

积分购物商城开发【电商引流】

| | |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 积分购物商城开发【电商引流】 |
| 公司名称 | 广联网络（广东）有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 广州市黄埔区精华科技园 |
| 联系电话 | 19867371424 19867371424 |

产品详情

积分购物商城开发【电商引流】

积分商城主要解决了许多许多的传统一些不好的问题，它可以将线下庞大的用户引流到线上，做二次营销;并且通过扫码送积分极大的tisheng与用户的互动频率，让人们进行互动，增加销售等，在这基础上，人们导购扫码送积分，激励营销引爆销量，促进产品的销售，人们的消费。

商城积分是商家为留住更多的客户，在运营微商城过程中运用各种各样的方法和招数。其中有一种使用广泛、覆盖面最广的营销工具，这就是微信商城积分营销。那么商家是如何玩转微信积分营销,并有效留住客户让微信营销倍增呢?

消费者积分商城顾名思义是积分商城，消费者积分系统经过积分自带的会员系统，消费前景，创造出相应的二次服务。消费者积分商城是消费者在商城上消费，渠道返给消费者相应积分，积分可提现可复购。

消费积分：是商家给予消费者的积分，通过送积分的方式激励消费者重复消费的欲望，tigao用户的粘性。

导购积分：是商家给予导购员/促销员的积分，通过送积分方式激励更多导购愿意卖、主动卖产品，引爆销量。

代理积分：是商家给予代理商的积分，通过送积分方式激励代理商发展更多下级代理或零售门店。

购物送积分，就是想tigao用户与品牌之间的互动性，扫码积分系统还植入了玩游戏赢积分的活动，可以更好的tigao用户的活跃程度。为企业提供更成熟的积分商城系统和积分营销服务，帮助企业解决在客户回馈、渠道奖励、会员促销等场景下的积分营销难题，别具一格的礼赠与积分互动方式，协助企业完善客户体验，tisheng品牌形象。

无论是现在还是将来，4亿多80后、90后是市场的消费主力，而他们天生亲近网络，尤其是90后更是互联网的原住民，所以当你的企业跟互联网没发生关系的时候，意味着4亿多80后、90后跟你也没什么关系，当他们跟你没关系的时候，意味着他们口袋的钱跟你也没什么关系。最后，移动互联网技术的迅猛发展推翻了信息不对称，导致带来了人与信息的无限自由链接，意味着过去所有依靠信息不对称的盈利模式将瞬间坍塌。

SKA项目：销售、liuliang、供应链等资源全部倾斜

对出版机构来说，想做好线上布局，渠道建设与营销管理是最重要的部分。做好这两部分并不容易，需要出版机构能及时更新运营思维，将技术、内容、营销三者融合在一起。而让合作伙伴放心的是，京东图书提供一揽子的服务模式，为伙伴们解决了后顾之忧。

一旦进入了SKA项目，供应商最看重的平台资源将全部向他们倾斜，主要包括六大方面：销售赋能、渠道liuliang资源、营销补贴、数据赋能、供应链权益、个性化服务。

销售赋能方面，主要体现在对促销活动的扶持，入选供应商可以参加每月9日的“超级dapai日”，可优先挑选超级新品资源、享受大力度优惠券补贴以及一对一专属店铺指导服务等。

渠道liuliang资源是指，提供给合作伙伴独享的硬广曝光资源、外推资源、直播扶持资源、广告资源，从而为供应商引入站内外liuliang。

营销补贴主要倾斜给“大V带货”，包括CPS高佣补贴、重点品站外liuliang优先申请、新书目媒体资源包采购优惠以及liuliang银行项目专属资源优惠。

在数据赋能方面，将为入选合作伙伴提供一对一的销售数据分析和指导；在供应链服务方面，将通过自主备货、固定送货、48小时上架、专人答疑等方面为合作伙伴提供经营支持；此外，还将提供跨品类线下沙龙、小班培训和高层定期会晤机制。

通过这些资源的助力和扶持，使得京东图书与入选供应商形成更紧密的合作关系。虽然项目4月才开始执行，但效果明显。以5月9日首次上线的dapai日为例，人民文学出版社、北京大学出版社、北京磨铁图书有限公司、外语教学与研究出版社、海豚传媒股份有限公司、北京五三金典图书有限公司当天成交数量和码洋，同比去年增幅均超过100%。其中，外研社5月9日的销售数量是去年同期的7倍，是5月8日的10倍。