

分享10个微三云系统基础功能模块？ 功能模块，微三云系统，微三云技术

产品名称	分享10个微三云系统基础功能模块？ 功能模块，微三云系统，微三云技术
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
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403室
联系电话	15766340569 15766340569

产品详情

导读：东莞市商二信息科技有限公司：创新模式电商系统现成系统源码或定制、免编程电商 APP 平台制作、社交新零售商城开发、智慧新零售系统开发，找微三云！

东莞市商二信息科技有限公司旗下品牌微三云，创立于 2013

年，是高新技术企业、双软认证企业，经历 9 年深耕，从 4 个人发展到如今 400

多人，年软件系统销售额超过 2 个亿，服务企业 30 万多家。魔都上海被封控 2

个月，直接改变了中国零售发展趋势和格局。可见魔都对于中国零售市场的影响力之大。

在此次大规模疫情发生前，大部分品牌或许都没意料到 2022

年还会出现这样的情况——以上海封控为例，不仅仅是跨省市的物流，甚至是上海市区内的跨区物流配送均受到极大影响。越是这种情况下，焦虑不安的消费者越是想尽办法寻找各种可以下单囤货的平台。

但，一边是疯涌的流/量，另一边却是企业无法跨城履约的尴尬。但有个特殊商业案例，值得大家思考。在上海封控期间，某品牌企业官方电商平台收到大量囤货订单，但该企业的电商仓均布在上海周边，无法提供履约发货。随后该企业内部召开紧急会议，一番数据盘点后了解到该企业上海地区的经销商有充足的货源，且能支持同城某些片区的履约发货。于是在这个特殊时期，该企业通过“纯人工”导出和录入订单的方式，将企业官方自营电商平台的订单移交给了上海地区经销商进行履约发货。

这样做的好处显而易见——除了能够完成部分业绩之外，更重要的是品牌企业切实的帮助消费者解决了“缺货”焦虑，进一步提升了品牌忠诚度，树立了“靠谱”的形象。相比较于其他企业的无法下单，以及发货遥遥无期，该企业算是尝了“同城即时零售”的甜头。也正是因为这次事件让该企业意识到，打通线上线下，打通自营和经销渠道的库存，实施全渠道零售“一盘货”统一经营的策略是多么的重要。

平台功能模块介绍+系统搭建联系微三云麦超总监+搭平台建体系造生态

1 盲盒电商模式

用户通过小金额参与盲盒活动获得心仪盲盒产品或盲盒券，同时可赠送购物币或积分与其他模式结合，盲盒券+现金可以发起盲盒活动，分享给用户参与盲盒可以获得奖励，再结合社交电商模式的直推间推奖，团队级差奖，月底计酬奖，团队长分红奖等奖励模式，实现盲盒主带货获益新模式

2.社交盲盒模式 结合和盲盒相亲交友和盲盒礼物的玩法，用户付费拆盲盒，可获得匹配或心仪男生/女生的联系方式，中奖还将获得盲盒礼物，非常有趣的盲盒主带货+社交交友属性玩法

3. 秒杀寄售模式（锦鲤喜团模式）

平台设置非常优惠的活动奖励吸引用户参与活动进入平台，然后通过秒杀区活动获得优质产品或奖励，参与成功得产品，参与失败获得鼓励金现金，参与活动的产品不想提货可以放在2收商城进行寄卖，平台一定时间内售出后按二手价结算给用户，结合结合社交电商模式的直推间推奖，团队级差奖，月底计酬奖，团队长分红奖等奖励模式

4. 秒杀竞拍置换模式(思购臻选模式)

用户秒杀产品后可补后续费置换其他产品或委托平台下一轮秒杀竞拍挂卖，超过一定价格再分拆成个产品继续秒杀，辅助以社交电商模式的直推间推奖，团队级差奖，月底计酬奖，团队长分红奖、空间主收益等奖励模式

5 广告电商系统（Gcat模式） 用户消费赠送等额或者一定比例的积分，积分可以通过小程序广告完成每天看激励视频广告任务的形式每天释放一定比例变成可提现的现金，从而实现消费返利，支持上级可以拿下级获得广告收益的一定比例的推广奖励，还可以结合一二级分销，团队奖励，区域奖励，团队分红等分销模式

6 礼包分红模式 平台设置购买不同礼包获得不同级别身份，对应不同的分红额度和推荐奖励，平台每售出一个礼包，将一定比例营业额放入礼包分红池，给予对应级别的团队长身份进行平均分红，通过分红方式返利消费者，帮助消费者实现免费消费产品甚至还赚钱的模式

7 三三滑落公排分红模式 平台设置购买某个礼包获得某个级别身份，发展三个直推下级即可晋升到下一个级别，不同级别对应不同的分红比例和推荐奖励，平台每售出一个礼包，将一定比例营业额放入礼包分红池，给予对应级别的团队长身份进行平均分红，同时通过三三滑落公排机制，实现团队上下互相帮扶，自动形成团队架构的模式制度。

8 批发零售模式（挂售寄售） 用户购买1个零售产品可获得N个对应产品的N折批发权益，批发的产品可以提货或在平台挂售寄售，平台售出后按零售价扣除寄卖后续后返还消费者，从而帮助部分消费者又赚钱又赚货的模式。

9 感恩奖模式 指定身份可拿下级收入的百分比，可以设置总拨比不超过多少作为控盘，就是不管有多少层，zui高拨比多少

10 O2O线下门店入驻模式 线下门店入驻，增加总部+分店连锁店模式，会员卡体系，支持平台购物币消费抵扣，支持门店次卡，类似美团优惠券代金券模式，支持到店提和配送上门，在线下单到店核销，对接达达配送和爱跑腿配送接口

11 分红榜应用模式 平台将销售利润，通过每天、每周、每月的形式奖励给达到相应的分红条件店铺身份的用户，从而达到刺激用户复购及提升平台用户活跃度的作用,比如每日分红奖，可以考核用户当月消费累计一定金额或者邀请一定什么级别的新人，达标后下个月1号起可以连续享受30天的每日分红，如不达标则没有分红奖励。

12 新代理商应用功能 应用于传统微商的代理层级间的进、销、库存，通过货款+云仓库存的方式，实现平台对于代理商的矩阵式管理

13 补贴奖励应用功能 推广营销工具，推广赠送时效性补贴金；如购买礼包赠送补贴金，推广一个礼包立即返补贴金，以达到用户的快速裂变。

14 服务点应用功能 用户消费可选择就近的服务点提货，同时方便平台以“轻模式”做线下的快速铺点、铺货。

15 二手商城应用功能 主要适用于云平台用户购物后，可以到二手商城转手，目前已支持普通商城、拼购和秒杀拼购应用，规划类似闲鱼二手物品交易平台

16 招商奖励应用功能 用户推荐商家入驻平台，从而获得商家营业额的部分利润奖励，平台得已快速整合大量的商家及产品，如商家有入驻费用也可以设置一定比例的奖励，招商员身份可以设置多个级别进行团队业绩考核管理

17 运费分佣应用功能 适用于新品推广的营销模式：产品免费，拿邮费进行分佣，吸引用户购买和分享

18 社区团购应用功能

通过社群与社区用户互动，开团销售，集中管理的新型社区消费模式。平台可以招募省市

区域代理获得管道收益，区域代理招募街道和社区团长获得奖励，团长建立社群分享平台团购小程序和下单接龙，用户直接在线付款下单，团长负责配送上门或者消费者到店领取，团长获得对应的推广收益

19 同城应用功能

用于建立同城贴吧类应用，打造一个信息交流的同城生活圈，同时具有类似58同城赶集网分类信息发布功能，用户发布信息置顶推广可以扣减积分余额。

20 礼品卡应用功能 线上送礼和虚拟礼品卡应用，帮助社交营销和提升获客能力，用户购买礼品卡后可自己提货或者转赠他人，同时支持电子礼品卡和实物礼品卡销提成。

还有更多模式功能，欢迎联系小编获取。相关功能如下：

共享购（嗨购模式）

消费返利（拓友模式）

消费返利（静态+动态释放）

分享购（乐分享共富模式）

2+1链动奖励（美丽天天秒）

全民秒购模式（太爱速M模式）

众筹互助模式（泰山众筹）

全民拼购模式美业应用功能

跨境电商应用功能

云客服应用功能

众筹应用功能

第三方订单分成应用功能

微官/网应用功能

商城应用功能

小程序直播应用

大礼包应用功能

积分商城应用功能

拼团应用功能

支付有礼应用功能

供应链选品应用功能

刮刮卡应用功能

砸金蛋

砍价

投票应用功能

大转盘

团队奖励应用功能

门店自提应用功能

短视频应用

会务应用功能

活码应用功能

限时秒杀应用功能

财务宝应用功能

云店应用功能

公众号导购应用功能

话费充值

供应商应用功能

拼商抽奖拼团应用功能

PC商城应用功能

商品专区

CPS资源

会员卡券

小程序广告应用功能

淘客分润

封装app

红包拼购应用功能

预售拼购应用功能

微商代理商应用模式

异业联盟应用功能

充值码应用功能

商务号应用功能

联盟卡应用

会员卡应用

拍卖应用

视频号营销矩阵应用

结语：微三云软件开发：软件开发行业乱象不小，微三云是一股清流！同样看起来表面功能差不多的软件，有几千元的，有几万元，有几十万，有几百万的，如何去选？一个好的电商系统底层，少则需要几千万的研发经费，多则过亿，而且至少需要过万的平台客户使用才能完善成熟，你手上花一两万就买到的电商系统只有三种可能：一是只是一个SaaS账号或者不值钱的小公司（不到100人）开发的三流产品，用起来就知道坑有多少，而且后续是没有什么更新维护功能免费升级的二是用网络上开源的系统源码改的，漏洞太多，资金不见了都不知道什么原因，黑客如入无人之境三是用的是破解大公司的源码做的盗版系统，轻则盗版公司被抓找不到运维服务系统无法使用、项目崩盘辛苦积累会员数据化为泡影重头再来，重则平台也会连带被起诉高额赔偿！

购买电商系统，记得认准专业源头开发公司（怎么也得有80个技术以上吧），记得问系统底层是不是自己研发有专利证书的，有没有过万的正在运营的源码客户？迭代更新的频率有多快？近两年，由于品牌企业、电商平台不断提升对订单履约的重视程度，履约形式一直在迭代升级，前置仓、闪送、同城购、社区团购等层出不穷，争夺【中场和近场】的零售业态也更加多元化。但所有形式变化的底层逻辑都遵循着如何更好的服务用户，如何更好的盘活区域内资源，企业需要在两者之间寻找平衡点。可视化、可量化的数字化方案无疑是最好的天平砝码。