

陈景尧：泰山众筹如何赋能平台增值，流量转化引流裂变源码部署

产品名称	陈景尧：泰山众筹如何赋能平台增值，流量转化引流裂变源码部署
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	微三云:源码系统 全新版本:标准+定制 全国:APP，小程序，H5
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

向各位企业家及创业者朋友们问好，我是的门门（陈景尧），这期门门给大伙儿讲讲承载过亿的商业模式——泰山众筹

泰山众筹模式已经走了4个多年头，目前仍在运行。

泰山众筹模式：

一、无泡沫——安全长久

所有的互联网金融项目的死穴就是泡沫无法消除，泰山全球首创止损重生机制，科学消除泡沫，彻底解决行业泡沫痛点，实现安全长久赚大钱；

二、返本息——更放心

以往的项目一旦新增业绩跟不上，崩盘，投资者几乎血本无归，泰山全球个第提出止损返本息，新增业绩一旦跟不上，立即止损返本65%—75%—。让投资者本金有保障，投资更放心；

三、新规则——不伤人脉

以往的项目一旦崩盘，后参与者买单、血本无归，大伤人脉。泰山改写行业买单规则、后参与者返本，不伤人脉。

四、重生机制——生生不息

所有的项目都会从生到死，这是事物发展的必然规律，但很多投资者参与一个项目、只想项目生时的收益，不想项目死时的风险，掩耳盗铃、自欺欺人、这是非常不成熟的投资心理。泰山一旦出现众筹失败，就会立即启动止损重生机制，返本推倒重来，生生不息。

以上就是泰山众筹的四大拐点、四大亮点、也是泰山众筹的四大价值：

1、彻底解决了项目泡沫无法消除的问题；

2、彻底解决了投资者血本无归的问题；

3、彻底解决了推广者伤人脉的问题；

4、彻底解决了项目生命周期短命的问题；

泰山止损重生机制，全球行业风向标，必将引行业健康持续发展。

泰山众筹+止损重生+复利+生生不息

以科技为引信，以文化为纽带，以创新为驱动，让产品名副其实，让客户功成名就

门门祝各位企业家，创业者朋友们，根深叶茂无疆业，源远流长有道财！

分享模式，分享知识，分享系统，分享价值。如需完整方案，软件开发，模式策划，需要了解电商软件

等相关信息或者其他方面的电商问题的读者，可以留下联系方式私信小编，门门都会一一回复，搜索门

门，千篇商业方案解析给你听！

扩展资料：

近几年，中国烘焙行业是个热闹的赛道，复合增长率保持在10%左右，是食品行业增长快的细分赛道之一。

其中，现制烘焙领域增速更快、占比更高，2020年，现制烘焙产品占烘焙行业规模72%，15-20年复合增速为9.9%。然而，该赛道目前还未出现拥有市场话语权的品牌。市场增速飞快、没有巨头，一些成长潜力巨大的区域性连锁品牌正加速奔跑，以期在竞争激烈的市场格局中占据一席之地。

2012年成立于上海的花花卷卷就是其中的典型，主打全门店现制现售鲜奶蛋糕的花花卷卷目前拥有13家门店，覆盖上海、苏州两地，尽管门店数量不算太多，每年销售额6000多万，其中苏州本地就贡献了50%—60%的销售额。

在探秘花花卷卷背后的生意经时，我们发现线上线下一体化经营+私域运营是绕不开的关键词。

线上线下一体化，满足客户多场景下消费需求

很长一段时间里，花花卷卷的主要经营方向都是在线下，近几年，随着客户对多场景消费需求的与日俱增，加之品牌自身对于多渠道获取增量的渴求，花花卷卷决定开展线上线下一体化经营，重点聚焦同城零售。

终，花花卷卷选择和新零售合作，搭建起"到店+到家+商城"三店一体的经营模式，满足客户堂食点单、同城配送、线上下单到店自提等多种场景下的消费需求。

三店一体经营模式，突破了以往门店经营时间和空间的限制，给客户带来了丰富的产品选择与便捷的购物体验。同时，也在逐渐帮助花花卷卷实现业务、数据、运营、系统等方面的一体化，解决其数据分散、多系统独立运营无法形成合力等问题。

全渠道获客，沉淀高粘性私域流量

线上线下一体化经营的核心是私域运营，而私域运营的基础则是流量的沉淀。

目前，花花卷卷的私域用户主要有三大来源：通过微信公众号、企业微信等媒介渠道沉淀私域用户；筛选调性相似或用户群体相似的品牌做跨界合作，双方结合产品进行互推。花花卷卷此前就曾和“开心麻花”合作过，当开心麻花在上海或苏州举办舞台剧时，会在相关的场景中植入花花卷卷的产品信息，或者在售卖出去的门票里面嵌入花花卷卷的联系方式，引导新客和花花卷卷产生联结；优惠券拉新：花花卷卷会在新品上市的时候，推出"新品5折券"，再借助线下海报、线上公众号推文以及场景营销触达新老客户，既提升了老客户的复购，又达成了65%的拉新效率。

三大策略，让“头回客”变成“回头客”

花花卷卷的客户群体中，大部分为25—30岁的年轻女性，她们爱玩会玩、懂得追求美好生活，也对购物优惠欲罢不能。为了促进这部分客户的活跃度，并不断提升她们的销售转化？花花卷卷采取了三大策略：会员运营、省钱福利、线下活动。

首先，会员运营。花花卷卷已在新零售的帮助下制定了一套完整的会员运营计划，包括会员等级、会员积分、会员成长等内容。

其会员有三个等级：充值1000元的为银卡会员，购物可享9.5折优惠；充值5000元的为金卡会员，购物可享8.5折优惠；充值10000元的是黑卡会员，这类会员几乎都是企业客户，其消费场景一般是以低价从花花卷卷购买礼品卡作为员工福利发放。不同等级的会员，除了购物优惠不同，购物积分也不一样。而除了购物优惠、购物积分之外，花花卷卷还会设置一些会员专享活动，如会员下午茶限时半价等。通过这些会员专属福利，花花卷卷能有效刺激老客复购增购，充分挖掘客单价值。目前，花花卷卷每月会员贡献业绩占比为70%。

其次，省钱福利。每年，花花卷卷都会挑选热门蛋糕开展“限时8.8折”活动，为当月带来80%销量的同时，也吸引到了大批量新客，还提升了在本地市场的度。满减活动也是花花卷卷常用的提升转化的手段，买得越多折扣越大，客户为了凑单就会主动带动身边其他人购买，以组团的方式实现优惠的大化。满减活动可为花花卷卷带来高达20万的月销售额，并带来大量新客流。

后，线下活动。花花卷卷会时不时在门店举办一些轻量级的活动，比如符合年轻妈妈品味的亲子陶瓷DIY等，既拉近了和客户的关系，又能带动店内产品的销量。

线上线下一体化经营加私域运营，正推动花花卷卷朝着更高效、更智能的方向发展。据其相关负责人透露，今年花花卷卷的目标销售额是1亿，还打算疫情结束后在上海新开两家门店。在如今大部分行业集体低迷的背景下，这样的愿景足以表明花花卷卷的发展势头，而新零售也将不遗余力，为其逆势增长创造更多可能性。