社交电商、私域电商的新模式：“ 消费+分享 ”的新型聚合生态模式——分享购模式

产品名称	社交电商、私域电商的新模式：“ 消费+分享 ”的新型聚合生态模式——分享购模式
公司名称	东莞市松山湖溢嗨技术服务中心
价格	.00/请来电咨询
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋302室02
联系电话	19957968337 19957968337

产品详情

至今越来越多商家开始脱离传统电商，开始从传统电商转移到社交电商、私域电商了，为何会出现这种情况？

像淘宝、天猫这些购物网站，用户搜一个关键词就会出现成百上千的商家，然而用户不会一家一家的去进行对比。这就导致排名越靠前的商家销售出去的产品也就越多，靠后的商家要么就去购买流量冲一把，要么就是靠天吃饭。

而社交电商、私域电商这一块的商家，只需要从微信这种公域挖掘一些公域流量，再通过一些其他方式让用户在自己社交圈进行裂变，这不会比传统电商更加好一些？

但是很多商家的商品品类都不会很多，也无法与这些全品类的传统电商平台去对比，只有依靠一些给用户分钱的模式，来吸引到用户。

现在有一个分享模式的分钱模式，这是一个以创新的商业模式整合流量与资源，实现整个生态布局的模式，可实现“ 消费+分享 ”的新型聚合生态模式。

分享模式的会员制度是公排的，每个注册进来的用户都会获得一个排位，这个排位下有五个位置，下面五个位置满了则向下滑落。不管是自己推荐的，还是上级推荐的，或者是通过平台推广进来的，都可以进入这个用户排位下面的位置。

那么第1层会有5个人；那么第2层会有25个人；那么第3层会有125个人.....那么第9层有1953125个人，9层加起来一共总共有2441405个人。

光有会员制度还不够，还得有奖金制度，当用户在平台消费了之后会有一笔佣金。这笔佣金的10%是平台的收益，10%是合伙人分红，40%是返给用户本人的自购奖励，还有40%是返给上级用户的分享奖励。

其中的分享奖励对于用户来说有着巨大的吸引力，因为这就是用户可以额外赚取的收益，我们来看看这个分享奖励是如何发放给用户的。

假设你团队下面有着9层共2441405个人，第1层5人的第1笔分享奖励给你，第2层25人的第2笔分享奖励给你，第3层125人的第3笔分享奖励给你，第4层625人的第4笔分享奖励给你.....第9层1953125人的第9笔分享奖励给你。

就算每一笔的佣金奖励只有0.1元，团队下10%的人完成了消费，那你还可以获得两万多的收益，但是获得这个奖励还需要完成“直推五人”和“每月完成九笔订单”这两个任务，然后次月就可以获得奖励。

这个模式不止可以用于平台的自营产品，还可以用于已对接的供应链产品、线下实体商家、各大主流电商平台和加油充话费这些地方。

如果这么看还觉得没有多少吸引力，那你换个角度看看，现在国内网民规模已经超过10亿的大关。像淘宝、天猫、京东、拼多多、美团、饿了么、话费充值等主流消费购物平台的用户也可以成为这个平台的用户，而且通过这里去这些主流消费购物平台消费，还可以获得原本没有的优惠与佣金。

站在巨人的肩膀下打天下，这不比自己单打独斗舒服得多、发展得快？