

综合辅导之社区电子商务和电子商务社区电子商务考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/546/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c40_546852.htm 社区电子商务，也可以说是社会化商务（Social Commerce），靠社区（社会化）用户的力量引导商务行为，靠消费者的口碑影响潜在消费者的购买决策。其表现形式为：消费者体验报告、产品评论、商家评论。其属性特质为：相对OPEN客观的平台，考|试/大依赖消费者贡献口碑内容，话题具有极强的商业属性，平台仍体现媒体属性。其商业模式为：品牌营销（广告和互动类活动）、贩卖精准导购流量及CPS。社会化商务（社区电子商务）这类模式也是从06年后才刚刚兴起，目前能够看到比较成熟的网站不多，国内有此雏形的如：豆瓣网、大众点评、唯伊网、易购网，当然还有一些依附商务关系的网站，这类模式目前在中国非常不成熟，也无非常固定的模式。全世界还没有非常成熟的样板，相比国外要好一些，可参考的对象如：kaboodle、yelp、thisnext、stylefeeder等，有千万美金并购的，也有拿VC的，在国外电子商务相对成熟，导购模式的收入也要比国内多很多。社会化商务平台是为电子商务企业做嫁衣，依赖于产业链的发展，国内的大环境还没有成气候，所以这类平台产生巨大的价值现阶段非常难，记得某投资说这方面的项目，依靠这些亏损企业的商业模式，也太不靠谱了吧。即便如此国内的现状就是做得好的社区不多，社区更够跟购物搭上关系的更少，考|试/大而并不是所有社区都有导购价值，话题不商业，就注定连这杯羹都分不到。社区归根结底还是个媒体，媒体赚得钱还是广告，无论广告模式

叫CPM、CPC、还是什么互动营销，导购其实它本质还是广告。再谈电子商务社区：电子商务社区=电子商务社区，电子商务是重心，电子商务与社区是同等的重量，但归根结底是如何能卖掉更多东西，社区的价值就体现在如何能够促进交易。所有的电子商务公司都期盼自己能有个不错的社区，无论它是以用户点评，还是搞个论坛，目的只有一个：销售。有社区的电子商务好处太多了：有流量了，转化购买的机会增多了；有信誉了，有人帮你吆喝，口碑就有了，陌生人也敢相信了；有忠诚度了，毕竟社区的粘性是强的，重复购买也增加了；好处还有不少改善服务、与用户互动、促销团购等活动有气氛，等等等等。问题是发展社区非常难，无论你是想维护老用户，还是扩张新市场，所有人都看到好处，考试/大同时也都朝这个方向发展，困难是有的，但这的确是件好事。目前能看到做的非常不错的电子商务社区也不多，如：篱笆网、红孩子、妆点网，每家的发家史都不一样，存在很多偶然因素，可能最开始只是做论坛、做资讯，最终的结果都是往B2C的方向上靠。我们会发现有社区基础的B2C潜力非常大。但真的肯大力投入做社区的B2C又有多少人敢呢？更多人只是停留在“计划”上。新现象：社区转型电子商务社区绝对不是终极模式，它一定需要商业的买单，得出的结论：娱乐化的社区靠向游戏，非娱乐化的靠向电子商务，广告现在成为越来越不靠谱的商业模式，当然我说的是你要做大。我相信未来会有更多社区类型的平台靠向电子商务，成为品牌厂商和经销商的渠道伙伴，在这个方向最有可能的，第一块也许是母婴领域，已经有人这么靠了，摇篮或是100test树，我想只是时间的问题。其他的领域也很多，据

说国内某顶尖时尚网站融了大把的美金，成立了电子商务部门，卖什么和怎么卖也可能只是时间问题。社区和电子商务只是一纸之隔，不是我捅破你，就是你捅破我，当B2C不满足于只有这么些流量时会考虑怎么涉足，而具有导购倾向的社区媒体不满足广告的天花板时，也会开拓新的商业模式。归根结底，商业发展到一定阶段，无论最开始是什么套路，最终大家都走到一个交叉口上，发现原来大家面对都是同样的市场。考试/大不过中国市场足够大，即使英国经济危机最为严重的国家，排名国内第十七位B2C公司，依然能创下8亿英镑的销售奇迹。别说什么经济危机的影响，淘宝如何让人心痛，大多数情况是怎么和自己较劲。作为社区，要考虑的是有效盈利的增长点，要不要靠向B2C，或者怎样有效的B2C合作，搞搞活动之类、CPS之类纯属扯淡，B2B2C是不是鸡肋的问题，也有专业人士深入讨论了。作为电子商务，要不要做社区（或与导购相关的社会化元素），怎么做社区，是个老大难的问题，有方式方法的问题，但最关键的还是态度问题。不管是哪件事，如果你规划是用10年把它做到极致，我相信哪件事肯定都成了。F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com