

微三云深度好文：蔬菜水果生鲜行业如何开展社交电商业务

产品名称	微三云深度好文：蔬菜水果生鲜行业如何开展社交电商业务
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/个
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

微三云深度好文：蔬菜水果生鲜行业如何开展社交电商业务

莞云/微三云是怎么帮助他们做线上线下生意的融合，怎么用莞云/微三云这个工具帮助他们拓展线上社交电商生意呢？这就是莞云/微三云微商城能够给这部分商家打造的功能，第一，首先，我们给到商城，展现出平台管网，二、基于销售的大数据，互联网在线的营销功能，目前已经达到了一千个功能以上。三，我们刚才讲到，我们是帮助商家私有化自己的客户，所以，我们必须帮助商家更好的管理好自己的客户，或者是会员，以及粉丝。所以，我们有一整套的会员体系。基于这三个基础的功能，我们帮助商家打造他线上的店铺。

详情登录网站了解<https://wsyguanyun.com/>

或<https://www.wsyguanyun.com/>（微三云 | 莞云）

第二，我们绕不开做线上生意需要给消费者怎样的服务？传统的B2C平台电商，快速服务是必须的。再就是越来越多的门店商家会做同城配送的业务，同城配送是现在下了订单，帮助商家接触到达达等第三端的配送的物流服务商，开展同城配送业务。第三种是虚拟电商，我认为，目前，在我们做虚拟电商是线上发圈线下核销，线上做卡券的生意，这是给我们这个行业定义的虚拟电商，其实虚拟电商的概念可以再广阔一点。三是社群电商。社群电商是基于微信电商裂变的载体，我们帮助商家更好的管理微信社群，如何在微信社群里发展业务，管好社群的消费者或者是会员。

假如现在莞云/微三云能够帮助商家搭起管网，后面帮助商家给消费者提供哪些服务，接下来，我会讲几个目前莞云/微三云自有流量，包括莞云/微三云直接帮助线上的商家对他面临的C端的消费者。莞云/微三云有分销员的功能，如果是大型的企业可以帮助企业开展员工的分销，这是我们讲的第二点全员开店第三点，我们帮助有货的商店入住到分销市场，帮助你快速的找到分销商。

前面两种是基于商家自己有了分销体系和分销的业务模式，以工具化的方式帮助商家拓展线上的分销业务，我想展开讲的是，如图所示的分销平台，如何帮助商家找到供应商及其目前分销平台到底有哪些商家入住到分销平台，又有哪些分销商家到这里卖货和买货呢？首先，一键上架，把你的货铺到分销商。第二，你作为分销商可以在你的朋友圈里丰富你的产品。第三，我们有一整套完整的分销结帐的逻辑。这是目前分销平台，目前，整个实体行业是整个分销市场的行业，可以看到，我们已经集群了各家电商，食品行业是排名在前的。

莞云/微三云供货商上架的时候有多少分销商来帮助你呢？首先是自媒体，他们是在社交电商里拥有流量资源最多的一个载体，第二，一些网红及其社群的管理，可以认为他们是微商。第三，他原来是做线下销售，他想拓展自己的B2C业务，他想招募这些商品，所以会通过分销市场选择对应B2C的商品。

2019年5月，莞云/微三云有一场门罗发布会，发布了分销市场新的产品，这是智能分销，我们认为分销市场是供货商把货架上去，分销商自己选择商品。智能分销是什么点？智能分销是帮助已有流量的商家，他们目前缺品，选择的这个品不知道该选什么品，我们通过后台的经营数据帮助商家选择他对应流量，应该选择的那些品。举个例子，你是卖茶叶的，可能只是原产地的线上销售的商家，但是，分销市场会帮助你丰富你自己店铺的品类，比如说茶具，与茶叶相关的付费的内容，你开启了分销产品功能之后，大数据帮助你快速的找到您应该定位的产品，帮助你的店铺拓展你的商品，同时，也帮助我们平台的供货商找到他的流量，帮助他卖货。

莞云/微三云零售。门店商家加入到莞云/微三云之后，新零售的点，我们认为帮助小型商家实现线上线下一体化的会员体系是他核心的关键。所以，我们莞云/微三云线下的产品是围绕着货，帮助他打造线上的商城及其客户管理，再打通电商平台，这个平台不局限于原来的京东、淘宝和线下的平台。中间我们会帮助他在门店端的商品、库存、订单、客户的资源、卡券、帐户资金的结算，通过这个中台的打造，帮助他管理门店线下的长期，打通供应链端。这是莞云/微三云通过线下门店打造的新的产品。

总结下来，我们把莞云/微三云零售总结为人货场，进销存，人财物。

莞云/微三云是一家软件服务公司，目前更多的程序员或者是产品经理不知道如何面临新零售的变化，不确定这个场景是否适合我们目前零售商家使用，所以，莞云/微三云在产品研发的同时，开了一家线下门店，这家门店就在杭州总部的楼下，大家有机会可以体验一下，这完全是莞云/微三云根据目前新零售的业态打造的一家社区电商的门店，它还可以拓展线上的B2C业务，数字一体化的管理自己的会员，同时，可以给线下的消费者提供水果、鲜食积极餐饮一体化的消费场景，大家有机会到杭州，希望大家来参观这家线下门店，我也知道，在座的有很多商家也是有这样的门店，欢迎跟大家彼此交流，完善我们的产品，给大家在线下经营产品的同时，帮助我们完善线上的产品。

这是我们发挥莞云/微三云门店做了改造之后，我们用目前莞云/微三云零售产品帮助线下的门店提升业绩的图。

刚才讲了，莞云/微三云商家及其目前莞云/微三云怎么帮助商家做的，回归到我目前的岗位，就是服务经理。通过我日常跟商家沟通，商家会问我，我到底怎么拓展我线上的社交电商的生意，不管是线上的商家也好，还是线下的商家也好，我接下来跟大家分享我认为生鲜水果商家怎么做生意。我想总结一句话，不管线上线下来说，通过莞云/微三云这个工具不断的积累自己的用户、不管是线上也好还是线下也好，我们要建立用户场景消费习惯。通过品鉴、宣导，让消费者下单购买，这是线下的场景。线上来说，我们把客户留存单，通过图文的宣传，个人朋友圈的打造，线上打造线上的消费场景，让他不断的种草，对我们的商品有了感知之后，不断是线上还是线下，让他做订单的转化。我总结这一句话，不断积累自己的用户、建立用户场景消费习惯。这个是万能的公式，万变不离其宗。

我们讲，社交电商还是太快了，到底是哪里的点，我们把客户留下来，留在这里之后，我们怎么触达客户，通过几个营销工具怎么把客户盘活，从而让他下单，这是现在给他总结的点。第一点是客户留存点。不管是原来的淘宝商家还是线下门店的商家，在微信超级里没有错，不管是公众号也好，小程序也好，微信号也好，你找清楚自己的运营思路，把客户留存在这上面，考虑清楚你要给你的客户提供的业务，要考虑清楚给客户带来什么。

希望大家记住这个，做好这五个你做好电商的基本关键点，我们要把客户留在哪里，通过线上的平台或者是线下的门店，我们把客户留存到公众号或者是小程序或者是微信号。我们把客户留存了以后要不断的铺内容、教育，通过营销工具引他到线上店，跟我互动，从而选择出合适的商品，直接在线下转化。然后把他们留存下来，作为忠实的客户，搭建起属于自己店铺的会员体系。最后，把这部分的客户让他帮你宣传你的产品，这就做到了传播的功能。从而，引出了一个概念，就是拉自己店铺的营销闭环。

我刚才讲你把你的客户留下来之后，你到底是怎么把客户留下来的，所以，我们每次跟商家沟通的时候，引导商家做营销活动的时候，我们会跟商家说一句话，你想清楚你的客户到底是哪，你通过哪里可以把客户引留下来，这是我给客户制定营销方案的时候，你先把买家进店的逻辑理清楚，根据自己的团队匹配，把客户留存下来，然后提供服务，你要把客户的行为轨迹和消费逻辑想清楚，然后再策划对应的营销活动。我们把营销闭环总结一句话，让客户进店之后不要流失，让你的老客户在线上复购拓客。整个闭环加上我们说的这个步骤，把线上线下的生意做好，做到更好的销售的提升。

我简单的给大家过一过，理一理刚才我讲的这个模型里几个关键的步骤和跟大家推荐几个小的营销玩法，供大家做参考。

第一步：拉新。我们考虑买家进入到我们店里之后怎么留下来，由于时间的关系，不展开讲。我们可以通过付款码，线上专属送，会员导入活动，线上储值送活动。你给你的会员做出加入这个号之后专属的福利，就是拉新的第一个点。

第二步：活跃。其实，这个词听起来不好展开讲，我划个点说出来，通过活动吸引在店铺购买过的客户再来逛逛，同时带点东西回去。针对生鲜果蔬的商家不用太多的活动引导，只要做得好，定时的秒杀和签到，这个签到我举个实际的场景，我引导我的客户礼拜一到礼拜三每天到店铺打卡，我给你送一张小额的优惠券，帮助客户签到之后，能够得到小额免费的无门槛，相当于红/包。再用定时的秒杀功能，吸引住他，养成一个习惯，我的店铺每天有这样的活动，有便宜的点，让他再到我店里逛逛的同时可以买点东西回去，始终跟我的客户有交流的点，这是我定义的活跃。

第三步：转化。转化的点是，我们铺出去的活动，商品适合的点，我们一定要让消费者直观简单直接的转化，就是不要有太多的过程，就让他在线上完成订单之后，比如说优惠券，引导他在线上购买之后给他好的服务，就是转化。

第四步：留存。当我们有了新的客户之后，活跃的客户之后，我们想办法把客户变成粉丝、超粉丝，然后怎么留下来。搭建自己体系，我们做供应链端，先打卡给你，然后再拿货，我的粉丝、我的会员，先在你这里存钱再做消费，这是会员储值的点。就是把你的买家定义为你的忠实粉丝，通过钱这一端把客户留下来。第二点，如果你有粉丝会员体系搭建积分商城。我再讲一个点，把会员体系怎么搭建的，你消费了一元就给一块钱的积分，积分体系要养成习惯，这个习惯是我在你这里消费之后，还可以拿到一定的权益，这个权益也不要想得复杂，如果没有商品权有优惠券，就是说一直有回馈，让他打造进入店铺消费之后还有回馈的点。这就是用一个简单的活动帮助你，把你的粉丝通过买家到客户到粉丝一系列的活动打造，把粉丝留存下来。

第五步：传播。我们说一句高大上的话，让买家传播是最好的传播方式。第一个传播，让你的买家在朋友圈里自行帮你做传播，通过一些积咋这样的活动，帮你在买家这边吸引新的买家过来。再一个是抽奖拼团，利用面买家的心理。第三个是社区拼团，如果说我们的商家有供应链优势的，我会引导商家做你的社区拼团，帮这个小区的客户聚拢在一起，试图打造一个分销体系，就是我们讲的传播。

讲了刚才几个点，我再总结一下，目前我们有哪些商家，他们是怎么玩的，怎么落地的，我们再举几个目前做得不错的商家，他们具体是怎么运营起来的。

果蔬先生。它是一家仓储式门店，原来有门店，但是，成本太高之后，把门店作为仓库，因为有老客户的积累，把所有的客户留存在微信里，通过低价拼团、社群运营、朋友圈推广、分销员裂变，通过社群运营提高客户留存，拓展覆盖半径。所以，客户成交的路径都是在社群里通过拼团的方式完成的。

这个案例展开讲，我们讲维护社群怎么维护呢？做了几个基础点，在这里跟大家分享一下，在每次做活动之前，在群里会跟群里的买家互动，第一，要了解清楚，我的买家到底需要什么，我用投票调查的方式了解买家的需求。第二，活动简单直接转化，直接告诉你，群里的买家通过拼团的形式价格是最低的，时间是最有限的点，提高订单转化。第三，把群里最活跃的买家发展成分销员。

同桌的水果。定位非常清晰，二三线城市写字楼周边做地推，白领的客群留存到个人微信号和社群里，通过试吃的方式吸引这部分白领，你充值我的卡，每周给你做水果送货上门服务。以这样的方式把白领这部分消费群引导成他的高级会员，通过高级会员，不用担心会员不吃，因为每次的地推活动都是用会员的方式，因为客户在他这里有留存资金，或者是有钱存在他那里，只要实时的跟客户互动，我现在有什么品，这个品比较好，我直接给你做过来，做好优质服务就好了。所以，团队非常小，目前会员储值量800人，通过线下地推的方式，做弘愿的方式就有了日常的运营。

老爹果园。线下的渠道，收集到各匹配的商品，通过分销市场拓展分销商，然后给他们供货。他们给分销商最好的商品展示，通过分销商维护好供销关系，只要他找好的商品，把商品推广出去都是由分销商完成的。他们的活动是，推文三个小时发出去了以后，就有10万的销售。

海南万家果铺。我这里卖个关子，他到底是如何用莞云/微三云拓展他的销售的。

莞云系统源码，云平台系统源码，微三云系统源码、莞云 & 云平台加盟代理，免编程电商APP平台制作、社交新零售商城开发、智慧新零售系统开发，找微三云！

东莞市商二信息科技有限公司旗下品牌微三云，创立于2014年，是高新技术企业、双软认证企业，经历5年深耕，从4个人发展到如今400多人，年软件系统销售额超过2个亿，服务企业30万多家。

公司专业提供微信小程序定制开发、抖音小程序开发、APP定制开发，目前已打造出微信商城分销系统、移动社交分销APP、线下多门店收银系统、城市O2O系统、跨境电商系统、社交电商系统、社区团购系统、挂售卖货系统、拼团系统、区/块/链系统、内容付费直播系统等。

公司产品功能应用创新，覆盖新零售解决方案、生鲜电商解决方案、新美业解决方案、同城解决方案、商家联盟解决方案、会员共享跨界盈利解决方案、百货商超解决方案、农村电商解决方案、智慧养老解决方案、智慧城市解决方案、跨境购物解决方案、服饰鞋帽解决方案、智慧停车解决方案、智慧货柜解决方案、无人零售解决方案、抖音小程序私域流量解决方案，一物一码解决方案等。

我们的公司地址：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（可以直接上5楼501市场部）

电话：139-2926-6321 麦总监（微信同号，加好友了解最新模式解决方案和系统优惠政策）

关注公众号“紫弘智慧”或搜索微信号（zihong333）关注，了解更详细资料

