

社交媒体时代，实体企业如何做分销裂变？

产品名称	社交媒体时代，实体企业如何做分销裂变？
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

社交媒体的快速发展，正在大大改变现代营销的游戏规则，而社群营销就是利用这种新兴营销工具来帮助企业实现销售目标的一种方式。

疫情过后，许多的实体企业也都在尝试转型线上，但这并不是要盲目的去改变自己，因为很多企业选择了不适合自己的商业模式，从而转型失败的案例不在少数。

许多实体企业选择使用互联网工具辅助做流量裂变的初衷只是利用好现有的一些资源、会员、老顾客等这些群体，来裂变更多的新客户，从而实现门店的正向经营。

那么首先跟大家讲一下二级分销，如果之前有做过微商、直销的，我相信大家应该都不会陌生。二级分销系统在市面上也非常的普遍，对于想要做各种营销场景、社交裂变的企业是非常不错的一个选择。

但是分销也不只是单纯的把自身大部分利润让出去，然后刺激推广者裂变团队。即使你给出再高的分佣，推广起来也非常费力。所以转型昨天不能单单是只做二级分销，但是各种基于分销基础上做优化的模式层出不穷并且深受大家喜爱，像之前非常火得美丽天天秒链动2+1、泰山众筹、分享购、广告电商等。

市场变化的越来越快，消费者的爽点也越来越高，在激烈的竞争中，如何利用更创新的模式做好分销裂变和营销成为重中之重。

美丽天天秒模式，动2+1模式机制：

一、两个身份角色：（代理，老板）用户任意消费499，即可成为代理(产品自选，不指定)

二、五个奖励：直推奖100元，见单奖200元，平级奖10%，帮扶奖20%，分红奖

代理和老板身份享受的自购折扣不同，并且他们所享受的奖励也有不同

这个模式非常的简单粗暴，但是也很好的规避传统分销上的那种“推销”属性，让员工、代理、消费者都能够主动去裂变，并且真正意义上实现激励。除此之外，门店还可以利用后台更多的功能来设计更多的优惠政策给到不同身份等级的人。