

淘璞合作模式要点阐述

为了让公司全体员工深刻理解淘璞商业模式和平台价值，现就核心要点做梳理阐释，以便在与商户合作过程中灵活应用：

一、商户与淘璞有哪些可以合作的方式？

1、使用淘璞和淘璞帮做门店生意

淘璞不同于传统的互联网平台或者电商，淘璞和淘璞帮 APP 是公司为婴童品牌的线下店做基于互联网的运营服务的专业化工具。商户使用淘璞和淘璞帮，可以获得淘璞提供的包括但不限于门店数字化运营、共享大礼包、人员导入和亲子活动等方面综合服务，让商户的生意更好、营销成本更低。

共享礼包提高转化典型案例（2018 年 1 月）：

宁波小精灵（北仑银泰城店）：34,545.3 元/月

欣诺教育（五角场万达店）：411,075 元/月

2、上线门店大礼包

淘璞共享大礼包上线坚持“实物为主，实物+服务为辅”原则，鼓励商户将店内的促销产品上线至平台吸引精准客户到店兑换和体验，共享到平台上的大礼包额价值越高对消费者的吸引力就越大，会员到店后转化成实际销售的概率就越大。

3、导流收费

目前淘璞上线品牌中早教培训类的商户比较多且对导流有较大的诉求，针对这些商户可以通过微信推文、淘璞亲子活动 APP 呈现、新媒体影响力矩阵联合推广等方式为商户导流：

视商户情况不同按提供名单收费，50-150 元/人；若商户要求按到店收费的，则按 150-450 元/人。每个运营人员负责的商户中，按到店人头收费的比例不得高于总的导流收费门店数的 5%。

淘璞只提供客户主动报名的名单，绝不掺假，以思明堂导流为例，我们提供名单的到店率达 67%，平均到店率超过 30%。

4、参加亲子活动

淘璞亲子活动分大中型亲子活动（20-30 个以上品牌参加，一般在周末或者节假日举行）、淘璞快闪店以及淘璞联合有关部门（团市委、市妇联、市民政局等）举办的亲子活动。

1）大中型亲子活动：服务类商户不低于 5000 元/场，消费品类

商户不低于 3000 元/场

2) 淘璞快闪店：服务类商户不低于 6000 元/场，消费品类商户不低于 10000 元/场。

3) 淘璞联合活动：视情况灵活定价。

全体员工要充分利用可以利用的机会建立并不断丰富完善淘璞品牌库，根据不同主题的亲子活动和区域，吸纳差异化的商户参与到淘璞各种形式的活动中来；

要深入挖掘商户的业务和特色，争取做到每次亲子活动都可以让商户把他们最具特色的内容呈现出来，同时会做好商户间产品和服务内容的有机结合和互动。

为了提升淘璞亲子活动对 C 端客户的吸引力，我们要最大程度的规避商户参加亲子活动仅是为了简单的送小礼品吸粉的情形出现。

5、其他合作

公司及管理团队，尤其是创始人丰富的人脉资源和产业资源可以为商户带来的其他增值服务。

二、淘璞有什么价值可以吸引商户合作？

1、使用淘璞和淘璞帮作为运营工具

1) 实现了零成本的品牌门店、品牌、产品及营销活动的展示推广、亲子活动的发布等，提高了实体渠道的信息化水平；

2) 商户通过淘璞做门店的生意，可以让消费者免费领取淘璞平台上其他商户共享上来的大礼包，提高门店的客户成交率，同时也间接降低了门店的促销成本；

3) 淘璞对免收交易佣金的门店，更是实现了交易手续费的减免，取代了商户收银台的功能，降低商户门店的管理成本；

减免交易手续费典型案例（2018 年 1 月）：

欣诺教育（五角场万达店）：节省交易佣金 2466.45 元/月

4) 淘璞帮支持导购员的移动端订单管理，可以实现对门店产品的灵活定价，专属二维码发展新会员可获 5 元奖励，服务通过淘璞完成的订单可获得 0.5-1%的提成；

典型案例，导购员收入提高，绩效管理便捷

消费品门店导购员每月增收可超过 800 元；

服务类门店导购员每月增收可超过 2000 元；

5) 导购员发展的会员视同门店老板发展，该会员在一定时期内（一般自会员发展上线之日起两年）通过淘璞购买其他商户的产品和服务，该门店老板可获得相应交易额千分之三的佣金分成。

2、大礼包

淘璞把分散于不同业态、品牌和门店的促销品集中于淘璞展示和分发，不仅增加了商户促销品的曝光度，也让商户有机会分享其他商户的促销品，让进店的客人可以获得更多的增值产品和服务，有效提升提高门店的成单率，也在一定程度上减少单店的促销品储备，降低单店促销成本；

客户通过淘璞购买某商户的产品和服务后，获得领取其他门店的产品和服务的机会，实现了对其他门店的精准流量导入：

1) 若消费者选择到店自提大礼包：实现了人员真实到店并产生二次交易的机会；

2) 若消费者选择快递获取大礼包：大礼包提供方可获得消费者的精准个人信息，包括姓名，联系方式和地址等

3、亲子活动

淘璞的亲子活动人气旺旺，可以让商户现场发展很多精准会员，商户参加淘璞亲子活动比他们自己组织活动成本大幅降低，淘璞亲子活动可以大幅提高品牌的曝光度和影响力

典型亲子活动：“与爱童行——公益亲子嘉年华”：

参与家庭：2200 余组

参与商户：28 家

媒体报道：10 余家（包括搜狐网、腾讯大申网、中国婴童网等互联网媒体；杨浦时报等纸媒；哈哈少儿等电视媒体；青春上海、静安新青年等公众号媒体）

参与义卖：约 40 组儿童家庭以及 19 家企业

4、导流推广

淘璞公众号、淘璞童视界、淘璞新浪微博和青春上海、萌动上海、小邻通、腾讯大申网、静安新青年、青春长宁、缘聚五角场、青春杨浦等新媒体影响力矩阵，粉丝数 500 万+，可以为商户带去精准的流量，列举淘璞影响力矩阵的粉丝量和影响力

典型案例：商户精准导流效果，只要内容好，报名人数多，到店率和转化率高

平均报名人数：158，**重复报名率：**30%

汪正摄影：300+，**懒虎亲子嘉年华：**200+，**东方童画：**180+

上海淘璞电子商务有限公司

2018 年 2 月 23 日