

# 深度解析：泰山众筹是什么?泰山众筹模式详解

产品名称	深度解析：泰山众筹是什么?泰山众筹模式详解
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋403室
联系电话	18026593989 13790189695

## 产品详情

什么是泰山众筹？

本文老段将在软件开发行业五年的经验，说说近段时间爆火的消费全返模式，泰山众筹是如何创联消费升级打造高活跃的商业生态圈！

泰山众筹商业模式背景：

泰山众筹模式是2022年新零售市场上非常火爆的裂变营销模式，不同于以往的电商模式，它不以某个产品为销售核心，而是以众筹的形式获取用户，只要用户购买产品即可获得积分的赠送，使用积分即可参与泰山众筹活动，活动出局后奖获得对应奖励，这种形式门槛非常低，也容易激起消费者的购物趣味性，同时还实惠了消费者，非常容易引入流量。

在产品严重同质化的今天，几乎所有的企业平台运营者，操盘手都或多或少被下面三个问题所困扰，并一直苦思冥想各种各样的模式或方案。

第1个问题，用什么样的方式可以把海量的消费者吸引到自家平台来？

第2个问题，又有什么样的模式可以把自家产品快速大量的销售出去？

第3个问题。并且这个模式还不能有泡沫或者泡沫不大，用户还有很强的粘性来复购？

而在当下大中小微企业并存的时代，并非是所有的企业都是一开始手握巨额现金。通过烧钱推广市场的例如某多多的获客成本以432亿高居\*\*，才换来了现在他如此庞大的用户量，所以他的百亿补贴应该是真金白银砸出来的，巨头们获客的代价是由资本承担，但对于财力也没有那么雄厚的普通企业。在那么多企业和产品竞争下，又凭什么认为自己可以不认真计营销模式，仅仅付出一点点代价就能获得比烧钱的互联网巨头还牛的结果？

所以对于普通企业而言，除了产品方面要有\*\*\*\*和创新之外，还必须要一样东西，好的商业模式。一个好的商业模式，通过产品利润的让利设计。也就是咱们说的分钱目标消费者。并能形成用户高粘性，提高复购频率，\*终带动产品销售。

可能看到这里你会说上面你说的这些每一个字我都认识，每一句话我都能听懂，但具体要怎么做呢？你倒是说呀。别急，在正式剖析模式之前，有一段非常重要的话要说在前面。那就是所有营销分润背后的本质必然是来自销售产品的利润加企业合理的补贴。然后在这个基础之上进行巧妙的分配制度之际，从而实现用户受益，平台盈利的双赢结果。

接下来进入正题，用几个核心点给大家深入剖析清楚泰山众筹这个模式：

泰山众筹一共分为四个核心点组成。

\*\*点优胜优出，他是去中心化的科学众筹，分布式数字资产记账形式。他将企业资产数字化，连接企业内外部资源，为企业发展品牌塑造带来更多的支撑，用数字经济的模式为企业发展赋能，有效解决脱实入虚的问题。

第二个核心点叫四进一出，合理合规，进出平衡，当第四期成功的时候才会返回。\*\*期的本金加收益，每一笔出账的前提必然是有新的一笔进账，一大涨吃小账，进出平衡，不会出现现金流不足的情况。

第三个核心点叫爆仓重生，爆仓重生立即止损，市面上常见的商业模式基本都是后面人买单，泰山众筹也是提出爆仓重生，止损重新开启下。一轮上一轮泡沫不累计炮之后重新开始。

第四个核心点叫倍利复增，公平公正，能量守恒，每一期的上涨波幅都是上一期众筹金额的贝利夫增金额，比如贝利负增30%。当\*\*期为1万购物币，第二期就是13000购物币，第三期就是16900购物币，公平公正，可持续性很强。

泰山众筹模式分析:

连续四期众筹成功就开始出期参与众筹的人奖励自己投放本金的28%奖励，每一期众筹成功后增长30%众享额度，即每期众筹成功收益的30%=静态12%，动态奖励16%，平台维护费2%全部分完无任何泡沫。(这里的分润奖励是用产品利润来对冲的)

1.静态收益12%，每期本金投放的收益12%，用户只要众筹成功就能获得的纯收益

2.动态奖收益:16%，用户需要推广拉新获得的收益 .分享奖励 3%

.管理奖 5% .股东分红3% .区域代理 5%

泰山众筹模式玩法:在商城购物所获得的活动币参与众筹活动

D一期10000活动币

第二期13000活动币

第三期16900活动币第四期21970活动币第五期28561活动币

第六期37129活动币

第七期48267活动币倒数第四期退70%活动币给30%积分

第八期62747活动币倒数第三期退70%活动币给30%积分

第九期81571活动币倒数第二期退70%活动币给30%积分

第十期106042活动币 众等失败 退活动币

假如:例数第十期众笔失败,即例数前第七,八,九期都视为爆仓,例数第十期退还活动币,例数第七,八、九期退还70%活动币(70%的数值比例是可以自定义)众器不成功返30%的积分可按照每日千分比逐步释放成商城零钱可提现,或用于在平台的积分商城区兑换产品。

举个栗子

当第4期众筹完成的时候,第1期参与的用户可获得本金+收益,假设当初投入100个购物币,这时可以获得额外10%的奖励,\*终有110个购物币(平台可以自行设置是否能提现)。以此类推,第5期完成的时候,第2期的用户可出局.....这样“有进有出”,并且有时间差,大账吃小账,有利于平台的资金流稳定。

爆仓熔断,安全控盘

每一个众筹活动都有限定的时间,这个也不例外,在活动期内,\*后一期没有完成众筹即为“爆仓”,但这个中性词,即\*后三期的用户获得的收益没有之前出局的那么多,平台可以有效止损,保证利润,且\*后三期的用户依然可以【返还70%购物币+30%积分】,积分可以兑换商城产品,或者平台可以对接NFG,让积分可以兑换更有变现价值的NFG,让用户获得超倍惊喜。

泰山众筹模式如何合法合理的运营?如何规避风险?

- 1、更改参与玩法,不以现金直接参与活动;消费购物赠送一同等价值购物币 [积分]。
- 2、对接第三方支付机构和正规的税收团队(灵活用工)正常纳税;
- 3、正常的商品交易信息,正常物流发货,真实流水;

成本费用赢利,代销商奖励测算:市价-成本费用=赢利

推广营销奖励分20%,一级代销商13%,二级分销7%

卓越团队级差分20%,初级合作方10%,初中级合作方15%,合作伙伴20%

我国去年慢慢对方法综合服务平台也打开了严监管方法,但谬误是,没有方法也是做不了综合服务平台的,没有好玩的方法体系和裂变式体系,谁会帮你推广方式,不能只靠广告推广吧?,因而,仅有在大概合规或者没建立定义违规的前提下,尽量科技创新营销方式设计构思。但是,不论是之前的寄卖方法,九星创业人方法,拼商回馈活动方法,全体人员拼单方法,换置方式,或者以后的每一个月都公布的新模式,都不能作为长久性运营的方法,仅有作为阶段性的补贴营销推广营销方式。

新零售商业模式在变，首先要把卖货赚钱，转变到卖思维和模式上面来，今天和大家分享一个利用产品来认购众筹活动的模式，也是根据前段时间国家支持绿色消费返利积分打造安全无泡沫的玩法，不再靠产品本身的价值赚钱，而是利用产品带动活动的核心，把产品本身的价值送来吸引用户认购众筹的，对于消费者来说即购买拿到了产品，也能通过活动拿到增值的收益。

企业可以根据市场情况和产品优势定制营销方案，在新零售时代\*重要的是产品，好的营销计划和方法是项目成败的关键，结合市场上流行的商业模式，营销方案，让用户积极独立推广裂变，增加消费者的增值服务。

本文章为原创所有，码字不易 有劳各位点赞收藏，下期分享更多营销方案

转载请注明出自：商业模式策划老段