

O2O模式的落地与创新：线上为线下引流，线下为线上导流

产品名称	O2O模式的落地与创新：线上为线下引流，线下为线上导流
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

经过这些年的发展与积累、打磨，O2O形成了以下几套思路与落地路径。

线上为线下引流

如大众DP、MT、ELM、BDWM等，通过线上的流量，给线下合作商户带来客户，线上平台从中赚取交易佣金与广告资源费。

线下为线上导流

充分利用线下门店的体验优势，外加线上购物支付的快捷，实现线下体验+线上销售的闭环，有些顾客买东西，可能先到商场里看一下、试穿试用，记下价格与款式，然后到网上再比价，如果网上更便宜，就可能在网上购买。

线上线下O2O融合

渠道跨界并行，一方面开通线上网店，如某猫旗舰店、某宝店、官方独立商城、微店或某东店等；另一方面发展线下销售网络，招募加盟商，运营实体店。

这里面又有两种具体的模式：一是打造互联网品牌，提供电商产品；二是主打直营店的企业，推行线上线下同价，线上提供门店的展示位置与沟通渠道，门店可以扫码到网上购物。

O2O模式的创新

值得注意的是，O2O模式的落地与创新并没有停止步伐，前面说了初级阶段，也就是1.0版本的O2O，现在说说中级阶段2.0版本的O2O，一些纯粹的O2O品牌产生，服务型电商爆发，如上门S餐、上门HZ、MJ、GXDC、上门洗Y等，都是O2O在一些生活场景领域的应用案例。

在2.0阶段，O2O的用户量井喷，使用频率和忠诚度都有明显的改变，可以说与大家的日常生活融合到一起，人们习惯使用一些O2O的工具，如某某打车、某了么、e袋X等，到这个阶段，消费者运营的水平已经比较高了。一些O2O的应用动辄拥有千万级的用户量。

3.0阶段

到了3.0阶段，O2O继续细化，更垂直更有深度，

O2O的基本运转模式

线上平台

有官网、公众亏、微博亏、网店等，入驻第三方流量平台，提供企业实力、产品信息、各尸案例、评价等展示。

线下网点

有门店、旗舰店、独立店、店中店等，提供产品展示、下单与线下的各种服务等。

O2O模式的涉及环节

引流

线上平台获取访问量，吸聚有消费需求的顾客，打动线上顾客。同时在线上平台提供线下销售网点的展示与客服咨询通道，将线上的顾客向线下店引流。

转化

线下平台向访问者提供详细的网点信息、优惠、服务等，方便访问者搜索与比较，吸引在线下单，或者吸引到店下单，完成消费决策。

购买

顾客利用线下获得的信息，进行综合比较后，在网店下单，或者到实体店下单，接受服务。

反馈

此阶段消费者已经不是顾客身份了，而是消费者将自己的消费体验发到线上，如大众点评、微信朋友圈

、BBS等渠道。企业需要注意这些口碑，如果发现有投诉或负面评价，建议立即联系消费者进行改进。

留仔

线上平台有一个很大的优势就是，它增加了更多的链接，如让客户成为会员、吸引顾客与客户关注公众号，从而更好地维系消费者之间的关系，使顾客成为客户，使老客户重复消费，激发老客户介绍新客户。

如果你不知道什么样的商业模式适合你，想做一套适合自己的模式商城系统，或者想了解相关的一些知识，可以私信我