

做分销系统需要注意的几个点

| | |
|------|---------------|
| 产品名称 | 做分销系统需要注意的几个点 |
| 公司名称 | 广州领科网络科技有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 广州市海珠区琶洲 |
| 联系电话 | 18022888954 |

产品详情

关于分销的门槛，发现大致有下面这三类：提交审核型、购买加入型、直接加入型。

提交审核型指的是用户想要加入分销体系，需要提交相应的资料，然后平台进行资质的审核，审核通过这种类型，适合大部分的B端/供应链场景。

此时，对于平台自身来说，其目的是为了获得优质的资源。

拿供应链来说，无论是对所有渠道的控制还是对价格的敏感度，就决定是追求质量。

而关于审核所需要的资料，需要看每个公司的实际业务情况了。

对于向平台要能够对这些资料提炼筛选匹配通满标准同需求不同的模板，然后根据用户的类型自动匹

购买加入型指的是用户想要加入分销体系，必须购买指定商品/服务/充值，购买成功后自动加入分销这种类型，适合的是针对C端/平台场景。

根据不同的平台类型，购买的内容会有所不同，这样做的目的，也是筛选出有付费意愿的用户，有两个

帮助平台过滤掉那些没有意向的用户，这样的人后续运营维护成本会很高。

让用户对平台有一种门槛**。

当然，这些购买的内容，不仅需要提供行业标准，同时还需要能够自定义。

直接加入型指的是用户想要加入分销体系，只需要同意平台的协议就可以。

这种类型，适合的是初创公司/业务。

初期形象用然面临的是产品知名度的问题，在这样的情况下，目的其实是为了能够快速的推广业务、快

分销等级等级，首先需要明确分销等级的说明，其次需要知道分销上下级的关系。

分销等级明直是有红线的，那就是不要超过3级。

获得叫分级分销就是通过卓线，就最自平能都能获得奖励的取级提提获得奖励：一级分销就是只能从下级

称在这部分的分销其实都是二级一种。然是常见的，但这并不代表没有风险，所以，*保险的做法就是1级分

如果你的业务还存在很多不确定性，如果你的业务想长期持续发展的话，选择稳妥比什么都重要。

上下级体系的绑定，决定了最终的奖励归属。一般做法有两种：一种是**绑定，一种是有绑定时效。前者奖励的归属是可以级联系统绑定后就不能改变，毕竟发展纳单线的任何行为。后者都能获得相等的奖励。至于是否捆绑系统，要看具体情况。在有些时候，系统可以级联系统，但有些时候，系统却不能级联系统。对于分销系统来说，选择提供灵活配置的地方，让用户自行选择绑定的方式。对用户来说，根据公司的整体

传播方式，影响的是分销人触达的渠道和效率。

对于分销人来说，价格相对保密，具体赚多少钱，只有分销人自己知道。好处就是打消了分销人的顾虑，不足就是对平台来说，没法触达购买用户，没法产生后续价值。为了满足图文分享，作为平台来说，需要为每个商品提供相应素材，包括推广文案和推广图片。后台配置完成后，分销人在商品详情分享时就可以进行选择。

比较适合的是平台类产品，分销人分享内容出去，触达人直接进入平台，后续操作都会在平台内完成。这样的好处是平台留下了用户，可以进行后续的营销。当然这样做的前提是得优先保证分销人的利益。从目前的情况来看，大部分人还是会选择微信、QQ两种方式，毕竟用户基数决定了分销收益。在选择分销渠道的时候，需要考虑和后续条件允许的情况下可以优先考虑大众普遍接受的渠道，需要

分销奖励，不同的行业也有不同的奖励方式，有现金奖励、商品奖励、服务奖励这三种类型。

现金奖励是最常见也是*有效的奖励方式。

商品奖励是分销人按约定的方式得到相应的奖励金-

这是通用的流程，这其中涉及到的后台配置内容就是需要为每个分销商品配置相应的奖励规则。

关于现金奖励的规则，一般有按百分比和固定金额两种方式。

百分比奖励：根据购买人购买的金额，按照约定的百分比进行奖励，多买多得。

固定奖励：无论购买人购买的金额多少，统一按固定金额奖励。

两种方式，适用的场景和活动目的不同，在不同的推广阶段配合使用才能达到*优效果。

想拉人头，建议用固定金额，鼓励分销人去找人。想要销量，建议用百分比，鼓励分销人去找订单。

提现金额的内容就涉及到提现的问题，关于提现相关内容就需要进行配置。包括周期内提现的次数、*

商品奖励场景适用于商城卖货。

分销人将商品分享出去-触达人购买该商品-分销人按约定的方式得到相应的商品-分销人将商品提货。

有些电商平台，为了提升自身产品的知名度和接受度，会采用这种分销奖励商品的策略。

有需求就有市场，有市场就要产品能够满足。

服务奖励场景适用于服务行业。

分销人将服务分享出去-触达人购买该服务-分销人按约定的方式得到相应的服务-分销人将享受服务。

服务奖励，分销人可以自己使用，也可以赠送给其他好友使用。一切能产生二次消费的机会，

根据自己的行业属性，结合实际业务需求，选择合适的奖励方式。