

# 消费返利模式怎么营利的？还有什么玩法？

产品名称	消费返利模式怎么营利的？还有什么玩法？
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301室
联系电话	14776427336 14776427336

## 产品详情

消费全返的模式是怎么个玩法呢，其实有两种方式

第一种方式：我们打个比方，假设你是开服装店的，一个顾客来消费了200，那么就可以让顾客介绍两个朋友过来消费，如果他们过来也消费200，那么这三个人的钱都返给他们。但是这个钱不是直接返现金，返的是顾客会员卡上面，下次过来消费的时候，同样可以当200使用，这么算下来，相当于是给顾客打了折，顾客每次消费也不定只有两百可能更多

第二种方式：直接返现金，但不是一次性返完现金，而是可以分时间返，比如还是按200的消费，分四个月返，每个月返50现金。通过这种方式可以每个月都能诱导顾客到店消费，复购率的问题就能很好地解决。这种方式可以刺激顾客到店多次消费，虽然每次返50，但不一定每次到店刚好买五十的东西。

这两种消费全返的方式，都很适合各行业的商家，只要你的产品质量可以，那么运用好这些营销模式，那么收益都会翻一番。如果你的产品和服务本身就不好，越做活动，越适得其反。

### 1、吸引新用户

设置多种赚积分途径以及多样化的积分内容兑换，吸引新客持续访问店铺，并以会员专享福利，刺激用户完成首单转化。

### 2、激活老客户

对不活跃的客户（沉默或将流失），用签到有礼、积分赠送等形式唤醒客户，刺激消费。

### 3、提升留存

借助积分发放、会员特权来让客户享受到高折扣的会员价和积分兑换权益，对留存客户也是相当管用的

消费返利这种模式运用的很广，大家听我上面说了那么多，肯定也会想起自己也经历过。这种模式的话，不止可以用于线下门店，还可以在线上积分商城使用，主要为了达到：拉新、促活、维系、增收的目的，效果都是非常显著。

在对于消费者回扣、消费者等这些词有很大的争议，极端的人认为这些是一些金字塔销售人员创造的一些词不值得信赖，理性的人认为这些是两面性主要是使用人。

对于消费者来说，正常的消费返利模式应该是这样的：他们可以花同样的钱在市场上购买产品，也可以参与商家发布的活动，以获得产品的部分利润。

对于企业来说：由于市场竞争、产能过剩、高库存等因素，消费回报是一种有效的竞争工具，从促销、扩大销售规模和总利润、提升品牌、维护用户忠诚度、打击竞争对手等利益。

以买方利益最大化为导向——为顾客牟利，买方购买任何产品、服务所支付的金额，将获得卖方等额的全返积分赠送——“全额”。每天返还万分之五左右

## 一、什么是众筹卖货？

众筹是商场应用快速移动用户自我裂变的促销活动。以较低的阈值参与和完成项目，同时通过用户积极启动链接、朋友互助模式，实现产品平台排水和销售的目的，是商场应用快速移动用户自我裂变促销活动，以较低的阈值参与和完成项目，同时通过用户积极启动链接、朋友互助模式，实现产品平台排水和销售的目的。为更多的小企业或创作者提供无限的可能性。

## 二、众筹卖货模式

首先用户需在商城消费购买产品成为平台会员，后会赠与顾客相等资产购物币，购物币可用于在商城购物进行抵扣，或参与平台众筹活动项目。（购物币是参与众筹活动的门槛）

成为平台会员，拥有自己的推广邀请码，推广分享好友在商城下单购物，即绑定上下级关系，并享有相对应的推广分销奖励

推广两个好友在商城下单购物，即可成为平台初级合伙人享有间接奖励，推广三个好友下单购物即可成为平台中级合伙人，推广四个好友下单购物即可成为平台高级合伙人，不同身份的合伙人享有的间接奖励不同，在商城购物也有不同的优惠折扣

商城每日签到赠送积分，邀请好友关注商城公众号也可赠送积分，商城下单购物可赠送积分，积分用于在的积分商城兑换商品，或参与平台众筹项目。

注：（看是否要在商城内做分销奖励，如不做，就将商城产品分部分利润在泰山众筹模式里做也可以）例以下做商城分销奖励分配，比例可自定义

成本利润，分销奖励核算：售价-成本=利润

假设拿出利润的50%出来做分销奖励设：

推广奖励分20%，一级分销13%，二级分销7%

团队级差分20%，初级合伙人10%，中级合伙人15%，高级合伙人20%

区域代理10%，区代5%，市代8%，省代10%（区域代理奖励是由商品收货地址为导向）

泰山众筹模式分析，是采用智能合约和共享四进一出全新模式，众筹每一期增长30%众享额度

三、泰山众筹模式玩法：

在商场购物时获得的活动币参与众筹活动。

泰山众筹采取四进出一全新模式，每期众筹成功上涨30%额度

\*\*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活动币众筹失败退100%活动币

7天内再次开始从期周期(低100元，高不超过每期共享2%)

每个人都需要2%的金本位购物币作为燃料销毁，5%的购物币被提现燃烧销毁。会员需求越来越多，货币上涨。

注：倒数第1-4期视为仓位爆炸，倒数第2期、第3期、第4期退还本金60%。如果他在三天内没有提取现金，他将被自动兑换成同等价值的购物货币。每天释放的货币数量将按当天的价格释放。货币价格和释放量需要在后台设定，并留下活口。

企业可以根据市场情况和产品优势定制营销方案，在新零售时代最重要的是产品，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。