

2020年如何做好社交电商，社交电商平台解决方案，微三云麦超

产品名称	2020年如何做好社交电商，社交电商平台解决方案，微三云麦超
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

2020年如何做好社交电商，社交电商平台解决方案

社交电商就是借助自媒体，社群，社交软件或平台等的传播途径，通过互动沟通，内容运营等方式来引导和影响用户购买意向，欲望和行为。

如何做好社交电商？

1．产品定位：在开始做社群电商的时候，你必须要有明确的产品定位，因为维护运营的成本不低，只有过硬的产品才能承受得了用户之间的相互讨论和相互分享，如果是质量不过关的产品将会给你带来巨大的不利。

2．建立社交阵地：去年开始有了淘宝群，有好货推荐，淘宝达人等等，这都是在社交电商的范畴。微信作为最大的社交媒体，依靠微信大流量的巨柚商城就是典型的社交电商成功案例，它具有着分销商返利，社交方便朋友圈分享等强大的功能，这是社交电商最为直接的阵营，要明确产品合适在哪个渠道再去建立合适的社交阵营。

3．社交账号的专业化：从引流开始你的账号昵称，头像，签名，定位都必须专业化定位，这是获取买家信任减少沟通障碍重要的一步。

4 . 打造个人品牌：这也是社交电商发展最重要的内容，再小的个体，也是一个品牌。社交电商的信任就来自于你个人品牌的建设，有了品牌影响力，才能发挥社交电商的优势。

私信我免费领取价值 4 9 8 元的玩转社交电商资料大福利。

如今，传统电商增量放缓已成事实，社交电商成了创业的新机会也已成为事实。

随着智能手机的普及，移动互联网的快速发展，很多创业者抓住了社交电商的商机，2 0 1 8 年许多人通过微信公众号，微博，抖音等自媒体、流媒体迅速建立了流量入口。

这一趋势，不仅推动了社交电商的发展，同时也推动了传统电商的快速转型。

1 社交电商，产品质量最重要

2 0 1 8 年，很多人把社交电商简单地等同于了微商，随着社交电商的日益发展，在2020年，认为“社交电商 = 微商”的人将越来越少。

社交电商是一个很泛的概念，微商、拼团等等都属于其中一类。

社交电商中还有比较独特的一类：各个领域的 K O L 凭借自身的专业经验分享，利用粉丝经济卖货。

2 0 1 8 年时不少爆款的出现就是源于这类电商，典型代表为小红书。

尽管这类社交电商获得了惊人的成功，但如果想做好社交电商，最好不要把流量视为品牌发展最重要的因素，产品的质量，才是发展的关键。

经营社交电商，其实和经营粉丝经济有许多相似之处。

如何产生高转化率？因为信任度高，所以转化率才高。有了粉丝后，把粉丝经营好，产品质量过关，就能迅速在粉丝群体中得到销量。

正因为社交电商是靠社交实现粉丝的裂变，所以社交电商特别注重服务质量。

因为这是一个分享，互动的阵营，一旦发现问题只有无条件处理，不然就会造成不良口碑。

2 通过公众号来建立品牌信任度

尽管在 2 0 1 8 年，随着抖音等短视频媒体的崛起，公众号的打开率大幅下降，但对于企业来说，2020 年，公众号仍然是企业宣传的一个重要渠道。

在运行企业公众号时，需要不断有新鲜专业的内容，这是获得关注，以及吸引新粉及增加粉丝的黏性的最好办法。

在运营公众号的同时可以在公众号中增加微信商城，可以开发 P C 端、微信端、小程序商城等。

这样也有利于，将大量的对产品比较感兴趣的精准用户，引导至微信商城中进行下单购买。

3 利用微信社交属性，打造社交电商

当企业公众号吸引了一批忠实用户群体后，当然不能把这些粉丝就这样放着不懂，一定是要让粉丝价值得到变现。

如果企业没有这方面人才时，也可以借助第三方软件开发公司，实现 P C 端商城，W A P 微信端商城和小程序商城流量共享互通，会员信息统一管理。

对于企业来说，公众号的主要作用就是提高企业的曝光率和销售额，从而提升企业形象。

当然直接面向用户的，也不只是公众号，商城、小程序等媒介同样有助于树立企业、品牌的形象。

4 结语

2020年，对于企业来说，转型社交电商的最大好处，就是在与用户的深入交流中，挖掘用户的需求和个体喜好差异，及时作出营销战略调整。

2020年如何做好社交电商 3 个成功的关键点您要知道！对于企业和用户来说，什么才是最好的双赢？就是让企业销量提升，让用户粉丝买到好的产品。

附赠：社交电商项目团队筹备：

项目落地必须准备好4人以上团队，投资人、操盘手、招商总监、市场总监。

1、投资人（1个或2个，不能超过3个）：负责软件开发或购买源码系统的投入和前期推广、办公场地水电租金支出、前期固定员工的工资支出，不同项目平台和规模准备10 - 100万不等

2、操盘手（1人）：即运营总监，整个项目落地总负责人，负责项目最初商业模式设计、盈利模式设计、推广策略制定，项目进度和系统升级规划、人员团队组建，人员调动工作资源分配，项目融资，招聘必须的后台支持客服人员等，充分和招商总监、市场总监紧密合作做好项目推广落地

3、招商总监（1人 + N人团队）：负责项目的招商讲解、代理商招募、项目路演、对外资源合作，大客户成交等，项目培训，公司内训，经销商代理商培训，项目沙龙主讲、终端用户会员会议培训或在线直播培训主要是项目讲师的身份

4、市场总监（1人 + N人团队）：负责项目种子用户推广成交，互联网推广、社群营销执行落地，终端用户推广，市场团队裂变，终端用户会员裂变，邀约意向会员参加沙龙会议，邀约意向代理参加招商会项目路演等

这是项目落地必备的团队分工，实践证明，做的比较大的项目平台都是有这个完整的组织架构的团队。