

校园跳蚤市场微信平台案例研究

王 祎, 曹天歌, 敖丽平

(南京审计大学 公共经济学院, 江苏 南京 211815)

[摘要] 校园跳蚤市场是校园文化的一种表现形式。现如今, 跳蚤市场在各高校内屡见不鲜, 学习资料和生活耐用品成为二手市场销售的主打。现以南京审计大学校园跳蚤市场的大学生创新创业实践为背景, 对校园跳蚤市场在微信平台上的宣传策划进行研究。实现书籍及物品资源的充分利用, 增强同学们的环保、节约意识。共建资源节约型和环境友好型社会。

[关键词] 跳蚤市场; 微信平台; 校园文化

[DOI] 10.13939/j.cnki.zgsc.2017.01.110

为了丰富校园文化, 为校内发展势头强劲的二手交易市场提供成熟、符合时代潮流的发展模式, 南京审计大学的大学生创新创业小组多次举办了校园跳蚤市场的校内不同规模的实体活动。同时也结合一系列线上活动与实体活动相结合的模式, 利用二手交易 App 开展南京审计大学范围内跳蚤市场活动。由于微信平台在各大平台中的竞争力较强, 且拥有了广泛的使用人群, 我们也发现了这一个新的营销渠道。这一平台已被大学生们所熟悉。将发展势头强劲的线上营销——微信作为服务的途径, 在当前针对大学生的线上二手交易市场处于萌芽的情况下, 具有先发优势。我们对微信公众号的后台运作进行了探索 and 了解, 同时在校内对跳蚤市场的潜在市场和需求进行实地调查, 总结了同学们关于校园二手平台的建议和期待, 并制定了相应的微信营销的策划方案, 进行了相关运营操作。

1 高校传统跳蚤市场

传统的二手交易市场, 又被称为跳蚤市场, 最早是欧美等西方国家对旧货地摊市场的别称。由一个个地摊摊位组成, 市场规模大小不等, 专门用来集中出售旧物品以及闲置的物品。这个市场上各种物品种类丰富, 而且价格便宜。这种模式都是买家与卖家面对面的线下交易, 是传统的交易模式。没有统一规范化的管理和运作是传统二手交易市场存在的主要问题之一。买家必须在规定时间内和场所才能够买到物品, 而且寻找想要购买的物品也存在较大困难, 花费大量时间、体力和空间。

而在中国的高校, 对学生这种收入不多, 又倾向于冲动消费的群体来说, 对二手物品的买卖需求都很旺盛, 而在中国高校的二手市场, 仍以传统跳蚤市场为主, 这种需要专门的场地、人力的形式给大学生带来了极大不便, 且因管理不便, 容易扰乱校园环境 and 秩序。

2 微信平台的特点研究

2.1 微信平台的特点

微信社交平台是一种用户多而广, 营销范围广且成本较低实体线上营销极低的一种线上营销模式。微信商业化主要是“微店”“微信公众平台”这两种模式。微信公众平台是微信功能的扩展, 是一种基础性应用。人们日常生活服务与 O2O 商业模式的结合, 已让人们尝到了互联网时代的甜头, 然而还有很多 O2O 模式可以运用的领域尚未被涉足, 其潜

在价值有待进一步开发, 因此, 还有较大的发展空间等待人们探索。而作为极具黏性的移动端应用, 微信的应用领域逐渐在扩大, 目前已经扩展到营销、物流、支付、理财等领域, 人们不仅用微信进行社交, 而且可以在此平台订酒店、购物、在线支付等, 极大地便利了人们的生活。

由此可见, 微信具有相当大的影响力和发展潜力, 尤其在微信使用率极高的大学生群体中, 微信扮演着一个不可或缺的角色, 微信具有很强的应用性和传播性, 也是现代营销的流行趋势之一。

2.2 微信校园二手平台发展优势

通过这种微信平台与二手交易市场相结合, 有以下几方面突出优势: ①不需要特殊的场地和专门的时间进行二手买卖, 便可以随时随地线上淘商品, 交易频率和交易效率大大提高; ②运营成本和交易成本较低, 微信软件上各功能的使用是免费使用的; ③不需要为这种交易额外注册新的账号, 只用自己的微信号绑定即可, 省去了不必要的麻烦, 较易接受; ④与传统二手交易市场相比, 微信二手平台更加规范合理, 物品不受场地限制而更加丰富多样, 使资源利用效率也大大提升。

这些对学生来讲, 都具有巨大吸引力。

3 微信二手平台介绍

3.1 微信校园二手平台发展现状

腾讯智库发布的最新 2016 微信影响力报告显示, 迄今为止, 微信公众号的数量已超过 1000 万, 月活跃用户达到 7 亿, 94% 的用户每天登录微信; 61% 的用户每天打开微信超 10 次, 每天超过 30 次的重度用户占 36%, 与 2015 年相比, 用户微信使用频率明显提高, 32% 的用户每天使用微信超过 2 小时, 微信具有较强用户黏性。关于校园二手交易的公众号也如雨后春笋。在微信公众账号搜索栏输入关键字“校园二手”, 便可显示出不计其数的公众账号, 其中有不少是以学校为主体的, 例如“pp 校园二手”“起航校园二手交易平台”“校园二手街”“校园二手交易格子铺”“校园二手淘”等。以南京审计大学自创的“南审易客”为例, 卖家可以将自己想出售的二手物品发布到后台, 再统一进行信息发布。后台将每个商品进行编号, 买家在浏览商品时若想购买可回复商品编号, 从而进入与卖家聊天页面与卖家直接交流商品信息及价格。以微信平台运营的校园二手市场, 操作简单、方便、快捷, 若交易双方在同校, 则可以进行当

面交易,避免了网购的不确定性。若不能当面交易也可以通过快递运送。

3.2 对二手交易平台的需求调查与分析

3.2.1 调查背景

(1) 调查时间:2016年9月28日。

(2) 调查范围:南京审计大学。

(3) 调查对象:南京审计大学全体在校大学生和部分老师。

(4) 问卷发放:这次调查总共发放350份问卷,包括纸质的和电子的,回收300份,其中有效问卷的份数为283份。调查学生对象在一大和四大之间合理分配,具有较大可信度。

3.2.2 调查情况分析

我们对每天微信使用时间、使用微信用途、闲置物品种类及数量、闲置物品处理方式、对校园二手市场的期望等方面展开调查。

(1) 微信使用时长分析:在283名有效调查对象中,有141个人平时使用微信的时间小于1小时,92个人使用微信的时间在1~3小时,有50个人使用微信的时间超过3小时。

(2) 闲置物品处理方式分析。可以看出有12%的人会将闲置物品放到跳蚤市场上转卖,有15%的人会将闲置物品送人,有40%的人选择将闲置物品任其闲置,19%的人选择将其放到社交账号上处理,这些社交软件可能是微博、闲鱼、人人、课程格子等。还有14%的人是通过其他手段处理闲置物品,通过对调查的分析可以看出,传统的校园跳蚤市场存在很大不足。

4 微信公众平台的具体实施

4.1 微信二手平台在校园的宣传

我们在同学集中的地方如食堂和教学楼贴发海报和传单宣传我们跳蚤市场在学校这一新型模式,引起了同学极大兴趣,并在海报和传单上印上我们的二维码,现场活动时准备小奖品送给“扫一扫”的同学。通过各种方法增添我们微信公众号的“粉丝”。之后举办校园跳蚤市场实体活动,目的是为了吸引更多的群众,通过参与或围观参与到我们当中,并顺便宣传微信公众号,让他们体会微信平台在二手市场交易的便利性。

4.2 微信二手交易平台的设计

为落实跳蚤市场O2O模式在微信平台的应用,我们在初期申请微信公众号前首先构思了微信公众号的运营模式。由于为了方便客户使用,我们设置了两个按钮:库存商品、跟易客向导。库存向导下面有几个子栏目分别是:易购总览、杂货、书籍、衣物箱包、电子产品、日化、美食。易客向导又有两个入口:买家入口和卖家入口用户可以通过入口进入。

我们还会进一步添加注册功能,然后搭建一个H5页面在上面会有具体商品的详细信息;在这个界面上卖家与买家可以实时交流,信息会通过我们后台中转以微信消息的形式转发给卖家或买家。双方可以就商品价格跟其他商品信息做进一步的讨论。同时还会在页面上添加支付接口,用户可以在界面上直接完成支付。后台方面我们会建立注册用户数据库,储存用户身份信息跟账户密码内容;后期我们计划在后台记录用户的浏览习惯跟消费习惯;同时根据用户地理信息及身份特征,对其精准地投放广告。进一步地根据不同买家及卖家的身份特征对其进行匹配,将在往后推出关注功能,买家或卖家可以关注对方,当买家有新的需求或者卖家有新的产品的时候,双方可以迅速匹配。

在即将推出的关键字搜索功能中,排名规则由客户选择可以按同校优先、同城优先、免邮优先、低价优先等。并且把控卖家信息,对于卖家上传的商品信息进行人工审核,筛选出不合法律法规的照片信息及明显失实的商品描述。对于跨校、跨城市的买卖行为,我们将会和快递公司合作在装箱前拍照作为,留下证据。同时对于买家举报的卖家商品存在的问题,后台进行认真审核。我们也会给买家评价卖家的权利,建立用户信用信息管理系统。

5 结论

将微信二手交易平台和校园传统的跳蚤市场结合起来,充分发挥微信的线上实时交易方便快捷的优势,同时弥补了线下跳蚤市场的效率低、管理不善等固有缺陷。微信可为闲置物品的有效利用提供一个方便的平台,使得闲置物品使用价值最大化,使跳蚤市场“活”起来,“火”起来。

参考文献:

- [1] 宋媛,张大成,孙理,等.基于微信二手交易平台的搭建与运作[J].合肥学院学报,2015(32).
- [2] 赵杨.探析“微信”应用对网络社交的深刻影响[J].科技创业月刊,2014(4):15-17.
- [3] 卢卢霞,贺洪花.大数据时代下“微信公众平台”发展的机遇与挑战[J].新闻传播,2014(5):210-212.
- [4] 盛伟芳.校园微信公众平台运营策略研究[J].剑南文学:经典教苑,2013(2):318-319.
- [5] 陈威如,余卓轩.平台战略:正在席卷全球的商业模式革命[M].北京:中信出版社,2013.
- [6] 马红春.O2O电子商务模式在我国的应用现状分析[J].科技视界,2012(9).
- [7] 殷洪艳.微信用户的使用与满足研究[D].郑州:郑州大学,2013.

【基金项目】获得“大学生创新创业训练计划项目”资助(项目编号:201511287014Z)。