

颠覆模式分享购商业逻辑解析

产品名称	颠覆模式分享购商业逻辑解析
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）给大伙儿分享大家近期讨论地特别多的商业模式——分享购，

分享购关系链架构：

这个是自动排位，五五公排，它是每五个人

你推荐五个人买了，如果你推荐第六个人的话，他会自动去到下面。

转化为市场的这样子表达语言是什么呢？

就是说相对于这个用户来说，是你的上级在帮你组建团队

我们常说的叫做五五公排

，那边五人到第九次裂变的话，那么多人打244万人去计算，假设每一个是五毛钱来算的话是一百二十多万，一百二十多万再打个一折就是12万

这是一种计算方式。他前面一定要解决一个问题，如何让这些人变那么多，肯定是要么两种情况吧

，这些人加入进来的时候，他是可以获得比较高的利润

第二，之前买的这些人在这里面买的这些东西基本上其实就是他平时要买的

【问】裂变那么多用户？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D一个推荐人——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。

新流量-被细分的流量池，公域流量被持续私域化！

引入公域流量”和“经营私域流量

随着获客成本越来越高、公域流量红利逐步消退，私域流量

的价值得到凸显。相较于公域流量，私域流量在降低营销成本、防止老客户流失以及塑造品牌等方面都更有优势。

分享购商业逻辑：

平台集合，，，等等这些吃喝玩乐，手机充值等等，这些我们大部分人的一些刚需的一些消费在里面

但是在这个平台里面的所有的这些产品基本上都不是他的，他只是一个中转站，所以给大家看一张图，大家就应该知道他的模式，业务逻辑是很简单。

它不仅仅是满足消费者消费的一个平台

他还会有一些模式，所以他还会有一些角色

比如说他的上级会员，涉及到的奖励制度以及合伙人角色

：自购奖：

这个是他自己本人获得

他的逻辑是：

用户它首先通过领券省钱，在它的平台上领券

这个动作是让他跟平台之间去建立一个关系，通过领到这个券之后去跳转到这些主流消费平台去消费，充话费也好，在上该买什么东西也好，消费完之后这个奖励就来了。

它相当于一个中介，他把用户介绍到他这里去消费的时候，用户已经买了，他肯定要给他好处

根据CPS的规则会给用户返佣5%~30%，这个不定。

大家理解为这个是广告费，不过这个广告费它不是通过看视频，这个广告看是通过消费，对不对？这种叫做你帮我卖出去的东西，我再给你佣金。

：举例百分之四十分配自购奖：

对用户来说，原来就在那里买，现在还少40%，相对于直接在上买这一定是一个优惠

门门买过，我尝试过

第二：百分之四十分配给推荐奖：

是给他的这个上级会员，就是谁推荐他的？他的这个推有可能是直接的，有可能是间接的

第三：除了给一个个用户，他会涉及到合伙人格角色

你作一个平台的话，一个一个去找那个c端是比较难的，这个时候你要招商

比如说我招一个区域的，你帮我去推，或者招某一个他团队上他有多少万人的

或者有几千人的，我给你一个身份，那你团队里面的所有的这些消费我给到他，那这一部分就是合伙人给他10%。

给40%给他的上级会员才有动力去推。

10%是给他的区域合伙人，用来作为平台招商

10%是留给平台，平台有一定的一个运营费：

对他来说他就没有成本，因为所有的发货啊什么那些这些东西都是有主流的消费平台去完成的

他不需要承担发货，没有仓库，物流等等这些东西，它仅仅是做一个中转的平台

我们以前所说的消费降级，很多消费有便宜可以赚的话，那我就在那里去买，我就为了尝试那个，我去体验了一下。

所以他的业务逻辑比较简单的

因为我逻辑比较简单，但是如果想要这个平台的迅速达到那么多粉丝的话，他肯定要有相应的制度去匹配的

举例：你下面D一层五个人的笔消费所获得的佣金80%会奖励给你，

第二层25的第二笔消费佣金会奖励给你，

第三层125的第三笔消费佣金会奖励给你，

第四层625的第四笔消费佣金会奖励给你，

第五层3125的第五笔消费佣金会奖励给你，

第六层15625的第六笔消费佣金会奖励给你，

第七层78125的第七笔消费佣金会奖励给你，

第八层390625的第八笔消费佣金会奖励给你，

以此类推

直到第九层1953125的第九笔消费佣金会奖励给你

分享购是否涉传？：

分销与传销的区别：

1、根本目的不同；

传销的根本目的是制地发展下线，千方百计通过扩大下线来赚钱。分销终面对的终端用户是客户，进行产品交易。

2、商品质量不同；

传销的产品大多是一些没有什么品牌，属于质量不高价高的商品。分销系统是以优质的商品来作为基础的，来销售商品售卖给客户。

3、分级标准不同；

传销分级从未有底线，几乎是随便来分级，只要自己的下线【下级】越多就会越好的。把自己推向食物链的顶端，一级一级的树枝会不断发散的。分销系统只可以固定分等级，不可以无休止来发展下线的。

4、管理模式不同

传销一般会经过授课来给下级进行洗脑，军事化的管理、行事风格也很紧密，不公开、透明。分销系统每个代理都是自由的，公开的，透明的，不会受到限制。举例；一个商品实用价值一旦低价产品卖高价就很容易涉嫌传销，就如一个商品价格是99但你卖699就有问题了。如果一个商家去做线上卖货平台就得去做推广，但仅靠厂家自己推广的话，是非常难的而且事倍功半，而让消费者自己去推广那肯定事半功倍。为了鼓励消费者参与推广，达到以社交推广的目的并且增加消费者的黏性。

分享模式，分享知识，分享系统，分享价值。如需完整方案，软件开发，模式策划，需要了解电商软件等相关信息或者其他方面的电商问题的读者，可以留下联系方式私信小编，门门都会一一回复，千篇商业方案解析给你听！