

常州APP开发，颠覆模式分享购如何实现用户自裂变，如何留存转化快速覆盖市场？门门

产品名称	常州APP开发，颠覆模式分享购如何实现用户自裂变，如何留存转化快速覆盖市场？门门
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

更多干货内容，详情看：（门门or景尧）

景尧问大家一个问题，大家可曾想过，如果中国一亿人，每人给你一块钱，你就成为亿万富翁了？

有一个数据很惊人，截止2022年季度中国有8.2亿的负债者，这其中有百分之42.3的人处于逾期状态。如果换成以前大家都不缺钱的情况下，可能对于省那几块几十块钱来说不在乎，但是现在呢？加上前段时间上海疫情，让我们半个中国的物流都瘫痪，很多人无法网购，只要等待疫情缓和，将迎来网购用户报复性消费，这也是乐分享爆发的佳时机点。

分享购模式制度解析：

更多干货内容，详情看：（门门or景尧）

互联网瞬息万变，要设计一套合理合规的商业模式，是至关重要的，这套模式就是采用【公排机制】+【五五滑落】+【九阶会员】+【滚动收益】

公排机制：由2维码或者上级手机号注册的，自动排入这个手机号的下级，如果无推荐码、无推荐人，则由系统来统一进行公排。

五五滑落：每个用户ID下面，只能拥有5个下级，当第6个下级的时候，自动滑落到，下级的下级下面。从左到右从上到下。

九阶会员：阶会员只有5个人，第二个就是25个，累计滑落多滑落会员数量9阶，之后滑落阶，9 1循环往复

滚动收益：D一阶会员的D一笔佣金是给到你，第二阶会员的第二笔佣金是给到你，以此类推

五五公排滑落+循环上级直推奖+区域订单奖

五五公排滑落模式：

团队是1*5的关系链架构，五五复制

阶梯：5

+

第二阶梯：25

第三阶梯：125

第四阶梯：625

第五阶梯：3125

第六阶梯：15625

第七阶梯：78125

第八阶梯：390625

第九阶梯：1953125

九阶相加=2441405

互相帮助，拓展深度

更多干货内容，详情看：（门门or景尧）

如何成为分享购会员？：

两个条件：

条件一：推荐五个人

条件二：每个月消费九笔订单

分享购5项收益：

1.个人收益(指的是40%消费收益)

2.会员收益(指的是40%共富收益)

3.合伙人收益(指的是区域会员消费，平台返到的10%)

4.招商收益(指的是区域合伙人支付的系统服务费的30%)

5.区域推广收益(指的是推广区域服务中心收益的10%)

点点关注，近我者富，评论，多赚千万。分享模式，分享知识，分享系统，分享价值。搜索门门，千篇商业模式解析给你听！了解电商软件、商业模式等相关信息的读者，请联系下面这串神秘数字

内容扩展：

农产品分销系统定制开发。公司专注分销系统+APP+PC网站全网定制开发，更多系统模式开发咨询欢迎咨了解。

农产品分销系统开发、农产品分销模式开发、农产品系统开发、农产品分销软件开发、农产品分销系统APP开发、农产品分销商城开发。

随着城镇化和农业现代化加速推进，社区电商将扮演重要的角色，农产品的性价比会很高，比以往传统渠道购买的还要高，生鲜农产品电商更被消费者接受、生鲜电商企业开始盈利，以社区为主力的移动端涉农电子商务占主体，产地直发影响力降低，生鲜电商物流冷链等问题可以得到很好的解决。

传统农产品销售存在的痛点：

1.供销链路较长，运输损耗大。农产品流通一般需经过以下几个主要环节：生产者-产地运销-批发商-销地市场-零售商-消费者。同时农产品从生产者手中到达消费者手里还需经过多重的检验程序，再加上运输、包装等环节，使得农产品的流通效率很低、损耗大，质量也在严重下滑。

2.批发利润低，农民收益也低。层层分销，批发商利润较低，也存在压价现象，农民的产品卖不出好价钱。而且农产品末端质量难保证，农民的收益也不稳定。

3.农产品流通中信息化程度低，流通滞后于生产，生产环节又得不到市场得指导，供需难以平衡。消费者难以买到品质zui好的产品，而且购买的成本也相对较高，除了支付农产品的费用还要承担部分分销的费用。

近年来，我国居民生活水平不断提高，对于农产品的消费需求也上升到了高质量、高安全水平的层次。

农产品销售方案：

1.农产品小规模分散经营多为非标准化生产，产品问题溯源难，且网售农产品获得批量订单的情况下，产量跟不上也会造成难以为继的尴尬局面；

2.网售农产品质量难保证，一方面是农产品种植过程中可能存在农药残留的风险，另一方面农产品存储不当或运输周期过长等因素也会对质量造成一定的影响；

3.农产品“zui初一公里”上行的问题仍然是限制农村电商发展的首要瓶颈，如何解决贫困偏远地区仓储物流的问题依然是重难点；

4.面对海量的网销产品，农产品如何获得广大消费者的青睐呢？还需充分挖掘特色，形成统一对外的品

牌，品牌化打造也是一个要长远考虑的问题。

5.农村电商人才相对稀缺，需要一个有影响力的分销系统或者个人统筹进行农产品的整合。

电商只是单纯利用网络平台进行产品售卖，而农业众筹在产品形成之前就有了完整的创意，包含更多内容和可选产品，为用户提供的是个性化定制服务，是新农业生产革新有力手段。