

阜阳无泡拼团玩法，全民拼购模式制度是什么？，陈景尧

产品名称	阜阳无泡拼团玩法，全民拼购模式制度是什么？，陈景尧
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——全民拼购全民拼购模式说明1.拼单方式：“10人团”中抽“3人”；中奖者可获得:A.等值的产品/购物券；B.(商品价格)10%的“分红积分”；C.(商品价格)的“购物基金”；D.(商品价格)5%的“购物金”(前提是该用户拥有“购物基金”，且奖励不超过“剩余的购物基金”；不中奖者可获得:A(商品价格)5%的零钱奖励:B.(商品价格)5%的“购物金”；2.拼单规则说明：“分红积分”作为“参与平台利润分红的凭证”，不能提现为零钱，同时每月1-5号用户可以将积分用户兑换产品或者转入/转出至“积分池”，6-24号则只能转入但不能转出“积分池”，25-30号为结算期，需“冻结积分池”，用户不能转入和转出“分红积分”，平台会根据“可分配利润”与“总分红积分”数进行加权分红。(另:每次转入“积分池”的数量必须为“整百”。)“购物基金”可视为“待返金额”，如A用户获得了100个“购物基金”，后续A参与继续拼团后，将以零钱形式返还“购物基金”，直到返完为止。新用户参与，成为“1天有效期”的推广员;用户当天有参与，平台赠送“1天推广员有效期”;(举例:新用户A参与某个拼团活动，总共可获得2天的推广员有效期。)拼团隐藏规则:1.当天次参与拼团并且排位，必不中;(举例:A B C D E ...，蓝色为当天非参团，红色为当天参团，则C为此团的“不中奖人”。2.新人参与且排位，必不中;(举例:A B C D E F....，蓝色为当天非参团，红色为当天参团，绿色为新用户，则C为此团的“不中奖人”。)附:1.2版本新增功能大纲1中奖规则:可设置中奖XX几次后，之后XX几次必不中奖2、新增订单管理，当未成团的订单后台也能看到3、关联产品限制:后台可自定义设置实物产品数量(多10个)4、自动成团:当活动团时间到了还未达到参团人数，系统机器人自动补齐活动人数(必须后台手动开奖)5未中奖新增赠送积分:赠送商城积分6限制用户每天参团次数:每天可参团的次数7每日分红:每天晚上0点结算分销利润分配(按商品价格)推广奖励:2级分销---2.5%，1%；店铺奖励:(等级由高到低分别为)5%、4%、3%、1.5%；区域奖励:省代2.5%、市代1.5%区代1%；前端产品/价格展示前端直接展示“99元/299元/399元/599元...”拼团区，用户根据所选价格直接进入选择，可供选项有“A产品/B产品/C产品/购物券”，用户只能选其一点点关注，近我者富，评论，多赚千万。搜索陈景尧，千篇商业方案解析给你听！了解电商软件、商业模式等相关信息的读者，可详细咨询扩展资料：编辑导语：拼团模式与积分规则在一定程度上都有助于促进用户消费，前者是电商平台进行用户拉新、留存的有效手段，后者则在一定程度上潜在地激励了用户消费。本篇文章里，作者针对电商平台中的拼团模块与积分规则进行了设计分析，一起来看一下。一、需求概述1.需求目的及产生背景随着系统的不断完善，项目已经进入推广有效阶段。为了提高网站用户活跃度和拉新，我们推动拼团需求的项目进程。拼团是拉新、引流的利器，选取、实用性强的商品，通过在

社交圈中分享快速传播，利用熟人关系间订单转化率高，可以迅速成团，顺便拉新，特别是群聚效应下可快速成团。

2. 思维导图分解二、拼团后台系统

1. 拼团管理后台入口

拼团后台管理中心的入口位置在【运营管理】，新增一个拼团管理的二级入口。其下分别有如下两个子入口：拼团活动列表、团单列表。

2. 拼团流程节点

拼团分为主要几个部分。步，运营人员在后台先创建拼团活动，创建拼团活动的时候会设置好拼团的规则。第二步，拼团生效后，用户在用户端发起拼团活动。第三步，其他用户参与已发起的拼团活动。后一步，拼团成功，生成拼团参与记录。

3. 拼团活动创建

1) 拼团活动列表列表中显示系统中所有拼团活动。字段说明 活动时间即可开团时间范围，在活动结束前用户都可以进行发起拼团操作和参与拼团。例如：发团人。 成团有效时间（小时）即发起拼团后，在有效时间内其他用户可以参团。若过了有效时间参团人数未达到，则团单状态变更为拼团失败，系统自动退款。 成团人数满足拼团的人数，限制至少2人。 用户限制每个用户限购数量和可参与拼团活动次数，当输入限购数和拼团次数都为0时，为“不限制”，若写了限制数（不可填写负数），则展示“限购x件”/“限制参与x次团”/“限购x件”、“限制参与x次团”。 拼团库存活动未开始，展示拼团总库存。若存在多SKU，则展示多个SKU的总库存。活动进行中或已结束，则展示“已拼团数量/拼团总库存（剩余库存）”。用户支付成功即为开/参团成功，并锁定库存，计入已拼团数量中。拼团总库存即为拼团活动中商品可参与拼团的库存数量。剩余库存等于拼团总库存减去已拼团数量。 活动状态共有三种状态，分别是“未开始”、“活动中”、“已结束”。未开始：未到活动开始时间。活动中：在活动期间。已结束：到达活动结束时间或提前手动结束活动。 操作编辑：未开始和活动中状态展示该按钮。查看：三种状态均展示该按钮。结束：活动中状态展示该按钮。删除：未开始状态展示该按钮。

2) 创建拼团活动关联商品字段说明 商品名称支持输入商品名称或商品ID搜索，支持模糊搜索。选择商品，若已选商品非SKU商品，则展示图1“拼团价格”和“拼团库存”，若已选商品是SKU商品则展示图2，展示所有的SKU，每个SKU都需要输入拼团价和拼团库存。拼团价格：拼团售卖的价格。拼团库存：拼团库存必须大于商品现有库存。 查看拼团活动

3) 编辑拼团活动注：活动状态为“未开始”可编辑全部字段，活动状态为“活动中”时，编辑限制条件和说明如下。修改拼团活动时间只能修改活动结束时间，不可修改活动开始时间，活动结束时间只能延后，不能提前。修改成团有效时间：不可修改。修改成团人数：不可修改。修改关联商品：不可修改。修改限购：不可修改。修改限拼团：不可修改。

4) 结束拼团活动提前结束拼团活动，活动状态变更为已结束。若存在拼团状态为“拼团中”的团单，则变更团单状态为拼团结束，并通知用户拼团活动已结束，系统自动退款。

5) 删除拼团活动

6) 团单列表存放所有活动状态为“进行中”和“已结束”的拼团活动中已发起拼团的团单。发起拼团时间发团人的支付成功时间。若拼团状态为“待成团”，则发起拼团时间和拼团结束时间为空。 拼团结束时间若拼团状态为“拼团中”，则结束时间为发起拼团时间加成团有效时间。若拼团状态为“拼团成功”，则结束时间为实际拼团成功的时间（即参团人数达到的时间）。若拼团状态为“拼团失败”，则结束时间为发起拼团时间加成团有效时间。

已参团人数已支付成功的人数，包括发起拼团的人。 拼团状态待成团：发起拼团用户发起拼团，但未支付，会先生成团单，已参团人数为0。拼团中：发起者支付成功，开团成功，已参团人数为1。注：拼团中，用户不可申请退款，需拼团成功后才可申请退款（用户发起退款不影响一起拼团的用户，不影响整个团购单）。拼团中，商家也不可发货，拼团成功后才可进行发货操作。拼团成功：拼团时间内达到参团人数，且都已支付。拼团失败：拼团时间内未达到参团人数，拼团失败，释放活动库存，系统自动退款。

4. 订单管理拼团订单列表跟普通订单列表的区别

新增“团单ID”和“拼团状态”字段。用户参团，即生成订单。待拼团和拼团中的订单，商家只能查看详情，拼团成功的订单，则可进行发货等操作（跟普通订单发货流程一致）。

团单ID订单附带团单ID（团单列表中的团单ID），用于识别订单的团单。

拼团状态订单附带拼团状态（团单列表中的拼团状态），用于识别订单的拼团状态。

5. 商品管理下架操作

若商品已参团，则不允许“下架”该商品，提示用户该商品正在参与拼团活动，若要下架需先下架该商品的拼团活动。

三、拼团前台需求拼团业务流程积分模块需求文档（移动端）

积分体系是很多商家都会采用的用户消费激励体系。积分可以累加，对用户的某些行为（如交易行为、互动行为等）产生对应的积分；也可以被消耗抵用。的京豆、的淘金币、信用卡、积分等都属于积分的一种形态。

四、积分获取规则

1. 邀请新好友注册邀请新用户注册获得积分，例如：网易云音乐商城，邀请好友注册可获得积分。

2. 新手任务常见的新手任务有完善资料、账户认证、注册账号、绑定手机号等，做新手任务可获取积分。例如：下图中网易云的新手任务。

3. 付费付费可获取积分。例如：确认收货后，可领取淘金币。

4. 签到用户签到可获取积分。例如：和的签到。

5.

引导使用功能引导用户去使用功能。例如网易云的动态、喜欢歌曲、收藏歌单可获取积分。6. 评论/发布动态/分享.....很多APP为了提高用户粘性，会将评论、发布动态、分享到朋友圈等操作都设置为积分获取的任务。例如：九号出行。五、积分消耗规则消耗方式1) 订单结算抵扣例如下单时，淘金币可以进行抵扣。2) 积分商城购买商品例如小牛电动，有积分商城供用户进行积分兑换商品。六、积分记录1. 积分获取记录积分获取的来源和分值的记录，如的淘金币获取记录。2. 积分消耗记录积分消耗的途径和分值的记录，如的淘金币消耗记录。