

# 传统的品牌企业如何做好代理商和新消费，解析批发零售营销模式

产品名称	传统的品牌企业如何做好代理商和新消费，解析批发零售营销模式
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

传统vs电商零售

传统零售

线上线下联动 利益分配成难题

电商冲击，线下渠道利益受损，对转型产生对抗心理，影响行业健康发展，均衡线上线下利益分配成关键

消费升级 便捷消费提出挑战

传统零售人随货走，货随场走，物业依赖性强，无法针对精准人群做营销，无法适应消费者移动消费习惯

数字化转型困难 人货关系难调

依赖于传统渠道零售，缺乏数字能力，影响生产、销售，核心竞争力下降，亟需实现全系统数字化，赋能渠道，优化资源结构

电商零售

可见不可触 体验影响售后

虚拟场景，即时消费缺失，影响消费体验，增加售后成本

渠道覆盖群体受限

电子商务受技术、行业、商品属性等影响，无法在线实现全渠道营销

红利期已过 竞争逐渐增大

流量的瓶颈逐渐显露，现有电商平台过多，用户分散，电商红利不再，获客成本趋高，难以突破

代理商两大模式

1、平台模式

代理商预存货款模式

统一向平台充值货款

订单奖励，需扣除货款及奖励

代理分销奖，手动/自动发放，支持3级（建议2级内）

代理计酬奖，可设置发放时间及梯度比例

扣货款情况下，除区域奖励外，其他奖励由代理出

代理商折扣可每个商品单独设置

可设置货款保证金，低于所设金额触发警戒线

可设置最低充值货款

充值方式：微信/支付宝/线下（银行卡）

游客平台分配至，按人或按区域

自购/非自购模式

代理商奖励支持单独账户发放模式

## 2、逐级模式

基因链就近原则向上级充值货款

差价奖励，零售订单才做结算，货款充值不做结算

### 两种模式的区别

“平台模式”与“逐级模式”的区别在于货款的充值方式和奖励

“平台模式”所有代理商统一向平台充值，代理与代理之间无差价收益

“逐级模式”代理商向上级充值，不同级别代理之间赚取差价

平台模式；

订单归属：

1、基因链上离购买者最近的代理商，

- 2、 开启代理商自购，订单归属代理商自己，
- 3、 未开启代理商自购，订单归属上级代理，
- 4、 在平台开启了区域订单奖励开关，没有上级的按下单地址分配，
- 5、 未开启区域订单奖励开关，没有上级的归属平台

#### 订单奖励：

- 1、 订单支付后扣除货款，订单完成后结算奖励，
- 2、 当最近的代理商货款不足，则订单归属平台，
- 3、 推广员和店长的分销奖励由订单归属的代理商出，

#### 代理奖励：

- 1、 分销奖励：按货款充值计算，走推荐关系，不同身份不同深度设置，类似于高级销售员
- 2、 月度计酬：统计团队每月充值货款金额，按照设置的月度计酬梯度比例分配

#### 逐级模式

- 2、 当最近的代理商货款不足，则往上找货款充足的代理，

代理奖励：逐级模式，充值货款无分销奖励和月度计酬奖励，也不计算不同级别代理商间的差价，

零售订单：最近的代理商扣除货款，获得零售奖励，基因链上比最近的代理商等级高的获得差价；

解决痛点

生产商

按需生产，柔性定制，品牌塑造

代理商

数字化转型，管控由弱到强，激发活力

零售商

降低库存压力，提高销售效率，数据赋能

消费者

提升消费体验，更多个性