

泰山众筹系统开发，泰山众筹是什么电商系统，颠覆模式泰山众筹深度详解

产品名称	泰山众筹系统开发，泰山众筹是什么电商系统，颠覆模式泰山众筹深度详解
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——泰山众筹

众所周知，泰山是天下山，五岳之首，中华民族的象征，东方文化的缩影。天人合一思想的发源地，以泰山为名的泰山众筹究竟是什么？接下来门门用五分钟时间让你彻底了解泰山众筹这个模式

泰山众筹商业模式背景：

泰山众筹模式是2022年新零售市场上非常火爆的裂变营销模式，不同于以往的电商模式，它不以某个产品为销售核心，而是以众筹的形式获取用户，只要用户购买产品即可获得积分的赠送，使用积分即可参与泰山众筹活动，活动出局后奖获得对应奖励，这种形式门槛非常低，也容易激起消费者的购物趣味性，同时还实惠了消费者，非常容易引入流量。

在产品严重同质化的，几乎所有的企业平台运营者，操盘手都或多或少被下面三个问题所困扰，并一直苦思冥想各种各样的模式或方案。

个问题，用什么样的方式可以把海量的消费者吸引到自家平台来？

第2个问题，又有什么样的模式可以把自家产品快速大量的销售出去？

第三个问题。并且这个模式还不能有泡沫或者泡沫不大，用户还有很强的粘性来复购？

而在当下大中小微企业并存的时代，并非是所有的企业都是一开始手握巨额现金。通过烧钱推广市场的例如某多多的获客成本以432亿高居榜首，才换来了现在他如此庞大的用户量，所以他的百亿补贴应该是真金白银砸出来的，巨头们获客的代价是由资本承担，但对于财力也没有那么雄厚的普通企业。在那么多企业和产品竞争下，又凭什么认为自己可以不认真计营销模式，仅仅付出一点点代价就能获得比烧钱的互联网巨头还牛的结果？

所以对于普通企业而言，除了产品方面要有和创新之外，还必须要一样东西，好的商业模式。一个好的商业模式，通过产品利润的让利设计。也就是咱们说的分钱in刘目标消费者。并能形成用户高粘性，提高复购频率，终带动产品销售。

可能看到这里你会说上面你说的这些每一个字我都认识，每一句话我都能听懂，但具体要怎么做呢？你倒是说呀。别急，在正式剖析模式之前，有一段非常重要的话要说在前面。那就是所有营销分润背后的本质必然是来自销售产品的利润加企业合理的补贴。然后在这个基础之上进行巧妙的分配制度之际，从而实现用户受益，平台盈利的双赢结果。

接下来进入正题，门门用几个核心点给大家深入剖析清楚泰山众筹这个模式

泰山众筹一共分为四个核心点组成。

点优进优出，他是去中心化的科学众筹，分布式数字资产记账形式。他将企业资产数字化，连接企业内外部资源，为企业发展品牌塑造带来更多的支撑，用数字经济的模式为企业发展赋能，有效解决脱实入虚的问题。

第二个核心点叫四进一出，合理合规，进出平衡，当第四期成功的时候才会返回。期的本金加收益，每一笔出账的前提必然是有新的一笔进账，一大涨吃小账，进出平衡，不会出现现金流不足的情况。

第三个核心点叫爆仓重生，爆仓重生立即止损，市面上常见的商业模式基本都是后面人买单，泰山众筹也是提出爆仓重生，止损重新开启下。一轮上一轮泡沫不累计炮之后重新开始。

第四个核心点叫倍利复增，公平公正，能量守恒，每一期的上涨波幅都是上一期众筹金额的贝利夫增金额，比如贝利负增30%。当期为1万，第二期就是13000，第三期就是16900，公平公正，可持续性强。

泰山众筹这个模式他没有强制消费，所有在平台的消费都跟产品挂钩，跟实业挂钩

让用户决定在你的平台消费而不是在其它平台消费的原因是——用户在你的平台消费可以获得一定比例的“ ”。“ ”既可以在平台购买商品的时候1：1抵扣，绿色消费；也可以选择参与“ 众筹活动 ”

泰山众筹模式分析:

连续四期众筹成功就开始出期参与众筹的人奖励自己投放本金的28%奖励，每一期众筹成功后增长30%众享额度，即每期众筹成功收益的30%=静态12%，动态奖励16%，平台维护费2%全部分完无任何泡沫。（这里的分润奖励是用产品利润来对冲的）

1.静态收益12%，每期本金投放的收益12%，用户只要众筹成功就能获得的纯收益

2.动态奖收益:16%，用户需要推广拉新获得的收益 .分享奖励 3%

.管理奖 5% .股东分红3% .区域代理 5%

泰山众筹模式玩法:在商城购物所获得的活动币参与众筹活动

D一期10000活动币

第二期13000活动币

第三期16900活动币第四期21970活动币第五期28561活动币

第六期37129活动币

第七期48267活动币倒数第四期退70%活动币给30%积分

第八期62747活动币倒数第三期退70%活动币给30%积分

第九期81571活动币倒数第二期退70%活动币给30%积分

第十期106042活动币 众筹失败 退活动币

假如:例数第十期众筹失败，即例数前第七，八，九期都视为爆仓，例数第十期退还活动币，例数第七，八、九期退还70%活动币(70%的数值比例是可以自定义)众筹不成功返30%的积分可按照每日千分比逐步释放成商城零钱可提现，或用于在平台的积分商城兑换产品

门门再举个栗子

当第4期众筹完成的时候，第1期参与的用户可获得本金+收益，假设当初投入100个，这时可以获得额外10%的奖励，终有110个（平台可以自行设置是否能提现）。以此类推，第5期完成的时候，第2期的用户可出局.....这样“有进有出”，并且有时间差，大账吃小账，有利于平台的资金流稳定。

爆仓熔断，安全控盘

每一个众筹活动都有限定的时间，这个也不例外，在活动期内，后一期没有完成众筹即为“爆仓”，但这个中性词，即后三期的用户获得的收益没有之前出局的那么多，平台可以有效止损，保证利润，且后三期的用户依然可以【返还70%+30%积分】，积分可以兑换商城产品，或者平台可以对接NFG，让积分可以兑换更有变现价值的NFG，让用户获得超倍惊喜。

以上几点，可以概括为泰山众筹模式的核心要点。

接下来就可以回答文章前面的一些疑问了

比如：平台的盈利地点在哪里？

答：平台的盈利是来自产品的利润，只不过通过众筹的活动进行分配。由于众筹活动每期是按30%递增

的，其中的10%则是用来回馈用户，即资产增值；10%用来作为用户裂变的推广奖励（比如直推奖励6%+团队长奖励4%），后10%作为平台的综合成本。

【重点强调】以上数据仅作为举例方便理解，实际的数据设计，平台应该根据产品的利润情况以及补贴力度，在运营过程中动态调整，让平台的运营可持续发展。

这，是不是也间接回答了“泰山众筹是否是资金盘”的问题了？

另外，互联网的变现除了产品销售，还有非常普遍的一个渠道——广告，这个取决于用户数量，当前面的众筹活动运营到一定成绩的时候，如果用户数量可以达到100w，那平台每天就可以额外获得非常可观的广告收益（放心，广告联盟我们也已经对接好的了）

泰山众筹模式优势：

以往的一些众筹模式就像水的通道不受控制，水池的水一下子大起来，就需要更多的水去补充，那么它的生命周期，就相对短。

那么泰山众筹又是什么类型？

很好理解，它的水一开始就限制，每一期都按一定比例整大，水池的水保持着稳定的流速进出，好理解吧？

那么它就不能出现以下子暴增，后续没有流量跟不上的情况，它相对前者比较稳，这是它的优点。

如何合法合理合规的运营？

有实物托底，有商品交易，平台有利润，项目才能长久。

众筹内容明细：比如土地、线下门店、商品、公益、股权，不能说天天对着空气喊口号，这个也太虚了。

广告商业模式：对接资本广告，平台有盈利。

异业联盟；和线下实体店赋能，把流量双向导入，大家一起打造一个商业生态圈，比如获得的积分，可以到实体店消费等等。

后，补充下市场经过近半年来的，增加了哪些新玩法？比如：

- 1.为了让活动更加有秩序进行，增加了每一期的活动时间限制；
- 2.为了进一步保障后几期用户的权益，可以赠送【优先勋章】，让其可以优先参与下次活动.....

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，搜索门门，千篇商业方案解析给你听！

文章扩展内容：

“抢购式”成交模式，让客户抢着付款

创新“ ”功能，实现消费全返式成交（不亏反而持久锁客）

创新充值全返再全退模式，难以抗拒抢着充值，持久锁客复购！

创新“排队买单”功能，花样打折却可以大幅提高成交率

让顾客心甘情愿多花一点、多买几次

用“消费全返”模式，消费越多“返现”越多，返现又吸引越多重复消费！

用“充值全返再全退”模式，让消费变成乐趣，让顾客忍不住下单！

用消费后送券、大转盘抽奖得券等吸引再消费，好玩又增加价值！

强效鱼饵让顾客自主转介绍、主动上门

创新吸粉好工具任务宝见效快！让用户主动为您的商品推广传播

会员制实现自购省钱、推荐有礼，让双方都有好处，每个会员都能裂变

直播带货、多层阶梯砍价，更低成本裂变用户，多种玩法引爆裂变