

链动模式劣势无法复购？链动商业模式如何让用户产生复购呢，微三云钟小霞

产品名称	链动模式劣势无法复购？链动商业模式如何让用户产生复购呢，微三云钟小霞
公司名称	东莞市莞带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402室
联系电话	13143659518 13143659518

产品详情

一、链动2+1商业模式玩法解析？

链动商业模式身份架构解析：代理、老板

链动商业模式四大奖励机制解析：直推收益、团队见点收益、平级奖（可以下级老板收益的10%，由平台额外补贴）、帮扶基金（完成平台发布的指定任务，即可解锁相对应的奖励）

1.直推奖：用户在平台消费购买499礼包即成为代理，可去发展市场，

代理即可享受100元的直推奖励

2.团队见点奖：你在团队里做两单（499）业绩，你即可走出现有团队，成为老板身份即可以去发展自己的市场，在做自己的市场在做业绩，再收一单即可获得100元直推奖与200元的团队见点奖。以此类推团队在有创造出业绩（一单）我可以获得200元的团队见点奖。

平级奖(平级，10%)：成为**老板后，可拿直推“**老板”收益的10%（举例，你在市场上创造两单业绩，即可以成为了“**老板”，成为**老板身份后，在发展市场即可，获得“直推奖100元+团队见点奖200元=300元，那么**老板A作为其平级发展人，则可获得300元的百分之十也就是“ $300 \times 10\% = 30$ 元”。可获得30元的平级奖，由平台额外补贴给A老板）

帮扶机制（80%冻20%）：其中还有一个为了防止出现死号的一个机制，帮扶机制：当你发展的市场出了一单业绩后，却并未继续去创造你的业绩这个时候，通过平台检测发现，评判过后为死号则会直接冻结你收益的20%，剩下的80%则是可以提现的，你去把他激活在为以前团队创造业绩（或完成平台指定的业绩任务）则能解除冻结。

保护原来推荐关系，用户关系基因链不烧伤，人数可自定义，拿关系链团队无限级差奖励，同为团队身份点位分红奖一样，可设多个身份，比如创始人/股东/合伙人，可（自定义）不同身份等级的升级条件（比如推广人数，推广指定身份等级会员数，订单的数量，业绩金额，团队之间的业绩占比，伞下总业绩），或者直接购买平台另外的大礼包升级到不同的级别。

且模式劲爆，全球首创，终生只需消费499，第三条现开始无限链动拿钱，提现秒结算无需手续费，（特色优势：2级分润，无限拿钱，没有多层级）

举例：一家专业做大健康产品的源头工厂，设置了一款套装产品，售价499元

设：

B用户在平台，推广C用户在平台购买礼包，成为代理，即B用户，可以获得直推收益100元；

鉴点奖也就是团队奖励200元，如果B为“老板”身份；

则B用户还能额外获得200元鉴点奖；

并且还可以根据自身优势，是否设置每日的静态分红；

5、还可以结合分红池奖励：在平台下的每个订单，平台都会拿出3%收益，放到分红池，可以每周或每月，一个季度，达到平台某个身份，即可获取相对应的身份奖励

举例：分红奖总佣金为10w元，V1奖金池20%，V2奖金池30%，V3奖金池50%，且达到V1身份人数1，V2身份人数5，V3身份10，则：

V1奖金池1人，直接获得： $10w \times 20\% = 20000$ 元

V2奖金池5人，每人获得： $100 \times 30\% \div 5 = 6000$ 元

V3奖金池10人，每人获得： $100 \times 50\% \div 10 = 5000$ 元

且分红奖励还可以结合链动2+1商业模式做复购，当你想获取我每周平台的分红奖励时，1、到达身份可以获得分红，2、要到平台的复购专区，每周复购1次产品即可参与分红，想要获得每月分红用户每周要在复购专区，复购1-3次产品。增加链动商业模式复购的难题。

6.还可以结合区域玩法:区域奖励，根据用户在平台下单的产品地址为导向，平台会拿出订单的部分收益，分给该区域拥有相对应区域身份的领导人进行奖励。

区域奖励：产品为100元，在本单中拿出10%（10元），按百分比进行分发区域奖励

省代：10%

市代：7%

区代：3%

链动2+1模式如何合法合理的运营？如何规避风险？

- 1、更改参与玩法，不以现金直接参与活动；消费购物——购买同等价值产品
- 2、对接第三方支付机构和正规的税收团队（灵活用工）正常纳税；
- 3、正常的商品交易信息，正常物流发货，真实流水

今日扩展资料：O2O线上线下结合商家模式

由于线下的客户的增值已达到瓶颈期，各大实体经济纷纷考虑通过转战线上电商寻求突破口。而各零售实体店以电商为支撑，由线下向线上延伸，积极布局电商。相对于传统的电子商务模式而言，O2O商家模式的闭环特性可以做到对用户的每个交易以及满意度进行全程跟踪，而平台也可随时分析用户相关数据，及时调整商家营销策略。

O2O，查看附近的人是为了获取用户的位置信息以及透过签名了解用户的消费兴趣，通过微信用户的数量增长将其品牌进行推广

O2O 闭环是要实现两个O之间的对接和循环。线上的宣传将消费者引

流到线下消费达成交易。然而，这只是一次 O2O，未实现闭环，要做到闭环，商家需要将消费者再从线下引回线上。消费者消费后对产品或服务作出评价、重复消费等行为，用户和品牌有了粘性才实现了 O2O 闭环。

在生活娱乐的 O2O 领域中，若不能对消费者的全商部行为进行记录，消费者对商家没有依赖性，商家平台的价值就小了。因此闭环也是 O2O 平台的一个基本属性，这也是 O2O 平台与普通信息平台的一个重要区别。