

私域流量和消费分成模式：肆拾玖坊的成功之道？商业模式设计+技术服务+商业思维，微三云电商系

产品名称	私域流量和消费分成模式：肆拾玖坊的成功之道？商业模式设计+技术服务+商业思维，微三云电商系
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

私域流量和消费分成模式：肆拾玖坊的成功之道？商业模式设计+技术服务+商业思维，微三云电商系统

前文引言：

新零售电商系统都有哪些核心亮点？

- 1、平衡线上线下利益：线上线下同步运营，结合分销奖励与提成补贴，化解线上线下的利益冲突。
- 2、会员数据互通：新零售电商系统开发建设可通过增设“区域仓库”及“体验店”，打通线上线下会员体系，同步新零售电商系统后台管理数据。
- 3、线上引导线下消费：新零售电商系统将线上订单分配给就近代理商，促进线下销货，节省物流时间，提升消费体验，促进品牌发展。
- 4、线下促进线上推广：线下“门店”可借体验优势，将消费者引流至线上，并获得平台奖励，实现线上线下协同发展。

微三云系统支持分销模式：

- 1.推广奖励(一级二级或高佣奖励，不同等级身份不同比例)

2.级差代理(V 1/V 2/V 3 或多级，配合平级奖使用)

3.区域代理(省/市/区县/街道，以收货订单地址进行分配)

4.分红奖励(跟级差身份等级对应和伞下业绩挂钩的权重型加权分红模式)

关于新零售电商系统的难题跟亮点，这里还有很多关于新零售的一些干货哦，如果大家感兴趣的话可以继续浏览我们网站的其它文章哦。

肆拾玖坊的消费分成模式+商业模式设计+技术服务

在当今竞争激烈的市场上，许多酒类企业面临着销量下滑的挑战。然而，通过制定巧妙的商业模式，这些企业不仅可以提/升销量，还可以创造出持续的增长机会。在本文中，我们将探讨如何利用商业模式的力量来推动酒类销售，并为您呈现一些成功案例和zuijia实践。无论您是一家传统的酒类公司还是一家新兴的酒庄，本文将为您提供一些建议，帮助您在竞争激烈的市场中脱颖而出，实现销量的飞跃。

首先讲讲肆拾玖坊的消费分成模式怎么运行？

一、独特的股权结构

“肆拾玖坊”商业模式的核心在于其独特的股权结构。在这个模式中，总舵主、分舵主和堂口股东三个身份等级制度的设置，让每个人在公司中都扮演着不同的角色，并拥有相应的权利和义务。1.总舵主：作为公司最大的股东，总舵主拥有公司的真正股权，对公司具有决策权和管理权。他们的角色相当于一个大家长，对整个组织负最终责任。2.分舵主：分舵主是公司招募的200位股东之一，他们必须承担销售任务，并拥有一定的股权。他们的角色相当于一个家族中的中层管理者，负责推动销售和拓展市场。3.堂口股东：堂口股东在终端门店或体验馆招募，数量超过30人，他们需要建立一个拥有100人以上的社群来帮助开拓市场。他们的角色相当于家族中的基层成员，主要负责拓展客户和市场。

二、创新分红模式

在“肆拾玖坊”商业模式中，分红模式也是其成功的关键之一。堂口股东的收益主要来自于他们拿货量所对应的比例，即堂口股东拿货越多，其比例就越高，收益也就越大。此外，公司还为股东提供了多种收益方式，如招商收益、补货收益、年终分红、股权收益以及活动分红收益等等。这些收益方式不仅为股东提供了更多的选择，同时也激发了他们的积极性和参与感。三、高效的自动返佣商城除了独特的股权结构和创新的分红模式外，“肆拾玖坊”商业模式中还有一项重要的创新——自动返佣商城。自动返佣商城是一种将线上和线下销售渠道相结合的方式，股东可以通过该平台一键分享和邀请关系绑定，从而获得返佣。返佣模式包括价差、分销、区域分红和团队业绩分红等，这为股东提供了更多的收益机会。

总结：肆拾玖坊商业模式的优势主要表现在以下几个方面：1 体验式消费：肆拾玖坊注重用户体验，将传统白酒的消费场景与文化、旅游等元素相结合，打造出独具特色的体验式消费模式。消费者可以在品尝美酒的同时，了解/酒文化、历史和酿造工艺，甚至可以深度参与其中，亲身体验传统酿酒工艺，从

而增强消费者对产品的认知和忠诚度。2 社群化运营：肆拾玖坊通过建立社群，将有着相同兴趣爱好的消费者聚集在一起，形成了一个以社交、分享、互动为主要目的社区。社群成员可以共同分享消费体验、交流使用心得，甚至可以参与到产品的定制和研发中来，这种社群化运营模式不仅增强了消费者对品牌的黏性，还有助于口碑传播和品牌形象的塑造。3 数字化营销：肆拾玖坊紧跟数字化趋势，利用互联网、大数据等技术进行精准营销。通过收集和分析消费者数据，了解消费者的年龄、性别、地域、购买偏好等信息，为不同消费者群体提供定制化的产品和服务。同时，数字化营销还能够帮助肆拾玖坊提高市场反应速度，及时调整经营策略，抢占市场先机。

4 产业链整合：肆拾玖坊通过对酱酒稀缺资源的优化升级，创新用户体验，整合和强化多个行业的流通渠道，形成了一体化的供应链、销售渠道、终端体验、产业集群各行业的联动。这种产业链整合模式不仅提高了企业的综合竞争力，还为整个行业的发展起到了积极的推动作用。5 创新精神：肆拾玖坊在产品研发、营销策略、商业模式等方面都表现出强烈的创新精神。团队成员不断探索新的市场机会和商业形态，勇于尝试新的经营模式和营销手段，为品牌的发展注入了源源不断的活力。

今天用肆拾玖坊案例来解析一下消费分成模式如何打通私域壁垒；想搭建想运用想了解这种模式可以联系微三云麦超总监。

首先，消费分成模式是一种电商营销模式。在该模式下，消费者的消费行为转化为投资行为，消费过程中不仅能够获取商品，还能通过平台的一系列操作获得平台设定比例的分成。

这种机制并不是突然出现的。

因为市场的发展，平台的竞争，消费者变成消费商的理念被提出并实施，消费分成模式也通过不断地创新而完善，再融合各个平台的特色形成风格不一的消费分成模式，其运行逻辑其实都是一样的，那就是——消费拿分成。

如何消费拿分成？

在消费分成模式下，消费者通过购买平台指定商品获取拿分成的资格。从此，消费者转变为消费商，等平台结算消费商即可获得平台发放的分成。当然，这分成的比例不会太高，因为平台需要维持基本运营，这些分成大多从新增业绩中抽取，既能给予消费商便利，也能维持平台运转。

除此以外，消费商若想提/升收入，还可以完成平台内的任务，比如分享好友，比如观看视频，比如浏览资讯，比如购买商城产品。完成任务即可获得额外设置的奖励，当然，分享好友成功能获得更多奖励，因为你为平台带来了更多流/量。

通俗来说就是，你在平台内买了5000元的指定产品成为消费商，你当月分享10个好友就能获得10份200元的分享奖金=10*200=2000元，平台当月结算新增营业额为5000万，分成比例为7%，消费商有1000人，你就可拿到5000万*7%÷1000=3500元。也就是说，你当月可以拿到2000+3500=5500元。

相比起公域流通，酒类产品在私域流通更广，而私域流/量作为近些年来热门领域备受关注。

简单来说，私域流/量是可以进行二次以上链接、触达、发售等市场营销活动客户数据。而私域流/量和域名、商标、商誉一样，是属于企业私有的经营数字化资产。因此，平台要引流，品牌要出名，私域流/量就是一个开拓市场的方向。

消费分成模式具备社交属性，同时也能带动产品在私域流通，卖货的同时打通私域壁垒，创造更多财富，这就是消费分成模式的特点。

以上是小编的个人见解，对消费分成模式感兴趣的朋友可在评论留言。

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！

拓展阅读：

微三云系统赋能优势：

微三云供应链支持：微三云系统提供第三方供应链产品资源(已对接完成京东慧采，全球仓，怡亚通，供港蔬菜，其他第三方接口需定制开

发)

微三云系统标配赠送运营端口：公众号、小程序、H5网页版，H5封装APP，PC端（需要原生APP上架应用市场的需另外定制付费）

微三云系统可接受其他功能需求微定制（如创/新的运营模式、创/新的分销模式、创/新的平台模式、细节订单规则个性化定制跨平台对

接接口开发）