

颠覆模式分享购，商业逻辑详解分享购商业模式解析，分享购电商模式详解

| | |
|------|-----------------------------------|
| 产品名称 | 颠覆模式分享购，商业逻辑详解分享购商业模式解析，分享购电商模式详解 |
| 公司名称 | 东莞市星电网络科技有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层 |
| 联系电话 | 15006688653 15006688653 |

产品详情

向大伙儿们问好，我是的门门（陈景尧）这期门门给大伙儿讲讲大家一直非常感兴趣的商业模式——分享购

分享购是什么平台：

首先，平台是一个集合一系列主流的平台，涵盖了我们日常生活中的大平台的消费平台。像我们打车大部分都会选择……，就是抓住用户的消费特点，把主流消费平台进行整合，把主流平台的流量都以这种方式吸引到自己平台上去，然后再以通过的平台进行消费，还能赚取佣金，从而达到增加用户对平台的粘度。

推荐5个人，第二每个月消费9笔，这2个条件对大部分人来说很容易完成。

个推荐5个人，相信再普通的人身边都不止5个朋友，而且注册是完全免费的，还可以立刻帮助朋友省钱，就算没有利益，很多人都愿意把这么好的平台分享给身边的朋友。

第二每个月消费9笔，不是要求用户强制购买某个产品，而是用户本来就要消费，充话费，点外卖等，想想一个月要通过手机支付多少笔订单乐享购几乎满足用户的一切网络需求，你只要通过乐享购跳转消费就可以了，而且还能省钱。

什么是模式：

是一个超级消费入口，集成了绝大多数主流消费平台，你的每次消费平台所获得佣金的80%，会奖励给上面一个人。

举例：你下面层五个人的笔消费所获得的佣金80%会奖励给你，

第二层25人的第二笔消费佣金会奖励给你，

第三层125人的第三笔消费佣金会奖励给你，

第四层625人的第四笔消费佣金会奖励给你，

以此类推

直到第九层1953125人的第九笔消费佣金会奖励给你。

只要每个人每个月消费九次，那么你就能获得每个用户的一笔消费中心奖励

假设每笔佣金80%算一块钱，那么你每个月的收入就是2441405元。

如何才能让用户主动去推广五个人？

如何让每个用户每月消费9笔以上？

精妙的设计就在于此了

有一个会员级别

只有成为会员才能获得下级团队消费佣金奖励。没有成为会员只能看到收益无法提现，

如何成为会员呢？

一，推广5个用户这一点相信绝大多数人都能做到，因为是完全免费下载注册的，不需要缴纳会员费。

二、每个月消费九次，这个大部分人也能完成，因为这九次消费不是要求用户强制购买平台上的产品，

而是你本来就要充话费，本来就要点外卖，本来就要去某电商平台购物，你只是通过跳转。该在哪里消费还是在哪儿消费，该买什么还是买什么，不仅不用改变你的消费习惯。而且同样的产品还有一定优惠

总结一句话，有限的任务，的收益，这么完美的裂变制度，加上这么大的利益诱惑，绝大多数用户都能轻松成为会员，除了会员，还设计了一个区域合伙人的角色，系统会根据用户注册地址归属给相应的区域合伙人。

比如一个注册地址在上海嘉定区的用户，那么这个用户所有消费佣金的10%会给到嘉定区的合伙人。

举例：上海嘉里有10万个会员，每个会员每月消费十次，这里为了好计算收益。每次消费只算一块钱的佣金，10万会员乘10次消费乘1块钱佣金乘10%=10万/月

如果现在告诉你，你可以在几天内就能做一个这样的平台：同时聚合了、、、、.....等国内主流平台，后再加上你自营的产品，从而让你的平台直接满足全国近10亿用户的消费需求，而且用户还能实实在在的省钱、甚至赚钱.....这样的平台，会不会吸引消费者前来持续的消费？

答案是：一定会！

这也是为什么“ ”这个模式可以在不到一个月的时间里，迅速做到70w+的粉丝，并且还合法合规的重要原因。

接下来，我用3分钟的时间，从3方面给你揭秘“ ”模式成功的原因：

1)，用快捷的方式满足国内网民90%以上的“刚性消费”需求：对接国内主流的电商平台，从而让你的平台可以“直接拥有”近10亿的消费者受众！

你都不用担心你平台的流量在哪里！这样的好事你哪里去找？

而且无需改变他们原来的消费习惯，该在上买还是在上买，该去..上点外卖还是在..上点外卖.....那为什么人家会经过你的平台上买而不是直接去.....等APP？

这个问题问得好，请看下一段。

2) 第二，消费者在你的平台上(跳转)下单比直接在.....等APP上买——更优惠！举例，虽然用户下单后发货的依然是.....的商家，但经过你的平台下单，消费者本人可以获得这些商家奖励的部分返现，如消费100元，可以获得2元的“自购奖励”，可提现。

这些对于消费者来说都是实实在在的优惠啊！这样一对比，正常人都知道该从哪个入口消费。

这样，不又解决了你平台用户活跃度和留存率吗？

而且还会进一步提升你平台自营的、高利润的产品销售，妥妥的“一举多得”！（而活跃度还可以让你的平台“躺赚”另外一笔“无成本收入”——广告收益，如果你的平台活跃用户可以做到5w左右，那么你就能躺赚1w左右的广告收益，一年躺赚365w啊！这——就是用户价值变现！）

3) 第三，用户除了在刚需消费上能享受优惠，还可以合法合规的赚钱：这就要讲到社交电商里面常提到的“分享式裂变”，而“ ”模式里面用的则是“五五裂变”。

每个用户只需邀请5个注册用户（无强制消费要求！无强制消费要求！无强制消费要求！重要的事情说三遍），超出的会自动滑落，形成“上帮下”的“五五倍增裂变”（如下图）

【问】裂变了那么多用户？有啥用咧？

【答】赚钱啊！

为了通俗易懂，省去中间繁琐的过程，在此举个例子：假设【您】通过这个平台在上消费了100元，【您】可获得“自购奖励”2元（等于98折优惠）；

【消费者A】可获得“分享奖励”1元——关键点来了——【您】的第2笔消费，“分享奖励”将给到间接推荐人……按上上图的“九层裂变”，【您】的第9笔消费将给到第九层的推荐人……到第10笔，“分享奖励”又给回个推荐人——即“消费者A”，如此往复循环。

所以实际上，除了自购优惠，一次订单只是奖励了一次他人，不涉及多层分销。

当然，平台前期为了推广市场，需要招商的话，那就可以用“区域奖励”——吸引各大团队的“团队长”，给予其区域身份，只要是所属区域用户下的订单，都能获得部分奖励。

分享模式，分享知识，分享系统，分享价值。编辑不易，觉得门门讲的商业模式对大家有帮助的话记得评论转发，希望能帮到大家。

