

腾讯广点通朋友圈二类电商有哪些平台

产品名称	腾讯广点通朋友圈二类电商有哪些平台
公司名称	广州点合科技有限公司
价格	5000.00/个
规格参数	
公司地址	广州市南沙区丰泽东路106号
联系电话	13660005490

产品详情

二类电商发展到如今，其现状不可与日而不同了，随着越来越多的玩家加入，二类电商的蓝海市场慢慢被挖掘、填满，流量不断变大，但这也意味着竞争也在加大，直接影响是各项运营成本增高、毛利率直线下跌！在流量越来越贵，监管越来越严的情况下只有深耕细作才是唯一的出路。

现在市面上很多代运营公司都是为了消耗而消耗，根本不管商家实际ROI(投入产出比)，广告成本居高不下也让客户继续投，基本不做广告数据分析和账户调整。然而目前二类电商行业处于精细化运营阶段。不管是前端推广运营还是后端客服物流产品，只有做到精细化才能走得更远，其中推广运营又占接近50%比重。要爆单，首先选择好的产品，有一定的销售市场外，再分析哪些渠道投放效果更好，根据产品的用户画像职业、年龄、性别、地域等特征，去投放测品广告，账户累计了数据模型才能尝试增加广告费消耗，不断优化当前广告效果，加大投放力度，广告费和订单量维持平衡，逐步实现爆5000单/天。

广州点合科技有限公司，助力商家在二类电商投放上少走弯路，解决合作商家运营投放难题。按效果保证投放，产品爆单前免费运营，爆单成功后才收取运营服务费用。（投放热线和微信同号）

当流量越来越稀缺，并且公域流量在采用竞价模式的现状下，流量的价格自热会水涨船高。同时，微信与抖音在有如此庞大的用户基数，及用户活跃度，广告能力上，大盘ecpm值也居高不下，而这种获客成本的增加是大部分商品所无法承受的。

市场规模的扩张影响力也随着变大，扩张的过程中出现的问题一定会得到监管。表面上这种监管出现是顺理成章的，但对商家的影响也是实实在在的，生意变得难做。产品难上、新品难找、老品没量、爆品难跟、利润产品易被禁。广告难过、服务难做、运营成本上升。

货到付款受签收率的影响会提高物流成本，从而导致平摊到每单的成本偏高。因为广告和物流的成本提升，所以很多商家去找更便宜的货来平衡盈利，导致产品质量不稳定。

完整的二类电商流程是：A平台账户开通 B.选品谈快递 C.单页投放 D.客户下单 E.签收回款 F.售后回访。特别需要注意的是选品和投放，这两方面做好了，爆单就是水到渠成。

二类电商的爆品选品规律：

1. 产品成本不要过高。二类电商需要投入大量的广告成本来获得转化，还要考虑到签收率、物流、人工、包装等等的问题。

所以投放的产品的成本价就不能过高，否则利润直线下滑，商家也会赚不到钱。加上目前的大体趋势是——低客单价的产品更容易出爆品。

2. 产品要新颖。二类电商是做单品的，产品不能过于一般，也不能过于大众化，最好是用户觉得有新鲜感，感觉到有新奇体验的，这样更能专注用户的内心。

3. 产品时效性。产品分很多种，有应季产品，有可循环销售产品，要分清产品的时效性这个性质，做到提前筹划，心中有数。

4. 产品卖点。产品要有特点，有自己的卖点，有异于其他同行的产品特质，能够刺激用户有强烈的购买欲。

二类电商投放运营方面：

我们从渠道，广告创意文案两个方面说一下自己的优化经验。

1，二类电商主要渠道：百度斗金，腾讯广点通朋友圈，头条抖音鲁班，快手等，每个平台各自的用户画像总归是会有差异的，大平台虽好，但相应的竞争也大，需要进一步压缩利润空间提高广告出价才能有高展现量。而分析各平台用户属性的目的就在于，某些垂直领域的平台虽然用户数较少，但胜在用户与产品目标群相匹配，推广也能有很好的效果。

2，二类电商广告创意文案：根据每个平台内容创作的侧重点不同，比如抖音短视频多以视频广告为主。现在很多做推广的产品都侧重于做视频广告，就是因为短视频/视频类广告更符合大众的口味。单调的图文广告已经不太能满足他们的审美需求了。推广人员需要对自身产品和竞品的理解，自身产品的优势在哪里，要想要将其体现出来，对用户需求的一些推测。用户想要看到什么样的文案，促销？优惠？买一送一？什么样的设计能够勾起用户对产品的需求。这方面需要推广员结合一些理性思维（市场分析）和感性思维（头脑风暴）来思考。