

# 陈景尧全民消费分红模式，开发源码部署

产品名称	陈景尧全民消费分红模式，开发源码部署
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	
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

### 全民消费分红模式

举例：平台总利润是100000元

用户a是普通会员身份，消费了1000元，按照倍数1.5，可以拿到1500的分红，分红池分红 $100000 \times 10\% = 10000$ 元，假设普通会员身份一共有1000个用户，每人每天可以拿到10元。第二天假设不消费，平台只要有营业额就会按照条件比例放到该奖金池，直到1500分完给用户a就出局。

用户b是一星会员身份，同样也是消费了1000元，按照倍数2，可以拿到2000的分红，分红池分红 $100000 \times 20\% = 20000$ 元，假设一星会员一共有800人，每人拿到每天拿25，直到2000分完出局

通过上述的对比，同样都是消费1000，只是身份等级不同，分到的利润就差了一倍。

（那么作为用户，本着薅羊毛的心理，是不是就会去升级身份，这里就为平台的推新做主要功能，升级身份的条件就是靠直推用户，靠团队。平台可以自定义设置人数~

做一个拓展：平台在普通会员等级上可以再做一个等级，叫基础会员，基础会员的条件为注册即可成为，分红池的比例可以为百分之5，用户注册平台，即可参与平台的日分红，这种0撸的玩法，更是抓住了消费者的心理。进而对平台进行一个宣传和分享赚钱。

消费者为什么愿意来平台玩消费分红？对平台商家项目方有什么好处？

#### 1、优惠拿产品，薅羊毛赚钱的心理：

首先，现在已经不是产品的天下了，吸引消费者的字眼无非就是省钱、免费、赚钱。同样一个冰箱，淘宝某东都是1000元，购买了之后，平台跟你没有任何的盈利关系，你消费1000，得到的就是产品；而消费分红的平台上，同样一个冰箱1000元，消费1000，得产品，还可以拿回1000，甚至说1000+，每天的分

红对于消费者来说跟购买的行为做对比就是一个省钱的过程，等1000返回之后，相当于免费拿了产品，1000之后的返钱部分，就是消费者个人额外在平台获得的收益，也就是赚钱部分。

## 2、靠社交黏性，平台拉新引流，沉淀大流量池

再针对刚刚的白撸，好的平台会不会进行一个分享，每个人的社交圈不同，靠社交电商的关系对你的平台进行一个分享，加上消费者想拿高的倍数分红，就必须按照平台设置的条件也就是直推团队这一点，直推推直推，引进来的就是流量，当今时代，流量才是价值。有了流量之后可以多综合方向变现。平台方商家做项目的需要的就是流量会员数据，还可以跟线下门店打通，做线上引流入口，线下服务。

私域概念流行之前是社交电商，社交电商中微商就是一个关键的节点，他们成为整个模式的“发动机”，各种社交电商平台把小b作为了生态重要的一环，也就是F2b2C模式。私域电商作为更深一层的概念，本质上是社交电商的进一步延伸和概念泛化，可同样离不开中间“人”，他们在这个生态起到的作用是无可替代的。