

分享购模式：低润产品也能做的电商营销模式

产品名称	分享购模式：低润产品也能做的电商营销模式
公司名称	东莞市松山湖溢嗨技术服务中心
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302室02
联系电话	19957968337 19957968337

产品详情

很多营销模式都是建立在高利润产品的基础上，利润点越高的产品越是适合做营销模式。但是在价格透明的****，这样的产品也是越来越少，在用户明白产品的低价之后，你这个营销模式做得再好也逃不过“涉传”的风险。

利润点越高的产品，需要分出去的钱也就越多，这样才能吸引人。但是这样做也会时常伴随着“涉传”的风险，因为这样的产品往往会被用户打上“产品价格虚假”的标签。

在市场普遍拿高利润的产品来为平台做商业营销模式的时候，低利润的产品就不适合拿来做商业营销模式吗？

其实，没有不适合做营销模式的产品，只是你没有找到合适的营销模式而已。你想想什么产品才会低利润？越是常见的产品、越是复购率越高的产品、越是用户消费者触手可及的产品才会有低利润。

分享购电商商业营销模式，这个模式不在于产品的利润点有多高，只要有利润空间且平台愿意拿出利润分给用户，就可以让用户省钱甚至赚钱。

现在小编来给读者讲讲这个叫做分享购的模式

用户通过平台消费之后，平台会把其中利润点分为四份，第一份占全部利润点的40%是给这个用户的自购优惠，第二份占全部利润点的40%是给这个用户上级会员的分享奖励，第三份占全部利润点的10%是给平台代理商的分红，第四份占全部利润点的10%是给平台的盈利点。

用户不管是在商城购买平台的自营产品还是供应链的产品，不管是在线下联盟商家进行消费，还是通过跳转到淘宝、京东、拼多多进行消费，都可以按照这种分润比例进行返佣。

看了这个大概玩法是不是觉得这个模式毫无亮点可言？那你可错了，接下来讲的才是核心。

一、分享购模式的小公排排位

当每一个用户注册进来之后会获得一个排位，这个排位有五个位置，可以放五个下级，下面五个位置满了则从上到下从左到右向下滑落。扫推荐码注册的用户则在这推荐码体系内进行排位，没有扫推荐码注册的用户则按照系统体系进行排位。

这样，一次裂变有5人；二次裂变有25人；三次裂变有125人；四次裂变有625人；五次裂变有3125人；六次裂变有15625人；七次裂变有78125人；八次裂变有390625；九次裂变有1953125人；九次裂变加起来总共有大概244万人。

裂变会员的排位机制已经有了，接下来就开始分润了，来看看这个模式是如何吸引人的。

二、分享购模式的分享循环奖励

在这个排位体系里面的用户每产生一笔订单，其中订单40%的分享奖励只会返给一个上级会员。

假设如果有一个用户下面九层已经排满，那这个用户能获得的奖励有：

第1次裂变5人的第1笔消费里的分享奖励；

第2次裂变25人的第2笔消费里的分享奖励；

第3次裂变125人的第3笔消费里的分享奖励；

第4次裂变625人的第4笔消费里的分享奖励；

第5次裂变3125人的第5笔消费里的分享奖励；

第6次裂变15626人的第6笔消费里的分享奖励；

第7次裂变78125人的第7笔消费里的分享奖励；

第8次裂变390625人的第8笔消费里的分享奖励；

第9次裂变1953125人的第9笔消费里的分享奖励；

若满9层，则按九层进行分享循环奖励，若不满9层，则按当前已有的层数进行循环奖励。

收益预估：假设每个人每个月都会贡献给你*元的收益，那么这九层总计244万的人一个月会给你创造24400万的收益。如果再保守一点，打个一折，每个月也有2440的收益。

分享购模式讲究的不是用高利润的产品来做模式，而是复购率、常用率高的产品就行，不管产品的利润空间有多低，只要有一点点利润的产品就可以用这个模式，用这个模式帮助平台、厂家达到快速销货的效果，让今年的*后一个月来回一波血，再过个好年。

需要了解更多分享购模式、消费全返、消费返利、消费增值等相关信息或者其他方面的电商问题的读者，可以留联系方式私信小编