

链动2+1电商系统源码，陈景尧app软件开发APP软件开发

产品名称	链动2+1电商系统源码，陈景尧app软件开发APP软件开发
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/件
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——美丽天天秒，2+1链动模式机制

一、会员身份：只有老板和代理两种身份，购买499礼包即可成为代理，发展2个代理即可升级老板

二、代理身份

1.成为代理条件：加盟区任意消费499（金额可自定义），成为代理(产品自选，不指定)，即可生成自己的推广码。

2.成为代理后权益:

1) .免费专区：下单扶持成为代理十元运费可以零元购，终生享受免费用洗衣液，免费用洗面奶，免费用面膜，免费用各种美妆产品等。

2) .会员特权价：可以在农副产品区，享受低廉的价格，获得更优质的绿色农产品

3) .推广奖励:直推奖励，单100元，第二单也是100元

4) 销售其它产品8%~40%利润

团队销售其他产品也均有差价利润

二、五个奖励：直推奖100元，见单奖200元，平级奖10%，帮扶奖20%，分红奖

直推奖：推荐一个代理消费获得的直推分佣奖励。（比如A代理推荐B用户，B用户去下单，A代理就可以获得100元直推奖励）。

见点奖：推荐一个代理消费获得的见点奖励。（比如A老板推荐B代理，B代理推荐C用户，C用户去下单，A老板就可以获得200元见点奖励）。

发展3个市场起无限代见单200

1.成为老板条件：完成直推2单499元

2.成为老板权益：直推奖励，单100元，第二单也是100元，完成直推2单后升级为老板，升级老板后完成直推第3单后享有无限代见点间推奖励。

成为“老板”后，直推奖励:300元/单，旗下间推奖励:200元/单（无xian代）

提现秒结算秒提现0手续费，（特色优势：2级分润，无xian代拿钱）

平级奖：老板与老板之间两者身份一致的时候，平台额外补贴给上级老板的奖励。（A老板扶持出了下级B也成为老板，此时A.B是平级身份，那A可获得B收益的平级奖，如：B老板直推了个代理获得300收益，平台设置的平级奖励为10%，那么A就能获得30元平级奖励）。

团队身份点位分红奖（可设置不同身份等级的升级条件，或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别）

帮扶奖：1、完成平台设置的提现任务（推荐2人成为老板，团队下需要“N”个代理，后才可解锁收益，没有达成每次只能解锁80%收益，剩下20%冻结成基金，完成任务之后才可解锁）（只需要完成一次即可）

分红奖：设置门槛升级团队长身份V1、V2、V3，每个身份拥有独立的奖金池，按人头平分收益

平台每卖一个499，固定拿30元进分红池，给董事联创合伙人等多个级别设置不同的比例根据对应身份人数进行平均分红，比如董事平分30%，联创平分30%，合伙人平分40%

举例：分红奖总佣金为100元，V1奖金池20%，V2奖金池30%，V3奖金池50%，且达到V1身份人数1，V2身份人数5，V3身份10，则：

V1奖金池1人，直接获得： $100 \times 20\% = 20$ 元

V2奖金池5人，每人获得： $100 \times 30\% \div 5 = 6$ 元

V3奖金池10人，每人获得： $100 \times 50\% \div 10 = 5$ 元

特别说明：

1.感恩机制：这个模式特别设置了下级帮扶上级的感恩互助机制，下级代理想做老板，需要将原两个直推团队留给上级老板，帮助上级裂变团队，然后自己再重新发展新的市场，新发展的下级也会帮助上级，如此循环，讲解如下：

假设A推荐B，B推广了B1和B2两个499代理，满足条件升级成为独立老板时，之前直推的市场B1和B2两个市场需要留给原来的上级，B1和B2这两个市场如果也分别推广了两个499代理，(分别为C1，C2，C3，C4)升级独立老板时，也需要把他们的C1，C2，C3，C4个市场留给A，从而A可以获得2生4,4升8,8升16。。的团队架构，A实现团队的自动裂变。

2.20%链动基金互帮互助机制:代理或老板收益提现时，需预留冻结20%在平台，完成指定任务才能解冻全部可提现。

指定任务

1：之前直推留给上级的个团队B1和B2均升级为代理级别或老板级别

2：B1和B2团队伞下订单超过10单

本机制主要预防下级脱离的时候留下两个不动的小号或僵尸账户，实现真正的下级帮助上级发展团队

保护原来推荐关系，基因链关系不烧伤，人数可自定义，拿关系链团队无xian代级差奖励，统团队身份点位分红奖一样，可设多个身份，比如董事/联创/合伙人，可设置不同身份等级的升级条件（比如直推人数，直推指定身份等级会员数，订单量，消费金额，大小腿业绩占比，伞下总业绩），或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别。

省市区等区域奖励

省市区代理，享受级差收益，以用户下单的实际收货地址为准进行订单分佣

点点关注，近我者富！评论点赞，多赚千万！搜索陈景尧，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，请联系景尧

扩展资料：

什么是版本管理？版本管理，是对软件开发过程中特定功能的集合或特定代码构建结果进行管理，主要包括版本编号的管理、版本的前期规划、版本开发时的需求变更应对以及版本发布上线后的总结回顾等内容。

在版本开发前：通过建立版本号标识，明确版本目标，制定好版本上线需求内容，设计好发布策略，可以让产品功能和质量尽可能地符合用户的预期。

在版本开发时：通过提升需求分析的确定性，提高需求方需求变更的成本，降低开发响应需求变更的成本，从而帮助团队积极地应对需求变更。

在版本发布后：通过对Bug和用户反馈以及线上日志的收集分析，对版本进行复盘，有助于及时应对版本问题，从而制定有针对性的版本优化。

一、如何对版本进行规划

对产品版本的规划，主要包括四部分内容：一是建立明确的版本号标识，二是确定版本的目标，三是制定版本内容，四是设计发布的策略。

1. 建立明确的版本号标识

为了使工作规范化、统一化，我们需要明确标识产品的版本编号。目前业界在软件版本的命名上，通常会采用以下方式：

版本号命名规则

例如：1.2.1, 2.0, 5.0.0 build-13124。其中，构建版本号通常由编译程序自动生成，对外不提供。

1、版本号更新规则

主版本号更新规则：产品功能发生全新的优化，包括页面、体验和技术上的全面更新优化。如下图所示两个产品的版本号升级。

子版本号更新规则：1、产品新增了重要功能模块；2、在原来功能基础上作了重要更新；3、严重Bug的修复。

修订版本号更新规则：1、新增或优化一般的功能模块；2、一般Bug的修复。

2、版本号后缀

版本号后面可以加入Alpha、Beta、Gamma、RC、Release等后缀，用来表示软件当前所处的阶段。

Alpha：内测版。此版本表示该软件在此阶段主要是以实现软件功能为主，通常只在开发者内部交流，或者提供给测试人员测试用，一般而言，该版本软件的Bug较多，需要继续修改。

Beta：公测版。该版本相对于 版已有了很大的改进，消除了严重的问题，但还是存在着一些缺陷，需要经过多次测试来进一步消除，可以提供给一定的目标用户大规模体验测试。

RC 版：候选版本。是 Release Candidate 的缩写，意思是发布，该版本已经相当成熟了，完成全部功能并清除大部分的Bug。

Release 版：该版本意味“终版本”。是经过前面版本的一系列测试之后，终交付给用户使用的一个版本。该版本有时也称为标准版。

2. 确定版本目标

版本规划的第二部分内容是关于版本目标的确定。

在确定版本上线需求的时候，往往容易只考虑那些紧急的、用户反馈多的、所谓优先级高的需求，然后将这些需求整合到下一版本的发布计划中，但是这么做无疑是捡了芝麻却丢了西瓜，因为忽视了对整个产品目标的实现。

比如：需求A属于模块1，需求B属于模块2，需求C属于模块3，这些需求分属于不同的业务，解决的是不同场景的需求，但同时实现这几个需求，并不能体现出产品的目标和优势。一个版本，就好比一个产品，产品要有自己的优势，版本也要有自己的目标和优势。

基于海盗模型确定版本目标

海盗模型是一种以用户为中心的、着眼于转化率的漏斗模型。这个经典的数据模型把目标整体分成了五

个部分，即：获取用户（Acquisition）、激活用户（Activation）、提高留存（Retention）、获取收入（Revenue）和自传播（Referral）。

1、获取用户

即拉新，一般是用户的注册、下载、关注等行为。通常用新增用户数来作为考量。任何一款产品上线之初都避不开这个环节，而且拉新是会持续的伴随整个产品生命周期。一般在刚刚上线核心功能后，都会重点关注并优化用户的注册登录的路径，甚至通过不断的埋点来获取数据，从而做数据分并优化需求。

案例：初新浪微博的注册流程，是需要用户在次注册时绑定手机号、身份证、输入账号密码和保密邮箱等等非常多的内容，后来在后台的数据埋点中发现由于注册流程繁琐，导致不少用户在注册了一半的情况下就跳出了页面。之后随着版本的不断迭代，如今新浪微博的注册只需要输入账号和密码即可，只有在需要用到核心功能时才会需要我们绑定手机号和身份证等相关信息。这样就大大降低了用户的操作成本，让获取用户变得更容易。

2、激活用户

即促活，一般会以用户的在线时长、与其他用户的互动频次等数据来做以考量。初期用户的活跃度是至关重要的，甚至对产品以后的发展会有很长远的影响。

案例：在初的版本上线的时候，通过各种渠道吸引了很多在校的大学生录制作品，他们大多来自于音乐学院、表演系等颜值出众的年轻人。这些用户的积极互动和推广为在用户的心里留下了一个新潮时髦的印象，从而吸引更多人参与到短视频的制作和互动中来。

3、提高留存

留存：指在经过一段时间后有多少用户留了下来，一般情况下会以月、周、日的时间维度来作为数据考量，也就是我们常说的DAU、WAU和MAU。

案例：在一些社区及行业中留存是一个相当重要的指标，当一款产品的用户留存越来越低，即使有新用户进来，也依然难以摆脱冷清的局面。例如，根据荣耀的数据发现，在非长假期间用户的留存率会出现下降的情况，所以为了抢占用户的时间，提高留存率，程序会经常发布一些诸如签到送皮肤和送钻石金币等任务活动。

4、获取收入

即变现。不止是软件的开发方获得收入变现，用户也可以在这一步获得利益。

案例：为了更好的促进用户进行高质量内容创作，增加了付费问答等功能，这些功能让用户有更强烈的动机去进行持续的内容输出，同时也为平台带来了部分收益。

5、自传播

自传播：即用户可以自发的向身边用户推荐我们的产品。

案例：采取了拼团模式让用户获取到折扣和优惠，同时进一步刺激了用户分享给身边人，加强了产品本身的传播性。