链动2+1电商系统源码，保定APP软件开发

产品名称	链动2+1电商系统源码，保定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

①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）。

②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）

③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）

④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）

⑤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：100X20%=20元

V2奖金池5人，每人获得：100X30%÷5=6元

V3奖金池10人，每人获得：100X50%÷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：

四、对接后应该干什么

1.跟进开发进度

作为设计师，我们需要实时了解开发的进度，这样能够保证我们在过程中掌握自己的设计节奏，什么时间交给开发动效文件，如果进行修改也可以不影响上线时间（当然不建议这样做），那么具体需要怎么

跟进呢，大概分为以下几个维度。

a）时间进度跟进

设计师可以时不时的问一嘴，是否能按照正常的计划时间节点提测（正常需求提交后，开发会给出开发排期，尽量按照时间排期走，否则项目进度会变得很不可控）。

如果开发反馈时间会有延期风险，那设计师时间就要了解原因，以及预计延期多久，然后自身评估以下对设计上是否有影响。

b）需求变更跟进

一般开发过程中，或多或少都会出现一些需求调整/变更的点，那么其中就会涉及设计上的改动，改动小的话产品经理有时候会直接告诉我们，并不会告诉开发，这时候如果身为设计师的我们要及时通知开发，并说明原因（避免争论）。

并且，需求变更后，需要和开发评估新的项目上线时间点，站在我们或者产品角度理解有时候我们认为的修改，对于开发来讲是耗费时间较长的，需要我们注意是否会影响上线时间。

c）交互动效实现跟进

在2-4中讲到我们要输出交互动画，虽然我们输出的动画很直观，以及动效文件也完整，但是避免不了认知上的偏差，有时候开发会按照技术难度以及自身理解去完整交互效果，我们中途要随时跟进了解，避免开发在错误的路上越走越远。

d）测试跟进

及时了解该需求是否已经提测、哪些还未提测，若到了提测时间的功能未进入测试，可以询问产品或开发什么原因，这样对项目或设计师都是负责的。

另外一点是我们设计师需要在提测阶段介入UI走查，因为各个公司或者项目测试时间有长有短，所以我们要及时把UI走查工作介入进去，给开发预留出修改时间，有的小公司不重视UI走查流程，这里我们就可以自驱进行走查，主动找测试同学了解提测时间，及时走查，保证页面还原度。

2.设计走查

走查是UI工作中为重要的工作，它决定着产品上线后能否完美的展现给用户，下面我大致把走查的流程以及范围给大家梳理下。

a）创建走查文档

在UI走查阶段，我们首先需要建立走查文档便于开发浏览解决，走查文档主要包含日期、版本、项目名称、模块、端口、问题描述、修改状态、图片标注，这样一方面能够让问题更加详细，体现设计师的度，一般我是使用在线表格去建立走查文档，当然这个看每个公司所使用的协作平台。

b）开通手机权限

一般在走查移动端产品时，安装测试包需要开通账号权限，这里可以找公司的开发或者测试同事给开通，避免影响走查效率。

c）走查范围

分为基础走查、细节走查、适配走查。

基础走查包含字体、颜色、图标、间距、对齐方式等具体可根据产品形态进行延伸，其中间距走查比较费时间，需要我们通过测试机截图后，按照倍数缩放到源文件内进行测量，测试机分辨率需要保证与设计稿一致，否则测量不准确，如设计图是375*812，以苹果为例测试机则需要使用 iPhone X，这里给大家参考链接。

https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/foundations/layout

细节走查包含字体截字、按压状态、组件内容、交互状态。

适配走查包含关键信息是否超出屏幕、是否出现挤压、是否出现重叠、识别度是否清晰。

3. 避免添加复杂交互

在走查阶段如果我们发现部分的交互效果不太理想，并未达到预期，我们可以与开发进行沟通是否可以修改，或者添加新的交互效果，因为在这个阶段我们重新设计或者定义一个新的交互动效的话，会增加非常大的开发工作量，可能也会与开发产生争吵，我们在这个时期尽量避免这个问题，如果实在没有解决办法的时候再去添加新的交互。

我在工作中，如果遇到这种事情，会分两点考虑这个事情。

评估下当下这个交互效果是否会影响用户体验，如果影响用户体验我会要求开发必须还原，当然我会讲述清楚为什么改，避免让开发产生情绪抵抗。

第二是如果不影响用户体验，但是还原度没有达到预期，我同样会先找开发进行沟通，例如按照交互稿还原会有什么困难，是时间上的困难还是技术上的困难，时间上如果困难我会沟通好下一期必须还原到位，技术上困难我一般会修改交互形式，尽量保证上线后给用户展现的是完美的状态。

4. 数据追踪

作为设计师在需求上线后并不代表需求就结束了，我们还需要追踪数据情况是好是坏，为什么我们设计师要去追踪这个数据呢，追踪数据是为了让我们在工作中提升自己的设计价值，随着现在互联网发展逐渐饱和，那么企业对于各个岗位的要求也跟互联网初期不一样，以前我们只需要画画图交付就可以了，但是现在的企业更看重的是综合能力。

说简单点就是做UI的人很多，的UI一样很多，那么我们就得被迫提升核心竞争力否则就是被淘汰。

而追踪数据其实就是增加我们得核心竞争力，同时也是能够体现自己设计能力的一项内容，设计终是为商业而服务的，但我们不能嘴上说说，而是要拿出实际的行动，这个行动就是数据，我们的设计如何为数据赋能的，如何帮业务达到目标等等，数据如何分析是个很庞大的体系这里只讲下我们身为设计师为什么需要追踪数据。

简单讲下工作中数据解析的案例。

下面是我做的一个直播商业化改版需求，改版背景呢是直播业务由原先的为c端用户赋能改为，为b端企业赋能，通过与企业合作而产生价值，那么基于这个直播形态肯定是需要变化的，需求目标由原先的【用户收益】改为【企业收益】，新的目标具体为提升企业品牌曝光点击、互动、预约人数、提升直播在企业客户测的感知收益。

案例▼▼▼

基于这个目标，其实不难发现，目标已经从用户侧改为大客户，更多的是为企业去赋能，页面的结构肯定需要进行变化的，左边的图呢是改版之前的，右边的是改版之后的，那么我当时的思路呢其实就是基于数据方面去进行优化。

整体：产品策略添加了二级浮窗用来承载更多内容。

直播介绍：首先旧版策略是直播介绍对于用户而言并不重要，用户只需要通过看到直播标题就能够了解大致直播内容，更多是以引导形式存在，所以信息外漏较少，而新的策略是讲企业介绍默认展示在二级浮窗内，用户可选择关闭，提升企业感知。

投递简历：旧版策略是需要侧重用户投递率，因此在预约界面就展示入口，而新的策略是需要给企业强化观看人数、预约人数从而提升客户价值，基于这一点，我当时是通过数据后台看了下预约页面的点击数据，发现点击率高的是【投递简历】入口，而【预约直播】入口点击率相对较低，因此把投递简历入口调账到浮窗tab区域，降低层级，让预约直播成为视觉焦点，而上线后数据也是符合预期。

企业关注：将企业名称与关注结合并且放大，提升关注量，强化企业品牌感知和数据感知，关注与预约直播两者无论数据高低，都是符合企业目标，从而便于业务人员与企业进行合作沟通。

从我这个案例中我们能清楚看到，基本上任何需求都是可以通过数据的维度，进行优化，并且通过量化指标提升设计价值，无论对公司还是个人都有很大收益，并且我们追踪数据也便于后续我们与开发对接时，可以通过数据维度去促进我们设计上的修改、完善等工作，这也是为什么说我们需要对每个需求都要进行数据追踪。

五、总结

无论是对接前、对接中、对接后，在哪个阶段都需要我们认真对待，熟知这些细节后，才能更好的与开发合作，进行项目推进，的设计师不仅是和技术上的成熟，还需要有协作上下游的能力，在很多团队中设计师跟开发都会面临不一样的挑战终可能会因为某些问题发生冲突，我们需要减少这样的冲突。