

广告没落了？不，广告时代的转折点正要来临

| | |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 广告没落了？不，广告时代的转折点正要来临 |
| 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

曾几何时，品牌商家要想卖货必然先投放广告，没有这一步商家的计划就无法实施与发展。

传统商业模式下，品牌商家投放广告才能吸引用户，用户根据广告指引来到线下实体店消费，品牌方靠营业额填补广告成本，形成一条完整的关系链。然而，随着互联网经济的飞速发展，人们被繁杂的信息包围，人们没有足够的耐心将广告看完，人们更倾向于向用户寻求商品使用体验，以此作为自己消费的参考。

基于这一现状，广告行业越来越不吃香，逐渐在电商行业的发展下没落。然而，一种全新的商业模式的出现挽救了局面，那就是广告电商模式。

图源网络

什么是广告电商模式？

广告电商模式结合了“社交电商”与“广告奖励”，以卖货为核心，让用户在消费的同时获取平台赠送的奖券，依靠平台赠送的奖券观看平台对接的广告任务，完成广告任务即可获得相对应的积分，积分可进行消费或提取，以此避免积分堆积的现象，使得用户手中的积分“活过来”。长此以往，当用户消费达到一定业绩，用户就可以获取第三方广告奖励、平台产品销售奖励，平台方也能因此对接更多广告，推进平台可持续发展，平台、用户与广告主三方共赢。

那么广告电商模式怎么玩呢？

消费板块：

- 1.用户在平台消费，即可获得“广告券”
- 2.用户用“广告券”观看广告任务，即可将“广告券”按一定比例转化为“积分”
- 3.用户可用“积分”在平台进行消费或提取流水

分享板块：分享其他用户消费，即可获得分享奖励。分享消费越多，可获得奖励也越多，可兑换的积分也越多，最终可消费或提取的流水也越多。

图源网络

身份级别：

V1：拥有200（含200以上）积分者称为V1

V2：分享10个V1者称为V2

V3：分享20个V1，其中有10个成为V2者称为V3

注：平台可根据自身需求自由更改身份级别设置，灵活应变

级别奖励：

V1：每天拿自己积分数量1%的“广告奖励”+直接分享“广告奖励”所得的30

V2：每天拿自己积分数量1%的“广告奖励”+直接分享“广告奖励”所得的30+间接分享“广告奖励”所得的20%

V3：每天拿自己积分数量1%的“广告奖励”+直接分享“广告奖励”所得的30+间接分享“广告奖励”所得的20%+整个团队所有消费者“广告奖励”所得的20

注：平台可根据自身需求自由调整级别奖励的数值，灵活调节

如果以上描述还不明白，我们举例实际分析一下：

如果用户拥有100积分，则每天可获得1%的广告奖励=1元；

如果用户拥有1000积分，则每天可获得1%的广告奖励=10元；

如果用户拥有10000积分，则每天可获得1%的广告奖励=100元，每月可获得的广告奖励=100*30=3000元，
每年可获得的广告奖励=100*365=36500元；

广告电商的出现将岌岌可危的广告行业带回了正轨，让数以千计的广告主不至于面临失业的困境。广告

电商模式的出现为广告发展带来了新的突破口，让无数广告主认识到，原来还可以这样打广告。

淘宝之所以可以发展至今是因为它站在电商时代的风口，拼多多之所以可以做到现在也是因为它开启了电商行业的新方向，广告电商也是电商行业的下一个风向标。因此，要想飞黄腾达，就要抓住时代的机遇。

小编在电商行业摸爬滚打多年，见证了许多平台起起