

用消费盲返系统助力电商商家更好卖货？卖货系统+电商模式+软件开发服务，微三云技术服务

产品名称	用消费盲返系统助力电商商家更好卖货？卖货系统+电商模式+软件开发服务，微三云技术服务
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

用消费盲返系统助力电商商家更好卖货？卖货系统+电商模式+软件开发服务，微三云技术服务

前文引言：

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，商家最关注的“公

域拉新”作为私域运营的起点，会直接影响后续私域liuliang的盘活与运营。

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！

消费盲返模式源码，消费盲返系统开发

今天给大家分享一种全新的卖货模式，只用了30天天就带动了10万的活跃客户，堪称电商行业的大杀器。近几年呢电商带货和短视频带货非常内卷，商家的推广成本非常高。不仅你的商品要好，还要找主播帮你带货。普通的主播可能卖不动顶流的主播又请不起自己做又很难。所以大家都在思考有没有成本更低，效果又不错的带货方式呢？看完本期视频，希望能对你有所帮助。

浙江一个客户找我们定制了一个盲返模式的平台，仅仅上线一个月，就有10万用户疯狂的在他平台下单，可见这个模式是非常有效果的！我用一分钟时间给大家讲解一下这个模式。这个模式有三个关键点你要知道！

第一，他设置了多个物美价廉的产品，用户购买一个产品后，这个产品它除去自己的成本以外，预留了百分之二十的利润，其余的百分之八十他以红包盲返的形式分配给平台前面100个购买商品的客户，每个用户可以随机获得一个金额随机红包！第二，那就相当于，只要你下一个单，往后平台100个用户的消费，都随机给你返还一个红包。

第三，因为客户无法预估自己可以抢到多少红包，就像开盲盒一样，越玩越想玩儿。所以它吸引了很多的客户参与。除此以外，一百次红包可能给客户带来的收入超过了自己消费时的支出，客户相当于免费消费还赚钱，同样质量的情况下，价格差不多的话，客户是不是更愿意到他的平台的购物呢？而且，这个模式系统不贵，不仅适用于平台运营，还适合小商家搭建一个小程序自己卖货引流清库存！那么盲返模式为什么适合商家使用呢？

有五个核心知识点，

首先它的核心是帮助商家卖货。就像我前面提到的一样，现在电商行业非常内卷。如果商家还用传统的方式带货，那很难有竞争力。

其次它的门槛非常低，只要消费过一次就可以参与盲返，不需要推荐新用户或者其他的要求。客户既体验了商品，又得到了奖励，感觉一切都是水到渠成。

第三，分配合理。因为每个红包都是经过扣除成本以后再进行分配的，所以不存在负拨比的隐患，客户可以放心的玩。

第四，变相免费。因为客户可以获得一百个红包，所以这个变相的弥补了客户的支出，相当于是商品免费的，所以能吸引客户。

第五，盲盒玩法平台，用盲盒的形式让客户参与，既好玩又有趣，正式中时下娱乐电商的典型模式，无形中通过游戏的方式跟客户建立起了联系。这就是为什么盲返适合商家使用的原因。如果有不清楚的地方，可以评论区留言，关注我，了解更多商业模式。

拓展阅读：

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，长远来说却是最便宜的方案。

商户私域运营精细化程度tisheng

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，是商户最关注的三项因素。