

## 三层众筹共创模式，卖白酒，一年卖了10个亿！裂变了100万的会员

产品名称	三层众筹共创模式，卖白酒，一年卖了10个亿！ 裂变了100万的会员
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

给大家介绍的这个案例，用一套社交电商的玩法，用三层众筹共创模式，把一瓶白酒做到了10亿体量。他们在全国裂变了2万名合伙人，100万的会员！

学会这套众筹众创的商业模式

一句话概括他们的商业模式，“起于众筹，成于众创”。

第一个核心圈层，找到49个众筹股东，联合发起人。最高的单位，他们取名叫作总舵。

如果说仅仅是投资，那没意义，这个事很难做下去。筹的是钱，更重要的也是渠道。比如说，每个人掏10万，那马上就有了490万的启动资金。

不光是拿钱，还要干活，然后开始让这49个股东创办一个分舵。至少有49个分舵，有的人会创办两三个分舵，就这样，最后拉起来了108个分舵。108这个数字很有意思哈，有寓意在里边。

每一个分舵，就是一家独立的销售公司。

第一个核心圈层，49人，叫作总舵。

第二个核心圈层，108人，四分舵。

第三个核心圈层，就是终端的门店了。

比如说有30个人在群里报名，要投一个100平方米的店，每个人投1万块，创办一个线下会所，以后大家可以到会所吃饭喝酒，招待你的朋友，这30个人同时也是30个股东级别的合伙人，也是会所的分销商。

对于线下店来说，通过在群里众筹进来了30个人，每个人投一万，就是30万，这只是筹钱，那如何众创呢？

这30个股东是有要求的，不是给了钱就不管了。那种只想给钱，不想干活的股东，是坚决不收的。每人必须至少建一个100人以上的群，30人就是至少3000人，这样一来，这一个店的覆盖人群，会随随便便超过1万人。

这个一万人流量池建立起来了之后，你还需要担心门店缺顾客吗？

所以你细品，这套商业模式，有很好的闭环，前面有门店，店里有社交，背后有社群。

这套模式的核心点，不是众筹，众筹没什么新鲜的，重要的是众创，众筹进来的人除了得到了股东的收益之外，还成为了分销商。

就是你要拿到作为股东，享受整个大盘的收益，是要拿你的业绩，分销数量来决定的。

大家众筹成立了总部，解决品牌、文化、运营、营销等问题，成立了分部解决了渠道销售的问题，众筹

门店解决了线下门店和具体销售的问题。

而这里面所有投资进来的股东，众筹者，都变成了众创者，这个非常关键。

众创就是你不仅要出钱，变成股东，而且还要成为消费忠实者，你自己背书的推广者，是全力以赴的创业者，这三个身份的转化才是众创。

人的行为是靠机制来做引导的，你想让每一位股东都来做推广者，是需要一套机制来引导的，推广能获得什么，不推广能失去什么。

比如，你看看他们的店面众筹的机制设计，设计几种赚钱的方式。

第一，设计股东的股权分红。能拿多少完全取决于你的销售量，比如你设置三个梯度，按拿货量去设计对应的比例，拿的数量越多，比例就相应越高。

第二，设计价差。股东拿货有一个内部价，那终端给会员的零售价之间，就有一个价差出现，这个价差就归股东所有。会员价就是最低的销售价格。

第三，设置股东年终奖励。这个就是全年度的总数了，比如，500瓶以上，奖1000元，1000瓶以上，奖2000元，类推。

你看这个规模铺下来是很可怕的。

我给大家举个例，49个人，每人10万，就是490万，108个分舵，每个分舵200股东就是2万股东，假设每个人2万块，就是4个亿。

打比方说你开了3000个门店，每个门店30个股东，每人1万，每个门店就是30万，3000个就是9亿，这一路打下来，13个亿的体量了。