

从C1到Cn：微三云广告联盟如何通过超级APP实现用户裂变与引流？ 平台运营+软件开发服务+系统搭建，微三云麦超介绍

产品名称	从C1到Cn：微三云广告联盟如何通过超级APP实现用户裂变与引流？平台运营+软件开发服务+系统搭建，微三云麦超介绍
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

从C1到Cn：微三云广告联盟如何通过超级APP实现用户裂变与引流？平台运营+软件开发服务+系统搭建，微三云麦超介绍

前文引言：

微三云运营商学院：购买软件的坑之需求沟通不详尽 需求沟通不到位，在没有完全详尽沟通功能的情况下，进行报价，从而导致后续的设计过程以及开发过程中不断的返工，做出来的效果与预期相差太大。甚至会有纠纷，所以在前期要谋定而后动，把功能需求完全的详细化整理，出完整的功能方案并进行确定，一步步稳扎稳打，从需求确定，到设计确定，都至关重要。解决建议：考察对方的产品经理是否专业，付定金后能否能理解你的思路并做出满意的开发方案，如果不行，果断放弃找下家，不然后面够你头疼的地方多着呢。

“系统鸿沟”，大部分品牌企业缺乏数字化转型经验，不懂得如何搭建合适的数字化系统来支撑 DTC 转型。对于数字化转型，大部分品牌企业都有一段“摸着石头过河”的时期，一旦跨过这个时期就能驶入高速公路。此时选择有着丰富经验，能够相伴成长的数字化服务商是关键。微三云服务的品牌企业里，最长的合作时间已经长达十几年，双方其实已经进入到了互相学习，共同探索的阶段。此外，很多品牌企业对 DTC 模式有个误区，认为应该策划很多直面消费者的活动，获取更多的数据，完善用户画像，当然这也没错，但是品牌企业沉淀用户数据的价值不是在于“有”，而是在于“怎么用”。

广告电商+广告分佣+广告分销+微三云麦超分享

随着互联网的发展，越来越多的参与者开始进入广告联盟市场，行业内的广告联盟已经进入同质化竞争的阶段，各个广告联盟凭借着自己一些独特资源占据市场的一定份额，移动广告服务市场进入资源竞争时代。广告联盟要想获得优质的客户资源，就必须提供优质的资源服务，因此，深化整合资源是移动广告联盟未来重要的发展战略。移动广告是在各类应用以及移动网站上进行展示的，广告的推广效果取决于移动应用以及网站的使用情况，深化整合资源就是要对这些优质应用以及媒体主的资源进行使用权的获取，通过获得这些开发者与媒体主的优质资源，广告联盟才能为广告主提供多种渠道的广告投放服务，形成自己独特的竞争力。

下面带大家详细了解下微三云互联网广告系统——广告联盟，想要布局广告联盟的抓紧啦。

广告联盟对接市场主流广告渠道，丰富的广告展现形式，适应多种广告场景，还可灵活设计商业模式，提升平台的变现能力。

广告联盟是由微三云研发，以封装SDK的形式实现一键接入字节跳动、腾讯、百度、快手等国内顶/尖企业的广告联盟，聚合数千家广告主，其丰富的广告展示场景与微三云各大系统的深度结合，帮助平台快速实现流/量增长与变现。

六大广告类型，支持多种场景下的广告展示：如开屏、文章资讯内容信息间、页面底部或顶部等场景，从而满足app或h5各类场景的变现需求，让平台可以尽可能多的提升广告收益。

广告变现优势：

优势一：支持开屏、激励视频、信息流...等6种广告场景。

优势二：无中间广告代理商分成，您可赚更多广告收。

优势三：合作期内免费提供技术升级与维护，省钱省时省力。

优势四：可根据客户场景设计个性化广告位，全方位盈收。

优势五：通过人工智能学习，优化广告素材，提升点击效果。

优势六：拥有国内顶/尖平台及数千家广告主进行实时投放，满足APP广告变现需求。

优势七：将“广告”与“电商”结合，创新电商模式，实现流/量增长与变现。

优势八：将“广告”与“区块链”结合，提升app用户活跃度，并给平台创收。

也可以结合其他模式一起来运行，后期平台做大的时候可以对接超级云app，打造属于自己的私域流/量池，“超级APP”的存在，让平台运营者不用再担心错过新的模式，也不用担心一个平台的失败让前期

的用户积累付之东流——不管平台模式如何改变，用户只会不断增加，互相引流！并且可以把这积累的用户以超级APP为入口导流到各大平台，如云平台。

如，C1为平台B1的用户，当运营者遇上新的模式或玩法时，可建立一个新的平台B2，并可将其加入超级APP中，这样不仅B1和B2互不影响，而且还能够增加用户C2，用户C1也将给平台B2引流新的用户C12...依此类推，随着超级app内的平台增加或更换，用户将会不断累积，价值也将不断增加，类似于微信！而超级app内的自媒体和支付则类似于“toutiao”和“支付宝”。更详细操作请私信留言，关注我了解更多商业知识，掌握更多zui新营销裂变玩法与电商模式，快人一步抢占财富商机！

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2

00+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300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：微三云软件商学院：购买软件的坑之图便宜找找个人服务商 如果是直接套模板的项目，对开发环节要求不高，找能力强的个人也没有不合适，价格一般会更实惠。如果是一个需要定制化的项目，很多的功能 甚至是你原创出来的，这种项目就需要团队合作，涉及创意，设计，框架，开发和测试，这就不是单人可以做到的了，再牛逼的人也很难全能。

解决建议：找成熟稳定的公司，至少开发人员也得有 100-200 人以上。

“利益鸿沟”，品牌企业原有业务模式固化，利益链条过长，DTC创新不足。

即便品牌企业高层知道为了提升用户体验，提高市场竞争力，应该尽快转型 DTC

模式，但是大部分品牌企业还是难以冒着风险重构当下从研发生

产到经销代理等多个层级的利益捆绑。毕竟谁也不愿意做“第一个吃螃蟹的人”。DTC

转型对于传统品牌企业而言，需要一个漫长的沟通周期，小范围的实验周期，最后才是彻底的转型。微三云作为新零售软件数字化服务商，经常遇到处在这种周期内的品牌企业，但好在品牌企业遇到的很多困境，以及难以厘清的利益纠葛，往往可

以通过各种数字化方案就能解决。数字化技术的高速发展造就了很多成熟的系统应用，为品牌企业 DTC 转型带来了极大的便利。