

上海商城“促销”新玩法，代言人与合伙人

产品名称	上海商城“促销”新玩法，代言人与合伙人
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	链动2+1:泰山众筹 寄售挂售:数字藏品 元宇宙:微三云
公司地址	东莞市石排镇瑞和路南东莞生态园松山湖高新技术创新园B栋2-5楼
联系电话	159****4030

产品详情

上海商城“促销”新玩法，代言人与合伙人

北京商城“促销”新玩法，代言人与合伙人

大家好，我是微三云国鸿，我的文章，一半是自己的经验，一半是营销模式相关的信息，本人从事小程序、软件开发定制，营销模式设计，各位读者有相关需求可以私信咨询。

促销是商家提高销售业绩，吸引客流量不可缺少的营销手段。合理的促销能够给商家带来巨大的影响，可以提高销售量和稳定消费群体。

促销的六个目的。

，鼓励顾客大量购买，迅速提升卖场整体销售量。

第二，给顾客带来新鲜感，加上对其商品品牌的印象。

第三，争取潜在顾客尝试购买时顾客尽快的熟悉商品。

第四，提升卖场品牌形象之目的。

第五，老品积压品清库降低高库存，吸引竞争对手的顾客，改变既有的消费习惯。

第六，抢夺顾客，打击竞争对手。

那么有效的促销应该怎么做呢？

有这么一种营销方式，平台拿出指定产品的一定比例的利润，让消费者通过购买指定产品的排名进行分红

举例：假设平台举办代言人活动当天，平台拿出指定产品“面膜”出来做活动，产品总收入为1000万，小明花了5000元购买面膜，代言人排名为100名，那么平台将1000万*10%平均分给这100个人，也就是说小明终能获得1万的代言人收入。

小聪花了500元跻身代言人排名200，那么小聪 $1000万*10\%/999人$ ，约获得1000元，等于白拿了产品。

小红花了50元跻身代言人排名1230，那么小红 $1000万*10\%/9999$ ，约获得100元。

这种营销模式主要抓住消费心理，越想抢排名分钱，平台营业额越高，排名越靠前，利润分得越多。

说到这里有人会问，要是没有人去抢排名，那这个模式岂不是万不起来？

合伙人机制：活动截止，代言人排名100即成为平台合伙人，享受全平台产品利润的5%

综上所述，营销因人而异，消费人群，产品类目等等各方面的因素都需要对模式进行改动。模式是固定的，思维是灵活的，好的营销模式都是通过“碰撞”出来的，欢迎各位读者留言评论，分享自己的看法，更多详情也可私信小编。

本文编辑cookb857