

泰山众筹模式结合异业联盟商家整合剖析

产品名称	泰山众筹模式结合异业联盟商家整合剖析
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	东莞市石排镇瑞和路南东莞生态园松山湖高新技术创新园B栋2-5楼
联系电话	159****4030

产品详情

哈罗，大家好！我是微三云钟艳。

这家叫微三云的公司专注于移动应用系统研发和行业生态链建设的创新型科技企业。目前旗下拥有“云平台、云视商、区/块/链、供应链、超级云APP，元宇宙NFG”6大产品系列，全面帮助企业经营移动社交电商和全渠道新零售，通过构建技术、资本、运营“三位一体”的整体服务输出方案，提升企业运营效率和盈利能力，赋能中小企业！

随着互联网经济的到来，人们的购物方式从传统的实体转向线上，线下流量极度匮乏，商业模式的变化让实体零售商家和网络零售商家慢慢融合起来。

近几年，越来越多的商场和门店在市场经济下行压力、行业竞争、互联网购物等多重因素的影响下迎来了新一轮的倒闭潮。

加上这两年的疫情影响，门店营业受阻、线下客流骤减，商品积压导致利润下降，短视频和直播的兴起又打破了人们原有的消费习惯和消费模式，进一步加速了实体门店转型升级的步伐，迫使越来越多的实体门店走向线上线下结合的新型营销模式。

前言:什么是私域流量?私域流量的重点不是流量,是私域。私域的核心是对用户精细化的运营,私域的底层是产品和服务,服务既营销,私域的本质对用户需求的极/致了解知提供极/致的服务。

所以不要觉得把流圈起来就可以做私域流量了,不是,而是怎么样提供更好的产品和服务给到你的忠实用户,怎么样把1000个商品让同一个人买,这才是私域的价值。有了对私域清晰认知,才知道如何去搭建私域团队,做好私域运营。

一、1、经营私域流量池的技巧

经营一个私域流量池需要拥有一定的技巧,对于商家来说这些技巧是必须要掌握的,首先就是要扩大私域流量池,这其中有一些诀窍,比如说根据自己的产

品设置相应的奖励规则等,还可以让用户来吸引用户,这样才能快速的扩大私域流量池。

2 适合的裂变营销活动

裂变营销活动能提高商家带来的收获很大,那么适合商家举办的裂变营销活动有哪些呢?首先就是好友砍价,让用户去邀请自己的好友进入商城帮自己营销产

品,这些新来的用户也有几率购买产品,除此以外还有发拼团,这也是一种不错的裂变营销活动。

3.私域流量留存,让用户来了不要走。做好私域流量的留存,留存路径和活动的的设计,决定了留存的效率,只有把用户留住,才有后面的转化机会。

二、如何留住用户,这里就要讲讲泰山众寿的核心模式:

十二个字说明:四进一出、复利增倍,爆仓重生

四进一出:指当众筹活动进行到第四期的时候,期参与众筹的用户就会出局,从而获得出局奖励,当进行到第五期的时候,第二期参与的用户出局,获得出局奖励,以此类推,直到众筹活动结束或失败。

复利倍增:指完成一期众筹活动的时候,下一期奖励增加百分之二十的众筹积分。如:期活动一十积分,第二期活动就是一千二百积分。 ,第三期活动为一千六百九十积分,第四期活动为两千一百九十七积分,以此类推。

爆仓重生:指复利倍增达到一个峰值的时候,在活动时间内,无法完成众筹,则会众筹失败,参与用户将获得爆仓奖励。

三、微三云钾耙泰山众筹玩法规则说明:

玩法形式:每个人都可以参与的众筹模型,类似“水滴筹,轻松筹”等等,参与获得奖励

时间限制:约3-7天/周期,无法完成众筹金额,则活动失败,成功则继续进行下一轮

出局获奖:百分之十二静态(返回参与的积分,额外奖励百分之十二的积分)

13%动态(按团长级差形式分配)

4%平台管理费

爆仓回赠:后一期参与的用户全额返回积分,倒数第二三四期,返回70%积分+30%购物券

四、举例:

1.A用户期参与众寿时，投入了1000积分，第四期活动成功后，A用户获得1300积分

2.A用户有团长参与的情况下，团长出局后，A用户获得1300积分的团长奖励

3.用户如果后一期参与投入了1000积分，活动失败后，退回1000积分，倒数的二三四期获得70%的积分和30%的购物券。微三云钟艳分享

五、泰山众寿模式分析采用智能合约和共享四进一出的新模式，每期共享额度增长30%

每期收益的30%=静态13%动态奖励14%平台3%全部分完无任何泡沫。

1.静态收益13%，每期合约收益13%，(这个百分比也需要后台可以设定)

2.动态奖励收益:14%(按现在奖金模式自定义)这里的分润是用商品利润来补的，要平衡商城里的分润波比，可把商城的利润分润拨到这里来。

.分享奖励5%

.管理奖4%

.股东分红 2%

.区域代理3%

再结合周边资源整合列如:

六、线上线下的资源链接、美业、O2O、社区团购、门店自提、异业联盟、服务点、周边生活、加油卡、充话费、KFC优惠券等等。

O2O线下连锁门店整合方案：

(1) 品牌方帮助门店开设线上小程序，增加服务范围 and 盈利来源；

(2) 由品牌方的供应链渠道统一给门店，提供产品和短视频内容，降低门店经营成本的同时发力短视频电商；

(3) 品牌方给门店全方位提供[工具+产品+内容+培训+技术服务]，门店只需做好线下体验式消费，经营好粉丝，实现共同发展、共同盈利，走向资本。

本信息来源：微三云钾钡分享，获取完整方案可关注留言