

小王选择了一个自己平台上的产品——一款智能电动牙刷作为拼团产品。他设置了一个499元的拼团价，并且给予团长和团员不同的奖励机制。具体如下：

团长：开启拼团后，在后台出现6个空位，当空位填满后，即可获得出团奖励960元，并且可以选择继续参与下一轮拼团或者退出。

团员：参与拼团后，在后台出现2个空位，当空位填满后，即可获得直推奖励150元，并且可以选择继续参与下一轮拼团或者退出。

滑落：当用户推荐超过2个人时，多余的人会自动滑落到其他没有满员的团中，并且可以获得滑落奖励120元。

小王在自己的平台上推出了这个拼团活动，并且通过微信、朋友圈、抖音等渠道进行了宣传。他还邀请了一些自己的朋友和客户作为种子用户参与拼团。

结果令小王惊喜的是，在短短一个月内，他的平台上就有了超过1万个成功成团的订单，销售额达到了500万以上。而且他发现，很多用户在参与了一次拼团后，就会继续参与下一轮拼团，甚至还会主动邀请自己的朋友和家人来参与拼团。这样就形成了一个良性循环的裂变效应。

小王分析了一下原因，发现有以下几点：

产品本身就有很高的品质和口碑，而且价格也很合理。

拼团活动给予了用户很大的优惠和奖励，让用户感觉到自己赚到了。

拼团活动也增加了用户之间的互动和社交，让用户感觉到自己参与了一个有趣和有意义的东西。

拼团活动也提高了用户对平台和产品的信任和忠诚度，让用户愿意再次购买和推荐。

七人拼团模式也叫即拼模式，是一个二二复制的裂变模式，模式以产品为核心，通过系统公排和推荐关系发展用户，当用户购买产品后，即成为拼团的团长以及团员，当团长的下面排满6个人，那么这个七人团就成功了，于是团长可以出局，并获得奖励。这种模式门槛非常低，也容易激起消费者的购物趣味性和社交性，同时还实惠了消费者，非常容易引入流量。

