

建立与用户之间更亲密的关系的社群商业模式分析？技术服务+平台运营+群体消费，微三云生态

产品名称	建立与用户之间更亲密的关系的社群商业模式分析？技术服务+平台运营+群体消费，微三云生态
公司名称	深圳市微三云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

建立与用户之间更亲密的关系的社群商业模式分析？技术服务+平台运营+群体消费，微三云生态

前文引言：

前期项目需求需要明确到什么程度才能更好地与软件公司沟通？——客户把握业务发展需求，我们持续性完善细节需求。我们知道一开始就能列出所有软件开发的详细需求是很困难的，而且也是要冒高风险的。这也是为什么我们在帮助客户挖掘出业务发展需求和明确了大致的业务功能模块作用后，采取先进的敏捷开发方法持续性完善细节需求。但是如果一开始给我们的是错误的业务需求和关注问题（由于很多客户项目的需求负责人不一定是软件产品的*终使用人和不一定是负责市场运作的决策人），我们也只能交付错误的软件版本。所以客户**能够把握业务发展思路，描述你们所遇到的问题和业务特点，让我们专业的管理信息化咨询顾问和需求分析师协助来提出需求的信息化解解决方案。如何测试项目是否靠谱是否值得做。微三云云平台分布式系统实现一个系统双服务器部署，核心底层与前端应用分开服务器部署，基本杜绝类似旧商城和市场上大部分系统黑客通过各种路径进行攻击盗取数据和资金的事情（划重点），运营模式选择更加丰富，比如思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动2+1奖励模式，全民拼购模模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、共享购嗨购模式，乐分享模式，消费返利模式，共享WIFI广告模式，有钱还众筹还债模式，预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等丰富应用模式

互联网的双向传播属性打通了企业和消费者之间最短的距离，吸引一群人的关注不再是多困难的事情，利用这些关注，只要方法得当，任何企业都有机会在这个竞争激烈的市场里打下自己的位置，这种模式，就是社群电商。社群电商模型不仅适用于传统电商，也适用于移动电商，甚至它也适用仅仅通过社交工具进行销售的微商。社群电商不是传统电商或者移动电商的颠覆模式，而是两者的一个深化延伸，它是一种商业意识形态的觉醒，是社群经济线上的表现形式。产生方式？在社群商业模式下，用户因为被好的内容吸引，聚集成社群，社群发展壮大，促成更多交易，完成商业变现。其中，内容是媒体属性，用做流/量入口；社群是关系属性，用来流/量沉淀；商业是交易属性，实现流/量价值。移动互联网时代的商业以社群电商为趋势。

社群电商的优势是什么？为什么做社群电商？

说白了社群集合了具备同属性的个人在一起，成为群体。社群作为企业商家与终端客户交流的直接对话途径，可以展现出很好的便利特点还有即时特点。从某种意义上来说，社群电商是一套客户管理体系，通过客户的社群化充分激活企业的沉淀客户，它抛弃了传统的客户管理方式，将每一个单独的客户通过社交网络工具进行了社群化改造，利用社会化媒体工具充分调动社群成员的活跃度和传播力。借助社群平台，商家能与客户展现多种互动，因此商家企业得到的反馈也非常快。这样的营销模式可以不断帮助企业改进，实现客户的高复购率。

举例说，社群设计的场景把交流与分享作为主题，强调内容的价值，比如设计专家在线问答、朋友圈子、行业知识等都是非常适合的社群主题。同时这也是提/升客户满意度，为商家创造更多订单的渠道。作为依靠场景经营的移动营销，客户的需求逐渐的被细化，被新颖化。如果客户想要消费，马上会出现一个自己所需要的商品链接。不管是社交电商也好、客户的需求，更能得到客户的认可，那这种方式就会赢得大家的信赖。希望通过今天的讲解能够让商家们企业借助这些模式也可以寻找到精准的客户，提/升销量。

电商社群运营怎么从0到1？

具体怎么做初期工作可以从以下几个阶层做起：

1. 打造公司个人IP号
2. 持续更新朋友圈（防止被封）
3. 流/量导入微信号
4. 提前做好社群管理规则
5. 建群
6. 商品+内容助力公司打造个人IP号

又如何选择社群爆品？

并不是所有商品都适合做爆品，你以为很好的商品，不一定很好销售，爆品要根据自己平台，社群的用户属性：

1. 是否符合他们消费群体
2. 当下季节
3. 复购率高
4. 快销品
5. 有基础大、牌背书

溢价高（有足够销售利润给分享者）

社群电商的四个核心1、超级IP（IP即品、牌）：品、牌的解决方案，实现品、牌势能，人格化的连接，促进商业变现。权、威塑造，超级IP塑造，一个是品、牌的超级IP，另外一个是个人的超级IP塑造。通过人格化，赋能，话题和内容能力来打造超级IP，营造营销的势能，zui后才能通过流/量、流/量沉淀，运营，实现更大的增量和销售的转化。

2、场景化：可以从根本上激发购、买，形成刚需和流/量；好产品是场景下的产品，没有绝、对的刚需，只有场景下的刚需。要选择从zui容易突破的场景入手，解决转化问题。很多品类和产品因为不能被大众认知，普通的渠道和销售方式基本无效。

3、内容：产生有效连接+社群是整个链条的驱动力量。进群的人，要么是来获取商机，要么是来学点东西或者是冲着某个赚钱的产品和项目，简单的说，就是这个群对成员有什么价值。zui大痛点无非就是要通过社群怎么变现的问题，内部的自我驱动和外部的激励结合，如果总是需要讲课，这个群也搞不起来。

4、社群：营销转化和裂变的解决方案，实现销售的转化和会员的裂变。如果配合互联网商业模式，用分销和分享方式，让消费者成为消费商，力量会更加空前。通过前期的探索，种子用户的获取，内容输出和运营，已经有了基础的流/量和活跃度，但需要快速的复制和裂变。怎么裂变，自己一个个找消费者，太难了。你要先找B端客户（从种子用户中来），通过服务，赋能，提供系统化工具和方法，快速将流/量进行转化，以存量获得更多的增量，这就是我们说的复制和裂变。简单的说是用系统促进对B端的赋能，并通过B端服务C端，进行裂变。移动互联网时代，社群非常火，但真正做起来、有价值和能够盈利的社群很少很少。

我们应该往哪里营销和推广？人在哪里，生意就在哪里，你的机会也会在哪里！——社群通俗地讲：“你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个，也就是说，zui多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。”我们就要时刻记住：“不要抛弃任何一个你的客户”因为每一个客户的背后都有150个是你的潜在客户，你丢掉了一个客户，意味着你就丢失了150个客户。现在，很多明星已经意识到社群经济的厉害，开始逐步把粉、丝社群化，试图与粉、丝产生共振。而对于很多个人和企业而言，这方面的潜力巨大，很多经营者通过社群已经成功，等待着每个人去挖掘。如果你还没有从中看到属于草根创业的历

历史性机遇，还不赶快抓住中国互联网商业经济腾飞前zui后的创业机会，你将错失良机！在“互联网+时代”的今天，创业投资，选择社群电商领域！

小编介绍：

微三云麦超，微三云营销总监、商业模式总监，商学院院长，首席商业模式策划导师，在软件开/发和商业模式策划行业至今已经超过10年，截止到2023年1月累计亲自服务1557个平台客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（莞云）

旗下子公司：微三云信息/微三云大数据/莞云/鸿云/商二/商六/莞带/莞链/达丰云

晶抖云（微三云）云平台开放平台开/发者：星电/尾音/云前/超越网络

公司规模：公司经营已超10年，独享整栋5000平方写字楼，年营业额8000万到2个亿，全职员工300人（全职开/发技术180人），服务过百亿级生态模式平台超过30家，服务过上市公司国企超过10家，服务过电商模式创业平台超过20万家。

资质：双软认证企业，省高新技术企业，自主专利30多项，软著300多个

地址：东莞市石排镇瑞和路1号松山湖高新技术创新园B座整栋

联系：麦总监（负一层电梯直上504）

备注：加微信免费领取数十位平台操盘手和商学院导师联手整理的《分销商城百亿级平台运营合规方案及推广秘诀2023年版》，来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式，有需要进一步联系，可以关注公众号“微三云信息”咨询任意内容或者直接百度“微三云麦超”即可获得小编联系方式！

拓展阅读：

微三云建议，购买系统不要人云亦云，别人说怎么样就怎么样，要自己亲自去测试体验，考察公司了才知道是不是好，是不是适合自己。别人说的不一定是真的，他可能是为了个人的利益，毕竟你赚钱可能会触碰到了他们的利益。也可能是一些蹭热度的人，吹牛逼的人在那聊观点看法，而然他自己可能就没有亲自去体验，微三云开发的思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1 奖励模式，全民拼购模模式、社交盲盒系统，泰山众筹 模式，太爱速 m 秒杀寄售模式，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，消费返利模式，共享 WIFI 广告模式，有钱还众筹还债模式，预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等应用模式都会非常值得推荐的。东莞市微三云信息技术有限公司成立于 2013 年，公司是国内较早从事电商源码及 SaaS 软件开发及销售的服务商之一，主营业务为基于电商 平台为电商商家提供交易全链路的源码系统及 SaaS 软件服务。随着互联网基础设施的不断完善以及信息技术的持续升级，我国电商市场快速发展，各

类电商平台商家面对持续增长的订单数量以及复杂的交易情况，对店铺在营销推广、交易管理等多方面提出了专业化和个性化的需求，寻求有效提升店铺管理效率的方式。基于上述市场需求，电商服务市场逐步出现了一批向电商商家提供各类功能软件的电商源码及 SaaS 企业。