

泰山众筹模式解析：作为白酒企业如何使用网络营销

产品名称	泰山众筹模式解析：作为白酒企业如何使用网络营销
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

随着网络时代的带来，网络已经成为我们生活中必不可少的一部分了。随着科技的发展越来越多的行业都开始使用网络营销了，做白酒行业的也不例外，越来越多的白酒企业多开始在网上进行白酒招商了。

为现在的互联网给很多的白酒企业和白酒代理商提供了一个非常方便的发展平台。但是对于一些白酒企业和代理商来说还是有一些不了解的情况，那么作为白酒行业的如何使用网络营销呢？

随着市场的发展，网络时代的到来，越来越多的招商企业和代理商都应该有着属于自己的白酒品牌产品，因为白酒的好坏直接影响着白酒的收益，所以说不管你是白酒招商企业还是白酒代理商都应该有着自己的白酒品牌，当然白酒品牌可以不止一种。

作为招商企业如果不怎么会使用网络营销的话，就可以使用像酒商网这样专业的网络平台进行招商和代招商，作为招商企业可以在这个网络平台上发布一些关于自己白酒品牌吸引众多消费者和代理商选择，当然招商企业也可以通过这个网络平台的后台数据库和留言来了解消费者的消费需求，只有了解消费者和了解市场了才能够开发和升级出令消费者满意的白酒品牌。

白酒作为现在目前现在广大消费者喜欢的白酒，所以说现在的白酒行业是现在市场里面*受欢迎的行业，白酒的类型和品牌越来越多，即使是一个大的白酒品牌也有很多类型，现在目前中高端的白酒是现在目前消费者*喜爱的白酒品牌，同时也是众多白酒代理商选择的白酒品牌，因为中高端的白酒品牌一般利润比较高一点因为白酒作为特殊的白酒品牌，因为白酒可能会在运输上面会出现问题，一旦出现问题将会损失惨重。

所以，不管是传统的营销还是网络营销都是为了盈利，现在同时也是消费者时代，作为招商企业和代理商可以通过这个专业的网络招商平台的后台数据库和留言来了解消费者的消费需求，这样方便招商厂家开发和升级自己的白酒品牌同时也方便白酒代理商选择合适的白酒招商企业品牌。

当下，网络的兴起不仅可以利用这个网络平台进行招商和代招商，同时作为白酒代理商要想自己的白酒品牌能够快速的推广出去并且被众多消费者熟知的话首先要把自己的白酒品牌进行好分类，这样便于消费者挑选自己的白酒品牌，同时也方便自己了解白酒市场。所以说作为招商企业和代理商都可以利用酒商网这个网络平台选择合适的合作伙伴。

那我们应该怎样做网络营销呢？

首先我们应该搭建属于自己的线上商城，培养属于自己的私域流量。在如今这个时代，大部分的流量都掌握在主流平台当中，我们做自己的线上商城要想获取流量，只有两个办法。第一个就是“烧钱”买流量，虽然这个方法可以在短时间内获得巨大的流量，可是这个流量很难去转化，并且伴随着巨大的风险。而搭建属于自己的私域流量，传统的品牌营销方式，要么找明星代言，要么找渠道打广告，要么找网红带货，无可否认，这些营销方式还是有一定的效果的，能提升品牌的知名度，也能带来一定的销量。但是与此同时，这样的营销也是需要成本的，而且这笔成本还并不低。但是借助私域流量宣传，那就不一样了！不需要打广告，商家只需要在平台发布新产品的信息、促销的信息，用户就可以直接收到，无需花费任何成本，就直接达到了宣传的目的。接下来小编就给大家简单分享一个可以快速搭建私域流量的方法。

全新众筹买货模式：

富络经典模式玩法很简单，10块到3000的金额不等，自由选择，操作灵活，在APP里换好酒酿后就可以参与预约和抢占了，一开始体量比较小，所以每仓有50%是预约的，50%抢占

两天一仓，每仓增长30%

第一仓总额度是20000元

第二仓总额度是26000元

第三仓总额度是33800元

第四仓：以此类推

玩法介绍

一生酿好一坛酒，让世界爱上中国酱香

参与规则

向平台兑换酒粮后，在酒窖里进行发酵，从而得到酒体，酒体可以在公司的商店里进行回购，得到余额，余额可以提现

如果不兑换酒体，可以转换成酒粮继续酿酒，产生收益

每仓有50%以预约的方式，50%以抢占的方式，2天/仓，仓/30%增长

第三仓满仓后，第一仓的酒粮成功酿出酒体，可以得到6%的增值收益

例：100斤的酒粮=106斤酒体

两天一仓，三仓为一轮，也就是6天，按照一个月30天，等于可以酿5轮的酒体， $5 \times 6\% = 30\%$ 【增值收益相当于月化率30%】，这是个人收益，还不包含团队收益

每仓以30%的规模增长，假如到了第100仓的时候，酒窖没有达到规模，那么就意味着酿酒失败，该仓酒粮全部返还，*后参与酿酒的二十人，获得该酒窖利润10%的奖励

该仓倒数一仓，二仓(第99仓，98仓)酿酒失败，可以获得70%的酒体，30%的积分+幸运值+优先权

兑换产品后额外获赠相应的幸运值，次日起参与酿酒利润的10%

进入幸运池

例：今日酿酒利润是1千万，积分看广告是3千万，A手上持有300的幸运值，那么A今天获得的酒粮相当于 $1\text{千万} / 3\text{千万} \times 300 = A\text{所得酒粮}$

该仓酿酒失败后，从第一仓开始循环，周而复始，生生不息

收益分析

把线下生产工艺搬到线上用户可参与获得收益

一：用户参与酿酒工艺，可获得收益

成功抢购酒粮有6%的收益

举例：自己每仓抢购10000份酒粮， $\times 6\% = 600$

2天一仓，3仓出一仓，等于6天一轮，一个月有5轮

$6\% \times 5 = 30\%$ ，月化率30%， $10000 \times 30\% = 3000$ ，月收益

这是固定酿酒，也就是定投，如果重复酿酒，收益更高

这是一个酒窖的收益，如果是两个酒窖，收益加X+

按自己抢购的酒粮算收益，抢的越多，收益越多，能赚多少凭手速和能力

主要内容是

一：

两天一仓，六天一轮，复投月化33.8%，随进随出，安全稳定。

结语：

总之，团购营销需要建立专业的营销团队，整合所有可用资源，达到获取客户的目的。团购是一种模式的运作，需要多方的协调和配合，需要步步为营才能胜利。如果你也喜欢本内容，记得点赞关注哦！声

明：本文只作为案例分享，不存在推广营销