

太爱速卖APP开发

产品名称	太爱速卖APP开发
公司名称	东莞微三云莞链信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋503室
联系电话	18002682937 18002682937

产品详情

事先说明：本人从事软件开发营销系统，不在于任何平台运营，本文重点在于探讨商业逻辑和运营模式，系统属于工具。模式请咨询小编获取。

。商业逻辑：厂家把产品成本至市场销售价之间的利润（差价）重新分配，用来吸纳会员，让会员先直接赚钱，到购买产品体验，通过产品效果形成消费习惯，转变成忠实的消费者（持续位企业创造价值）。

操作方法：假设平台产品成本1000元，市场价为5000元，从1000元开始溢价，每次增加6%起，抢购单的1.68%为静态利润，4.32%为燃烧广告值可变现，溢价一次，直到市场价5000元时完成产品销售。（代理（KPI 1级）以上才有资格购买这一单；举例：1736.34指定给KPI 1级以上的人（后台手动开关分配KPI 1、KPI 2、KPI 3、KPI 4、KPI 5、合伙人）付款给上一卖家，同时补差额（支付宝，微信或者消费账户）给平台，完成5000元购买获得购物积分5000）

从产品成本价溢价至零售价，代理买单

6% 6% 6% 6% 6% 6% 5000零售价买单

购物积分产品提货广告值4.32%

预约

抢购每天三场，分为 上午场、下午场、晚上场;每场都需要预约冻结广告值，抢购开启前10分钟停止预约，

抢购分为A区和B区两个区，

(A区和B区)

【只有两个大区】

A区是订单金额1000-1335.17，冻结200广告值，消费账号不低于300；

B区是订单金额1000-4331.92，冻结400广告值，消费账号不低于1500；

抢到付不了款，会判一次违约扣除200广告值；

预约冻结广告值解冻

用户抢购到订单，完成转卖后，本场次冻结的广告值予以解冻；

用户预约后，在抢购开启期间，未抢到订单的，本场冻结广告值予以解冻。

预约冻结广告值扣除200（月累计5次，累计满开始执行扣除，每次违规可以消息提醒并告知累计几次违规，剩余几次；实际设置考核次数管理后台可根据市场运营情况调整）

每场抢单时间总共30分钟

用户预约后，开抢时间未在规定的时间内(2分钟)，点击进行抢购，判定违约1次

用户预约后，抢中订单未在规定时间内
(2分钟)完成支付的，广告值扣除200，同时订单进入池子继续抢单

每一场有参与抢购的 才能享受当场的流水奖励

参与活动先获得购物积分、提货，获赠广告值才能预约、抢购和转卖（转卖时要有查看协议默认勾选项）。

只有代理（管理后台可以指定用户身份（用户ID或者手机号或者KPI级别） KPI 1级）才有资格零售价买单，买单后获得5000购物积分，可以自用也可以分售给会员。

广告值是买产品赠送的，不能以任何方式主张平台退换。

整个交易是银联支付系统一键支付，公司不碰现金，抢购只需支付溢价部分，成本不需支付，但都算流水。

举例：

成本1000元，每天6%溢价递增

天抢单的价格是1060元

无需支付产品成本1000元

只需支付60元现金

第二天在1060元的基础上再溢价6%即（ $1060 \times 6\% = 63.6 + 1060$ ）即等于1123.6元，同样不需要支付产品成本1000元，支付123.6元

那我们第二天的收入是产品利润（ $1060 \times 1.68\% = 17.81$ ）

广告值兑换（ $1060 \times 4.32\% = 45.79$ ）123

总收到（ $60 + 45.79 + 17.81 = 123.6$ ）

每天溢价，以此类推，直到溢价到产品市场价完成产品交割。

转售需要消耗4.32%广告值，广告值第二天变成现金回笼（广告值是购物积分兑换成提货券时赠送等值的信誉燃料值）。

4个账户说明（购物积分，提货券，广告值和消费账户）

购物积分

购物积分只有代理（管理后台可以指定用户身份（用户ID或者手机号或者KPI 级别） KPI 1级）购买原价单才能得到或者代理（管理后台可以指定用户身份（用户ID或者手机号或者KPI 级别） KPI 1级）前往商城的代理商页面购买，普通会员无资格从平台购买，只能从邀请人购买积分后，兑换为提货券，去商城提货区提货相应的产品。

可以划转（只能从上向下划转）普通会员上级只能给下级转不低于300的购物积分

可以兑换提货券，并获得赠送1：1广告值

团队流水奖励获得积分，分为70%品牌购物积分（可转账），30%消费购物积分（不可转账，只限制自己消费购买产品提货且不赠送广告值）

提货券

当提货券达到500时，用户必须进行提货，否则不能参与平台活动（游戏）

用于提货（平台产品）

只能用购物积分兑换，不能用现金购买

不能互转

广告值

平台赠送的，只能用购物积分兑换提货券时获得，不能用现金购买

可以通过抢购按流水的4.32%变现

注：1积分/1提货券/1广告值/1元

消费账户

就是电子钱包，用于支付订单金额，目前只能用支付宝或者微信充值（银行卡待定），可以提现到银行卡；也可以内部转账用来购买购物积分；

业绩（流水）奖励

（按当天商品价计算流水，举例1060）

直推奖励（按当天商品价计算流水）

0.5%（流水的百分比）比如1060的商品订单，实际支付60元，计算订单流水就是1060的百分比，不是60的百分比

KPI收益：（自动晋升拿到相应比例的奖金，奖金会在次日00:01分后生效，并进行一次结算转入购物积分，达不到相应标准，无法拿到代理奖金，管理后台可以手动调整或修改功能）

团队达到10万流水，享受KPI1身份，0.3%奖励（少300元/天）

团队达到30万流水，享受KPI2身份，0.6%奖励（少1800元/天）

团队达到100万流水，享受KPI3身份，0.8%奖励（少4800元/天）

团队达到300万流水，享受KPI4身份，1%奖励（少12000元/天）

团队达到800万流水，享受KPI5身份，1.2%奖励（少24000元/天）

如团队流水达到：500万，收益5万/天；1000万，收益12万/天；5000万，收益60万/天

注：平级10%（举例A是KPI1级推荐A1也达到KPI1级，A1收益10%给A，A1剩余90%）

合伙人：除掉一个大区，小区日流水达800万，升级为合伙人，享受平台总流水0.3%的加权分红。

静态抢单收益表

两个动态的账户，消费账户和广告值，哪个不够补哪个，不是在充消费零钱包的路上，就是在购买积分的路上，循环往复，来回周转，赚流水订单溢价的钱

在我的区域增加：销售（推广）业绩排行榜（参考太爱速APP，它显示的是人数，我们显示的是售卖产品的数量）

我的粉丝列表要能看到团队管理：

我的粉丝算直推数量，总粉丝算伞下数量

直推粉丝列表用头像和电话号码标识身份，电话号码可直接跳转拨出（显示注册时间
每场更新预约情况是否预约）

我的KPI显示伞下粉丝流水总和；（管理后台在抢购记录要能看到所有粉丝流水明细）

我的订单——待收货里要能看到发物流信息（可以对接云仓ERP系统）

7、抢购流程6步骤

步：扫码下载APP

第二步：注册账号密码登录，为了保障账户安全，开通消费账户时提示绑定银行卡和支付密码，提现需要验证码辅助。

第三步：兑换提货券，点击购物积分，选择提货，填写收货地址，提交提货后，自动划拨1:1数额广告值；

第四步：开通消费钱包，实名认证并充值；进入我的按钮会自己跳出弹窗开通，也可以点击实名认证进行开通，开通后充值足够余额，以便顺利抢购。

抢单流程如下图：

1、首页商城布局

产品搜索、幻灯片、公告、分产品类图标、广告图（点击进入板块）、商品排列

2、普通商品上传功能

3、增加新增订单功能

4、抢购后，可以选择寄售、可以选择支付差价提货

5、团队收益，去掉5000元的门槛，只要达到日流水10万以上就可以获得代理奖励

6、增加指定派单功能

7、后台可设置：直推N个会员，每场可以增加抢N单，每天3场，增加N单

8、后台可设置：指定某个会员，增加抢单数量

9、后台管理：

会员增加、删除、管理、及会员钱包的数据调整

会员推荐关系调整，

会员等级调整

会员所有数据、钱包数据的详情列表及导出功能

分销商管理列表及线下团队流水明细，以及奖金明细

购物商城商品信息、管理、购物商城订单发货、订单管理、退单等管理

平台流水明细、充值明细等数据管理

8、抢购页面增加背景音乐，后台可上传音乐

9、转账消费账户，转增积分，都能看到转出的注册账户

10、预约界面。各种状态，颜色都做了区分，明显的区分

11、销售中的订单，除了显示自己买到的价格和支付的金额，会显示寄售后的价格和应该收到的金额

12、“违约”的优化，目前违约判定有一点小BUG，有抢购成功的还判定违约，预约后不去抢购，才算违约

13、在还有订单的时候，进入抢购页面必须点击盒子，才算抢购。如果进入后，已经没有订单了，会以进入抢购页面为准

14、违约规则优化后，所有人的违约次数，都会进行统一调整，开始严格按照一个月只有3次违约机会，否则将会不冻结广告值

15、在广告值明细，可以清晰的看到，此次冻结广告值是哪个场次，方便大家对账

抢购记录

抢购订单列表 分每个场次

会员流水奖励统计 会员盈利统计

广告值数据的详情列表

预约情况

参与抢购情况

公告通知

数据总计面板：用户数。广告值余额。购物积分余额。。。

场次管理 可修改时间

提货券数据

修改绑定手机号

密码修改