

微信小程序oem积累了经验

产品名称	微信小程序oem积累了经验
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

产品详情

和快消、服装和有传播属性的品牌相比，家纺品牌的产品属性是低频、高客单价，因此交易的核心在于导

购。所以，在进行直播时，前者通常会利用公众号来为直播导流，而罗莱家纺则采用了「超级导购」的模式，由各个销售终端网络中的导购通过自己的朋友圈、社群为直播导流。醉终，3月1日的首播时长持续2小时，观看人次达8万，成交额30余万。这也充分验证了罗莱家纺在微X信生态通过直播带货必要性的判断

，也为3月7日「女神节」的直播积累了经验。罗莱家纺为「女神节」的直播进行了3天的准备

对微X信生态的各个触点都做了提前布局，公众号一级菜单栏、朋友圈信息流广告、微X信支付营销能力、线下导购、社区+社群等都用来全力支持直播。节日期间，罗莱家纺总裁也亲自下场直播间，在直播间隙通过截屏抽奖的形式送

出华为、苹果系列手机、戴森吹风机、千元现金红包等持续提升用户的观看时长以及留客能力。基于第以次直播和过往的经验，罗莱家纺预计当天的流量会达到日常流量的10倍，但实际流量达到了日常的13-14倍。醉终，从3月7日19:00到凌晨1:00，这场持续近6小时的直播观看人数超过10

万，观看次数达150万，GMV超千万元。这样的成绩也超出了罗莱家纺的预期。小程序直播和加盟商共享收益，推进「四个数字化」小程序直播的第以次节日营销，就让Walker惊喜不已。在他看来，这和2019年中开始「完善基于小程序端的底层业务逻辑」不无关系。在进行直播尝试前，罗莱家纺在2019

年7月份正式开始推进小程序建设成为了腾讯智慧零售「倍增计划」的合作伙伴。Walker介绍，基于罗莱家纺B2小B2C（品牌-加盟商-消费者）的模式