粘性。

一般来说，前50%的果树生长速度非常快，后50%的生长速度会放慢，但只要再努力，就能取得*后的胜利。《》运营攻略全流程拆解！拆多多果园各区的经营目的 首先，整体来看

，“多多果园”*明显的入口在APP首页，并且有专门的直接入口，可见“多多果园”在拼多多的重要地位。

1) 拉新/裂变：查看手机通讯录好友，邀请好友植树获取水滴，盗取好友水滴，组队获取水滴在获取用户上，“以旧换新”更有效率。“多多源”老用户可以通过邀请好友参与获得水滴。水果_快刀切水果_水果忍者 同时水果，为了提高吸引新人的效率，只要你们一起购买过商品，就可以一键加为好友。朋友可以组队一起获得水滴。只要有队员下水，队长就可以获得水滴。

2) 留存/活跃：连续签到领取水滴，三餐开福袋 除了每日签到，提高用户留存率外，为了增加用户的活跃频率，“多多果园”还提供每日3次开启“多多果园”的机会获得水滴，培养用户的行为惯性。

3) 转化：浏览商品，下单获得水滴，限时特制水滴，10秒浏览当地商品，三单有礼

拼多多作为电商平台，*终目的是推动用户下单、转化和回购。

浏览商品、订购购物、限时.....都是为了吸引用户浏览商品，增加购买概率。

4) 引流：免费体验小圈送水滴，看多多1分钟，看直播1分钟

“打小圈”、“多多”、看直播、“多多斗地主”.....

这些都可以通过“多多果园”的渠道直接引流，从而提升用户在拼多多上的长期留存。

“多多果园”适用吗？当然有！除了拼多多，淘宝的“天猫农场”、京东的“种豆得豆”、美团的“小美果园”、北电的“北电果园”、叮咚杂货的“叮咚农场”等，都具有相同的玩法机制、经营策略、经营效果为“多多果园”。《果园》为何成为电商品牌？

果园、植树、浇水、施肥.....这些都是“果园”常见的配置。能成为电子品牌分销的主要原因有四个：

1) 《欢乐农场》的变种，玩法简单，教育成本低

种树种菜、偷水滴，这些核心玩法与曾经火遍的《欢乐农场》无异。

熟悉的玩法，简单的浇水水果，大大节省了玩家的教育成本。

2) 目标清晰可见，提高用户心理预期 为了不断吸引用户玩，将每个阶段的目标拆解分解成具体的步骤，让*终目标清晰可见，每一次努力都能得到及时反馈，提高用户粘性。

3) 利用从众心理强化价值 新用户在玩时，加载页面会出现类似气泡的提示，“有人已经收到水果了”、“你的朋友收到了奇异果”等，利用玩家的从众性和优势强化价值激励的心态。

4) 平台多产品导流，引流效果好 一款用户多、粘性高的小，不仅可以提高平台的日常活跃度和留存率，还可以分流平台上其他产品的流量，构建整个平台的生态。

易卡“种树”即将上线，欢迎体验！ 鉴于“果园”小在留存和推广方面的显著优势，易卡目前正在开发“种树”模块的小，即将正式上线，助力商家私域运营和营销。 易卡目前的服务客户包括百果园、京东超市、鹿芒世家等多家知名企业。致力于解决商户私域运营中的新晋、留存、推广、裂变等诸多问题。它简单易懂。 ，可重现和令人上瘾的高质量迷你，以促进用户活动。