

微三云实体店共享消费积分联盟广告生态模式特色

产品名称	微三云实体店共享消费积分联盟广告生态模式特色
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

微三云实体店共享消费积分联盟广告生态模式特色

导读：区/块/链是广告技术生态圈的新王者,其前瞻性技术现今正被显著地引入到广告技术领域当中。

从根本上来说，区/块/链是一种安全加密的去中心化的分布式记账系统，每个参与成员都会对交易进行第一手的记录，

这使得整个交易过程变得透明并有迹可循。区/块/链技术最好的一点是区/块/链数据库可以建立但不能改变。所有这些令人好

处使区/块/链成为广告技术生态圈的首选技术。

对广告技术来说最重要的变化是什么？是区/块/链切断了它的中间商

微三云实体店共享消费积分联盟广告生态模式特色：平台借助超级云APP的平台号架构，实现孵化多平台的生态架构。

具体玩法如下：

1.整合线下异业联盟门店：赠送商家门店一套最新模式的小程序或者公众号系统，帮助商家门店轻松搭建自己的线上O2O门店，上传自己的产品，也可以一键加入平台供应链产品丰富小店的品类。

具体运营应用模式可以商家根据自己的喜好选择，比如增加社交电商玩法？异业联盟玩法？代理商玩法？拼团红/包玩法？抽奖团玩法？平台可以根据商家的喜好给商家免费匹配对应的系统，也可以做成标准化简单易复制的系统模式，直接批量赠送给各个商家。

每个商家都在推广自己的公众号，会员粉丝也是自己的，有会员沉淀数据，模式自主性强，收款也是绑定自己的支付，钱全部收到自己的口袋里，不需要入驻别人的平台等提现，降低门店资金风险，大平台也没有直接代商户收款，避免平台的二清结算风险。 异业联盟门店的会员通过广告券赠送循环，全部都到了超级云APP,共同打造一个公域流量生态，通过超级云APP上的社交功能、自媒体功能、短时频直播、新闻资讯、公域社群朋友圈等功能增强会员之间的粘性和互动，同时把这些平台导流进入超级APP的会员进行识别，小平台会员在大平台里产生的CPS收益或者广告收益，也可以分配一部分给这些小平台，达到双赢甚至多赢的效果。

2.整合其他电商平台：不改变原有的电商平台的运营模式，对接加入赠送广告券功能，同样的消费，多赠送给用户100%全返广告券，用户只要下载APP每完成任务就可以轻松把广告券转换成可消费可交易的消费积分，电商平台只要预留一部分利润（比如15%）用来跟平台购买广告券用于赠送会员即可。

3.孵化自己体系多模式多平台：对于一些团队长，他们有会员，想自己做平台，但是没有系统，没有产品，平台就可以整合强大的供应链，通过供应链系统实现给多平台供货，一键上架产品，一键退货，一键扣除货款一键代发，从而帮助团队长更轻松快捷搭建平台并推动市场，他们独立收款独立运营，但通过广告券赠送循环会员全部都到了超级云APP,共同打造一个公域流量生态，通过超级云APP上的社交功能、自媒体功能、短时频直播、新闻资讯、公域社群朋友圈等功能增强会员之间的粘性和互动，同时把这些平台导流进入超级APP的会员进行识别，小平台会员在大平台里产生的CPS收益或者广告收益，也可以分配一部分给这些小平台，达到双赢甚至多赢的效果。

关于广告联盟模式的解释：

1. 是否跟云联惠全返平台是违法的？

答：不是的，云联惠本质是一个资金盘非法集资平台，他收取商家16%的费用后，对推广者进行奖励并对消费者进行每天固定万分之五的静态释放达到全返的效果。其商业模式弊端在于平台没有真正的造血功能和刷单复投行为导致的保本保收益承诺，被定性成非法集资平台，应当引以为戒。

而广告联盟模式平台，用户需要完成广告任务，才能实现消费全返，而且全返的广告券需要通过看广告任务才能释放成消费积分，实现二次消费或者复投或者转增交易，本质是用广告营收来释放，只要通过刷脸证实实名认证控制单个用户消费的上限金额，避免刷单行为，同时快速扩大会员基数把广告收益提上来，是完全可以正拨比生态长久运营，同时这个释放比例每天可以根据真实广告收益进行调整，区别于保本保收益的消费理财行为，避免非法集资的定性。2.如何避免平台刷单和超额释放制造泡沫导致平台风险？

答：每个用户必须刷脸认证，一个人一个号，严格控制365天最多消费多少钱，同时，释放消费积分的比例严格按照实际广告收益来计算。

附：区/块/链能为广告技术世界带来的四个主要益处：

广告费用的最佳价值

在数字广告领域，无论是购买还是销售广告，中间商负责的是整个广告呈现。作为回报，广告发行商和广告商需要

为呈现的服务提供巨额的中介费。

被这种不公平的情况吓倒，广告发行商一次又一次地提出切断中间商，双方直接打交

道的必要性。

并不令人意外的是，像福布斯（Forbes）和 CNBC Interactive 这样的发行巨头终于决定通过建立自己内部的广告交

易平台来实现直接交易。这些新成立的广告交易平台致力于销售在网页底部运行的低价广告。

如今，随着区/块/链进入广告空间舞台，那些没有广告交易平台的公司也可以从中获益，因为区/块/链技术使广告发

行商和广告商能够直接进行交易磋商，从而减少对中间商的需求。而且，这项先进技术可以帮助广告商在加密货币交换之

前观察受众的注意力。例如，Brave 浏览器通过使用数字代币“Basic Attention Token”（BAT），使广告商能够根据

用户在观看广告之时所用的“精力”来计算付款，这意味着他们可以获得广告费用带来的真正价值。

利用信任和透明度

《经济学人》把区/块/链称作“信任机器”。为什么呢？有两个在现实世界中非常有意思的现象值得参考。

低信任经济环境：根据美国爱德曼国际公关公司发布的《2018 年全球信任度晴雨表》报告显示，政府和媒体在内的

美国机构的信任正在崩溃。爱德曼公司的 CEO Richard Edelman

在新闻稿中说道：“美国正在经历一个前所未有的信任

危机。最令人感到讽刺的是，这个信任危机是发生在股市繁荣且美国的就业率创历史新高之时。”

在这种低信任经济环境下，区/块/链被称为是“信任机器”的高度先进技术，可以帮助人们调查事件真相，对其进行验

证和管理，从而最终确定索赔的真实性。比如，在网上买了一只昂贵的 Tag Heuer（泰格豪雅）手表后，才发现手表是假

的，因此便不再购买了。而区/块/链的去中心化的分布式记账系统确保通过其供应链的每件物品的记录都是防篡改的。换

句话说，买家可以很容易地了解产品的来源，无论产品是合法还是非法。像时尚产品线 Babyghost 这样的公司，也利用

区/块/链技术扫描 Babyghost 物品的标签来帮助客户验证产品是否为正品。

处理机器人流量和雇工流量：广告商在处理线上广告时面临的又一个严重问题是，由于广告公司采取的是利润驱动型

的操纵实践，机器人和雇员的统计数量正在激增，因此几乎无法知道流入的流量统计数据是否准确。

区/块/链技术是加密且透明的，这使得公司更容易验证他们观看广告的那一部分目标受众，这为它们每年节省了数百万

美元的广告花费。

企业社会责任的公开审查机制

企业社会责任（CSR）一词听起来不错。但是，由于 CEO 仅仅只是部署计划大局，而真正被委托来执行计划的高管

经理们采用了不同的方式，这使得大多数企业并未同他们的企业社会责任目标保持一致。只要这种不一致不会过度影响公

司的利润率，它是会被刻意且迅速地掩盖起来的。

现今，区块链技术在验证 CSR 目标方面发挥作用。

区块链能确保不存在虚假承诺和模糊数字空间，因为程序和进度

都被记录在共享账本中。而这就意味着企业社会责任活动所做出的每一步都是对外接受公开审查的。换句话说，公众自己

可以确保企业在履行社会责任目标，遵守他们促进世界公平正义的承诺，采取积极的行动。

更好的目标受众

通常，广告商通过多种渠道收集客户信息。第一个渠道可能会揭示客户的年龄和性别，第二个可能揭露客户薪资水平

，第三个可能会告诉他们客户访问的最好的餐饮场所等等。

区块链技术使广告商能够一举收集所需的所有信息。这允许企业根据那些可能购买该产品的客户的需求和花费来

推销产品。

区块链技术必将为那些随时做好准备接受改变，同时愿意尝试一切的营销人员带来一系列的机会。

详细模式介绍：

实体店共享消费积分联盟广告生态模式介绍

核心逻辑：1.对消费会员：首先会员在任意线下商家、电商平台或者刚性消费CPS平台消费（加油、话费充值、水电煤、淘宝京东天猫唯品会、星巴克麦当劳、携程美团饿了么），获得消费金额等额的广告券，用户下载广告APP后，通过每天完成一定看视频广告任务或其他任务方式将广告券每天按一定比例释放成消费积分，消费积分可以用来在联盟商家二次消费（也可以转赠交易），实现一笔钱用两次的实际效果。

2.对平台：利用超级云APP去中心化的流量运营模式，用超级云APP聚合实体异业联盟多商家+聚合电商平台+聚合CPS平台的会员流量，通过广告联盟、内部广告、外部广告、CPS的流量收益，让消费者在消费的时候得到的广告券释放成消费积分，消费积分又可以让用户到合作门店二次消费或者转赠交易变现，消费积分在平台内部循环流通，平台抽取这个过程当中的交易手续费、提现手续费、广告收益、CPS收益还有其他收益、实现平台无泡沫有盈利模式的生态循环平台。

3. 对实体门店商家或者电商平台：跟平台达成合作后，通过付一定比例手续费（比如15%）购买广告券用于赠送消费的会员，比如今天有10000元现金消费，只需要给平台1500元，即可获得10000元广告券用于赠送会员，让会员实现消费全返，那么产品和服务就很好卖了，以前用户消费就消费了，但现在消费者额外还获得消费全返可以用来二次消费，商家相当于只多了15%的费用，就可以快速推动产品销售，大部分实体商家或者电商平台都是愿意合作的。

4. 对广告主：平台进入的都是实际有消费能力的消费者，而不是玩资金盘的的团队长，在平台投放广告更容易产生效果，通过平台广告系统的大数据画像精准推广，产生比**头条等信息流广告更直接的推广效益，在循环消费、消费积分循环流通的过程中，平台会员活跃度极高，而且基于微三云超级云原生APP架构，平台可轻松上架所有的安卓市场和苹果应用市场，更容易推广，会员价值更高，广告投放的效益更高。广告主可以先跟平台购买消费积分，然后上传图文推文、短视频或直播，关联自己的门店或者地址，或者推广链接，利用平台对自己的项目进行曝光和推广，平台扣除广告主的消费积分并利用平台自带的广告系统为广告主进行推广曝光，并赠送看广告看短视频直播的用户奖励消费积分，平台则适当进行抽成。