电商营销模式:共享购模式逻辑、例举、盈利点分析

产品名称	电商营销模式:共享购模式逻辑、例举、盈利点 分析
公司名称	东莞市松山湖溢嗨技术服务中心
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302室02
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

共享购模式的逻辑

一、平台发行两种资产

共享值:用户消费获得共享值,商家售卖产品获得共享值。共享值是[■] 消费金额的证明,不可再消费、转赠、变现,只能用于共享积分的发 放,发放共享积分之后都会扣除相对应价值的共享值。

用户消费可以获得让利十倍的共享值(消费金额×10%×10=用户所得 共享值)

商家售卖商品获得让利部分二倍的共享值(售卖金额×10%×2=商家^{*} 所得共享值)

共享积分:有着总发行量,每天固定发行,可以在商城根据当日的指[■] 导价消费抵扣,可以在C2C交易市场交易。

当天转换前的共享值-

当日获得共享积分数 x 当日共享积分价值=个人消耗的共享值

当日个人共享值÷当日全网共享值×每日释放共享积分=个人当日获得的共享积分

二、商家所需要的事情

商家入驻平台需持有共享积分作为保证金,当商家的共享积分数量低[®]于0时,用户无法在该商家下单,需要在C2C交易市场进行购买。用户下单后,商家需扣除让利额等值的共享积分(用户消费金额×商家让利=商家所需要扣除相对应价值的积分)

三、用户的消费全返、消费增值

用户通过消费,来获取共享值,消费多少就获得多少共享值,再通过[™] 共享值获得平台发行的共享积分,获得的共享积分,可以通过C2C交 易市场进行变现。

每天获得价值多少共享积分,就可以把消费的赚回,达到消费全返。 若囤积一段时间,等C2C交易市场的共享积分价值上涨之后再变现, 就达到消费增值。

例举说明

平台设置10%的让利,商家入驻时至少需要持有价值500的共享积分作为保证金,共享积分的总发行量为972360个,每天晚上10点发行888个,三年发行完毕。

用户A在商家B消费了1000元,用户A获得1000×10%×10=1000的共享[®] 值,商家B获得1000×10%×2=200的共享值,商家B需要扣除价值1000 ×10%=100的共享积分。 若平台全网共有10万的共享值并且每个共享积分价值2元,那么用户A 获得1000÷100000×888=8.88个共享积分,需要扣除8.88×2=17.76个共 享值。

那用户A还剩下982.24个共享值,可以参与明天发行的共享积分,如果 用户A直接把共享积分变现,就可以获得17.76元,等到第二天共享积 分价值上涨了再进行变现也是可以的。

有些用户非常看好共享积分的上涨趋势,可以在C2C交易市场收购其["] 他用户的共享积分,等共享积分的价值高了再出售出去。

平台的利润点在哪?

1、商家首次购买共享积分的保证金;2、C2C交易市场的手续费;3、 平台自己售卖的商品;4、用户带来的流量进行变现。