

共享购消费增值模式！合肥APP软件开发

产品名称	共享购消费增值模式！合肥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:源码系统 嗨购:标准+定制 东莞:APP，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

各位企业家及创业者朋友们，你们好。我是门门（陈景尧），在你打开这个文章的时候，先不要急，因为任何一个能够长久、安稳、盈利的平台，背后肯定有一位看准宏观方向且耐心的人。这是一个极具颠覆性的模式。你慢慢的往下看，我会从框架到核心一一给你介绍，不要错过任何一个字

以下首部分为共享购模式概念、框架、和基础制度：

共享购有两个概念：分别是（1）卖货（2）消费投资

共享购商业模式三个身份：（1）商家（2）用户（3）平台

共享购商业模式两种资产：（1）共享值（2）共享积分

更多干货内容，详情看：（门门陈景尧）

共享购商业模式业务逻辑：（1）消费者消费10倍共享值（2）商家消费得2倍共享值

用户获得共享值条件：（1）注册送共享值，共享值产生共享积分，共享值需要购买VIP区的礼包激活

（2）购买产品

商户获得共享值条件：（1）交易市场购买（2）交易平台购买

产品让利百分之10%

例如产品1000元零售价

用户在平台注册可得10共享值，用户购买产品，商家可得（1）让利10% $1000 \times 10\% \times 2 \text{倍} = 200$ 共享值

（2）产品成本

平台-消费者：（1）得产品

（2）让利10% $1000 \times 10\% \times 10 \text{倍} = 1000$ 共享值

共享值作用：共享值转换共享积分

例：总发行39万共享积分，每天释放498共享积分

个人每天获得共享积分公式：个人持有共享值除以全网当日共享值乘以每日释放共享积分=个人每日获得共享积分

例如个人共享值为100、除以全网当日共享值1w、乘以当日释放498共享积分、等于4.98（个人所得共享积分）

共享积分可C2C交易，共享值转换成共享积分后消耗共享值

$100 - 4.98 \times \text{当日价格} = 95.02$ （目前手上持有共享值）

商家开店需要缴纳价值500元的共享积分为保证金

例如此刻1元1个共享积分，那么需缴纳500个

例如此时2元1个共享积分，那么需缴纳250个

消费者消费1000元 \times 让利10% = 100元

商户1.开店：保证金，500共享积分（假设1元1个）

2.消耗： $1000 \times 10\% = 100$ 元（扣除100个）

每天发行的共享积分量固定，每日都有消耗共享积分价值是不是会涨？

共享值参与：无泡沫

此模式分为两部分：

1：共享购：完成模式，送多少倍共享值

2：共享积分：C2C，完成交易

可升级系统

（1）平台获益大

(2) 对消费者来说有期望，增值

(3) 商家卖货，无抽佣

APP开发，小程序，公众号，H5，卖货找系统，认准门门（陈景尧）营销电商软件开发、企业生态解决方案，模式设计，模式定制

更多干货内容，详情看：（门门陈景尧）

了解完共享购基础模式制度后我们接着看本文第二部分，第二部分对共享购模式细节放大放大再放大！供各位各位看官接着往下看：

第二部分：共享购模式逻辑及制度

一、激活收益

注册即送300共享值，商城购买"超值共享购激活礼包"，确认收货后即可激活。

注：会员激活后升级为VIP，可享受消费收益、分享收益

激活礼包（超值共享购）：

99元--赠送99共享值

399元--赠送599共享值

999元--赠送1999共享值

二、消费收益

所有商家入驻需让利折扣

会员个人消费获得商家让利10倍共享值

会员在商家消费商家获得商家让利2倍共享值

三、分享收益

分享权限：

购买激活礼包，升级成为VIP以上级别，即可获取分享权限，享受分享收益。

分享收益：

直接推荐一名新会员：

1、获得100共享值奖励

- 2、获得直推会员消费收益共享值20%
- 3、获得直推会员线下消费让利额5%等值共享积分
- 4、获得直推商家让利额5%等值共享积分

四、服务收益

1、初级合伙人：

升级条件：直接推荐10人，团队人数不低于100人。

共享值收益：获得团队会员消费收益共享值10%。

会员消费共享积分收益：获得团队消费让利额2%等值共享积分。

商家让利共享积分收益：获得团队商家让利额2%等值共享积分。

2、中级合伙人：

升级条件：团队内不少于3个初级

共享值收益：获得团队会员消费收益共享值15%。

会员消费共享积分收益：获得团队消费让利额3%等值共享积分。

商家让利共享积分收益：获得团队商家让利额3%等值共享积分。

3、高等合伙人：

升级条件：团队内不少于3个中级

共享值收益：获得团队会员消费收益共享值20%。

会员消费共享积分收益：获得团队消费让利额4%等值共享积分。

商家让利共享积分收益：获得团队商家让利额4%等值共享积分。

五、运营中心收益

加入条件：购买专区豪华礼包。

获取收益：

- 1、获赠等值共享值；
- 2、区域内商家让利额的8%等值共享积分收益；
- 3、有权推广子运营中心，并获得自运营中心区域内商家让利额的3%等值共享积分收益。

六、管理权限：

- 1、区、县、县级市城市经营权。
- 2、具备区域内商家审核权限。
- 3、具备推广运营中心的权限。

七、共享值释放规则：

总量39万枚共享积分，每天空投498枚，第二年开始每年递减50%

我的共享值 ÷ 全网激活共享值 * 每日空投总量 = 个人每天空投的共享积分。

共享积分有增值属性，由市场供需关系决定价值。

举例说明：就以各大网站10万共享值，消费1000元、商家让价10%、每日空投物资500枚为例子测算

个人可得到共享值为：1000元 × 10% × 10倍=1000共享值

个人可得到共享积分为：1000共享值 ÷ 各大网站10万共享值 × 500枚共享积分=5枚共享积分

注：共享积分使用价值依据每日各大网站交易额开展起伏，依照当日释放出来使用价值总计，与共享值等价才行。

APP开发，小程序，公众号，H5，卖货找系统，认准门门（陈景尧）营销电商软件开发、企业生态解决方案，模式设计，模式定制

商家得到共享值：1000元 × 10% × 2倍=200共享值

其定义说明：

- 1、共享值相当于会员的现金价值
- 2、共享积分相当于现金
- 3、每天等量空投共享积分500枚
- 4、共享值转化共享呗公式：个人共享值/全网共享值 × 每日全网空投总量 = 每天收获的共享呗
- 5、个人每日获取共享呗数量增加，个人每日共享值递减。

八、共享购模式是否合法合规？

共享购生活模式完全符合当下趋势，利用绿色消费积分解决商家销售难、商家经营难、创业风险大、用户消费难复购等问题，其商业模式合法合规，市场接受度高，并具备着四个大局观，是长久稳定的好模式。

消费者：

改变传统的消费购物方式，让确认收货从原来的终点变成收益的起点，通过购物获取共享值，转化为共

享积分获取价值，建立消费者与平台的粘性，让消费者成为消费商。

经营者：

共享购平台为经营者锁定大量消费者粉丝，经营者通过产品让利，轻松获取流量用户，解决经营者销售难、推广难、复购难、经营难的痛点与现状，让商品不难卖，让生意不难做。

创业者：

共享购平台搭建消费创业体系，解决传统创业者创业难的现状，轻资产投入，消费即创业，快速搭建稳定团队，助力创业者无忧起航。

九、生态体系：

消费者和创业者通过分享及消费获取共享值，从而获取共享积分。经营者通过为消费者让利的同时也可获得共享值，从而达到增加流量、提升复购率的引流锁客效果。

同时共享积分每日空投，根据让利额等量销毁共享积分，形成共享值一路增长，共享积分逐渐递减，终共享积分供不应求。

增加共享积分价值 = 减少共享值价值

十、共享购模式优势：

一、商家越舍越得：商家让利出来越多，消费者消费就越多。

二、消费者越花越有：消费者越消费，获取的共享值就越多，同时获得现金价值越多，正所谓越花越有。

三、共享积分价格良性上涨：参与商家越多，总体让利总额越大，消耗共享积分总量越大，需求共享积分越来越大，而每日空投体量不变，共享积分供不应求，价格越来越高。

四、消费者变消费商：促进新消费，让消费者消费无忧，消费无痛，消费就等于收益，消费就等于赚钱，消费就等于创业。

五、促进实体经济发展：消费就送共享值的商业模式促进实体经济发展，为实体企业去库存！实现了引流、锁客、复购的核心竞争力，形成强大优势！

点点关注，近我者富！评论点赞，多赚千万！搜索门门，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，可联系门门

以科技为引信，以创新为驱动，让产品名副其实

以文化为纽带，以为准绳，让客户功成名就

门门祝各位企业家，创业者朋友们，根深叶茂无疆业，源远流长有道财！

扩展资料：

在同质化严重的大环境下，消费者早已练就了一双火眼金睛，在营养健康产业快速发展的，「NUTRIPACKS橘袋」是如何凭借产品优势和数字化布局，从激烈的竞争中脱颖而出？进军国内加速布局微信生态打造“AI营养定制”测评平台 膳食营养补剂面向的主要消费者就是亚健康人群，数据显示，在美国和日本，有67%的国民日常食用膳食营养补充剂，而在中国，膳食营养补充剂的食用比例不到20%。基于此，「NUTRIPACKS橘袋」打造了包含维生素、矿物质、鱼油、草本植物、益生菌等种类丰富的高品质补剂产品线，致力于改善亚健康人群的健康状况。面对国内参差不齐的营养品质量和国人“缺乏针对性”的营养品使用方式，2019年「NUTRIPACKS」进入中国地区，面向国内提供“个人定制”膳食营养服务，以「NUTRIPACKS橘袋」品牌布局微信生态，实现小程序、公众号、视频号等多渠道流量整合。通过在小程序内开启“AI营养定制”测评功能，帮助用户快速解锁适合自己的营养健康方案。而「NUTRIPACKS」因人而异的营养定制，有赖于DigiHealth个性化营养推荐引擎实现。基于推荐引擎，大数据团队开发了一套综合且详尽的评估调查问卷，根据用户生活习惯、个人饮食、运动量、健康状况、处方药干扰等维度整体评估用户的健康问题，并追溯其根源。终利用AI智能+营养师评估，为用户量身打造“按月定制”的营养补剂方案，真正帮助用户改善营养健康习惯。微信生态全触点引流蓄水

快速积累规模化私域用户 1、朋友圈广告定向投放全面触达 俗话说，酒香也怕巷子深。微信朋友圈广告投放为「NUTRIPACKS橘袋」提供了找到“目标客群”的高效路径。在就广告团队的帮助下，「NUTRIPACKS橘袋」通过自有数据库的人群画像匹配，并结合“罗卡定向+关键词”广告投放工具赋能，对用户兴趣行为进一步细分，从而根据不同维度的用户标签不断优化方案，实现定向。针对不同目标群体，就广告团队为品牌设计了差异化的广告素材图，并快速测试了多套图片的卡片大图样式VS六图轮播样式。其中，六图轮播样式凭借素材多样，实现点击率高，而卡片式大图样式更具官方性，转化率高。经过反复测试，广告团队针对具有优势素材进行量化投放，将产品带向更多的潜在消费者。同时，在广告文案方面，广告团队针对职场人士经常“加班熬夜、精神不济”的普遍痛点，并给予新客专享的“下单送7天补剂”及“下单送10天”的多重优惠福利，引导促进消费者在小程序完成首单转化。终为「NUTRIPACKS橘袋」高带来3.7倍ROI的超高回报，成功打造定制营养行业直购新样本！

2、小程序直购链路提升用户转化 微信生态下，朋友圈广告直达小程序的直购链路具有高效快捷的优势，帮助「NUTRIPACKS橘袋」有效实现用户转化。当用户从朋友圈广告跳转到小程序页面，只需要简单花3-5分钟填写一份“评估调查问卷”，输入自己的生活作息、日常膳食习惯、营养诉求等信息，「NUTRIPACKS橘袋」的营养师团队和大数据分析团队，就能够地为用户生成一份全面综合的健康评估报告，以及对应的营养健康方案和相关产品推荐，为用户量身打造“定制营养包”等高质量产品。同时，整体的视觉、使用体验也是保障转化的关键因素：产品页面设计时尚简洁，符合当代年轻人的审美；各模块与功能定位清晰，让消费者体验流畅，进一步提高转化几率。 3、公众号视频号科普吸引主动关注 为用户提供有价值的健康养生知识，是「NUTRIPACKS橘袋」用户体验的重要一环。品牌一直致力于在官方公众号、视频号分享用户关心的保健知识，注重推送直击用户痛点的内容，例如“如何高质量护眼”、“如何养护心血管”等，为职场人群分享的日常健康保养方式，通过高价值信息和情感共鸣话题引发用户主动关注，为品牌持续沉淀私域用户。同时，「NUTRIPACKS橘袋」在公众号菜单栏中特别增设「营养学堂」专栏，定期为用户科普营养补剂成分、睡眠&精力进阶、HPV知识普及、皮肤管理、心血管知识等具有性的保健健康知识，帮助消费者摆脱普遍存在的对保健品的刻板印象，对用户进行认知教育和心智影响。