

成都商城三级分销模式|三级分销商城系统网站建设

产品名称	成都商城三级分销模式 三级分销商城系统网站建设
公司名称	西安云英网络科技有限公司
价格	950.00/套
规格参数	品牌:云英软件 类型:三级分销软件 产地:西安
公司地址	西安市莲湖区未央路12号世纪金园
联系电话	029-86292197 18392666843

产品详情

成都商城三级分销模式|三级分销商城系统网站建设

西安云英网络科技有限公司) 专注商城系统及电商PP开发, 为企业级商家提供零售商城、B2B2C多用户商城系统、三级分销商城开发、三级分销系统网站、小程序商城、社区团购系统等多端商城及电子商务行业解决方案.

三级分销系统开发制作

分销模式就是任何一种销售模式。在西方经济学中, 分销的含义是建立销售渠道的意思, 即产品通过一定渠道销售给消费者。亦即分销是产品由生产地点向销售地点运动的过程, 产品必须通过某一种分销方式才能到达消费者手中。

根据著名的营销大师菲利普·科特勒的定义, 分销渠道是指某种商品或服务从生产者向消费者转移的过程中, 取得这种商品或服务的所有权或帮助所有权转移的所有企业和个人。但是, 它不包括供应商、辅助商等。

基本介绍

分销模式, 流通模式的一种: 即制造商通过分销商(代理/经销商)将产品辐射至各零售网点。它体现了厂商专业化分工的特征。

与直营相比, 分销模式投入较少、效率较高, 对制造商自身人力资源及管理能力的要求较低, 因此更具适用性和普遍性。国内家电、手机、快速消费品等产业领域的厂家, 真正做直营的并不多, 大部分采取了“直营+分销”的模式, 而且其中分销所占的比例较大。

尽管从宏观角度看, 随着上游制造业整合和下游零售业整合, 分销的生存空间趋于减小, 但就国内市场

而言，它在相当长的时间内(至少5年)仍是一种主流流通模式。做出这个判断并不难，只要深刻理解国内市场“幅员辽阔，内部差异大，纵向层次多”的主要特性即可。国内市场上，许多企业的渠道结构虽同属“分销”，但具体形态是有很大差异的。下面对它们的产生缘由、特征和利弊等进行辨析。

常见分类

分销类型分为大分销和小分销

分销之大小，主要是依据厂家许可分销商从事代理或经销活动的区域范围而定。区域范围较大——一般来说存在省级及省级以上分销商——可称作大分销；反之，则称为小分销(设立地级及地级以下分销商)。

大分销模式下，渠道窄而长，常常存在二级乃至更多级别的分销商。对厂家来说，大分销模式的主要有利之处是：充分利用社会资源，减少管理成本和销售费用，获得较高的销售效率。其问题在于：难以激发渠道能量，销售被渠道结构所束缚，市场做不深、做不细。反之，小分销模式下的渠道结构宽而短(又称扁平化)，且对区域市场进行了空间细分，可以通过密集分布的“毛细血管”将产品流往每一个市场层次和每一个市场角落。

大分销的销售动力，往往来自于产品及品牌本身(沿渠道而下，一泻千里)，渠道助力或渠道加速功能相对较少，而在小分销状况下，渠道会对产品“水流”产生强大的推力(分销强劲，牵引上游)。

目前，国内采取大分销模式的，通常是两类企业：一是本土中小企业，二是外资企业。他们的共同特点是自身无心或无力驾驭密集式的渠道体系。因为渠道密集意味着企业内部销售人员众多，管理难度较大。

本土中小企业这么做是一种无奈，它们的销售必然受制于渠道。而外资企业则是权衡利弊后的理性选择：

首先，由于外资企业品牌力、产品力较强，因此对渠道的依赖性较弱，对渠道管理的要求可以相对宽松一些——凡消费者指认程度高的产品，尽管也有渠道冲突(窜货、乱价)，但这些冲突对渠道体系的负面影响较小。

其次，外资企业产品附加值较大，能够容纳多个流通层级。也就是说，它虽然有多级渠道，但各层都能吃上饱饭。

再次，对于管理庞大的销售团队：外资企业深感艰难，轻易不敢尝试。这是个极为现实的问题。近年来，也有一些外资企业借鉴本土企业深度分销的做法，但由于企业文化的整合程度低，管理跟不上，结果费用陡增，效益下降，业务团队的道德风险大到企业几乎不能承受的地步。

除以上几方面因素外，部分外资企业谈判力较强，对“被分销大户所制”的顾忌较少，另外恪守厂商分工、营销销售分离原则，也是其选择大分销模式的重要原因。

分销模式分类

分销模式主要分为代理或者经销商模式、直营模式、寄售模式。

功能

分销渠道的基本功能是实现产品从生产商向消费者的转移。但同时也有其他方面的功能。分销渠道的功能主要有：

- 1.调查研究：是指分销渠道的部分成员收集、整理有关当前消费者与潜在消费者、直接竞争者、替代品竞争者、其他参与者及营销环境其他方面的信息，并及时向分销渠道内的其他成员传递相关信息，实现渠道内的信息共享。
- 2.促销：渠道成员可以在厂家的支持下，通过各种促销手段，以对消费者有吸引力的形式，把产品或服务的有关信息传递给消费者，激发消费者的消费欲望，促成交易成功。比如新产品展示会、季节性促销活动等各种方式。
- 3.谈判：该功能是指分销渠道的成员之间，为了转移货物的所有权，而就其价格及其他有关条件，通过谈判达成最后协议。
- 4.编配：该功能是指分销渠道的成员按照买方要求分类整理商品，如按产品相关性分类组合，改变包装大小、分级摆设等。
- 5.订货：该功能是指分销渠道成员向生产商进行有购买意向的反向沟通行为。
- 6.物流：是指产品从下线起，就进入了分销过程，此时，分销渠道要承担产品实体的运输和储存功能。
- 7.融资：该功能是指分销渠道成员收集并分配资金，用以支付渠道工作所需费用，包括：分销渠道的建设、运转、职工工资支付、渠道成员之间贷款划转、消费信贷实施等等。
- 8.风险承担：分销渠道各成员在分享利益的同时，还要共同承担由商品销售、市场波动等各种不可控因素所带来的各种风险。

总之，渠道在当今的市场竞争中发挥越来越多的功能，这些功能具体由哪个渠道成员来执行，需要根据实际情况来定。当生产商执行这些功能时，生产商的成本增加，其产品价格也必然上升；当中间商执行这些功能时，生产商的费用和价格下降了，但中间商必须增加开支，来承担这部分费用。

三级分销返利模式

微信三级返利系统，是基于微信公众平台上的三级分销模式。是在微信营销的网络经济时代企业营销模式的一种创新。是伴随着微信营销的火热而兴起的一种网络营销方式。西安云英科技有限公司目前除了微信端，也可开发APP以及PC端的三级分销系统。

三级分销系统模式一般玩法：

假设你是A，购买任意一款产品，即成为分销商，系统将自动形成你的会员中心、小店即专属二维码。

分享你的专属二维码出去后，B通过扫描二维码关注，并购买了价值157的产品，A将获得B的18%即 $157 * 18\% = 28.26$ 元。

与此同时，系统也将自动形成B的会员中心、小店即专属二维码。C通过B扫描二维码购买同样的此产品，B可得28.26元，A可得C的8%即 $157 * 8\% = 12.56$ 元。

以此类推，D通过C购买产品，C得18%，B得8%，A的4%。

以上就是三级分销系统的常规模式，一般就是三级。这是一种裂变的模式，相对于微商而言：投入成本低、不需囤货、一件代发、零风险。

想定制开发各类系统模式，请联系西安云英网云英有限公司。