传统的品牌企业如何做好 代理商和新消费，解析批发零售营销模式

产品名称	传统的品牌企业如何做好 代理商和新消费，解析批发零售营销模式
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

传统vs电商零售

传统零售

线上线下联动 利益分配成难题

电商冲击，线下渠道利益受损，对转型产生对抗心理，影响行业健康发展，均衡线上线下利益分配成关键

消费升级 便捷消费提出挑战

传统零售人随货走，货随场走，物业依赖性强，无法针对精准人群做营销，无法适应消费者移动消费习惯

数字化转型困难 人货关系难调

依赖于传统渠道零售，缺乏数字能力，影响生产、销售，核心竞争力下降，亟需实现全系统数字化，赋能渠道，优化资源结构

电商零售

可见不可触 体验影响售后

虚拟场景，即时消费缺失，影响消费体验，增加售后成本

渠道覆盖群体受限

电子商务受技术、行业、商品属性等影响，无法在线实现全渠道营销

红利期已过 竞争逐渐增大

流量的瓶颈逐渐显露，现有电商平台过多，用户分散，电商红利不再，获客成本趋高，难以突破

代理商两大模式

1、平台模式

代理商预存货款模式

统一向平台充值货款

订单奖励，需扣除货款及奖励

代理分销奖，手动/自动发放，支持3级（建议2级内）

代理计酬奖，可设置发放时间及梯度比例

扣货款情况下，除区域奖励外，其他奖励由代理出

代理商折扣可每个商品单独设置

可设置货款保证金，低于所设金额触发警戒线

可设置zui低充值货款

充值方式：微信/支付宝/线下（银行卡）

游客平台分配至，按人或按区域

自购/非自购模式

代理商奖励支持单独账户发放模式

2、逐级模式

基因链就近原则向上级充值货款

差价奖励，零售订单才做结算，货款充值不做结算

两种模式的区别

“平台模式”与“逐级模式”的区别在于货款的充值方式和奖励

“平台模式”所有代理商统一向平台充值，代理与代理之间无差价收益

“逐级模式”代理商向上级充值，不同级别代理之间赚取差价

平台模式；订单归属：

1、基因链上离购买者zui近的代理商，

2、开启代理商自购，订单归属代理商自己，

3、未开启代理商自购，订单归属上级代理，

4、在平台开启了区域订单奖励开关，没有上级的按下单地址分配，

5、未开启区域订单奖励开关，没有上级的归属平台

订单奖励：

1、订单支付后扣除货款，订单完成后结算奖励，

2、当zui近的代理商货款不足，则订单归属平台，

3、推广员和店长的分销奖励由订单归属的代理商出，

代理奖励：

1、分销奖励：按货款充值计算，走推荐关系，不同身份不同深度设置，类似于高 级销售员

2、月度计酬：统计团队每月充值货款金额，按照设置的月度计酬梯度比例分配

逐级模式

订单归属：

2、当zui近的代理商货款不足，则往上找货款充足的代理，

代理奖励：逐级模式，充值货款无分销奖励和月度计酬奖励，也不计算不同级别代理商间的差价，

零售订单：zui近的代理商扣除货款，获得零售奖励，基因链上比zui近的代理商等级高的获得差价；

解决痛点

生产商

按需生产，柔性定制，品牌塑造

代理商

数字化转型，管控由弱到强，激发活力

零售商

降低库存压力，提高销售效率，数据赋能

消费者

提升消费体验，更多个性