

# 万物互联时代，母婴店新二级分销盈利引流方案分享

产品名称	万物互联时代，母婴店新二级分销盈利引流方案分享
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	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

## 产品详情

2008年以来，我国母婴市场一直在发展，2010年更是呈现井喷式增长。经过多年的市场磨炼，母婴市场分为四类：母婴服务、婴儿服务、母婴用品和婴儿用品。其中，婴儿用品和服务市场占90%以上，占母婴市场的绝大部分份额。随着二胎政策的实施、消费结构的升级、育儿理念的转变和各种新的商业模式的崛起，母婴行业的增长迎来了更多的推动力。

（私信留下联系方式和行业，小编给你提供适合的营销引流方案）

### 一、传统母婴门店面临的营销困局

1.电商、微商、代购的“品类+价格优势”，挤压线下流量：线下母婴门店受制于运营规模、商品陈列、渠道商铺货压货等，线下商品销售弱势显著。

2.思维过去式，客户需求个性化：母婴产品具有刚需、高频率、自然高回购的特点，各阶段用户肖像相对统一，需求相对恒定，易于掌握

。宝妈群体具有典型的社区聚集效应和大学生消费群体意见传播效应，非常适合在线社区运营。基于微信推送、微信群、微博等，达成用户信息获取需求、个性化需求和情感价值认同的强链接，传统母婴门店的“卖货思维”显然无法再打动客户。

3.粗放式会员营销管理，不能发挥会员价值：大多数门店会员营销管理较为粗放，几乎无法结合会员场景实现营销转化。

4.缺乏数字化的活动管理，缺乏过程控制：需要准确记录和实时反馈线下母婴店的活动推广时间、曝光、互动体验、流失率、到达率等。

5.品牌管理缺失，同质化严重：

中小型母婴门店之间产品和营销模式同质化严重，盈利模式往往比较单一。

天猫、京东一类的综合电商与垂类电商都已已经试水母婴新零售。

依托流量优势，品类协同，综合电商平台规模化采购能力占母婴B2C市场份额较大。综合电商也在向新零售方向成长，产生了全渠道布局的趋势。母婴垂直电商专注垂直领域，通过差异化营销赢得客户，满足更多个性化、系统化需求。

二、传统母婴店该如何借互联网营销突出重围？

如果母婴店坚持传统销售商品，就会面临破产的风险。只有转型店铺，跟上时代步伐，选择高效的工具，更好的运营模式，更高效的店铺活动，增强消费者对店铺的信任，才能生存，让店铺盈利。

母婴门店，具备“体验感+服务”特色的线下推广市场仍然占据主导，而线上推广市场发展迅速，线上推广增长率是线下推广的五倍以上。母婴家庭消费意愿不断增加，母婴产品消费频率高，消费周期长，

质量更加重视，价格敏感性低，母婴社会属性可发现。母婴社区、拼团购、链接分享、宝妈合伙人等形式的社交价值可以进一步发现。

一是独立性掌握平台，不用依附在其他平台，将消费者数据留存

二是做自己大数据的主人，掌握所有数据，安全保障，平台引流不受公域流量的限制。

母婴平台众多，消费者为什么选择你，首先就是要有好处，这里平台可以拿模式出来引流，进行快速裂变和拓展平台，比如广告电商、全民拼购、链动等等。这里小编就不一一介绍，具体资料可找小编获得哦，咱们大概说一下链动这个模式，无泡沫合法合规的裂变！

商家拿出一款产品做活动，那假设这款产品是899元（比如是两罐奶粉加一些婴儿零食），这个模式分为直推和团队奖励，直推奖励可得100元，团队奖励可得200元。代理平级可以获得中收益的10%。

代理：购买所关联的商品、礼包，就会成为代理

成为会员后，直接推广用户去购买应用所关联的商品、礼包，就可以得到直推奖100

店长：成为代理后再推荐二个代理用户

成为店长，直接推广用户购买得【直推奖100】

成为店长后，下级直推用户（代理）再去推广用户去购买应用所关联的商品、礼包此时就可得【直推平级奖10%】

成为店长后【第三个推广的用户起】购买应用所关联的商品、礼包，可得【团队奖励200元】

成为店长后【下级直推用户的第三条线起分别推广的1.2条线用户】购买应用所关联的商品、礼包，可得【团队奖励200元】

下级推广的用户可获得【团队奖励200元】此时就可能获得【团队平级】

二级分销，不存在多层级，合理合规分佣收益

走人机制：推荐两人消费899成为会员，即升级成为会员，关系脱离走人

留人机制：自身成为代理后，为上级留开始的两个人

0元福利：产品部分利润回馈消费者支付邮费即可领取福利区的产品

线上主要做拓客，线下做好服务，宝妈们对于母婴产品的需求已经不仅仅局限于育婴产品，更多的像一些宝宝食谱。宝宝注意点等等精神文化的渴求等等，早期以奶粉、纸尿裤等简单母婴商品销售为主。伴随着母婴用品行业的发展和消费升级，母婴商品的种类也逐步丰富，从食品（例如奶粉、零辅食）、易耗品（例如纸尿裤、洗护用品）、服装、孕妇产品再到服务化宝宝育婴教学等等一应俱全，不同年龄段婴童要提供不同层次的产品。母婴用品也逐渐从单一商品向“商品+服务+产业生态经济”多元化细分领域不断拓展。

后还可以打造母婴垂直电商，母婴种草等等

母婴行业这一个市场级的风口，坐等看它的红利！

需要完整方案可找小编获得