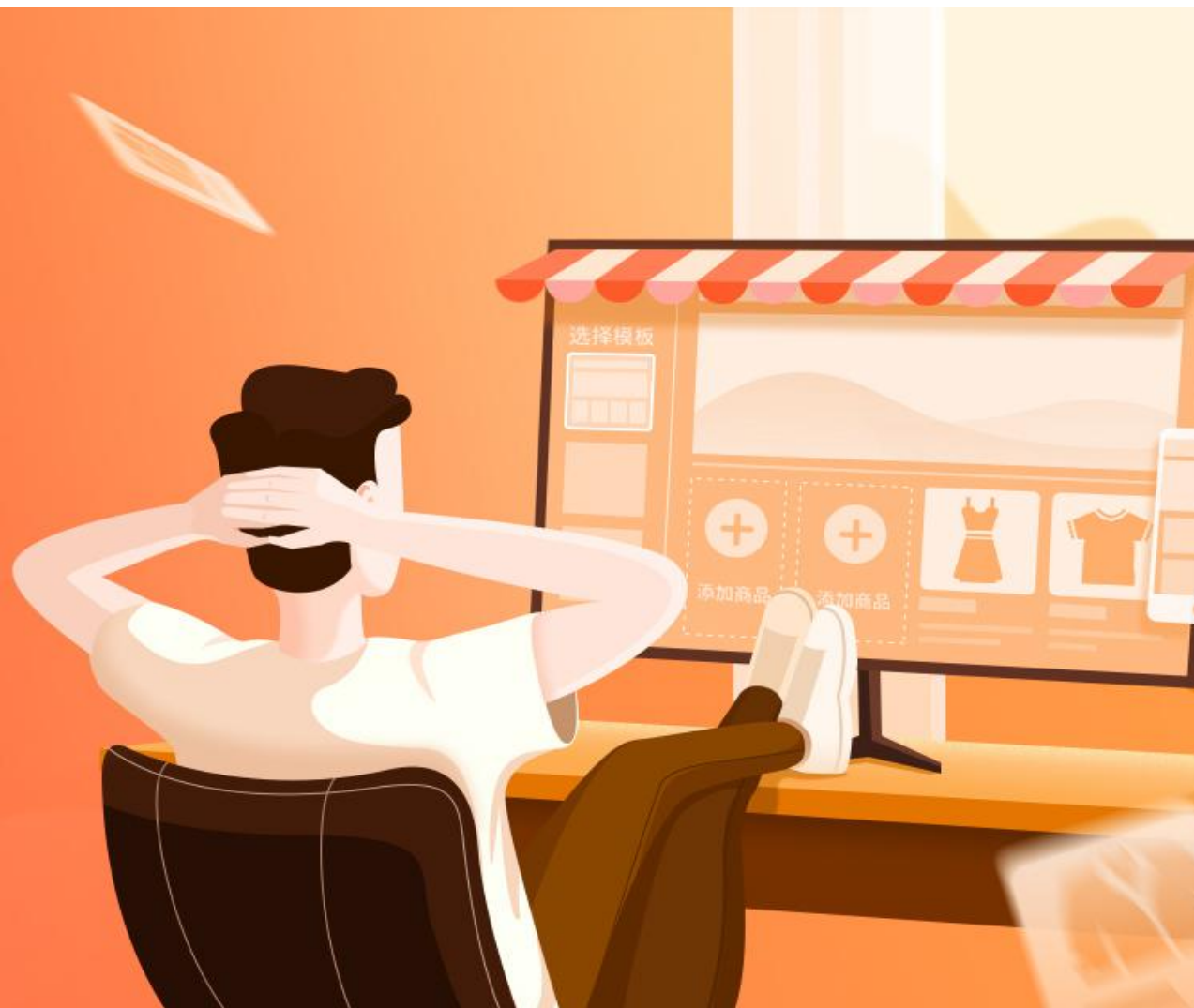


生鲜行业 社交电商转型方案



社交电商

- 社交电商是基于**人际关系网络**，利用**互联网社交工具**，从事商品交易或服务提供的经营活动，涵盖信息展示、支付结算以及快递物流等电子商务全过程，是新型电子商务的重要表现形式之一。



目录

CONTENTS

01

为什么要发展社交电商

02

为什么选择商城

03

应用案例：生鲜行业



01

为什么要发展社交电商

◆ 消费者 ◆ 商家 ◆ 市场

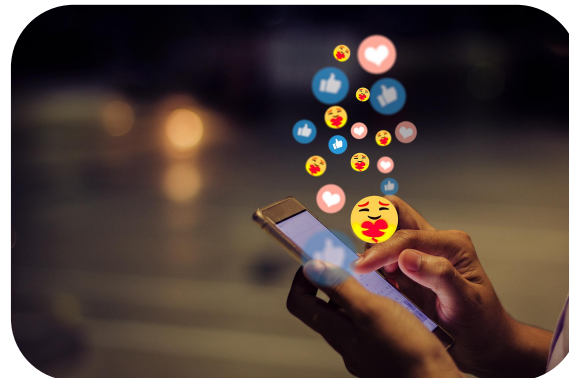
社交对消费决策的影响大



中国消费者平均每天在手机上花费近**4个小时**，其中社交媒体上花**2.3小时以上**



社交媒体传播模式更加丰富，文字、图片，视频、直播、游戏等



69%的消费者在社交媒体上分享过自己网购的链接



日均扫码次数达**15亿次**

社交电商价值高



提升传统电商流量和销量

- ✓ 人人可参与：发展快、成本低、体量大
- ✓ 熟人分享：信任度高、精准营销

提升传统零售商品品牌和销量

- ✓ 品牌知名度
- ✓ 产品销量
- ✓ 互联网拓展

促进线上线下融合

- ✓ 提升零售效率
- ✓ 拓展市场
- ✓ 精准营销
- ✓ 采集会员数据

促进社交流量变现

- ✓ 社交关系沉淀提供流量基础
- ✓ 基于社群等内容需求引申的零售商品需求，让社交关系更紧密稳固，流量转化效率高

社交电商前景好



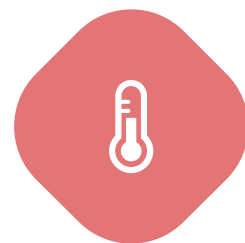
人数众多

2019手机网络购物用户规模6.1亿
2019社交电商购物用户规模达到**5亿**
2019社交电商从业者将近5000万人



交易额大

2019年，中国社交电商整体规模已达**2万亿**以上，增长63.2%，在网络零售中的占比超过**20%**



创新不断

拼团、分销、内容、社区团购等创新模式不断涌现



明星企业增多

拼多多、云集、蘑菇街、微盟等成功上市，思埠、爱库存、贝店、小红书等融资完成

“

社交媒体的发展影响了消费者的购物习惯，商家需要通过社交电商这一模式，快速、低成本地变现社交流量，拓展市场。

”



02

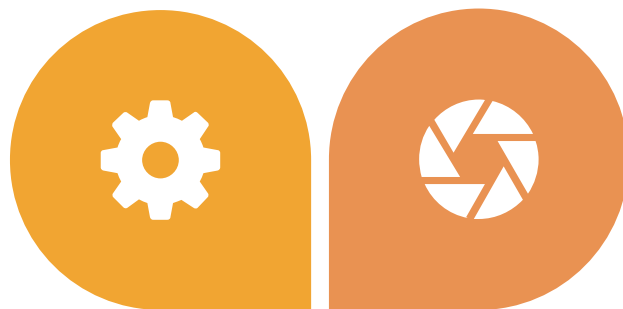
为什么选择商城

打造多种社交电商模式

低门槛实现社交营销需求

打造多种社交电商模式

拼团型



社区团购型

分销型

直播短视频型

拼团型：拼团、砍价



拼团型社交电商通过**特色、低价商品**
吸引社交流量参与拼团、砍价消费



- ✓ 高性价比，把握用户需求心理
- ✓ 促进低价市场和下沉市场的拓展
- ✓ 打破传统经销体系，有效减少“层层加价”
和“信息不对称”，让利消费者
- ✓ 降低物流成本

玩 法

普通团

老带新

拼团+到店自提

砍价0元购

分销型：推广员、分销商



会员/分销商利用社交工具向消费者传播商品信息完成营销，以此获利



- ✓ 挖掘消费者潜在需求，精准营销
- ✓ 发展忠实客户
- ✓ 有效控制成本

玩 法

员 工

KOL/KOC

新媒体矩阵资源

社区团购型：社区团长



围绕线下生活社区，以社群为主要交易场景，以**熟人社交关系**为纽带，平台通过团长触达社区用户



- ✓ 精准定位社区流量
- ✓ 以销定采，减少囤货积压
- ✓ 物流配送成本低

玩法

社区团购 + 定金预售

◆ 定金预售：
大促预热、新品预售

◆ 社区团购：
低价实惠、提升复购率

社区团购 + 直播导购

◆ 打造流量闭环：
公众号+社群-直播活动-
小程序拼团-社交链路-到店-导购

直播短视频型：直播、短视频导购



商通过KOL在短视频、直播中向粉丝群体推荐商品而完成商品销售，提升电商流量转化



- ✓ 信任度高
- ✓ 易于融入购物场景
- ✓ 实时导购，精准推荐
- ✓ 加速购买决策

玩 法

导购全员直播

BOSS团直播

明星直播

产品使用短视频

干货分享直播

原产地短视频

低门槛实现社交营销需求





03

案例应用：生鲜行业

行业概况

经营难题

社交电商应用

The background features a light gray background with two horizontal light gray lines. There are four orange circles: a large one in the top-left corner, a medium one in the bottom-right corner, and two smaller ones, one on the left and one on the right, positioned vertically. The title text is centered between the two horizontal lines.

生鲜行业概况

生鲜行业经营品类



蔬 菜



水 果



禽肉蛋



水产品

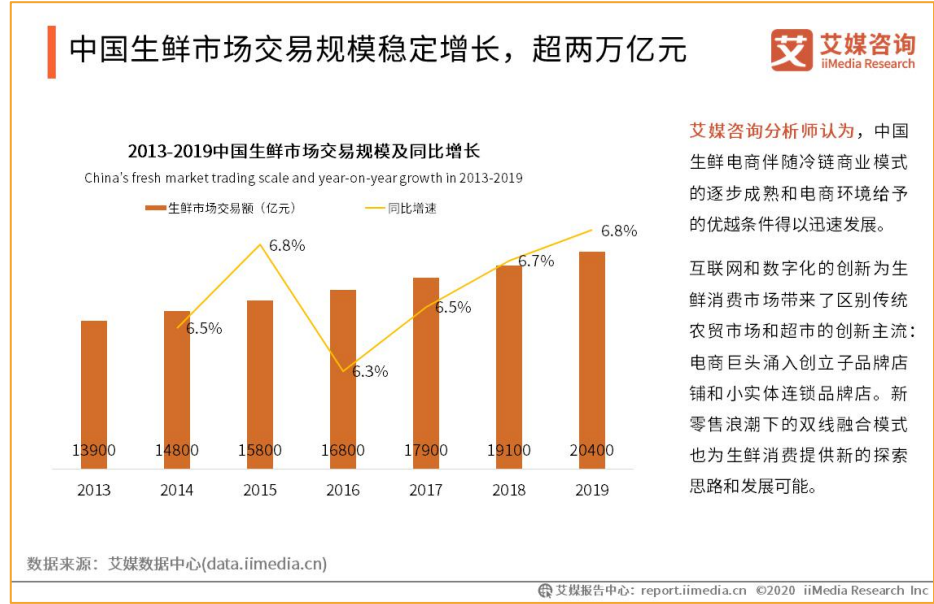


蛋 糕



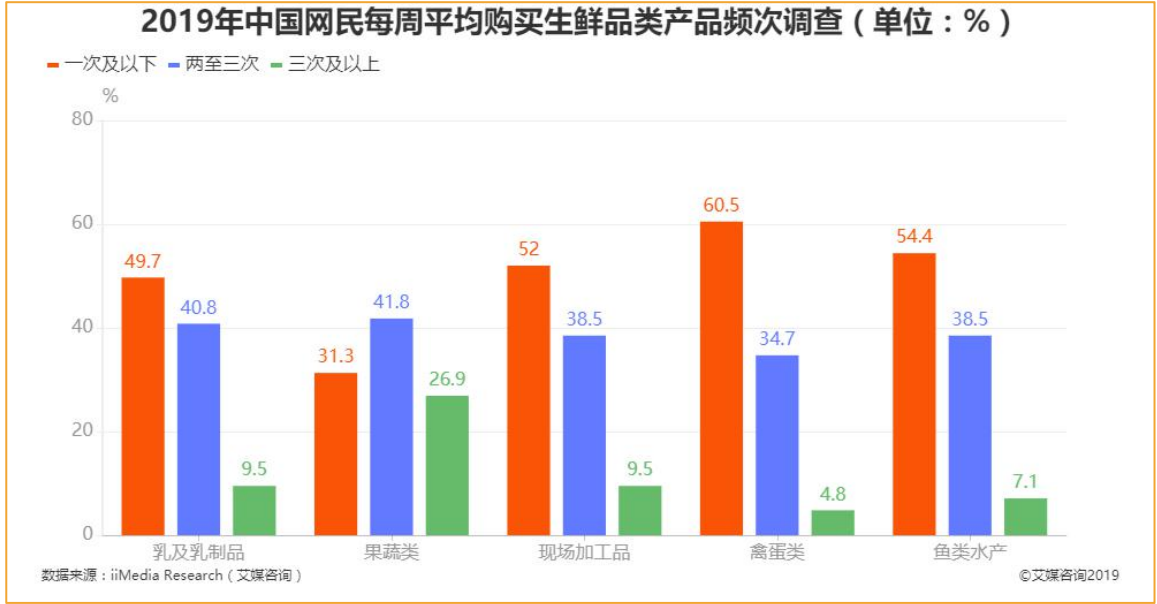
熟食凉菜

生鲜消费存在刚需、高频特点，国内市场规模广阔且仍然保持增长



生鲜市场交易规模日益壮大

2019年中国生鲜市场交易规模达**2.04万亿**，同比增长6.8%。



生鲜交易次数频繁

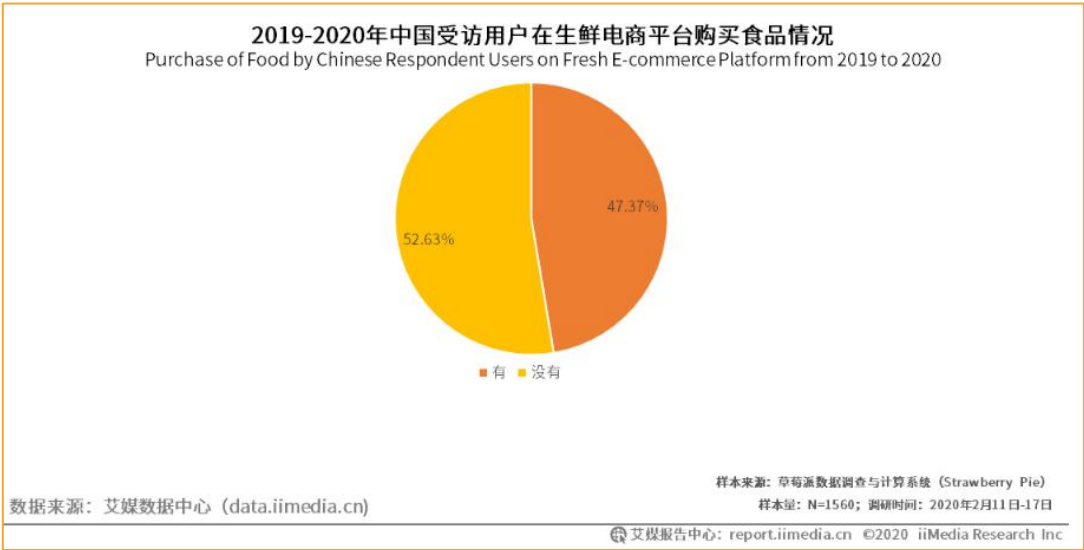
在2019年中国网民每周购买生鲜品频次达三次及以上的品类中，26.9%网民每周购买果蔬频次最高；其次是乳及乳制品和现场加工品，占比为9.5%。

生鲜电商发展迅猛



生鲜电商市场交易规模日益增大

预计2020年生鲜电商行业市场规模将达到**2638.4亿元**。



用户对生鲜电商的接受度逐步提高

数据显示，有**47.37%**的用户在生鲜电商平台购买过食品。这反映出居民对生鲜电商的接受度逐步提高、需求增大。

生鲜消费主要渠道及社区生鲜经营模式



中国主要社区生鲜店模式
China's main community fresh shop model



生鲜行业用户画像



01

人群特点

- 年龄结构：25-34岁占比最高
- 以家庭用户为主，其中女性占比较大



02

消费特点

- 客单价：多在百元以内
- 复购率高



03

消费诉求

- 新鲜度&产品质量
- 购物环境&购物便利性
- 高收入地区更愿意线上下单、配送到家
配送范围1-3公里较多

核心消费者营销策略



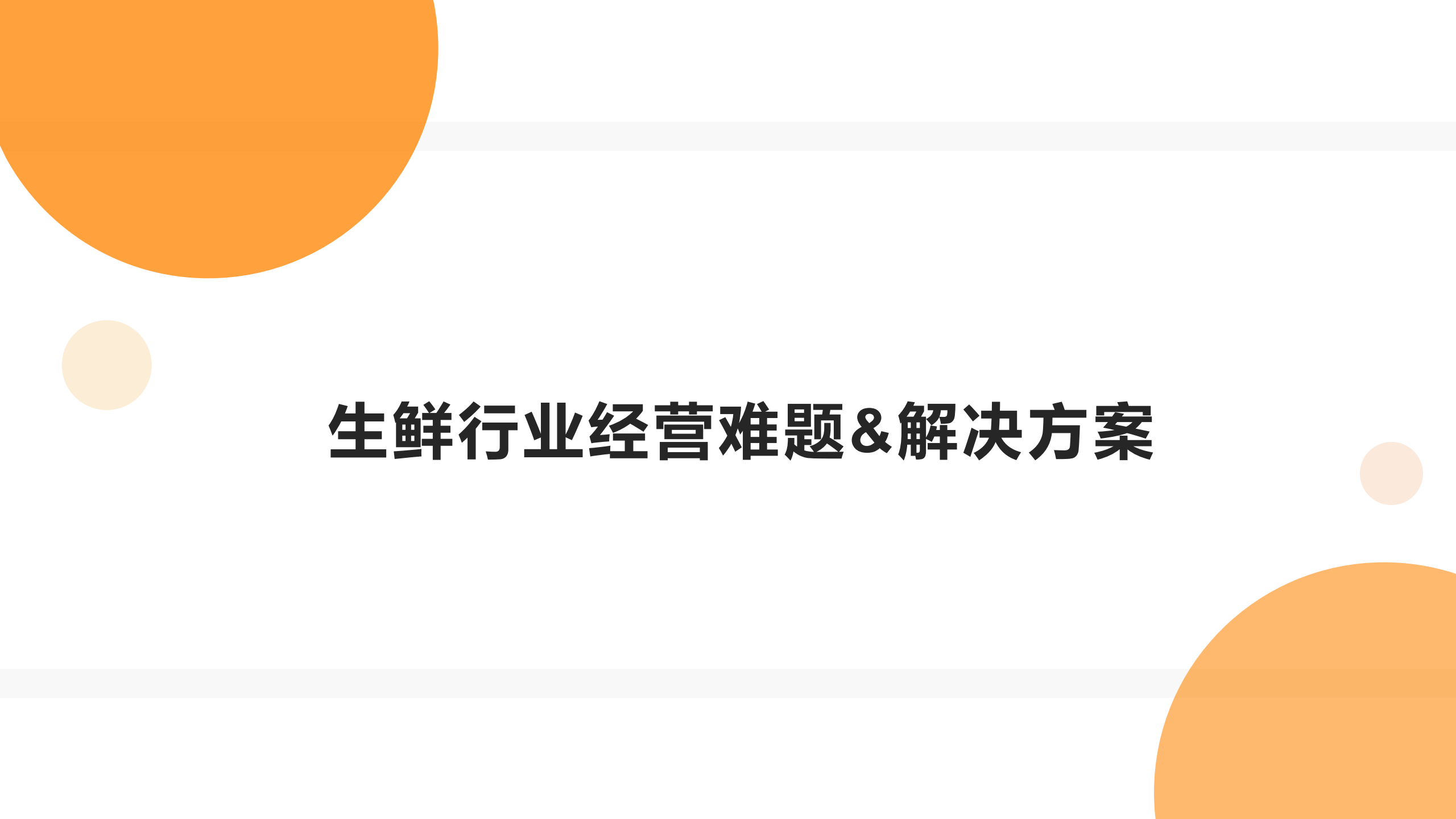
女性

- 社交媒介
- KOL/KOC种草
- 通过了解评价和产品周边知识帮助决策



银发族

- 产品比较信息
- 社群讨论
- 拼购类社交电商

The background features a large orange circle in the top-left corner, a smaller orange circle in the middle-left, and another large orange circle in the bottom-right corner. Two horizontal light gray lines are positioned above and below the central text.

生鲜行业经营难题&解决方案

生鲜行业经营难题

01

门店商品种类有限，难以
满足消费者更高需求

02

多种生鲜消费渠道和电商
平台共存，获客竞争大

03

生鲜产品易腐，不易保存，
库存积压易导致损失

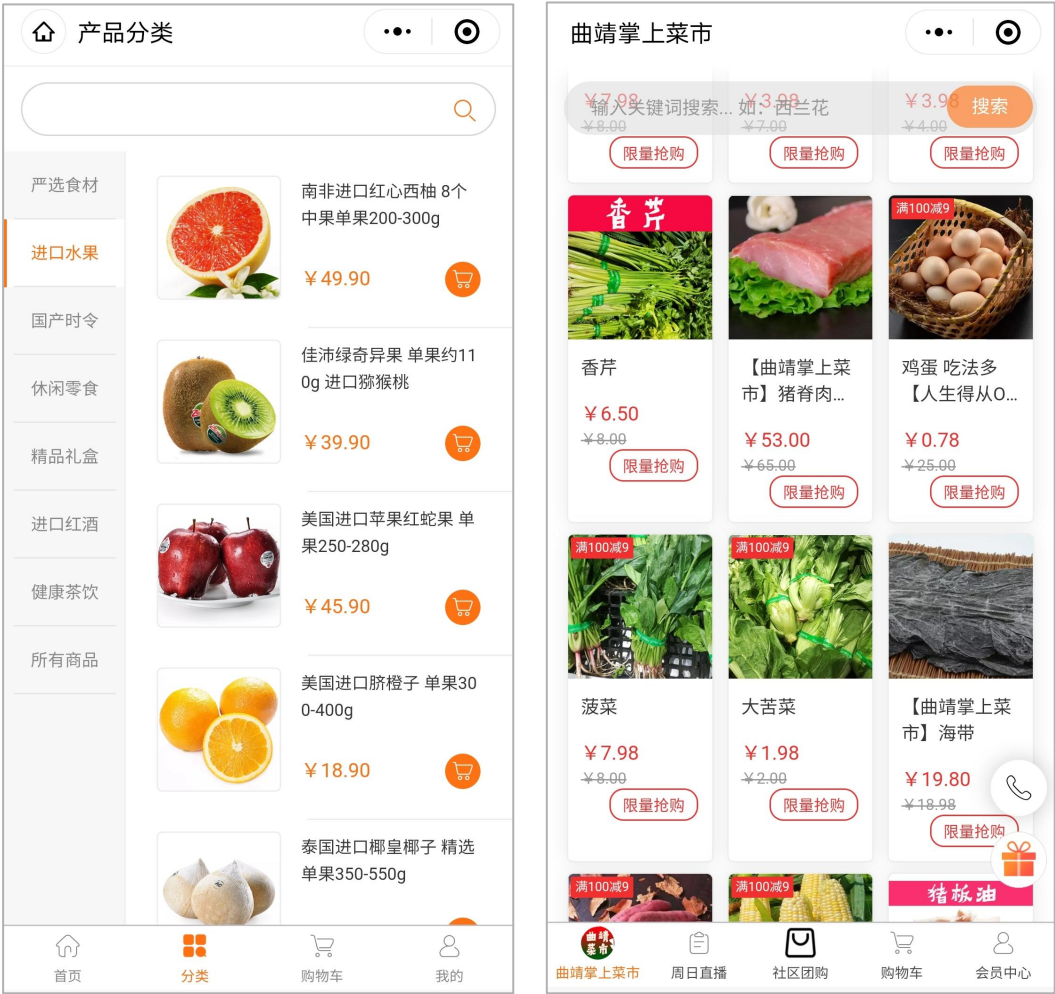
04

传统经销体系中，分销环
节多，层层加价，且周期
长，易造成商品变质

精美在线商城，展示丰富产品种类



丰富精美模板一键应用



10000+产品分类呈现，满足消费者多样化选购需求

生鲜行业经营难题

01

门店商品种类有限，难以
满足消费者更高需求

02

多种生鲜消费渠道和电商
平台共存，获客竞争大

03

生鲜产品易腐，不易保存，
库存积压易导致损失

04

传统经销体系中，分销环
节多，层层加价，且周期
长，易造成商品变质

多流量入口，多渠道获客

- 1 **一站三端**实现多流量入口：小程序商城+微商城+电脑商城
- 2 基于微信生态，微信小程序**60+流量入口**助力多渠道获客
- 3 链接**微信公众号**，进一步曝光商城



生鲜行业经营难题

01

门店商品种类有限，难以
满足消费者更高需求

02

多种生鲜消费渠道和电商
平台共存，获客竞争大

03

生鲜产品易腐，不易保存，
库存积压易导致损失

04

传统经销体系中，分销环
节多，层层加价，且周期
长，易造成商品变质

打造多种社交营销模式，助力快速、低成本获客

推广员



- ✓ 超低门槛，会员即推广员
- ✓ 利用生鲜顾客的社交属性进行精准推广
- ✓ 激励员工进行产品分享
- ✓ 生鲜行业匹配度高，尤其适合推广单价低、复购率高的商品



打造多种社交营销模式，助力快速、低成本获客

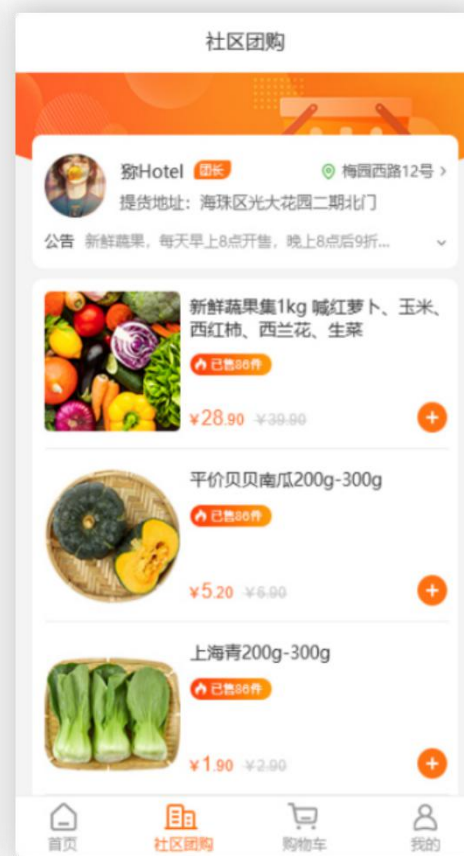
社区团购



- ✓ **招募团长**，有效拓展分销渠道。
- ✓ **团购预售**，以销定采，有效提高周转率，避免囤积压货。
- ✓ **微信群接龙**等丰富社交互动，助力收获忠实客户，带来高转化。
- ✓ **接单后统一发货给团长**，减少物流成本及商品流通环节。



首页



社区团购



商品详情页

多种配送方式，商城直接发货，减少商品流通损耗

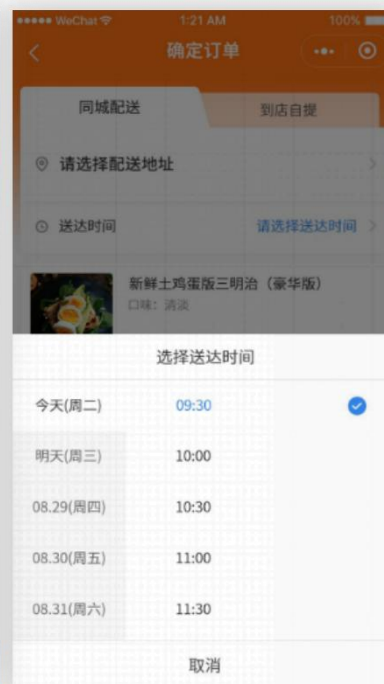
配送方式



- ✓ 同城配送：自定义配送范围和配送时段；
接入第三方配送平台免去配送困扰
- ✓ 到店自提：以门店为自提点，**降低配送成本，并引流到店**
- ✓ 快递发货：独立设置运费模板，实时追踪物流信息。



同城配送



到店自提



丰富社交互动，提升复购率



引导用户进入商城



培养用户登录商城的习惯



培养用户在商城消费的习惯

社群运营

直播、短视频

- ✓ 菜谱/视频，关联食材一键购买
- ✓ 食品原产地直播，提升信任感
- ✓ 导购直播推荐商品

会员留存

会员积分

- ✓ 积分商城换购
- ✓ 积分抵现
- ✓ 升级享会员折扣

商城营销

开展拼团、砍价活动

- ✓ 保持活动频率
- ✓ 线上线下活动同期进行
- ✓ 利用模板消息发布通知

案例：如何向生鲜行业客户介绍商城？

背景介绍 安心蔬果店位于一线城市一个小区周边，主要的客户群体为小区内的老年人以及上班族。店主发现，由于上班族下班回家的时候，店内可选商品已经比较少，而且许多人为了方便，都倾向于线上下单、送货上门，导致部分蔬果滞销并损耗。因此，店主希望能够通过开设线上商城，提高商城的销量。



经营难点

- ※ 店内可陈设商品比较少，无法满足消费者数量及种类的需求
- ※ 销量预估不准确，部分商品滞销
- ※ 单纯线下经营，对于消费者来说不方便

案例：如何向生鲜行业客户介绍商城？

经营难点

- ※ 店内可陈设商品比较少，无法满足消费者数量及种类的需求
- ※ 销量预估不准确，部分商品滞销
- ※ 单纯线下经营，对于消费者来说不方便

F（特征）

您好，根据您的情况，我们有一款产品“商城”非常适合您的需求，它是一款在线商城搭建工具，

A（优势）

有“电脑商城、手机商城和小程序商城”三个不同终端可以使用，里面还有丰富的生鲜行业模板，您不需要开发和设计，也能够拥有精美的在线商城，可以**在线售卖10万+的商品**。同时，里面还有丰富的营销功能，例如拼团、砍价、社区团长等，有效实现社交营销，通过社交链路带动商城销量。

B（好处）

您刚刚说店里存在商品滞销的问题，建议可以用我们的**社区团长**功能，开展团购活动，进行商品预售的。这样既可以帮助您预估商品的销量，以此来确定采购多少商品，也确保上班族有货可选；还能招募一些团长帮您宣传，带动销量。另外，商城是支持接入**第三方配送平台“达达”**的，平时您可以通过接入平台让骑手帮忙送货，对于那些比较忙的上班族来说，比较方便。

E（证据）

我这边有一个客户搭建案例，也是生鲜门店的，您可以看一下.....

The background features a light gray gradient with two horizontal white lines. There are four orange circles: a large one in the top-left, a medium one in the bottom-right, and two smaller ones on the left and right sides. The text is centered in a bold, black, sans-serif font.

总结：社交电商攻略

社交电商攻略



谢谢参与

