

电商社群运营具体怎么做初期工作？可以从哪些方面做起？ 为创业者赋能+为商家助力+互联网模式，莞云大数据

产品名称	电商社群运营具体怎么做初期工作？可以从哪些方面做起？为创业者赋能+为商家助力+互联网模式，莞云大数据
公司名称	深圳市微二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

电商社群运营具体怎么做初期工作？可以从哪些方面做起？
为创业者赋能+为商家助力+互联网模式，莞云大数据

前文引言：

微三云超级 APP 流量变现：做平台的话最重要抢个先机，一个新模式比较火的生命周期就半年左右，马上又会有新模式出来，不需要设计得多完美打算做个一两年那么久，先用一个模式上线，把团队资源搞过来，然后每 2-3 个月升级一下系统版本增加一个新模式，不断激活新老会员裂变，等有一万日活会员，然后上线超级 APP 广告变现就好了，一万活跃会员对应一个月广告收益 3 万左右，10 万会员就有 30 万收益一个月，到时有广告收益可以补贴一部分给会员代理，就会越来越好推，很快还有游戏变现和做任务变现

微服务有点像从大瓶装眼药水到小支独立分装

“首先，微三云平台它是一个生长在一套操作系统（OS）上的业务应用，不仅仅是一个微服务的 OMS 的系统。技术服务于业务，微服务发挥效用，必须是建立在合适的行业业务模型基础上，才能发挥最大化的效用。不然可能是个累赘。所以我们先建立了支撑零售业务的 OS 后，再开始建设对应的应用。”微三云商业模式总监麦超如此阐述产品的差异化。

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）

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！

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 and 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！

拓展阅读：微三云系统：微三云不愧是行业迭代更新最快的系统之一，前一分钟可能面对你的需求说“不行”、“暂时不能实现”、“需要沟通付费定制”，后一分钟可能产品部就把功能开发出来免费开放更新啦！

全民拼购又将释放一波细节规则功能，敬请期待！微三云发布了新一代云平台 OS 数字化操作系统。该系统拥有灵活而强大的零售 PaaS

平台，能够助力企业实现业务中台、业务应用、业务前端等功

能的模块化组建，实时的前后端协同；并基于统一的技术架构去重构企业的 IT

布局，帮助集团企业以数智化经营实现降本增效。全渠道 OMS 系统作为微三云智能运营中台的核心应用，一直是微三云引以为傲的零售数字化方案，迄今为止已经服务了众多国际集团和品牌。

尤其是在美妆和服饰、大健康领域，成为了很多世界 500 强跨国集团品牌的战略合作伙伴，从 0 到 1 帮助这些企业实现了 IT 系统的本土化改造和落地。选合作的技术公司，要像选媳妇一样，认真选择一家靠谱的，不能只选便宜的！只有旺夫的老婆娶回去才是超值的！

