

# 流量风口下的广告电商模式，如何在市场运营中突围而出

|      |                           |
|------|---------------------------|
| 产品名称 | 流量风口下的广告电商模式，如何在市场运营中突围而出 |
| 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

在蜕变快如此之快的时代，如何抓住流量红利？打造属于自己的私域流量和品牌非常重要，那么哪种商业模式适合自己的企业呢？这里分享一种综合“社商+分佣”的商业模式，同时对接好广告板块，以观看广告为主参与变现，增强平台会员的主动性与黏性。就相当于用户进入了一个可以免费领取产品并获利的平台，并让消费者都愿意参与并分享。

玩法介绍：

消费者在平台任意购买一件产品，消费后赠送对应的广告积分，积分有什么用途呢？

第一、用于下次购买产品作抵扣（现金+积分）或积分商城兑换产品。

第二、参与平台对接的广告任务，每条广告15-30秒，5-7条广告，每天一次，看完即可返现到零钱。

广告电商也分三大应用玩法：

### 一、消费累计，返佣递减

举例：用户在平台消费100元，同等赠送100个积分，平台按2%比例释放广告分佣，待次日该用户获得2元，此时递减剩余96个积分，用户次日后观看广告任务，可得返佣 $96*2\%=1.92$ 元，以此类推累计返佣递减。

### 二、新增消费，阶梯返佣

举例：用户在平台消费50元，因未达到返佣的积分门槛条件，就不做分佣；如想达到观看广告积分门槛（200），则需在平台继续消费150元满足门槛条件，平台按1%返佣，次日用户可获得 $200*1\%=2$ 元；如后面又有消费300元，积分累计达到500个，满足第二个积分门槛条件，那么次数看完广告可获得 $500*1\%=5$ 元，以此类推，用户消费越多，返佣就越高。

### 三、推广消费，阶梯返佣

#### 方案A：存量递减

举例：假设平台默认你有200的广告返佣额度，当用户在平台消费100元，次日返佣1元，第三天返 $(100-1) * 1\% = 0.99$ 元，以此类推返完为止。

#### 方案B：固定比例

举例：按同上返佣额度，当用户消费了100元，后面每天可返 $200 * 1\% = 2$ 元（如后续无消费，则最多可返100，假如用户后续还在持续消费，达到200积分，则最多可返200），若用户用达到2人直推的情况，达到400返佣额度，释放返佣比例则升为1.5%，相当于提升了额度的同时，也提升了返佣的速度。

注意的是，方案A与方案B在做平台运营中只能挑选一个来做，另外消费赠送的广告积分以上是按着1:1来做计算，一元相当于一个积分，平台可根据实际情况来设置赠送比例。