

我们熟知的三种团长

□ 整理 | 张燕姿 非虫 制图 | 刘绮黎

2022年上海疫情期间，常规市场供应体系受到很大影响，上海团长突破物流困境，为邻里打通购买渠道，成为了这个春天注定被记住的人。根据 ShanghaiWOW 5月4日发布的《2022上海团长白皮书》（下称《白皮书》）来看，疫情期间上海共有13万个保供型团长，负责团购蔬菜肉蛋、米面粮油等保供型物资，另有65万个改善型团长，为居民团购牛排海鲜、面包乳饮等改善物资。这些近在身边、远在云端的上海团长熟悉又陌生，他们似是相同，实有不同。

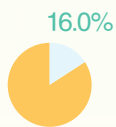
我们熟知的上海团长有三种。



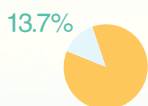
第一种：短期团长

他们来自不同行业，临时成“团”。起步多源于自身需求。往往凭借自身人脉、资源完成物资团购。

《白皮书》显示，超过89.1%的上海团长有本职工作



其中贸易、消费、制造行业和服务、销售行业最多，各类各占占比16.0%



广告、媒体行业位居第三，占比13.7%

这些人构成了短期团长的主力。短期团团长对接供应链为品牌商或零售商，管理模式也相对简单。

其下一环的楼组团长一般由团长的朋友、闺蜜、哥们负责，团购群多在小区业主群中组建，各团团长通过“团长发起群接龙→购买者支付截图→团长到货通知分发”的模式完成短期团购管理。



第二种：长期团长

在疫情中后期更为常见。团购成为团长的“固定职业”，“长期稳定、有固定客群”是其主要特征。与短期团相比，长期团的优势明显，团长对接供应链多为各大团购平台，在平台可拥有3000人以上固定且热衷于团购的精准用户，群组运营管理也更为精细且专业化。

长期团的团购群，由团长发起建群，运营注重客户分群管理，依据不同需求将团购群划分为“N+购物大群”“临时成团群”“VIP客户群”等不同群组。

“N+购物大群”管理简单，仅负责发起开团，满足资源对接服务

“临时成团群”为单次团购群，交付团购物资后即解散，满足单次团购需求

“VIP客户群”则面向长期客户组建，主要为客户提供开团服务，每天根据不同客户需求发起6次团购，每次团购数量多，群内管理也更侧重于客户服务



#接龙
各位邻居接龙请备注楼号
室号~

1. 土豆+小葱 xxx