

今年,哈尔滨社区团购呈现出爆发式增长,团长们逐渐成长壮大,他们有的退掉了门市专营团购,有的联合社区商家线上赠券线下引流,有的在社区开团购直播

社区团购团长的“2.0时代”

□本报记者 万佳



社区团购的取货点。

今年,蓬勃发展的各大社区团购又添了一把火。伴随着团购平台的高速发展,作为整个社区团购环节中的重要端口,团长们在短短一年半的时间里经历了优胜劣汰。“胜出”的团长们为了不单纯依赖一两家电商平台,不断打破旧思维、适应新形势,改变着自己的经营思维。团长们有的一边线上经营,一边线下联合社区商铺,有的开始蹭直播热度,有的把自己定位成可以团购万物的“社区渠道”……

据天眼查数据显示,目前全国团购类企业约有300余家,大部分位于珠三角、长三角地区。社区团购平台既包括美团优选、多多买菜等几十个遍布全国的大品牌,也包括九佰街、呆萝卜等专注本土的地方团购平台。

轻资产团长

兑掉超市专营团购

松北恒大绿洲小区美团团长王炳硕,从最低一级团长上升到最高五级团长,只用了一个星期。“刚开始,我们小区做团长的人不少,不过大多数都没做起来,最后坚持下来的也就我和另外一个团长。”王炳硕说,一年下来,他每天平均订单量在二三百单左右,一共有3个用户群,总客户量在300人左右。

王炳硕最开始在小区内经营一家超市,每天在超市接收配送商品,再通知团员来取货。经营一段时间后,王炳硕发现团购业务上来了,超市业务却下来了。原因很简单,在网上买的东西比在实体店便宜,当然在网上买了。每个月撑着房租,还赚不了几个钱,王炳硕经过思考,果断放弃超市经营,专门做社区团购。

每天下午,王炳硕接到配送员电话后,会开着小货车到小区门口接货。“接到货后,马上通知团员来取。如果有人不在家或者暂时取不了,我一般送到家门口或者留存到团友回家再来取。”王炳硕说。

甩掉了房租的负担,王炳硕轻资产创业更加轻松。“为了留住团员,我把省下来的房租都投入到回馈客户身上。”王炳硕说,最开始想的办法是在团购群里发红包,赠送饮料、鸡蛋等实物,今年他采取线下互动等留住客户、拓展客户的方式,尝试把用户商业资源横向延伸。



团购物资送货中。



团长对团购团员提供的赠品。

从线上到线下

整合团购资源

电子消费券是王炳硕的办法之一。“我的客户,不管花多少钱买东西,只要复购达到一定次数,我就会发给他一个5元或10元电子代金券,他可以到小区附近指定商家抵消现金使用。”王炳硕说。

王炳硕的电子代金券都是自己跟小区附近门店一家家谈下来的。他说,每消费一笔,他定期负责核销返现,不仅能给商家引流,还能刺激团员在线上消费。消费者去实体店消费出示电子券时,也很可能给他带来更多新客户。这是一个双赢的好事,因此线下商家基本都很欢迎。麻辣烫、汉堡店、药店、烧烤店都是他的合作商家。虽然合作的商家只有这三四家,但他目前还不想拓展太多商家,主要原因是他的客户群体基数还不够,现在要做的是拓展更多客户。“让合作的商家得到利益,让客户得到实惠,我的作用就是搭建这个互惠共赢的桥梁,并从中赢得费用。”

“之所以这么做,就是为了更好地养熟客户资源,并为我所用,由此实现从线上到线下的跨界引流。”王炳硕说,这个想法是自己琢磨出来的。今年开始,已经有大约200个团员拿着电子券到实体店消费。王炳硕的月平均收入在6000元左右,这种收入水平在松北区团长中处于前10左右的水平。“去年一年赚的3万多基本都投入到团员身上,自己没留下啥。”王炳硕说,他想的不是眼前赚了多少钱,而是为了以后赚更多。

团购突然叫停

社区团过渡社群团

4月16日,因为疫情防控,哈尔滨全市范围内线上社区团购全部叫停。据不完全统计,仅美团团购一家,全市大约有二三百个社区团暂停业务,这就意味着二三百个团长背后,上万人的社区团购受到影响。

头天订购,第二天送到家门口,对于已经养成社区团购习惯的消费者来说,突然中断的配送意味着他们要另辟采购平台。

“90后”的小陆早在美团社区团购刚开始兴起时就加入了团长大军。与其他大部分团长一样,小陆在道里工程小区经营一家超市。“我对互联网比较熟悉,各种风向也都掌握,经过一段时间的观察,觉得传统超市跟社区团购相比,必然要向线上转型,所以在经营超市的同时,也兼做几个品牌的社区团购。”小陆说,在2年多的时间里,客户群基本固定在200人左右。

“经营团购群其实很有门道。许多人以为每天花点零碎时间收个货,通知团员来取货就行了。其实,并不是这样。”小陆说,每当有团员来取菜,就会推荐他们加入自己组建的社群里,群里会不定期发一些特惠商品信息,有时还会发一些红包回馈团员。

因为疫情防控,线上团购暂停,小陆的社群却活跃起来。“许多团员在群里总问我可不可以组织大家团购点牛奶、面包、蔬菜啥的。我本身经营超市,跟一些供应商也认识,所以就帮大家采购点生活日用品,而且价格也拿到最低。”小陆说,“那段时间,平均每天大约有十几单,不仅方便了社区居民,也让我积累下自己的客户资源。这让我更加看好社区团购的模式,不管有没有平台支持,只要用心,就能做好。”



大庆团购品牌九佰街的发货仓和物流车。

从本土团购到“社区直播”

团购升级2.0时代

“本地农家溜达笨鸡蛋8毛一个,豆油也是现榨的大豆油,这样的东西消费者吃着放心。”大庆本土团购品牌九佰街总经理王世林说,能得到当地市民青睐,最主要的原因就是优质低价。“我们是2019年4月进入社区团购‘赛道’的。许多大的团购平台供应商很多,同一品类的商品更多,仿品也多,而且生鲜类产品由于长途运输导致商品损耗,所以消费者体验好坏不一,相当影响平台口碑。所以我们以黑龙江出产的优质生鲜果蔬选为产品,侧重与本地农户、本地蔬菜批发市场以及各类商品的总代理合作,成本相对较低廉。借着全国社区团购电商的东风,成为服务20万个家庭的本土头部社区团购平台。”

“亲们,我们10:00在直播间秒杀,不要错过哦。”眼下,社区团购也蹭上了直播带货的热度,纷纷转战短视频平台。

“如果说把社区团购拉个群是团购的1.0,那么直播+团购就算是团购升级的2.0时代了。”哈尔滨抖音主播“乐姐”说,在直播间,通过分享二维码到朋友圈进行秒杀,而链接到朋友圈会带来更多同城流量。流量进入社群后,再通过分享直播链接进行二次宣传、扩散,这种私域流量传播矩阵是非常惊人的,尤其是在小县城等地域相对比较集中的地区。

前阵子,大庆九佰街社区开团购直播,近5个小时里,先后有58.5万人进入直播间,下单61004单,共销售大米35吨、豆角2吨、俄罗斯面粉14吨、茄子6吨、葡萄3吨、豆油3.5吨、白酒3吨、订单总额近90万元。这样的专场直播,每个月会进行两次。

“今年是抖音同城团购直播的红利年。”乐姐说,通过直播引流客户购买团购商品,会带来翻倍的流量和收入。前些日子,乐姐给哈尔滨一家宠物店做团购直播,为店铺带来3倍收入。

从今年年初,哈尔滨社区团购明显呈现爆发式增长,一方面,更多人选择这种无接触配送到家模式,另一方面,社区团购规模效应初显。经过去年的积累,各大品牌社区团购人气越来越旺,人脉也越来越广,销量越来越多,团员也更加认可这种模式,复购率很高。“居家配合防控的消费者对在生鲜采购的需求不断提升,未来还会延伸出更多新方式。”王炳硕说。

王炳硕说,当商家和客户量积累到一定程度后,客户间可以互相转化。如果一个客户连发3天朋友圈,那么他的邻居、朋友基本都会知道这个消费渠道,消费者通过比较发现,这个团比别人的团更优惠,就很有可能从别的团跳到这个团。王炳硕说,他的目标不是眼前的一个小区的客户,而是整合附近更多小区的客户资源,甚至是整个松北区的团购客户群。“我打算把今年一年的团长收入拿出来,吸引更多团员。”王炳硕说。