

链动2+1电商系统源码，嘉兴APP软件开发

产品名称	链动2+1电商系统源码，嘉兴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：

我们要从0开始搭建一套电商系统，涵盖面非常广，说是大工程一点都不为过，所以对于产品经理而言，初期的调研尤为重要，初期调研的越全面、越清晰，开发过程会越顺利，后期的坑也会越少。那么问题来了，我们应该调研哪些内容？又该如何调研呢？

我在两年前开始搭建公司这一套电商系统的时候，调研阶段选择了三个方向，大家可以参考下：基础数据、业务流程、数据报表。

简而言之，基础数据就是在这一套系统里，会存在哪些基础资料数据，哪些数据维度需要统一，这是需要对后续很多内容做铺垫支持；业务流程即公司实际业务，需从前到后，从主干到分支，梳理清楚；数据报表即终想要看到哪些分析报表，我可以从后到前分析，反推实现这些报表需要哪些数据、哪些功能等。

我们重点讲下点，基础数据的统一，可以有这么几个点去开展调研：公司维度、部门维度、客户维度和平台维度。

这是开始需要调研清楚的，哪些基础数据是需要全公司统一，这也是整套系统基层的数据，后面很多维度的数据都需要以这个为基准。举两个例子：

公司维度对于每个产品需要明确唯一定义，唯一的编码、名称、品牌、系列、尺寸等，这就是这个产品公司层面的基准信息。编码规则统一，既要简约，同时又能体现出这个产品对应的一些重要信息，比如其中一个字母会代表某个品牌等。

公司架构会涉及到多方面，审核流、权限，权限还包括功能权限和数据权限，这要以公司人力确定的架构为主，并且要调研清楚架构中涉及每项业务的审核流和权限是怎样的，有多少审核流是区别于公司架构之外，这会方便后续搭建权限系统。

每个部门都会有自己内部的一些数据维度，这些往往会体现在具体功能中，但如果初期是可以确定的，调研清楚好。

比如上面提到的架构和审核流，很多部门内部会存在区别于公司架构的审核流和权限，这个就需要你将整个系统的审核流搭建成可配置的，以便于灵活更改。

比如，财务的一些性数据，付款报销的科目、损益表的项目类型、汇率、税率等，这都是后续会用到的基础数据。

电商公司的客户一般有两类，服务商和买家客户，服务商顾名思义，给你提供服务的供应商、物流商等，他们会有自己的一套数据规则，比如包装规则、报价规则、交付模式、合同等；第二类买家客户，他

们的一些购买方式、报价规则等也会存在差异性，甚至于是否存在产品定制款，都需要初期调研好。

类似于客户维度，我们如果要对接不同的平台，很多数据规则就需要遵循他们，毕竟还没有哪家电商公司可以让Amazon等平台按他们的规则来处理数据。

拿Amazon的产品信息举例，卖家在后台上架产品时会要创建sku，这个就是不同于公司维度的产品编码，同时Amazon会自动生成的对应的asin，这也一样，如果你用到FBA配送，那还会有对应的fnsku，对于一家电商公司，因为需要区分店铺和站点，一个产品编码是会对应多个asin或sku，甚至于同一家店铺的同一直站，也存在这种情况，所以初期的调研尤为重要。

如果你们需要对接eBay、AliExpress等其他平台，这又是另一套规则。

九层之台，起于累土。从0到1做这些系统，一定不能着急，初期调研可以允许自己有较长的周期，理顺基本事项，后续工作可以更高效地推进。

这一篇是在高铁上完成的，疫情期间人比较少，安静的车厢，沿途的风景，很享受这种感觉，希望这篇文章可以对大家有些帮助，也欢迎大家留言反馈，感恩。