

海南三亚市合伙人系统模式开发，微三云陈明凤：轻医美诊所股东合伙人机制案例分享

产品名称	海南三亚市合伙人系统模式开发，微三云陈明凤：轻医美诊所股东合伙人机制案例分享
公司名称	东莞楚恒辰诺网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	产品:积分商城 会员商城 属性:源码定制 地区:东莞
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋302室03
联系电话	14778333741 13268813057

产品详情

大家好，我是商业模式设计导师陈明凤，有着5年的互联网经验，擅长模式设计分析，曾扶持多个电商平台月流水很高，今天由我给大家分析下轻医美诊所股东合伙人新零售合伙人制度模式分享，本人只做模式分析，不参与任何运营。

欢迎大家关注商业模式设计导师陈明凤奖励类机制，这期内容给大家分享的是清美诊所的股东合伙人机制，亲美诊所的股东合伙人机制这帮模式解决的什么问题？这两年亲美诊所、双美诊所非常的火，很多不仅仅是美业的伙伴，而且是行业内的一些伙伴也想开设亲美诊所，于是非常多的人就进入了这个行业，但是进入这个行业之后，你会面临的以下几个问题，第一个就是诊所的门诊的开设投资的问题，一家门诊的开设基本上需要150万到250万之间，那首批的投资资金我们怎么来？那第二个即使门诊开设好了之后，如何去搭建我们的客户获取渠道，这都是在新美经营过程中所面临的一系列问题，那么如何通过裂变机制，通过新的商业模式来解决这个问题呢？这个就是。精美的股东合伙人机制，它的产品是亲美诊所，它的模式是股东合伙人，这

个模式呢，是我给上海的一家做亲美连锁品牌的公司设计的模式，这家公司呢，既想在全国各地去开设亲美连锁的品牌，但是呢又不想每家门店都要自己花费大量金钱去投资，还想呢，要通过模式去解决他门店的消费者的获取以及渠道的搭建的问题，于是这个老板就找到了我，我就给他设计了这套新美的股东合伙人机制，整套机制一共分为四个板块，分别是投资股东、消费股东、超级会员和消费引流问题。那这家机构呢，通过我这套模式，短暂的在一个月的期间就开了三家门诊，这三家门诊分别位于上海的陆家嘴、山东的菏泽和江苏的宿迁。而且这三家。门诊经营的很棒，经营了三个月，他们的门诊的开设的投资款就全部回来了，那么之所以为什么这么快的开店，以及这么快的回款，全部得益于这套模式，

具体商业模式是怎么做的呢？

那接下来我就给大家详细的讲一下这套模式，我想对于你也想开设自己的亲医美门诊绝对具有巨大的帮助。首先我们在开一家亲医美门诊的时候，我们不得不面对一些问题，第一个就是开设的时候投资金额大，基本上100万到200万之间，第二个门诊开设好了之后，如何去获取消费者，如何去获取客户，这是我们亲们门诊在开设的时候不不得不面对问题，那如何去解决这个问题呢？就要通过这种模式来解决这一套新的针对青玉米诊所的新的商业模式。走化模式，有投资股东、消费股东、超级会员和消费引流机制来。组建，让我们一起来看一下这种模式是如何解决这些问题的，第一个我们来看投资股东机制，投资股东机制主要有两大目的，一方面解决我们的门诊投资资金来源的问题，就是我不想花这份钱去开这家店，但是呢，我还想开一家店，那我们只能用别人钱来做自己的生意。那第二种呢，就是我这个门店开好了之后，我如何建立我门店的分销渠道，我想持久的不断的获取客户，我就要有分销渠道，那我分销渠道我的分销合伙人如何建立？好，那投资股东就是你第一批的分销渠道。所以针对于他的两个目的，我设计了这么一个方案，这个方案呢，是以众筹投资的方式来开这家门店，你作为这个项目的发起人，你可以把项目的股份分为100份去

卖股份来换取项目的启动资金，那怎么去卖呢？一共分为两种方式，第一种方式呢，就是投资5万块钱，投资5万块钱你作为投资型股东呢，我給你1%的股份，并且呢，我还給你10万块钱的项目，这10万块钱的项目你可以自己消费，也可以送给身边的朋友，收不收费你来决定，如果收费你全部放自己兜里。第三种呢，你作为我的投资股东，你就有义务呢，为我的门店来带来引流客户，如果引流客户产生了消费，我额外还給你10%的分红，那同样除了你带来引流客户，你可能还带来一些美业的一些渠道。那带来渠道，我照样产生利润，我給你分10%，这是第一种作为投资型股东所占的一个比例方式，第二种就是纯资金投入，就是我不想参与经营，我只想投钱，那也可以投5万块钱，我給你1%的股份。这是纯投资占股，那你想获得10%的股份，你就投50万，但是呢我給你一个这么优惠的一个保证，什么保证呢？我们叫五年，锁定在门诊的经营的前五年的时间，你不能撤股，但是五年之后你如果想撤股，门诊以百分之一百二的比例进行回购，也就是说当年你投了5万块钱，现在你能回到6万块钱，这就是第二种方式，那么这两种方式目的是为了快速的收集我们门店的启动资金，

一个股卖五万十股就卖了50万，我们20股就卖了100万，如果我们想筹集200万的启动资金，一共就卖出40%的股份，你的门诊的启动资金就有了，并且呢，你手里还有60%的股份。所以这样的方式，投资股东的方式就解决了我们门店的资金来源问题，而且这投资股东后期还可以作为你的诊所的分销渠道。第二种叫消费股东机制，我的门诊开设好了之后，如果说我仅仅通过门诊引流的客户，通过消费者销户费我赚到钱，这种赚钱能不能赚到钱，当然能赚到钱，但是是比较慢的，我们在门诊开设之后，我们是希望快速的能实现门诊的项目的回款，把我们前期门诊投的钱给赚回来，所以这时候你就少不了消费股东，消费股东他的机制主要解决第一个项目的回款，第二方面同样为我们的门诊建立分销渠道，采用的方式两种啊，第一种就是投资1万块钱的消费股东，第二种就是投资2万块钱的消费股东，其实他们的条件和权益只是都是一样的，只是他们投资金额不同，作为投资1万消费股东，我給你是2万的项目的款项，并且可以送你五千八的服务项

目，另外呢，送你十张引流卡，每张卡398，那三千九百八就归你所有，那如果说你投2万呢，我给你4万块钱的项目，并且给你9800块钱的服务项目啊，同样呢，还给你十张引流卡，收的钱全归你，那么我们作为消费股东，一方面我投2万块钱，我可以获得两倍的项目款项，我可以自己用，也可以给我身边的朋友，费用我自己收，另一方面我可以帮助门店去招募新的消费股东，直推30%间推5%，还可以带来新的消费者，对于推荐新的客户，我依然可以拿走30%的消费返利。另外一方面，对于作为我作为消费股东，我也推荐了新的消费股东，他产生的业绩我也能获得返利，所以我能拿到直推5%，建推5%，针对我们消费股东产生了消费股东团队。也就是说一个。消费股东可以推很多的消费股东，那这种情况下针对你形成了团队，我们在设计的叫星级消费股东，一星、二星、三星、四星，给你推荐的消费股东的数量升进行升级，那么级别越高，我们的返利就越多，有三个点到12个点的返利，这就是消费股东，消费股东解决了问题，一方面解决了我们的资金回款的问题，第二个解决我们渠道建立的问题。第三个消费股东在我们这个诊所进行创业，他推荐了新的消费股东，他也能赚到钱，他推荐了新的消费股东，产生了门店到店的消费业绩，他也能赚到钱，所以消费股东既可以获得实惠，又可以赚到钱。第三个就是超级会员，我们到店有很多的客户，通过很辛苦的引流方式把他引流过来，我们希望每个到店的消费者都能成为我们的会员，所以这时候我们就设计了超级会员权益，我们通过超级会员权益解决消费。向会员转变的一个问题，针对于会员，我给他设计了1980的会员卡，成为会员之后可以获得七项超级的权益，这个超级的权益来吸引一个消费者愿意花一千九百八成为一个会员，因为会员给他的福利是超值的，是他没办法拒绝的。他一旦成为会员之后，那接下来一方面你要给他做很好的服务，他享受会员的价格，另一方面还有什么呢？还有就是他将会成为我们的消费股东的重要的来源基础，当你的会员越多，你的消费股东就越多，消费股东越多，门店的盈利业额也就越大，所以即使你还没有去动手术，还没有去做项目，但是通过消费股东，我的诊所就能实现快速的盈利。第四个就是消费引流机制，消费引流机制主要解决我的消费者怎么来的问题，那么今天的诊所经营的消费者的来源。无非有几种渠道，第一种渠道就是点评，

当然还有一些异业联盟合作，比如说和别人一起搞活动等等，但是这只是活动的形式，我们要有一个诱饵一个标的物，吸引的消费者来找到我们，所以我们就需要设计超级引流爆品。那如何去设计超级引流爆品呢？其实很简单，就把别人卖去赚钱的产品变成我们的引流产品，别人卖999，卖1000，卖2000，我们只卖99，别人卖99的东西卖100，卖200的东西我们免费送。通过这些渠道去散发我们的超级引流爆品，吸引那些人，想吸引那些人因为优惠价格来到门店进行消费，来到门店进行消费，就要把它转变成我们的超级会员，有了超级会员之后，我再把超级会员转化成我的消费股东，那通过这种模式，底层源源不断带来流量，流量来了之后成为消费者，消费者。就变成了超级会员，会员变成了消费股东，这样就实现我们的门诊源源不断的盈利，客户源源不断的到店，从而很好的解决了亲们诊所在全国做连锁资金来源的问题，渠道建立的问题，会员的招募问题，以及消费者引流的问题。所以这家门店为什么在短暂的一个月开了三家门店，并且品牌方一分钱都没花，另外在开设之后三个月的时间就完成了投资资金的回款。接下来第四个月，第五月，每个月都是赚钱的，所以这是一个非常好的对于亲密诊所的很好的商业解决方案，那希望这套方案能对你有所帮助，学习利变机制，欢迎关注商业模式设计导师老杨。