

颠覆模式分享购商业逻辑解析几何

产品名称	颠覆模式分享购商业逻辑解析几何
公司名称	河南漫云科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	郑东新区升龙广场3号楼A座3202
联系电话	13103827627 13103827627

产品详情

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

颠覆模式分享购商业逻辑解析

我们常说的叫做五五公排

第一，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

第一，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】通过这个平台在淘宝上消费了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：

平台集合天猫，京东，淘宝，拼多多等等这些吃喝玩乐，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。