

分销系统分解与产品设计

产品名称	分销系统分解与产品设计
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	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

“分销”指的是让更多人帮助企业卖货，企业通过裂变分销，实现分销渠道裂变从而达到销售商品的目的。本文作者对分销系统进行了分解，感兴趣的小伙伴们一起来看一下吧。

一、什么是分销模式

在西方经济学中，分销的含义是建立销售渠道的意思。分销渠道又叫营销渠道，是指某种商品或服务从生产者向消费者转移的过程中，取得这种商品、服务的所有权，帮助所有权转移的所有企业和个人。

分销，简单的说，就是让更多的人帮助企业卖货，企业通过裂变分销，实现分销渠道裂变从而达到销售商品的目的。

企业为了销售商品，主要的任务是把自己的商品销售出去来获取更多的利润。传统的销售渠道就是公司招聘销售员，由销售员进行推销产品，另外也会通过互联网进行一些宣传，总而言之一切都是为了把货

卖出去。而分销模式是通过分销员向自己身边的朋友以及家人宣传和推广商品并且成交订单，分销员就可以获得一定比例的返佣。

二、分销与传销的区别

我们能经常听到分销和传销这两个词经常一块儿出现，如果分销的规则没有定义清晰明确，那么很容易演变为传销，那么分销和传销的区别到底有哪一些？

分销的三级代理模式：

三、分销模式的应用

分销模式主要是商家在销售商品或服务时，通过其用户的粉丝效应或者朋友交际圈来扩大销售覆盖人群终实现商品的销售，在电商、保险、信用卡、社区团购较为常见。我们平常在进行商品下单的时候，常需要我们填些推荐码时，或者通过专属的分享链接进行下单，例如我们常见的有淘宝联盟或者，直播电商平台中主播挂的购物链接等等，这都是属于分销模式。

分销模式主要的特点为：下级的收益按一定比例作为上级的收入，通过该种形式而成为分销体系中的一员，其对于平台的粘性以及积极主动性会更高一些，通过良好的机制能让整个销售团队实现内循环、内增长。

四、分销模式优点

分销模式在各行各业都能广泛应用且该模式经久不衰，其主要原因是对于分销模式中各方（品牌方、分

销者、终端用户)都有益处。

1) 品牌方

对于品牌方来说，分销模式在降低成本的同时还能提高营收。随着近年来互联网红利逐渐消退，获客成本逐年升高，在某些行业比如教育或者金融行业的CPS获客成本高达上百甚至上千元。

而分销模式可利用分销员社交平台的熟人关系链，使得每一个用户都有可能成为品牌方的分销员，在社交关系网的帮助下不断的触达更多的用户，使得用非常低的成本即可完成获客及完单转化。

2) 分销员

分销员利用自身的社交链通过促成产品的交易实现收入，在其影响力达到一定程度后，可以实现所谓的“躺赚”。

分销模式也成为更多人的副业或者家庭主妇的职业选择方向。

3) 终端用户

当前市场上的商品或服务繁多，用户要想选择一个适合自己的产品，需要花费大量的时间去了解相关的信息，若直接从相熟的人那去购买相关产品，则可以大大减少这其中的决策成本和时间成本，当前带货主播能如此热门也正是因为这个原因。

五、分销系统的设计

确定实体及对应的属性：

分销模式中有几个重要的产品特点，需要在产品设计中充分考虑：

1. 分销门槛

分销的门槛主要有两种，一种是无条件申请，另一种是需要达到申请条件才能成为分销员。

对于无条件申请来说，所有人都可以成为分销员，这种方式的优点是：在初期可以快速发展分销员，提高分销裂变的速度；缺点是分销用户筛选不够，动力不强。

对于需要达到一定条件才能申请的模式，类似于需要付费加入或者完成某些特定任务之后才能申请成为分销商。这种方式的优点是：因为用户前期付出了支付成本，会让新用户有动力将付出的钱赚回来，所以一定程度上销售动力会特别强；当然这种方式的缺点是分销员的增长速度相对较慢。

2. 分销关系链

分销关系链主要有两种情况：

无固定关系：这种方式其实可以理解为一级分销，如下图所示的情况。每个分销员都没有上下级，彼此之间没有绑定关系。固定关系：类似于下图二级分销和三级分销的情况，分销员之间建立固定的捆绑关系，下一级分销员产生的订单，上级都可以获得一定比例的奖励。

3. 佣金标准

分销模式的佣金标准一般有两个特点，一个是分段提成，一个是跨级提成。

1) 分段提成

分销员的成长体系，当分销员成长为更高等级时，其个人所获得的包括其上级所得到的佣金比例也随之升高。分段提成不仅可以促使分销员自身更有动力成长为别的分销员，还能促使其培养更别的成员。

2) 跨级提成

分销员通过直接分享商品获得订单的销售佣金，或者下级成交订单后获得的间接销售佣金，随着其分销员的级别变化而变化。跨级提成一方面可以刺激分销员进行商品销售，激发其销售动力，另一个方面可有利于团队管理者对于团队成员的配置，实现该模式的正向发展。

这里的跨级指的是分销级数：一级、二级、三级。

有成交客户之后，平台会按照一级佣金给分销员结算；当存在二级分销时，二级分销员会得到成交客户的一级佣金，而一级分销员会得到成交客户的二级佣金；三级分销也是类似的逻辑。

通常来说，末尾三级分佣，一级分销商获得佣金多，因为能直接为商家带来订单，发展一级分销商的二级、三级分销商会获得较低的二级、三级佣金。

3) 等级权益

分销员等级以及权益：分销体系的核心诉求是让分销渠道源源不断地产生动力，所以好的分销等级及对应权益的设计可以持续激励分销员，不断提升分销员的积极性，从而不断地为平台拉新或者提升销售额。

通常的晋升规则是按订单量或成交金额来进行等级划分，对应的等级权益常见的有：分销佣金的奖励比例、额外的返现、特殊商品的分销资格等等。

高等级的高分销佣金比例，可以不断提升分销员热情和活跃度，让分销员拥有更高的内驱力进行分销。

同时也可以设计分销员降级规则，在规定的时间内没有完成指定任务则进行相应的惩罚措施，例如降级等，降级规则要谨慎使用，若使用不好有可能降低分销员的积极主动性，具体要看业务在实际过程当中的应用及需要。

六、分销产品设计

我们简单列举一下在进行分销产品设计时所涉及到的前端信息架构及后台支撑系统，具体内容就不在此展开了。

前端应用的使用方主要是分销员，在进行产品设计时我们需要注意做为分销员关注的核心模块是什么，一般分销产品的功能模块及信息架构如下：

分销后台则支撑着整个分销业务的发展，因此在进行分销建设时需要充分考虑应用场景、便捷性以及高度可拓展性。以下列举了分销系统中的核心模块，具体的模块功能需要根据业务的实际需求来进行产品设计。

1. 分销系统的基本要求

易用性：分销系统无论是to B还是to C，面对的都有可能是庞大的客户群，需要在没有任何培训的情况下进行使用,各功能模块区域都要简单易用，清晰明确，使得用户在短的路径内完成其特定需求。安全性：分销系统的每笔交易、每笔佣金都跟商家、客户的钱是息息相关的，在计算上面不能出错，否则这将给市场及售后带来很大的麻烦。稳定性：由于分销模式伴随着交易的产生，故对业务的稳定性要求较大，且需要考虑多并非对于系统的影响。