

“消费盲返”电商模式能和“分享购”电商模式结合使用吗？

产品名称	“消费盲返”电商模式能和“分享购”电商模式结合使用吗？
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301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

最近许多客户都在咨询“消费盲返”这个电商模式，还有的是想将这个模式和“分享购”电商模式做结合一起使用，但我比较不建议这样去使用，下面给大家分析一下这两个模式为什么不适合做结合使用。

先给大家分析一个“分享购”电商模式的优势处在哪？

“分享购”电商商业模式主要是以创新的商业模式整合流量和资源，最终实现整个商业生态的布局与应用。通过结合CPS资源、商城、大礼包、异业联盟等线上线下消费应用，可实现“消费+分享”的新型生态聚合营销模式。

这个模式最突出的优势就在于对企业自身的产品品类、产品发货都无要求，甚至不需要企业自身有产品，因为这个平台主要是涵盖了所有消费者日常所需的消费必要支出，打通对接了包括：某宝、某东、某多多、某团等一系列第三方消费平台，消费者只要通过“分享购”领券后跳转到这些平台进行消费，平台就可以获得这些第三方消费平台的佣金。

这些佣金可以由平台自行分配，消费者作为消费方除了优惠买到商品之外还能获得额外消费所产生的佣金，除了自身可以获得的佣金外，分享之后，接受分享来到平台进行跳转消费之后，他所产生消费的部分佣金也会给到分享者，分享的越多，赚的越多。

在会员排列上以五五公排的机制进行排列，第一层5人、第二层25人、第三层125人，以此类推，到了第九层就有191万人，总共244万会员，这些会员产生的每笔消费平台都可以获得收益。

这个模式很明显的一点就是可以带进大量订单，而“消费盲返”电商模式需要的就是大量的消费来达成返现机制，下面给大家介绍下“消费盲返”电商模式，以及为什么不建议“消费盲返”搭配“分享购”一起使用。

“消费盲返”电商模式是最近刚出的一种消费返利模式，模式主要是依靠返现100笔这个数字去刺激消费者消费，每个消费者进入平台，在产生消费之后会产生消费时间，该消费者可以获得这个消费时间之后100笔消费的一部分返利。

比如你就花了50，货还没收到，后面这100笔返利就让你把花掉的又挣回来了，最差也相当于省了一点钱，这样就能很大程度刺激消费者去参与，去返利，所以很明显这个模式需要大量的订单。

这两个模式咋一看很适合结合，实际上因为分享购的返佣比例比例不高，无法分为100笔消费，因为有些订单的佣金可能才1块、2块，这样无法进行分配，也就不适合做一个结合使用。

如果您也想做一个这样的平台或者需要了解更多商业模式方面的问题，还是其他方面的电商问题都可以私信小编，小编都会看的，提前预祝大家生意兴隆，大展鸿“兔”（拜谢）！