

企业如何利用乐分享这个模式来做前期粉丝裂变，用户增长。

产品名称	企业如何利用乐分享这个模式来做前期粉丝裂变，用户增长。
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

首先恭喜你能看到这篇文章，这是一个刚刚上线的平台，大家都知道每一个伟大的平台起来，第一批用户永远是最大的受益者。

什么是乐分享，怎么参与乐分享：

首先乐分享有三个奖励制度：

自购奖（消费自得）

分享奖（分享给上层，循环往复）

区域奖（以下单地址为导向）

乐分享商业模式优势：

有一个数据很惊人，截止2022年第一季度中国有8.2亿的负债者，其中有42.3%个人处于逾期状态。如果换成以前大家不缺钱的情况下，可能对于省那几块几十块钱来说不在乎，但是现在呢？加上这次上海疫情，让我们半个中国的物流都瘫痪，很多人无法网购，只要等疫情一缓和，将迎来网购用户报复性消费，这也是乐分享爆发的最佳时机点。

看一个项目能不能被市场接受很简单，就是问一下你自己，如果有这样的平台，你会不会去使用？

我相信绝大多数人都是愿意去使用的，那了解乐分享的基本情况以后，是不是觉得的的确确是可以给用户省钱，创造价值的？

那么大家最关心的问题就是你如何通过乐分享赚钱呢：

那接下来的这一部分内容呢是整个项目最核心的部分，但是因为逻辑性比较强，需要你认认真真的看，如果一遍没看懂，那你就多看几遍，门门会通过八个板块来彻底让你了解什么是乐分享以及乐分享的共富和裂变系统。

首先我们来看一下乐分享的业务逻辑：

他的业务逻辑比较好理解，用户通过乐分享跳转到这些主流平台去消费，主流平台会根据不同的产品返5%~30%的佣金给乐分享

那有些产品利润高，就多返一点，有些产品利润低就少返一点。

乐分享拿到这个佣金以后会拿出40%返给用户自己

然后再拿出40%返给这个用户的上级会员

然后拿出10%返给这个用户所在的区域合伙人

最后乐分享自己留10%

举个例子：

你通过乐分享去淘宝买了一个100元的电饭锅，那么这个电饭锅的反应我们假设是10%。

也就是说返给乐分享十元，当乐分享拿到这十块钱以后，首先会拿出四块钱直接返给消费者。再拿出四块钱返给这个消费者的上级会员，再拿出一块钱呢返给这个用户的续合伙人，最后乐分享留一块钱，是不是比较好理解？

我们再来看一下乐分享的制度优势

第一，门槛低，人人可参与

第二，一注册就会有收益

第三，上级帮你组建团队

第四，下级帮你组建团队

第五、平台帮你组建团队

第六、团队人数指数倍增

第七、收益每月持续增加

第八、一劳永逸管道收入

乐分享关系链脉络：

当你注册乐分享以后将会获得一个排位，每个排位下面呢只有五个位置，如果你推广的第六个人以后它会自动排位到你下面五个人的下面位置里，你上面的五个人的位置满了，他们推广的人都会自动放到你的下面

除此以外，在公司整体品牌推广下会有无数不明而来的未填写邀请码的用户，也都会自动排位滑落到你的下面。

这样 1×5 的结构，你的第一层是不是有五个人？

第二层有25人

第三层有125人

第四层有625人

、~~~~~

以此类推

直到第九层有1953125人

这九层加起来一共两百四十四万多人的消费，所产生的佣金都会跟你有关系。

你会发现这个制度可以让上面的人再帮你，下面的人在帮你，你自己在帮你自己以及呢整个公司整个乐分享平台都在帮你，帮你搭建你下面九层的团队。

那么理论上来说，一个人只要推荐五个人，你的架构就能够快速完成，这就是倍增学的魅力所在！

那么我们的问题就是如何让每一个人愿意主动去推荐五个人进入乐分享

精妙的设计就在于此，当用户注册的分享以后，他会发现他的团队人数在增加，他的收益在增加，但是当它提现的时候，系统会告诉他你需要成为会员才能够提现

那么如何成为会员？

两个条件：

第一、推荐五个人

第二、每个月消费九比订单

比如你每个月第一笔消费产生的共富收益给你上一级这个人

你第二笔消费产生的购物收益给你上两级这个人

你第三笔消费产生的客户收益给你上三级这个人。。。以此类推

你第九笔消费产生的跟我们收益给你上九级这个人。

这个时候有人会想，那你的第十笔消费产生的共富收益给谁呢？是不是给第十级那个人呢？错！第十笔又给到了你上一级这个人九笔一循环，理解了吗？

当你理解了怎么往上循环往返，相信你就能知道你下面九层的人消费产生的共同收益怎么给到你了。