

火热泰山众筹模式阿凡达2023年已更新成品开发

产品名称	火热泰山众筹模式阿凡达2023年已更新成品开发
公司名称	河南漫云科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	漫云科技:区块源码 区块系统:定制开发 区块app系统开发:快速搭建
公司地址	郑东新区升龙广场3号楼A座3202
联系电话	13103827627 13103827627

产品详情

前言：电商平台要做大，要不烧钱，要不做模式做奖励机制来实现会员自动裂变，并为大型的国有企业提供功专业的解决方案开发与项目研发服务，集“软件、营销、服务和运营”为一体的国家高新技术企业。并为大型的国有企业提供功专业的解决方案开发与项目研发服务，河南漫云科技有限公司成立于2019年，是一家以“践行工匠精神，用心服务客户”为使命，这个是共识。烧钱基本现在的反垄断法出来，很难凑效，加上投资环境恶化，没有那么多冤大头投资人了，所以2022年再是2015年，不可能烧钱玩平台了，基本烧钱模式是基本是走不通的，也不适合大部分普通的线上平台创业者，那么就只能做模式了。 拆解泰山众筹模式2022年的创新玩法： 以前很多项目做泰山众筹模式，存在着各种不透明、无监管、风险不可控的问题，所以也常能见到各类集资诈骗的曝光，而现在随着社交电商的发展，泰山众筹项目模式的机制在结合电商开始在中市场中崭露头角，成了新零售企业非常有价值的商业裂变营销模式，由此消费者可以实现购物信息即时推广，实现用户的“裂变式”扩张带来更多的流量，更的找到具有购买能力的消费者，解决企业获客的成本问题。

下面回到正题，详细讲解下泰山众筹模式： 众筹本身就是个不错的营销玩法，而泰山众筹仍在市场上高活跃也证明着这个模式的有可优势性，再跟现在的私域电商的会员留存及结合，简单来说，就是把泰山众筹跟电商玩法结合，让模式长久性，可持续性，更加的合理合法合规。

我给这个模式玩法定为：新消费新业态-泰山众筹电商新玩法 1、电商商品为本，会员为核以电商为本质，买产品得资产，资产是做为会员的赋能。 例如：699产品，买699产品成为平台会员，享有本来赋予会员收益，同时，给到同等积分/资产。资产/积分用于会员:参与平台的众筹项目

2.进出平衡——没有泡沫 采用智能合约和共享四进一出全新模式，每一期增长30%众享额度

玩法： 期10000资产 第二期13000资产 第三期16900资产 第四期21970资产 第五期28561资产 第六期37129资产 第七期48267资产

第八期62747活动退反65%的资产，35%的积分 第九期81571资产退反65%的资产，35%的积分 第十期106042资产退还65%的资产，35%的积分 第十一期137854资产退还资产

每期30%额定递增，保持进出平衡，无压力，无泡沫，可持续！ 2、门槛低——人人皆可参与 参与众筹需要先购买产品，在拿到产品及分销权益的同时，获得资产来参与活动，可设100资产即可参与（资产可自定义设），资金随进随出。一周为一期，第4期结束结算第1期本金和收益。

3、重生机制——生生不息 当众筹失败，立即返还倒数期投入的所有本金（积分/资产）；倒数第二、三、四期各返还众筹额的65%资产+35%的积分，止损结合重生推动持续轮回，生生不息，让每一位

玩家都有持续的盈利机会 倒数第四期退65%资产给35%积分

倒数第三期退65%资产给35%积分 倒数第二期退65%资产给35%积分 倒数期退资产

(说明: 65%-的比例值可自定义) *后一期众筹不成功一周之内重新开始从期循环

每个人参与都需要金本位百分之二的积分作为燃料销毁, 提现燃烧销毁百分之五的积分

备注: 倒数第1-4期视为爆仓, 倒数期退还资产, 倒数第二, 三期、四期退还65资产%35%的积分

控盘核心: 1.产品为本, 品牌为营。用户都需要买产品, 这块为平台纯利润。

2.用户: 积分/资产, 积分和资产可在平台上消费, 抵扣, 参与众筹。 3.众筹用的是积分/资产, 成

与不成, 不损伤平台及用户, 成了, 用户仍得积分/资产, 只有静态收益和动态收益是钱, 而静态收益和

动态收益的总比例控制在26%以内, 都是从产品的利润来出, 完全可控正波比。 1.静态收益12%,

每期合约收益12%, 这个百分比也需要后台可以设定(这里就是收益为零钱, 用平台的产品利润来平衡

) 2.动态奖收益: 14%(按现在奖金模式自定义) 这里的分润是用产品利润来补的, 要平衡商城

里的分润波比, 可把商城的分润拨到这里来。(分享奖励+管理奖+股东分红+区域代理) 共计14

%, (这里就是收益为零钱, 用平台的产品利润来平衡)

每期收益的26% = (静态12%+动态奖励14%) (平台2%扣用户燃烧或提现比例) 全部分完无任何泡沫

做私域电商玩法, 产品是本质, 用户是基石。做品牌做平台, 也当然离不开模式, 没有模式也是做

不了平台的, 没有好玩的模式机制和裂变机制, 谁会帮你推广平台, 不能只靠营销吧? 各类模式制度风

险不一, 合理合规更是平台应该首要考虑的。平台需要尽量创新营销模式思路。 不管是之前的挂

售模式/盲盒电商模式、拼团抽奖模式/全民拼购模式, 还是后来的每个月都推出的新模式, 都不能作为

长期运营的模式, 只能作为阶段性的补贴促销营销手段。模式从来不是一成不变的, 把优势提取, 控制

好成本, 尊重用户, 初心在手, 平台亦在