

# 泰山众筹模式解析

产品名称	泰山众筹模式解析
公司名称	微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	松山湖园区瑞和路1号2栋304室
联系电话	183****0056

## 产品详情

微信决定封杀朋友圈打卡开始，裂变变得冷静了起来，以前就存在但并未像打卡、分销那样真正实现过大规模传播的裂变玩法，开始渐渐展露头脚，最典型的，是众筹式裂变。

什么是众筹式裂变？还要从众筹两个字说起。

关于众筹，本质定义是利用互联网方式发布项目并募资，特点是门槛低、多样性、依靠大众、注重创意。

其实，众筹不止是集资方式，也可以发起其他项目内容，因为众筹的动力依靠的是项目创意或者发起者的光环，而传播靠的是不同个体间的认同感。

显然，众筹是适合做裂变的，因为裂变就依靠社交关系链，我发你一个东西帮我参与一下，没什么不可。

所以，众筹式裂变不再是发起一个未定的内容，而是一个成形的内容，只不过需要“邀请”好友帮助才能获得，而为了让这种“邀请”变得有人情味、接地气、于是有了看似不同但实际没有根本区别的裂变玩法，而它们的本质都是「人人帮我」。

笔者最近整理出10种众筹式裂变玩法，先描述一下众筹式裂变的主流流程，然后以此解读这10个玩法：

选择渠道发布--提供传播素材--以某种名义拉好友参加--好友参加--达到要求的好友数--完成目标。

泰山众筹模式分析，采用智能合约和共享四进一出全新模式，每一期增长30%众享额度

玩法：在商城购物所获得的购物币参与众筹

第一期10000购物币

第二期13000购物币

第三期16900购物币

第四期21970购物币

倒数第四期退70%购物币给30%积分

倒数第三期退70%购物币给30%积分

倒数第二期退70%购物币给30%积分

倒数第一期退100%购物币

备注：倒数第1-4期视为爆仓，倒数第一期退还100%购物币，倒数第二，三期、四期退还30%购物币（70%-100%的数值比例是可以自定义）

### 邀人砍价

砍价玩法多数人不会陌生，在“拼多多”们崛起的获客手段里，砍价仅次于拼团，是非常有效的拉新方式。不过，砍价并非只存在于电商领域，知识付费和教育培训领域同样存在。

先梳理一下砍价的基本逻辑：用户看到砍价类产品时，可自己砍一刀，然后发起砍价邀请好友帮砍，直到砍至目标价获取产品。

在这个砍价的过程里，帮砍者可转发拉其他人帮砍，也可以自己发起砍价，可见砍价的裂变动机要比助力模式丰富一些。

砍价裂变的根本动机其实是低价刺激引起的贪小便宜心理，而传播则和众筹的基本原理一致，也是认同感。

至于砍价是否有第三方工具，千聊已经开发出砍价功能，但很少看到有人使用，可能多数人觉得砍价的营销性太强，有伤知识获取和教育的严肃性。

不过，砍价裂变并非一点不能应用到教育产品获客上，只要是价值很低、福利性强、贴合节日等热点的产品就可以使用砍价，如能利用好，所带来的效果可能会远超想象。

### 公众号助力

助力是众筹裂变最基本的玩法，简单说就是用户扫描二维码后实施分享者能收到提醒的动作，当符合要求数量的好友完成动作后，分享者就会获取相应的标的物。

在这个过程中，好友实施动作的过程叫做助力，它可能是关注公众号，可能是添加个人号，可能是进入小程序，有很多形式，再一个是因为被分享的海报往往是以求助的姿态。

可以说，这个最基本的玩法非常简单地体现了众筹裂变利用人们间彼此认同的心理，再加上利用此形式

的活动多数是福利或稀缺性的东西，被分享者因为贪心或刚需而参与，从而形成二级三级直至更多级裂变。

多人助力的模式目前已经被大量应用，无论是营销工具服务商还是企业自研产品，都已经把它作为最基本的获客手法之一。