

在流量的“加持”下,各种群已经成为捕猎场,不知情的群成员被引进围场,再供付费群成员选择和诱导。在这个灰色猎场里,有人进行普通的营销推广、有人却进行违法犯罪活动,并轻易获客。“一鱼多吃”的背后,风险一触即发。

电商流量变现灰产调查

新金融记者 宁广靖

“对电商平台而言,什么最重要?流量。除了自然流量外,总得有人主动把流量送到电商平台上来。”一位网购平台卖家对新金融记者表示。

事实上,自从有了电商,电商对于流量的渴望一刻也没有停止过。甚至在某些时候,流量优势还能成为平台竞争的胜负手。为了留住商家,电商平台尽力把源源不断的新鲜流量引入商家。但电商平台自己的流量也是有限的,并不是所有的商家都有机会享受到流量的滋润,于是,“推广联盟”产生了。简单来说就是有流量的人帮平台推广,帮商家带货。

早期,很多电商平台靠“推广联盟”积累了大量的用户,也完成了原始积累。后来,越来越多的平台争相模仿这种引流模式,以至于越来越多的流量主涌入这一市场。引人、建群、推广……当台面之下的套路变得越发透明时,流量主开始了开枝散叶、发展下线、卖群变现之路。

建群

新金融记者从多位流量推广员处了解到,目前主要有两种拉人建群的方式。第一种是通过推广渠道平台的专属大额优惠券。优惠券实际上来自于经济学里面一个比较典型的现象,叫“价格歧视”。就是商家针对不同的用户,对相同的服务和商品采用了不同的定价策略,这样平台就可以最大化自己的收益。

“商家会给推广者一些高额的渠道专属优惠券。比如说20元成本的东西,市场价格标到35元,平台给推广者10元的券,推广者推广1单就可以赚5元。如果消费者从推广者渠道买的话,1单商品的价格就是25元,如果直接在电商平台买,1单的价格就是35元。”一位商家直言,

这些推广者会利用一些灰黑色的渠道,搞到大量的手机号群发短信,还有的通过一些半欺骗的诱饵,把人吸引到他们的个人账户上,有的甚至直接就在购物网站的评论区留下个人微信号或QQ号。待目标客户加上QQ或者微信后,推广者会把他们拉进所谓的内部微信、QQ优惠券群,每天定时发放优惠券。

第二种模式是购物返利,在这种业务模式下,用户从推广者那里下单获得返利。“针对这些需求,有人专门研发对应的QQ、微信、微博机器人等自动化的发券和返利工具。有人做商品选品的网站,还有人专门给商家对接这种工具方或者推广方,赚取佣金差。红利期,不少人获利不菲,这背后其实是一条完整的产业链。”一位流量推广者表示。

在流量开拓初期,上述两种方式能很快聚集大量流量。但并不是所有的商家都愿意去做这种推广预算。由于返利多的产品大都

比较便宜,于是就有了现在流行的第三种玩法,批量的进行低成本内容洗稿引流。

最早在微博上,总有所谓的白菜号广告投放。现在,专业玩家与时俱进,开始在短视频平台批量注册账号,然后用极低的成本盗取别人的视频、文字,用一些特定的方法进行流水线式的产出。据了解,一个人每天的产量可能高达数百个内容。他们通过这些低成本内容吸引流量。

变现

随着越来越多竞争者的进入,“传统”流量推广业务的盈利变薄,推广者开始招收学员、开枝散叶。新金融记者在几个流量推广群里均看到招收学员的广告。一位靠视频“教学”的推广者告诉记者,给平台做流量推广不太好做了,他目前的主要“业务”是收学员以及卖群。

“微信群、QQ群都有,三五百的也有、几十块钱一个群的也有,价格没有标准,只要买卖双方两人谈好了就行。群主300元一个。”一位卖号的推广者告诉新金融记者,QQ群要比微信群贵,行情好的时候一个月能卖几十个群。有时候,也会租群。

一般情况下,出租的群都是人数较多的大群,客户租群的目的主要是为了投放广告,因此出租的群也被称为“广告位”。因为是网购流量群,所以租用群的客户多是电商商家。他们不仅需要支付进群的费用,还要不断按时支付“租金”,以保证不被踢出群。

从前述卖号的推广者给新金融记者发来的报价单显示,30元可租6个群,限时1个月;50元可租10个群,限时1个季度;100元可租20个群,限时半年。付款进群后会进入一个白名单,进入白名单,发广告就不会被踢出去。据该推广者表示,租群业务一个月给他带来近万元的收入。

卖号原本是流量推广者的“副业”,但由于收入可观,一些推广者开始“养号”。“养出来的号一般都是掺水的。有时候为了填充群人数,推广者将自己的小号邀请进群。为了造成紧迫感,500人群拉人最好拉到480人左右,这样能够吸引更多的QQ用户加入。随着真号的不断加入,推广者就逐渐地把自己的小号替换掉。”一位群卖家告诉记者。

在流量的“加持”下,各种群已经成为捕猎场,不知情的群成员被引进围场,再供付费群成员选择和诱导。在这个灰色猎场里,有人进行普通的营销推广、有人却进行违法犯罪活动,并轻易获客。“一鱼多吃”的背后,风险一触即发。



制图 曹磊