

消费者买得更便宜，商家卖得更畅销？临期团模式+技术服务+软件开发服务，微三云平台模式搭建

产品名称	消费者买得更便宜，商家卖得更畅销？临期团模式+技术服务+软件开发服务，微三云平台模式搭建
公司名称	微二云信息技术有限公司
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503室
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

消费者买得更便宜，商家卖得更畅销？临期团模式+技术服务+软件开发服务，微三云平台模式搭建

前文引言：

微三云商学院：购买软件的坑之客户预算不合理 客户预算低，主观上认为技术是虚拟的东西，觉得互联网项目没什么成本，但实际上不是这样，像我们这种开发公司或者说项目外包公司，更多的是人力成本，程序员工资普遍较高，客户预算又低，达不到预期的效果，所以就导致做出来的与预期相差甚远。

一个成熟稳定，安全漏洞少，进发

支持量级比较大的的系统架构，少说开发起来也要几百万甚至几千万，开发周期时间跨度至少 1-2 年时间，试问你就给个 5 万、10 万的开发公司怎么给你交付质量好的系统？解决办法：可以在寻找服务商的时候找做过类似案例的，而且底层架构做的比较好而且是分布式微服务架构的。一来客户案例比较多，他们可以提供很多免费又有用的建议，毕竟你现在遇到的难题可能人家早就走过一遍了。这个阶段一定充分沟通，但是不要指望人家为你的项目负责，主要还是靠自己判断，服务商只是提供不同的见解以及建议。

做项目的预算不能太低，另外要找成熟稳定的公司，行业内经营至少 7

年以上的，主要考察公司有没有成熟的系统底层，如果预算没有达到百万以

上，千万别找从零开发的公司，坑太多了。历史数据表明，如果企业采取比较封闭的经营管理方式，

就会导致熵增加速，此时只有借助外部的能量发展创新，产生新的经营秩序，才能做

到熵减，让企业进入新的生命周期。现在看来，借助外部的数字化技术促进品牌企业转型 DTC

模式，就是传统品牌企业不可或缺的“外部能量”。但是，传统品牌企业在转型 DTC

模式的路上，从“知道到做到”一直有几道难以逾越的鸿沟。

小编介绍:

微三云麦超，微三云营销总监、商业模式总监，商学院院长，首席商业模式策划导师，在软件开/发和商业模式策划行业至今已经超过10年，截止到2023年1月累计亲自服务1557个平台客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（莞云）

旗下子公司：微三云信息/微三云大数据/莞云/鸿云/商二/商六/莞带/莞链/达丰云

晶抖云（微三云）云平台开放平台开/发者：星电/尾音/云前/超越网络

公司规模：公司经营已超10年，独享整栋5000平方写字楼，年营业额8000万到2个亿，全职员工300人（全职开/发技术180人），服务过百亿级生态模式平台超过30家，服务过上市公司国企超过10家，服务过电商模式创业平台超过20万家。

资质：双软认证企业，省高新技术企业，自主专利30多项，软著300多个

地址：东莞市石排镇瑞和路1号松山湖高新技术创新园B座整栋

联系：麦总监（负一层电梯直上504）

备注：加微信免费领取数十位平台操盘手和商学院导师联手整理的《分销商城百亿级平台运营合规方案及推广秘诀2023年版》，来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式，有需要进一步联系，可以关注公众号“微三云信息”咨询任意内容或者直接百度“微三云麦超”即可获得小编联系方式！

临期团模式+电商模式+技术服务

许多商品都有保质期，比如过期就不能吃的食品。一件食品刚生产出来时就是它价格的**，随着时间的流逝，这件食品的价格就会一点点下降。当这件食品即将到达保质期时，这时的食品就可以称为临期商品，临期商品的价值其实与刚生产出来时没什么不同，但价格却天差地别，如果临期还卖不出去，这件食品*终就会过期，被清理掉。

对于大多数消费者而言，临期商品是快到期的商品，虽然商品实际上的功能并没退化，但消费者依旧向往刚生产出来的商品，更愿意为新鲜的商品买单。然而，对于经济水平不高的消费者来说，临期商品是既适合生活需求又能节省金钱的商品，他们更倾向于花更少的钱买到跟别人一样的商品。

正因如此，一些商家平台瞄准低收入人群的消费需求，研发出临期团模式。

什么是临期团模式呢？

临期团模式以卖临期商品为核心，鼓励用户开店赚钱，让用户直接当店长，提/升用户卖货积极性，以此为平台引流，提/升平台业绩。该模式不仅有完整的卖货渠道提供给用户，还有门槛极低的晋升制度，在该模式下用户轻松卖货，轻松升级，既能满足用户掌控金钱与商品流向的心理，又能满足用户不断攀升、越赚越多的需求。

那么临期团模式怎么玩呢？

玩法介绍：

I 用户任意花费499元、1999元、2999元即可成为店主，即可开店卖货赚钱

I 店主分享他人成功开店，可获得分享团队奖励

身份制度：

一星店主：花费499元可加入（5.1恢复原价999）

二星店主：花费1999元可加入

三星店主：花费2999元可加入

平台股东：提现佣金达到10000元即可开启

奖励制度：

店主出货奖励：

一星店主：直接分享出货赚10%，间接分享出货赚5%

二星店主：直接分享出货赚15%，间接分享出货赚7%

三星店主：直接分享出货赚20%，间接分享出货赚10%

平台股东：参与平台所有订单奖励，直接分享出货赚20%，间接分享出货赚10%

分享团队奖励：

一星店主：直接分享10%，间接分享5%

二星店主：直接分享15%，间接分享7%

三星店主：直接分享20%，间接分享10%

平台股东：直接分享20%，间接分享10%

注：总奖励10%*订单实付金额=可被所有股东瓜分的奖励总金额

如果这么说还不理解，我们可以举例分析一下。

假设：店主直接分享他人消费500，间接分享他人消费500

一星店主可得 $500*10\%+500*5\%=75$ 元

二星店主可得 $500*15\%+500*7\%=110$ 元

三星店主可得 $500*20\%+500*10\%=150$ 元

一天卖出两件商品就能赚几十块，卖十件商品就能几百块，卖得越多赚得越多，月入过千轻轻松松就能实现。

某宝之所以爆火是因为瞄准了无人敢碰的电商领域，某多多之所以爆火是因为瞄准了低收入群体的消费心理，某红书之所以爆火是瞄准了消费者追求真实体验的需求.....现如今，临期团模式就是瞄准了低收入群体的消费需求，而临期商品的消费人群也不可小觑。

小编在电商行业摸爬滚打多年，玩过非常多模式。临期团模式给人一种为低收入群体量身定制的感觉，明晰平台定位，锁定主要客户，这种专属感能够吸引无数消费者，想要赚钱的老板可以考虑一下这个模式。小编手里刚好有可靠的咨询渠道与合作平台，感兴趣的老板可以向小编留言获取哦。

拓展阅读：

微三云麦超：购买软件的坑之贪图便宜买的账号系统 很多客户创业前期，都希望投入少一些，听说买源码还需要自己承担服务器费用，就很容易被忽悠去买了别人家账号版本的系统，殊不知为创业埋下了90%失败的风险。先不论市场上没有一个做的好的平台是用的别人账号版本的系统的，账号版本对于希望做平台的老板本身就具有很多不对口的地方。既然做平台，肯定是想做大，但是账号版本因为跟很多人（几百甚至几万）共用空间带宽和服务器，如果遇到做活动进发量大时，会互相影响访问速度，而且一旦某个平台违规被封，可能会影响整批的用户都受影响不能访问。解决建议：尽量选用成熟的源码系统，独立部署，不受他人影响，虽然前期付出成本高一点，长远来说却是*便宜的方案。商户私域运营精细化程度提/升这一点从商户私域布局与经营的关注维度就可以充分体现——「用户转化」、「私域成本」、「公域引流」作为品牌销售额的关键指标，是商户*关注的三项因素。从本质上看，私域是成本与效益的博弈，在可接受成本范围内，如何撬动更大业绩增长是商户的关注重点。再从运

营链路分析，商家关注的“公域拉新”作为私域运营的起点，会直接影响后续私域流/量的盘活与运营。通过对当下私域现状分析，我们可以清楚看到，公私域联动、精细化和代运营是当下品牌私域运营三大特征，随着用户对传统运营手段“免疫、同赛道竞品越来越多，品牌企业必须对自己下“狠心”，升级自己的私域“手段”。如果品牌只懂得漫无目的地加好友、拉群、发红包、群发广告，那这样的私域也仅仅只停留在粗放式运营的阶段，难以在“私域红海”中突出重围——这也是很多私域新玩家“投入高却运营难”的背后原因。那么企业该如何寻找精准的“支点”，来撬动更大业绩增长点？关键在于，需要通过构建更综合、更专业的私域运营，来告别粗放运营模式，升级私域业务。对于即将迎来 Q4，缺乏长期主义思维和体系化运营思维，私域只会更加寸步难行。企业需要回到业务本身，因地制宜、深耕细作。