

# 链动2+1电商系统源码，哈尔滨APP软件开发

产品名称	链动2+1电商系统源码，哈尔滨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，C,4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，统团队身份点分分红奖一样，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：

如果你做私域你会留下一大批宝贵的老客户流量，而这些流量在私域系统里面非常值钱，首先他们因为买你的同一主题的产品而被你聚集在一起，单个客单价按照200元来算，1万个老客户就是200万。

这是属于你的专属资产。

他们可以支撑你去做新的项目并因为有种子用户而快速起盘，即便你日常接单发发广告都可以赚一笔，源源不断，如果你出手被收购，那你也可以套现一笔。所以这个价值空间你可以明白了么？

我在上面说了，盛情邀请进入你的私域系统？

很多企业推进不下去的原因就在于没有做到对老客户的盛情邀请，我日常在买东西的时候，也经常收到一些包裹，里面会放有引流卡，然后说什么添加好评然后给2-5块钱的优惠券。

蠢不蠢啊，大家是缺那几块钱的人么？就这还想着能够做下去？这不是天方夜谭么。那么如何进行触达卡的设计？

触达卡有两点大家务必注意：

点：在做内容营销页得时候，必须是充分从用户的角度考虑，为用户更高效解决问题而服务的，一定是创始人老板亲自写的一封给用户的感谢信。

第二点：必须是老板的，或者是老板IP的。我加你个员工有什么用？你对我有什么价值呢？大家想一想是不是这样子。

我有事情去找老板肯定是对我来说具有吸引力的啊。

但是真正的操作的时候，肯定很多老板不愿意啊对不对，我这么忙，我怎么可能有可能有时间去处理这些问题呢？

事实的确是这样，但是任何一家企业都必须存在企业的灵魂人物，如果你们团队懂得塑造老板，那肯定是再好不过了，但是绝大多数的团队估计也不懂，可以跟二哥来聊聊，二哥来帮你们就好。

老板作为企业核心的人，大家肯定也知道老板比较忙，用户加过来之后，你可以让你团队的小二跟客户简单说下，但是同时，你必须强调，你作为老板每天都会看用户的反馈，并表达感谢之情。

这就有一种用户直接可以触达天庭的安全感，另一方面如果你的员工真的对客户不好，你也可以直接能够查收到，这对于经营是一件非常有益的事情。

对于电商企业私域经营的个阶段，其实就只需要做好这一个动作就非常好了。因为私域中的用户数量积累并不是非常多，所以还不太需要花费过多的精力去重点开发。

## 2. 电商企业私域经营的第二个阶段

当你的私域用户慢慢积累到了一定的量，这就进入了电商企业经营的第二个阶段，就需要调节公司内部资源进行平衡开发了。

私域经营，本身跟你平台内部店铺经营存在一定的重合，但是也存在一定的差别，当你私域用户具有了一定的量，你就可以针对性对私域的客户进行深度的服务和价值开发。

那么如何对私域的客户进行重点开发呢？

如果实力可以支撑的企业，可以从产品体系进行着手，重新针对私域的客户特属的内部特购的产品，并通过朋友圈的运营，一对一的私聊沟通，进行售卖。

这就会帮助你产生第二条利润产品线。也就是在这个阶段你的企业就会进入稳固阶段，你不用过于担心平台端流量利润率的持续走低。

## 3. 电商企业私域经营的第三个阶段

随着你私域流量池中的客户不断增加，经营利润不断走高，你的公域系统如果可以赚钱，那就稳稳当当做好，并持续引流到私域系统。

如果你想提高其他竞争者进入的门槛，你在站外的一些投放，就可以适当减少一定的利润，或者选定一些产品作为引流款，去全渠道售卖，哪里的流量成本低，你就去哪里引流，比如说，火爆的直播带货，投放，等短视频平台引流，全网的CPS分销系统建设。

你在这个过程中，就要明白，终的卷王获客法一定会到来，就是不赚钱去推广，也会有一大批企业去做，而且他的前期目的就是不赚钱，他就是有这个实力跟你去刚，如果你所在的类目出现了这样子的企业，你怎么办？你岂不是只能干瞪眼等着自己被淘汰？

而事实上，就我所知，有些领域也确实已经出现这样子的企业，我就是不赚钱去全网推广去卖货，我的首客目标就是不赚钱，我甚至还亏钱卖？为什么？

难道他们就是一直不想赚钱么？

他们的帐算的比你明白，我就是要把我的竞争对手卷死，卷到只剩下我自己，卷到你们都不敢再去做这个类目，因为你们知道这个行业不赚钱，那后呢，不就剩下我自己了，我在这个类目，在这个领域行程垄断。怎么可能会赚不到钱呢？

这就是私域系统能够带给你的，你不做，你的竞争对手一定会做。后就是你出局，就是这么简单。

而你再看看，你在前面付出了什么太大的精力了么？没有，你只是为公司开发了这样一条私域的路线，而且还是建立在你现有的基础之上。

你只是改进了自己的引流策略，用私域的方式对你的老客户进行了一次沉淀，而已。

事实上，私域系统的成熟不仅能极大利好电商企业，而且对于一些门店经营系统的企业也都产生了极大的效力，肯德基，麦当劳，百果园，瑞星咖啡，这些响当当的企业，都因为私域系统的建立而实现了经营效率的倍增。

那么他们跟电商企业有什么不同么？

从本质上来讲，我认为他们的是一样的，区别就在于，门店系统的客流是来自源源不断的线下用户，而电商企业的客流是来源于线上的广泛的平台渠道。而已。

门店系统都经营成功了，为什么咱们电商企业做私域就不行了呢？

所以，二哥还是那句话，不是电商不行了，是你的电商不行了，也不是门店系统不行了是你的门店系统不行了。