

2+1链动模式电商软件，珠海APP软件开发

产品名称	2+1链动模式电商软件，珠海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	微三云:源码 链动2+1:APP 东莞:小程序H5
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

更多干货内容，详情看：（门门陈景尧）

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，可联系陈景尧

扩展资料：

三、STAGE直播运营方法论

具体到每一场直播带货，品牌或商家可以运用STAGE直播运营方法论，以实现更好的GMV结果。

STAGE直播运营方法论即代表：盘直播（Timing）、盘商业化（Accurate Flow）、盘货品（Shaping Merchandise）、盘福利（Gifts Strategy）、盘亮点（Early-content）。

盘直播，商家在直播前要明确直播节奏，打造直播脚本，把控活动节奏，强化人设，为直播做好充足的准备。

第二盘商业化，也就是流量投放，商业化投放需要前置，盘点每一场直播GMV目标对应的客组组成，匹配相应的商业化投放策略，初步设定不同时间段的投放比例。

第三盘货品，制定组货计划，为新粉、老粉提供的不同的商品定款、定量、定价、定优惠策略，不让疲劳，从供应链端提前筹备，设计直播商品的结构，打造爆款。

第四盘福利，将用户留在直播间需要提前准备福利营销，直播中善用营销工具，明确商品卖点，承接用户流量进而实现转化；

第五盘亮点，通过公域曝光锁定用户，制定预热节奏，策划预热内容，吸引更多消费者预约直播。

四、vs

主打“信任”，将私域价值、人与人的关系视为降低交易成本，做高市值天花板的核心选择。

而则选择“兴趣”，强调对公域流量的运营调控，强调算法主打的兴趣推荐，希望能发现用户隐性消费需求，帮助商家将商品真正推荐给感兴趣的人。

但两者的直播电商逻辑都在强调内容消费转化，核心优势都在于：通过优质内容，以高频打低频的优势，来拦截用户的半确定或不确定消费需求。

因此，做好内容，提升用户边“逛”边“买”的体验仍是平台和商家的核心。