

# 赋能产品销售的供应链模式怎么玩？

## 麦超解析+供应链系统+助力农产品，微三云商城搭建

产品名称	赋能产品销售的供应链模式怎么玩？麦超解析+供应链系统+助力农产品，微三云商城搭建
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

## 产品详情

赋能产品销售的供应链模式怎么玩？麦超解析+供应链系统+助力农产品，微三云商城搭建

引文前言：微三云系统赋能优势：微三云供应链支持：微三云系统提供第三方供应链产品资源(已对接完成京东慧采，全球仓，怡亚通，供港蔬菜，其他第三方接口需定制开发)

微三云系统标配赠送运营端口：公众号、小程序、H5网页版，H5封装APP，PC端（需要原生APP上架应用市场的需另外定制付费）微三云系统可接受其他功能需求微定制（如创/新的运营模式、创/新的分销模式、创/新的平台模式、细节订单规则个性化定制跨平台对接接口开发）

微三云系统标配赠送运营端口 <https://wsyguanyun.com> 或 <https://32wsy.com> 或 <https://gy.32wsy.com>

小编介绍：

小编介绍:微三云麦超，微三云营销总监、商业模式总监，商学院院长，首席商业模式策划导师，在软件开发和商业模式策划行业至今已经超过10年，截止到2023年1月累计亲自服务1557个平台客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（莞云）

旗下子公司：微三云信息/微三云大数据/莞云/鸿云/商二/商六/莞带/莞链/达丰云

晶抖云（微三云）云平台开放平台开发者：星电/尾音/云前/超越网络

公司规模：公司经营已超10年，独享整栋5000平方写字楼，年营业额8000万到2个亿，全职员工300人（全职开发技术180人），服务过百亿级生态模式平台超过30家，服务过上市公司国企超过10家，服务过电商

模式创业平台超过20万家。

资质：双软认证企业，省高新技术企业，自主专利30多项，软著300多个

地址：东莞市石排镇瑞和路1号松山湖高新技术创新园B座整栋

联系：麦总监（负一层电梯直上504）

备注：加微信免费领取数十位平台操盘手和商学院导师联手整理的《分销商城百亿级平台运营合规方案及推广秘诀2023年版》，来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式，有需要进一步联系，可以关注公众号“微三云信息”咨询任意内容或者直接百度“微三云麦超”即可获得小编联系方式！

## 第/一部分：人货场之“货”：产品供应平台

### 1.自营产品：

自有蟹相关产品：蟹苗，蟹养殖技术，蟹养殖物资，半加工产品，加工产品，下游副产品

### 2.养殖场入驻：

上游合作养殖场，为其开通后台，上传相关产品，为供应链平台供货

### 3.食品/加工厂入驻：

上游合作工厂，为其开通后台，上传相关产品，为供应链平台供货

### 4.招募优质农产品货源入驻：

丰富平台供应链产品，为其开通后台，为用户和下游采购商提供更丰富产品拼配品类

### 5.成熟供应链对接：京东/怡亚通/。。。等等

无货源模式，丰富平台货源，一键上架产品，第三方供应链负责一件代发，不需要进货、管理产品库存、不需要操作发货

## 第二部分：人货场之“场”：运营模式1.供应链业务推广

## 发展供应链B端电商平台：

把平台供应链产品对接给电商平台、社交电商平台、微商平台等，对发展业务的业务员进行奖励，可设置主任、经理、业务员等多个身份级别进行奖励，后续电商平台的发货订单，业务员有提成

## 2.发展源/头厂/家入驻：

招募优质供应商供货给平台供应链，后续出货的订单，给予业务员提成，可设置主任、经理、业务员等多个身份级别进行奖励，后续该供应商所有发货订单，业务员均可享受订单提成

## 3.运营前端商城

运营端口：小程序/公众号/APP

小程序：方便下单，好推广，用户使用便捷，但没有跟用户互动消息，同时容易受微信风控政策影响

公众号：方便推广，可以跟用户消息推送互动，同时可以沉淀公众号的粉丝吗，方便增强用户粘性和互动促进复购

APP：推广相对成本高，用户体验差一点（用户需要下载才能用），但品牌价值更高，会员数据价值更高，还能对接广告联盟通过广告收益将会员价值多次变现

## 第三部分：人货场之“人”

### 1.零售（终端消费者）

#### 1).会员制+联盟卡：

缴费多少而已获得年费会员，年费可以设置比较合规的一级分销，用户购买会员后，可享受平台定时赠送的购物币，积分和指定加盟店消费的优惠福利，享受平台的一定折扣消费，比如9折

#### 2).礼品卡会员：

平台每隔一段时间，针对应季水果生鲜设置礼品卡，包含电子礼品卡和实物礼品卡，比如大闸蟹预售，月饼预售，礼品卡不同时间购买享受不同折扣，购买后可自己兑换该产品，也可以转赠他人，实体卡还可以用来做实体店营销活动策划，zui终获得礼品卡的用户等产品正式上线，在平台输入兑换码兑换填写收货地址即可获得该产品送货上门。

#### 3).服务点门店会员

平台招募一批微型加盟点，店中店，服务点等等

服务点提前支付一定押金，平台把产品铺货到该服务点，用户线上下单后，可以直接选择附近的提货点

进行提货，方便快捷节省物流配送成本

#### 4) .O2O门店会员入驻：自营店或者深度合租加盟店

平台招募一批加盟店或开设直营店，门店管理员将门店产品上传到平台，平时可以向周边居民推广自己的线上店铺，用户关注后以后直接在家里就可以下单，下单可以选择快递上门（适合跨市订单）、到店自提、对接达达配送、爱跑腿等配送公司配送上门（适合同城订单）

#### 5.批发：下游合作商会员

不同身份的下游合作商，设置不同的会员特权价，用户看到的是零售价，总代理看到的是总代理价，区域代理看到的是区域代理价，经销商看到的是经销商价，批发门店看到的批发价，合作商可以直接下单，发货到指定门店或其他收货地址

总结：微三云强大的云平台卖货系统中台，拥有300多项营销功能和模式应用，赋能农产品销售通达天下。

结语：微三云麦超：购买软件的坑之贪图便宜买的账号系统 很多客户创业前期，都希望投入少一些，听说买源码还需要自己承担服务器费用，就很容易被忽悠去买了别人家账号版本的系统，殊不知为创业埋下了90%失败的风险。先不论市场上没有一个做的好的平台是用的别人账号版本的系统的，账号版本对于想做平台的老板本身就具有很多不对口的地方。既然做平台，肯定是想做大，但是账号版本因为跟很多人（几百甚至几万）共用空间带宽和服务器，如果遇到做活动进发量大时，会互相影响访问速度，而且一旦某个平台违规被封，可能会影响整批的用户都受影响不能访问。解决建议：尽量选用成熟的源码系统，独立部署，不受他人影响，虽然前期付出成本高一点，长远来说却是zui便宜的方案。

商户私域运营精细化程度提升 这一点从商户私域布局与经营的关注维度就可以充分体现——

「用户转化」、「私域成本」、「公域引流」作为品牌销售额的关键指标，是商户zui关注的三项因素。从本质上看，私域是成本与效益的博弈，在可接受成本范围内，如何撬动更大业绩增长是商户的关注重点。再从运营链路分析，商家zui关注的“公域拉新”作为私域运营的起点，会直接影响后续私域流量的盘活与运营。通过对当下私域现状分析，我们可以清楚看到，公私域联动、精细化和代运营是当下品牌私域运营三大特征，随着用户对传统运营手段“免疫、同赛道竞品越来越多，品牌企业必须对自己下“狠心”，升级自己的私域“手段”。如果品牌只懂得漫无目的地加好友、拉群、发红包、群发广告，那这样的私域也仅仅只停留在粗放式运营的阶段，难以在“私域红海”中突出重围——这也是很多私域新玩家“投入高却运营难”的背后原因。那么企业该如何寻找精/准的“支点”，来撬动更大业绩增长点？关键在于，需要通过构建更综合、更专/业的私域运营，来告别粗放运营模式，升级私域业务。对于即将迎来Q4，缺乏长期主义思维和体系化运营思维，私域只会更加寸步难行。企业需要回到业务本身，因地制宜、深耕细作。更多案例和讲解资料 <https://wsyguanyun.com> 或 <https://gy.32wsy.com> 或 <https://32wsy.com>

