

东莞市微三云分销系统、会员管理系统、会员电商

产品名称	东莞市微三云分销系统、会员管理系统、会员电商
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

线上线下，线上分销商城、线下实体门店，很多企业有实体连锁门店，实体门店业绩通常比较稳定，很难有较大的突破，如何破局？还有些企业想通过线上自建商城给实体引流，实体如何跟线上的分销商城结合？

传统实体门店三大痛点

- 1、有门店缺客流。我们发现大量的门店周一到周五没有客户上门，导购在那里很空闲。
- 2、有客流无转化。有些门店选址位置不错，客户会来看，但是看了以后不买单，通过互联网的方式进行消费。
- 3、有会员难互动。我们跟品牌商家合作以后发现，大量品牌商家曾经在线下积累了几百万的会员，但是这些会员大部分都已经沉默，没有发生复购。如何激活、运营这些会员才能为商家带来价值呢？

同样的线上的平台如何免费铺开大量的实体门店？实体门店属于重资产、大量的连锁门店

铺开所需要的资金是巨大的，很多连锁品牌都是因为资金链断裂被拖死的；线下的实体门店千千万万随处可见，能不能把这些实体门店发展成为跟你有关系的实体门店呢？

今天小编为大家分享一个线上分销商城+整合线下实体门店的，线上线下联动的商业模式

线上的分销商城可以做很多的功能应用、拼团、秒杀、众筹、各种分销模式、商业模式...

.....

线上分销商城+整合线下实体门店的商业模式如下：

高端合伙人：门槛10万，相对应产品，对应等级拿货价。

合伙人：门槛1万，相对应产品，拿货价4折。

合伙人、高端合伙人：拿区域订单提成、平台根据所属区域范围大小按月给合伙人、高端

合伙人补贴一定工资、完成考核指标可以成为股东，参与平台分红

合伙人、高端合伙人需要配合平台完成一定的工作指标：1、协助平台发展实体商家成为

平台服务点

2、为所属区域内成为平台服务点的实体商家补货、铺货

系统：商城下单、分润模式实现（价差、分销、区域分红、团队业绩分红等...）、门店导航、自动返佣、素材推广，营销功能，等....

三、成为个人股东收益？

零售差价、招商收益、股权分红。

四、当个人股东升级合伙人，合伙人收益？

平级奖励，股权奖励。

五、普通的推广员收益？

拿产品的销售佣金，有直推、间推奖励

成为推广员需要购买会员礼包或者完成指定销售额

六、团队长管理奖励

团队长除了拿自己直推、间推销售产品的佣金外

还可以拿到团队内有基因线的所有成员的订单抽成，无级别限制/无限级

成为团队长需要完成团队销售额、团队推广员人数等指标

需要购买团队长指定产品礼包

服务点

线上商城如何快速拓展线下渠道？

线下店铺如何增加“额外营收”？

如何兼顾线上、线下渠道利益？

如何让平台用户的购物体验“飙升”？

如何成为平台“服务点”？1、需要有实体门店；

2、需要给平台铺货；

3、缴纳押金；

成为“服务点”的实体商家有什么好处？

1、享受平台自提订单的佣金提成；

2、享受平台推广员、团队长身份；

3、平台为相应的实体门店引流；

4、免费成为平台代理商，享受产品折扣；、

“服务点”工作是什么？为平台线上下单的用户提供线下自提服务；

哪些人可以成为平台“服务点”？平台的合伙人、股东、团队长、推广会员、实体商家（备注：服务点必须要有实体门店）

云平台-服务点

【服务点】是基于云平台开发的，针对平台/品牌方/厂家进行线下快速铺点、铺货，同时又方便消费者线上下单后就近自提核销，服务点从中获得部分奖励的营销应用模式。

业务流程

平台快速铺货；

前端申请，线下交保证金；

服务点拥有商品库存额度；

消费者就近取货；

服务点核销奖励；

服务点0元补货；

举例：消费者a在平台下单一件100元的商品，选择最近的“A服务点”自提并核销，核销后“A服务点”可获得固定5元的核销奖励；后续该服务点可在手机端进行补货。

产品展示—申请服务点

产品展示—消费者到就近服务点自提（核销）产品

产品展示—服务点补货

美容美发产品

平台/品牌方通过与线下美容店合作，由于服务点不需要每次付钱补货，从而实现轻量化的铺点、铺货运营模式，不仅服务点可以从中收益，消费者也能快速得到产品，一举三得！

新品推广/其它线下刚需产品

平台/品牌方也可根据自身产品特点，跟相关的线下店铺合作，最大化实现“商品前置”，通过与服务点的合理化的利润分配，提升消费者线上线下的用户体验，同时让产品快速提高市场占有率！

需要了解深入了解线上分销商城+免费整合线下实体门店的商业模式的朋友们可以关注小编或者了解给小编留言，看到后会回复大家，感谢支持！！！！

提供系统+落地方案

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。