

# 企业私域流量打造攻略！云南微三云商城系统开发

|      |                         |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 企业私域流量打造攻略！云南微三云商城系统开发  |
| 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 | 15766340569 15766340569 |

## 产品详情

企业为什么要做私域流量？

打造企业自身的私域流量池，尤其是熟客，复购等，迫在眉睫

什么是私域流量？

简单来说，私域流量是指可在任意时间、任意频次、不用付费、直接触达到用户的渠道，比如公众号、小程序、自有APP、用户群等，也就是KOC可辐射到的圈层。Koc指的是关键意见消费者

像某宝、某东和某多多等“公域流量”平台，用户流量虽大但属于平台，商家入驻后需要通过搜索优化、活动推广等方式不断砸钱来获得用户关注，而对于一些垂直领域来说，付费推广带来的流量精/准度也不高。从长远来看，公域流量平台的同类竞品众多，既很难沉淀自己的用户，也存在用户随时会流失的风险。

而“私域流量”完全属于商家，自己制定规则玩法，用户沉淀下来就可以随时触达，在后续经营中不断增强用户粘性，并通过用户裂变进行引流和口碑营销，商家就可以达到低成本持续引流转化的效果。

10年软件开发公司，承接各类软件开发，协助梳理各种商业模式设计，小程序、公众号、APP、H5等多网合一（供应链、商城营销系统、商业模式、社交APP、直播、短视频、跨境电商、知识付费、NFT数字藏品、供应链系统）

给大家分享几种私域流量热门的商业模式：

链动2+1

一、晋升机制

会员层级：代理、老板

代理：直接消费“499”元，获得该身份

老板：直接推荐2个“代理”，获得该身份

## 二、奖励模式

- 1、直推奖：顾名思义就是直接推荐一个代理/会员，会员消费获得的直接分佣奖励。（比如a代理推荐b粉丝，b粉丝去下单，a代理就可以获得直推奖励）。
- 2、见单奖：顾名思义就是推荐一个代理/会员，会员消费获得的见单奖励。（比如a老板推荐b代理，b代理推荐c粉丝，c粉丝去下单，a老板就可以获得见单奖励）。
- 3、平级奖：就是会员老板与老板之间，两者身份一致的时候，平台额外补贴给上一级老板的奖励。（比如a老板推荐b老板，b老板推荐c代理，c去下单，b拿见单奖，a老板跟b老板是一样老板等级，a老板可获得平级奖）。
- 4、帮扶奖：完成平台设置的任务（推荐“N”人成为老板，之后才可100%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）

## 三、玩法详情

这是一种全新的商业模式逻辑，人帮人的一个商业模式玩法

代理：只能获得一个直推奖励

老板：可以获得所有的奖励模式（直推、见单、平级、帮扶）

留人、走人操作玩法：

帮助直属下级代理，或者通过自己努力晋升成为老板，都需要留下两个会员，给自己的上级

完成平台设置的任务，之后每次收益都将100%获得，没完成平台帮扶任务，则是只能获得80%的收益，剩下的20%，需要等到完成任务之后才可解锁。（只需要完成一次即可）

开发2+1链动模式类软件的特点有哪些？

- 1、二级分销，不存在多层级，合理合规分佣收益
- 2、走人机制：推荐两人消费499即升级老板，关系脱离，走人自己带新线
- 3、留人机制：自身成为老板后，为上级留下最开始推荐的两人
- 4、奖金每天都可以提现，公平公正公开，人人平等，团队以2的倍速裂变倍增，轻松升级，直推2单晋升为平台最高/级别(老板身份)，享受利润最大化，老板直推奖励300，利润拨比高，老板间单高收益200

## 模式设计

互联网瞬息万变，要设计一套合理合规，并且合法的商业模式，是至关重要的，这套模式就是采用【公排机制】+【五五滑落】+【九层会员】+【滚动收益】

公排机制：由推荐码或者上级手机号注册的，自动排入这个手机号的下级，如果无推荐码、无推荐人，则由系统来统一进行公排。

五五滑落：每个用户ID下面，只能拥有5个下级，当第6个下级的时候，自动滑落到，下级的下级下面。

九层会员：D一层会员只有5个人，第二个就是25个人，累计滑落最多滑落会员数量9层会员。

滚动收益：D一层会员的D一笔佣金是给你，第二层会员的第二笔佣金是给你，以此类推，合理合法合规！！

乐分享项目特点：

用户可以通过乐分享APP充话费，电费，油卡等，可以享受95折优惠，与此同时运营商还会返还佣金给平台，平台通过推荐关系，把佣金按先后来后到顺序的方式再分配给每一名用户。

乐分享5项收益：

- 1.个人收益(指的是40%消费收益)
- 2.会员收益(指的是40%共富收益)
- 3.合伙人收益(指的是区域会员消费，平台返到的10%)
- 4.招商收益(指的是区域合伙人支付的系统服务费的30%)
- 5.区域推广收益(指的是推广区域服务中心收益的10%)

乐分享的制度

第一，门槛低，人人可参与

第二，一注册就会有收益

第三，上级帮你组建团队

第四，下级帮你组建团队

第五、平台帮你组建团队，

第六、团队人数指数倍增。

第七，收益每月持续增加

第八，一劳永逸管道收入。当你注册乐分享以后将会获得一个排位，每个排位下面呢只有五个位置，如果你推广的第六个人以后它会自动排位到你下面五个人的下面位置里，你上面的五个人的位置满了，他们推广的人都会自动放到你的下面。

那么如何成为会员？

两个条件：

第/一、推荐五个人

第二、每个月消费九笔订单

这两个条件对大部分人来说很容易完成，第/一个推荐五个人，我相信再普通的人身边都有五个朋友，而且注册了分享是完全免费的，还可以立刻帮助朋友省钱，就算没有利益，很多人都愿意把这么好的平台分享给身边的朋友，对吗？

要每个月消费九笔乐分享不是要求用户强制购买某个产品，而是用户本来就要消费，本来就要充话费，本来就要点外卖，哪怕是购买一个垃圾袋都算一笔消费，你自己想一想你一个月要通过手机支付多少笔订单？

乐分享几乎满足用户的一切网购需求，你只要通过乐分享跳转消费就可以了。而且还能省钱。所以第二个条件对于很多人来讲也能完成，加上佣金月底要清零的规则他就会更有动力去完成会员任务，把这个佣金提现出来成为乐分享会员后，你可以联系推荐人或者群主，让他拉你进入乐分享会员群。

说完乐享购制度优势再讲讲乐分享平台优势

第/一、不受趋势影响，不管时代怎么变迁，科技如何发展，就算原宇宙变成了现实，网购生活消费永远不会过时。

第二、市场无限巨大。2021年我国的网购用户规模达到了8亿，所有的网购用户都是乐享购的准用户。2021年全年的网上零售额达到了13万亿，同比增长了14.1%。

第三，刚需高频客户吃喝玩乐，衣食住行是必须要消费的，乐享购聚合了市面上主流的消费购物平台，满足了所有用户的网购生活开销需求。

第四，用户瞬间能接受，不是要求用户强制购买乐享购买什么产品，而是本来就要充话费，本来就要去淘宝、京东。更多的购买，只是通过乐享购跳转，该在哪里消费还是在哪儿消费，该买什么还是买什么，不仅不改变你的消费习惯，而且同样的产品还有一定的优惠。

第五、客户自动改变。

第六、用户的绝对忠诚度

第七，没有任何风险，一个有限公司无法合规注册，依法纳税，不收取任何的会员费佣金，也只分给一个人，制度完美回避了社团的风险。

第八，项目能够长久，只有公司能赚到钱，项目才能长久发展，因为乐享购制度是正向过渡，没有任何跑路，用钱一定要注意把这些公司的清理模式成本激励。

这两个条件对大部分人来说很容易完成，第/一个推荐五个人，我相信再普通的人身边都有朋友，而且注册了分享是完全免费的，还可以立刻帮助朋友省钱，就算没有利益，很多人都愿意把这么好的平台分享给身边的朋友，对吗？

乐分享几乎满足用户的一切网购需求你只要通过乐分享跳转消费就可以了。

设想一下，如果有244万人的消费都会跟你有关系，你一个月能挣多少钱？我们来看一下乐分享体的返佣规则，前面三点已经在乐分享的业务逻辑中提过

第/一，用户自购获得返佣的40%可以直接提现，没有成为会员也可以提。

第二，消费返佣40%作为共富收益

这里我来重点说明一下，因为乐分享创造了一个全新的名词，共富收益，你要理解什么是共富收益，就是消费返佣的40%在乐分享平台的每次消费都会产生。

第三、返佣10%给区域合伙人。然后平台有10%。

第四、共富收益，依次循环往上返九层，

第五、会员可以提现下面九层的共富收益

第四点，第五点接下来我来具体的说明一下，让你更好的理解你消费产生的共富收益，往上循环返九级。

比如你每个月第/一笔消费产生的共富收益给你上一级这个人

你第二笔消费产生的共富收益给你上两级这个人

你第三笔消费产生的客户收益给你上三级这个人

以此类推、 、 、 、 、 、

你第九笔消费产生的共富收益给你上九级这个人。

这个时候有人会想，那你的第十笔消费产生的共富收益给谁呢？

是不是给第十级那个人呢？

错，第十笔又给到了你上一级这个人

9:1循环，理解了吗？

当你理解了怎么往上返，相信你就能知道你下面九层的人消费产生的共同收益怎么给到你了。

没错，你一层五个人的第/一笔共富收益给你，

你二层有25人的第二笔客户收益给你，

你三层有125人的第三笔共富收益给你。

以此类推

、 、 、 、 、 、 、 、

你第九层的第九笔共富收益给你

同样的你第/一层五人的第十笔共富收益给你

九比一循环

成为乐分享会员，会有多少收益？

因为乐分享的这套制度，你下面九层团队人数一共有244万多人

我们假设每个人每个月贡献0.5元的共富收益也就是244万人乘以0.5元等于122万每月，我们就算打一折，是不是也有12万一个月！

## 嗨购/共享购

### 共享购模式解析：

- 1、消费者获得消费让利额10倍共享值收益
- 2、商家获得消费让利额2倍共享值收益（商家获取让利额2倍的共享值同时商家销毁让利额等值的共享贝）

### 举例：

以今/日全网10万共享值为例，个人消费1000元，商家让利10%，以每天空投498枚共享贝为例计算。

个人获得共享值：1000元\*10%\*10倍=1000共享值。

个人今/日获得共享贝：1000共享值/全网10万共享值\*498枚共享贝=4.98共享贝

商家获得共享值：1000元\*10%\*2倍=200共享值

注：共享贝价值根据每日全网消费额进行波动，按当日释放价值累计，与共享值等值为止。

### 共享值、共享贝是什么？有什么用途？

- 1、共享值相当于会员的现金价值
- 2、共享贝相当于现金
- 3、每天等量空投共享贝498枚
- 4、个人每日获取共享贝数量增加，个人每日共享值递减。增加共享贝价值 = 减少共享值价值

### 共享值转化共享贝公式：

个人共享值/全网共享值 × 每日全网空投总量 = 每天获取的共享贝

共享贝价值是根据市场供需关系波动，按照当日释放价值累计，以值等值为止。那么商家获得的共享值：1000元\*10%\*2倍=200共享值，商家让利越多，那么贝价值越高。

### 共享购模式的优势

- 1.商家让利越多，用户越消费。商家越舍越得！
- 2.消费者越消费，获取共享值越多，现金价值越多，消费者越花越有！
- 3.参与商家越多，总体让利总额越大，消耗共享贝总量越大，需求共享贝的量越来越大，而每日空投体量不变，共享贝供不应求，价格越来越高。
- 4.：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，消费就于创业。消费者变消费者。

5.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。

## 泰山众筹

这期就给大家来谈谈“泰山众筹”模式。

首先给大家简单介绍一下泰山众筹，泰山众筹是商城和众筹活动的创新式玩法，平台旨在活跃粉丝、回馈用户，拿出销售产品的利润来为粉丝谋取福利；

常规的商城是一买一卖就结束交易，现在在泰山众筹的模式下，你在商城买产品还会送你购物币，给你而外的资产做增值投资或者兑换产品，属于消费后的增值福利，也是平台对比其他的商城平台的优势

“泰山众筹”是一种以卖货为主的一种电商商业模式。众筹模式是商城快速驱动用户自我裂变的一种促销活动。通过用户主动发起链接人脉，好友互助的模式，以更低的门槛参与并完成项目，同时实现平台引流与卖货的目的。

泰山众筹模式核心部分：采用智能合约和共享四进一出全新模式，每一期增长30%众享额度（这里跟别的地方一样，系统设置数值都是可以自定义自己设置的，非常的人性化）

【优进优出】；去中心化，科学众筹，分布式数字资产记账形式，将企业资产数字化，链接企业内外部资源，为企业发展、品牌塑造带来更多支撑，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。

【四进一出】；合理合规，进出平衡，当第四期成功的时候，才会返回第/一期的本金+收益，每一笔出账的前提必然是有新的一笔进账，以大账吃小账，进出平衡不会出现现金流不足的情况。

【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”，泰山众筹也是首/个提出爆仓重生止损，重新开启下新一轮，上一轮泡沫不累计，消泡之后重开。

【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倍利复增金额，比如；倍利复增20%，当第/一期为100，第二期就是120，第三期就是144，公平公正，可持续性强。

泰山众筹模式详解：

解析；泰山众筹模式（btc）项目，其实本质上来说就是把传统的众筹模式的概念融合+金融的属性进去了，即具有低门槛、多样性、依靠大众力量、注重创意的特征，是指一种向群众募资，以支持发起的个人或组织的行为。在其基础上增加了金融的元素“采用四进一出+重生机制”的火爆亮点。

举例：某项目需要众筹，总共众筹1000000元，分为20期。

泰山众筹第/一期，10000元；成功，溢价上涨30%



泰山众筹第二期，13000元；成功，溢价上涨30%

泰山众筹第三期，16900元；成功，溢价上涨30%

泰山众筹第四期，21970元；成功，溢价上涨30%，返回第/一期收益

（备注：这个就是他的核心亮点“进四出一”，当第四期成功即返回第/一期收益的本金+13%静态收益+13%动态收益，平台盈利4%）

.....

假设在泰山众筹第十五期，68000元；失败

（备注：当众筹“失败”，这个时候就是爆仓了，这个就是激活他的另一个亮点了“重生机制”，当爆仓之后，爆仓这一期返回100%本金，倒数第二期、第三期、第四期、返回65%本金+35%的积分，积分可作为静态收益）

积分分红：

获得的积分可转换成以下几种资产（三选一）：零钱：可直接提现，可用于平台消费

购物币：可用于平台消费、购物币+零钱形式购买产品、也可直接提现、点对点转赠

兑换券：仅用于兑换指定商品

三种资产的使用场景不同，平台运营方可根据实际情况选择合适的资产

备注：此处假设积分可以转换成零钱

什么是“积分分红”？“积分分红”是社交电商中一种新的营销模式，消费返现+分销概念，用户只能在平台消费即可获得积分，积分会通过静态和动态两种方式转换成零钱，其目的在于帮助平台产生快速裂变、增加粉丝粘性和活跃度

模式不复杂，但玩的是精髓具体是怎么玩的呢？咱们跟着小编往下看

静态收益：

消费返现，用户在商城消费平台赠送等额的积分，假设A消费了100元，平台赠送给A100个积分，这里会有一个静态释放的规则，每天释放1%，也就是每天可以转换1个积分，相当于是每天给A用户返现1元；100天可以全部释放完，拿走100元

动态收益：成为会员享受初级分销加速器权益，结合分销的概念，以前分销是直接结算佣金，在积分分红模式中的玩法是加速释放积分转换成零钱直接推荐用户下单加速释放20%间接推荐用户下单释放15%

假如一/天内推满5个人100个积分也可以全部释放，有可能当天就可以拿到100元成为团队长，享受超级分销加速器，团队长可以集合整个团队的力量加速释放积分、无限极基因链经理加速：30%

主管加速：40%

总监加速：50%

总经理加速：60%

备注如果同一条基因链上存在多个级别的团队长，会按照极差的方式加速释放，总加速不超过60%；

只要你的团队足够大你一天可以释放N多个100元

平台在积分返利模式下有什么优势：1、可以快速回笼资金，支持平台前期的运作；

2、赚取销售产品的差价；

3、快速裂变会非常快，而且会员粘性度很高、很活跃，平台有1万人每人推荐5个人就是5万人，5万人每人推荐5人就会有25万人。

产品和返的积分一定是1:1？4、会员积分释放完之后，续积分就需要购买产品，从而提高平台的复购率

答案是否定的产品的价格和返的积分可以是1:1、1:10、1:100...，比例是可以后台自由设定的，商业模式不同比例也不同举例：假设A在平台购买100元的产品，会获得1:1.2的积分，也就是120个积分；这120个积分会按照了每天1%的速度释放转换成零钱，也就是每天转换1.2个，当100天后A什么都不做就可以拿到120元备注：该笔订单产生的积分，还没完全释放成零钱期间，如果A又在平台上面购买了100元的产品同样的也会获得100元的积分，但是不会马上按照1%的速度释放出来，需要等上一笔订单的产生的积分全部释放完，才会开始释放下一笔订单产生的积分。很多朋友会有疑问，积分分红模式下平台会亏钱？

答：不会

平台售价100元的产品，成本控制在20元之间，这里会有两种情况，第/一种是120个积分都是静态释放的，也就是每天1%速速释放的，这种情况下，每卖出去一件产品平台会亏损20元，平台会有100天的缓冲周期，至少这100天内A用户是有粘性的，平台可以通过接入第三方广告、销售其他的产品，赚回来20元，羊毛出在猪身上，相信多少都懂这个原理。

其次是第二种情况动态释放，是通过或推荐会员加速释放，每个用户成为会员都需要购买100元的产品，也就是平台会赚80元，拿出20元来做补贴，还赚60元，完全不亏；

第二种情况是有利润空间的，可以拿出来补贴第/一种情况的用户，第/一种情况的释放的原始积分和第二种情况肯定都会有，所以说平台不会亏损。

对于用户来说在平台购物有什么好处？

1、会员可以白拿产品；

2、可以赚钱。

没有人会拒接你给他薅羊毛的机会！！！！

如何有效“提高复购率”

是每一个平台必须考虑的问题？

积分分红模式就能很好的解决这个问题，想要赚钱就需要不断地购买产品获得积分，会员通过复购获得积分，上级积分释放速度加快，

想要了解更多商城模式的朋友们可以关注小编或者给小编留言，看到后会给大家一一回复

私域流量优势：

行业优势：1.互联网红利消退，流量越来越贵，私域兴起

平台的流量越来越贵，企业获客成本就越来越高，私域流量能够解决企业的流量焦虑，运营好私域流量池可以帮助企业保持向上发展的态势。

2.私域电商崛起，2021年整个市场体量或超3万亿

3.基于微//信//的私域消费规模翻倍增长

4.实体零售的消费者向私域转移速度更快

消费者向私域转移的趋势在生鲜、超市等实体零售行业尤为明显。

5.在私域流量中，消费者更愿意复购或分享

消费者在私域购买体验越好，就会越买越频、越买越多。在购买前没有品类意愿（也就是所说的冲动消费）的用户中，私域流量为公域流量的3.3倍。

其优点在于：

1.裂变更多用户，降低获客成本

2.提升用户忠诚度，有效防止用户流失

3.有助于塑造品牌形象

行不到数程，前至一高陵。忽然喊声大举，杨奉、韩暹领兵拦路。徐晃当先，大叫：“曹操欲劫驾何住！”操出马视之，见徐晃威风凛凛，暗暗称奇；便令许褚出马与徐晃交锋。刀斧相交，战五十余合，不分胜败。操即鸣金收军，召谋士议曰：“杨奉、韩暹诚不足道；徐晃乃真良将也。吾不忍以力并之，当以计招之。”行军从事满宠曰：“主公勿虑。某向与徐晃有一面之交，今晚扮作小卒，偷入其营，以言说之，管教他倾心来降。”操欣然遣之。

