

社交媒体运营之道：学习醉鹅娘成功经验，提升品牌zhiming度？技术服务+系统搭建+平台运营，微三云麦超解析

产品名称	社交媒体运营之道：学习醉鹅娘成功经验，提升品牌zhiming度？技术服务+系统搭建+平台运营，微三云麦超解析
公司名称	微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋503室
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

社交媒体运营之道：学习醉鹅娘成功经验，提升品牌zhiming度？技术服务+系统搭建+平台运营，微三云麦超解析

重要介绍：

为什么选择微三云系统：微三云与在国内外拥有较高品牌zhiming度和美誉度的众多高新科技企业集团良好合作，共同进军互联网新零售事业，为全国莘莘学子发展带去新的新零售平台运营契机。微三云采用详细的方案，过硬的技术，扎实严谨的研发流程，满足 5

万并发量的系统架构完成开发。成功推进了与众多集团公司互联网新零售的发展！

结合云平台底层：丰富的社交电商功能，为企业营销卖货提供实力支撑。

建生态体系：可打通微三云各大应用体系，便于建生态，拓展产业链。

多用户端口：可打通公众号、小程序、APP、H5 等端口，灵活布控市场。

关系可共享：40+应用可灵活搭配，且用户关系可互通，快速裂变。结合超级云

APP：平台营销活动引流的用户可以长期的留存、沉淀并二次转化。

给解决方案：免费为企业提供诊断咨询，并输出完整的就解决方案。多销售模式：支持和 SaaS 销售模式，企业可灵活招商，掌控大数据。运营有保障：百人运营团队做后盾，扶持应用快速上线，免费迭代升级。

微三云 2021 年有思购臻选秒杀模式、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、泰山众筹模式，太爱速 m

秒杀寄售模式，秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等比较火的应用模式。

醉鹅娘--红酒背后的私域社群+会员电商+供应链系统

在中国的消费市场中，葡萄酒产业虽然蕴藏着巨大的发展潜力，但长期以来，传统葡萄酒品牌普遍遭遇着营销手法相对单一、与消费者互动有限等困境。然而，在这一领域中，醉鹅娘这一新兴品牌以其独特的私域社群运营策略和精益供应链管理脱颖而出，成为了红酒界的一匹耀眼黑马。

醉鹅娘品牌犹如红酒行业中一颗璀璨升起的新星，其创新的品牌定位和营销战术令其在短期内取得了瞩目成就，年度销售额已超过3.5亿人民币。本文将深度剖析醉鹅娘的品牌成长历程，尤其是其如何通过私域社群建设与优化供应链管理实现卓越的商业成绩。

首先，内容孵化品牌力量：醉鹅娘品牌的创始人王胜寒，以一名热爱红酒的博主形象起航，以别具一格的脱口秀形式普及葡萄酒知识，迅速吸引了大量的忠实粉丝。这一阶段的内容引流工作不仅极大提升了品牌的知/名度，更为后续构建私域社群奠定了坚实的群众基础。

其次，打造紧密粉丝社区：醉鹅娘充分利用微信公众号等平台构建了专属的私域社群空间。社群内部不仅涵盖了丰富的葡萄酒文化和品鉴知识，更注重与粉丝的深度互动交流，这种亲密无间的沟通方式使得醉鹅娘的产品赢得了社群内粉丝的高度认同和推崇。

再者，创新会员电商模式：醉鹅娘推出的企鹅团葡萄酒月度订购服务，是其私域电商战略的核心板块。消费者一旦成为会员，即可享受到定期寄送的高品质葡萄酒以及各类会员专享特权。这一会员制电商模式有效增强了用户粘性，同时也为品牌带来了稳定的收入保障。

最后，线上一盘货的供应链革新：面对日益增长的订单量，醉鹅娘果断采用了线上统一库存管理与配送的“一盘货”模式，确保了每一份订单都能及时、准确、高品质地送达消费者手中。此举不仅极大地优化了物流管理流程，更是大幅提升了整体运营效能。

总的来看，醉鹅娘的成功并非偶然，而是源自其对新时代消费者需求的敏锐捕捉和深度满足。在互联网时代背景下，品牌与消费者关系被重新定义，醉鹅娘紧握时代脉搏，通过内容创作引流、构建私域社群、创新会员电商模式以及优化供应链管理等方面全方位发力，完成了从知/名博主到实力品牌的精彩蝶变。

【免责声明：文章资料收集于互联网，小编不参与任何分析的项目运营，也不投资参与任何项目，也不收费推广项目，不做项目私下评估，玩家勿扰。(以上分析不构成任何投资建议)。仅作为开发需求者的模式案例参考作用，如有违/规及侵/权请联系作者删/除！】

附：

多供应商入驻+供应链对接+O2O多门店+异业联盟+共享购模式--去中心化DAO共治电商全新模式

第一部分：多供应商入驻

平台可招募合/作商入驻到自有商城，丰富商品品类，整合资源，供应商可以获得独立后台，自主上传产品设置供货价，用户在平台下单后自动推送订单到供应商后台，供应商自己看订单发货，不需要平台发货，成本价的货款会在订单完成后自动结算给商家后台余额，商家根据平台的结算规则提现货款即可。

平台可以招募合/作商，借助平台线上售卖商品，供应商赚取供货价，平台也能获得差价利润。供应商提/升产品的销量，平台也可以减少商品库存压力，从而实现互惠共赢。

备注：接入供应商入驻功能，平台可以迅速丰富产品品类，还无需自己管理库存发货，商家卖货可以接入共享购模式进行给用户打赏共享值，促进商家卖货清库存，平台可要求商家入驻缴纳保证金，上架产品需要扣除共享积分比例，打赏用户共享值扣除共享积分比例等进行现金流控盘策略。

第二部分：供应链对接——对接怡亚通供应链和农夫铺子供应链

1. 农夫铺子新零售云供应链平台

F2S2B是一种集合源头特产、大供货商赋能于平台主并共同服务于顾客的全新社交新零售营销模式。F2S2B中，F代指源头特产，S即是大供货商，B即是平台 F2S2B2C模式中，一方面，整合全国各地地方特产源头产品，并同时筛选优秀的供货商供平台主集中选售，另一方面，为源头供货商打开线上销路是本次农夫铺子供应链改版升级的核心目标。

城市产业带供应链解决方案系统

农夫铺子“城市产业带供应链解决方案系统”通过整合当地特产、中小企业产品生产商、小微企业实体商家，帮助其转型升级，聚合管理，旨在带动当地产业升级发展，帮助当地产品实现跨区域流通，让异乡游子随时随地都能够感受家乡的“味道”。

目前农夫铺子供应链已整合约3000多个特色SKU供平台主选择，实现一键上架产品，一件代发。

2. 怡亚通星链供应链 深圳市怡亚通供应链股份有限公司简称怡亚通，成立于1997年，总部位于深圳。2004年怡亚通完成股份制改造，由深圳市怡亚通商贸有限公司正式更名为深圳市怡亚通供应链股份有限公司。[1]怡亚通在2007年登陆资本市场，是中国首家上市的供应链公司。怡亚通以物流为基础，以扁平化、共享化、去中心化的1+n供应链平台为载体（全面覆盖、全域营销、全程服务），以品牌运营、产业运营为核心，帮助客户实现市场份额保量、增量，从而提/升客户核心竞争力的整合型运营服/务商。

怡亚通目前是世界500强——深圳市投资控股有限公司旗下企业，中国首家上市供应链企业（股票代码002183），在职员工近万人，2020年业务量近1000亿元，2021年实现营业收入约702.08亿元，2021《财富》中国500强排名168位。先后获评“全国商贸物流标准化专项行动重点推进企业”、

“国家首批服务型制造示范平台”、“国家智能化仓储物流示范基地”、

“国家AAAAA物流企业”、“批全国供应链创新与应用示范企业”、

“中国企业信用评价AAA级企业”、“2020全球有价值的50大商业服务品牌”等荣誉资质。目前怡亚通星链已整合30万多种SKU产品，供平台主快速扩展平台产品品类。备注：借助供应链接口对接，平台无需管理供应商，无需发货，一键上架产品，只需要在供应链完成开户和后台绑定，在供应链公司预存少量货款，即可实现批量产品一键上架一件代发，轻松运营平台。通过供应链对接快速丰富平台自营产品区的的产品，与共享购模式组合使用，实现对用户的消费返利赠送共享值，用户通过消费获得共享值，凭借共享值获得共享积分赠送实现消费获益，共享平台做大做强红利。

第三部分：O2O多门店入驻和异业联盟商家入驻

1.O2O多门店入驻功能——分销版的小美团1)、无限添加商家，多商家入驻，入驻申请，入驻审核，资料修改，商家页面装修，商家独立后台，可以上传产品、展示门店信息，分销设置

2)、连锁店与普通店，连锁店有总店通用会员卡和分店独立使用会员卡功能

3)、根据用户LBS定位识别，距离远近推荐附近店铺，可以根据店铺销量和评分，距离远近排序推荐

4)、可展示多少起送，配送费多少等，可设置新人优惠、满减优惠，折扣、会员价等

5)、进入商家店铺，可看到商品列表，热销推荐，领券等，可展示店面地址，导航等

6)、可以根据产品名称搜索提供同类产品的店铺

7)、同时支持线上下单、到店支付、全国配送、同城配送上门（对接爱跑腿和达达配送）

8)、支持产品预约，服务类预约，技师预约，次卡预约，可进行线上预约，线下体验消费时核销

9)、餐饮行业支持扫码点餐，分配桌号2.异业联盟多商家入驻 线下异业联盟门店入驻平台，用于打造线下消费线上支付的综合服务场景，平台购物币可用于线下门店消费抵扣，支持门店自主上传套餐，用户在线下单核销，门店收款码支付锁定分销会员跨界盈利，商家自主发布优惠券供用户领取。

主要用于线上展示门店，设置团购和拼团套餐，引导用户线上团购商品或者拼团后，再去到店消费，或者引导到店消费后进行线上买单。入驻到平台的商家无须上传产品，可直接使用手机进行订单管理；用户可在前端看到所有的商家，根据商家位置和到店消费，线上买单。备注：通过O2O商家入驻和异业联盟商家入驻，为商家打造一个共享会员的异业联盟跨界盈利平台，为消费者提供更多刚需消费场景，增强在平台消费的用户粘性，同时平台可以打造成线上消费的综合型新消费平台，更容易做大做强和获得资本、政府的支持和关注。

小编介绍：

微三云集团 麦超：

毕业于广东中山大学，微三云信息总经理、微三云资源总监，微三云首席商业模式策划导师

本人在软件开发和商业模式策划行业至今已经9个年头，累计亲自服务5000+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（旗下子公司：微三云信息/微二云/微三云大数据/鸿云/商二/商六/莞云/莞带/莞链）

公司规模：公司经营已超12年，整栋5000平方写字楼，年营业额1~2亿，全职员工300人（全职开发技术200+人），服务过百亿级平台超过30家，服务过创业平台超过20万家。

资质：旗下3家双软认证企业，4家高新技术认证企业，1家专精特新认证企业，自主专利30多项，软著30

0多个

主营各种创新营销模式开/发，支持各种小程序商城，公众hao商城，原生app，DAPP功能定制！

地址：东莞市石排镇瑞和路1hao松山湖高新技术创新园B座整栋（负一层电梯直上504麦总办公室）

无论是否合作，我都将是您选购软件的军师和朋友！

备注：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

扩展阅读：

微三云系统分销模式月度计酬奖励、礼包分红奖励、云店奖励、招商奖励、消费奖励、运费奖励等，还有创新应用模式思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1 奖励模式，泰山众筹模式，太爱速 m 秒杀寄售模式，全民拼购模模式、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，社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等，其他更好玩的万变不离其宗，原理都是把平台赚取的利润共享出去、如何把有限的利润更合理分配出去，对市场最有推动力；企业会根据自身的资源和积累、现有的运营方式来选择适合自己的分销模式