

如何吸引更多消费者参，选择好模式很重要？商业思维+小程序开发，微三云电商系统

产品名称	如何吸引更多消费者参，选择好模式很重要？商业思维+小程序开发，微三云电商系统
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

如何吸引更多消费者参，选择好模式很重要？商业思维+小程序开发，微三云电商系统

导读：

微三云热销模式系统

○ 2 O 线下门店系统：联联周边游 + 美团模式，支持配送或自提，门店入驻预约导航，区域团队会员分销

社交电商系统：完美匹配未来集市，淘小铺，素店，贝店等模式，大礼包升级，会员制分销

社区团购系统：团长直播，社区招募，区域分销，图文短视频菜谱荐菜，

小红书图文短视频带货系统：图文带货，短视频发货，直播带货，达人招募，会员分销，自带跨境电商供应链

区/块/链积分系统、NFT

系统：腾讯区/块/链底层，公开可信，共享积分发行，电商平台去泡沫，内部上市分红激励

云视商系统：zuihao用的商学院系统，直播打赏，在线课程，知识付费，P P T 讲课，直播讲课，作业本，会员分销，机构入驻，课程分

销，主播招募

一套系统解决您所有的营销系统问题！微三云爆破裂变卖货系统！APP、小程序、公众号、H5
多端口合一，数据互通！

分享购模式

共享购模式

字画竞拍模式

盲盒抢拍模式

社区团购拼团模式

社交电商裂变模式

跨境电商模式

活码进群模式

直播卖货模式

众筹活动裂变模式

微商订货模式

商家联盟模式

礼品卡模式

红/包拓客裂变模式

连锁店 O2O 模式

挂售寄售卖货模式

区域奖励模式

团队分红/分红榜模式

积分奖励模式

店铺奖励模式

绩效奖励模式

gaoji奖励模式

一级/二级/sanji分销模式

推广奖励模式

消费奖励模式

排队奖励模式

升级大礼包模式

线上+门店+货架新零售模式

分红榜模式

短视频社交电商模式

区/块/链社交电商模式

区/块/链商家联盟模式

特有源码独立部署模式，支持任意多项功能组合，按需付费，随时补差价升级功能，可申请软件著作权，可二次开发，让你的平台既能低成本起步，

又能随着发展随时增加应用功能！

部署系统咨询微三云麦超

电商模式设计+链动奖励+绿色积分消费增值模式

下面为大家介绍一下微三云的链动奖励与绿色积分消费增值模式，感兴趣的可以联系微三云麦超。加微/信赠送百亿级平台推广运营执行方案+免费商业模式梳理！

第一部分：平台整体分销框架

举例：以2折产品，搭配服务点奖励+区域奖励+级差奖励+链动奖励+增值积分池产品售价1000=链动奖励330+链动分红40元+消费增值300元+产品成本200元+平台利润70元+服务点20元+省市区域代理10元+级差30元

第二部分：链动奖励比例330元+40元链动分红（37%拨出）

一. 代理身份，直推奖100元：购买一单成为代理，推广奖励:直推奖励，第一单100元，第二单也是100

二.老板身份：见点奖200元:

推广第三个代理脱离原团队独立出来做老板，成为“老板”后，直推奖励:300元/单，旗下见点奖励:200元/单（无限代）

三. 平级奖30元:老板拿平级老板（原来推荐关系的下级）的收益的10%（平一级），上级老板拿直推下

级老板的直推奖100元的10%就是10元，和间推奖200元的10%，就是30元，总拨出30元

四.40元链动分红：团队身份点位分红奖（可设置不同身份等级的升级条件，或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别）平台每卖一个1000元礼包，固定拿40元进分红池，给董事联合创始人等多个级别设置不同的比例根据对应身份人数进行平均分红，比如董事平分30%，联合创始人平分30%，合伙人平分40%，另外还可以叠加区域代理奖励和团队级差奖励

五.20%链动基金互帮互助机制:代理或老板收益提现时，需预留冻结20%在平台，完成指定任务才能解冻全部可提现。

指定任务

1：之前直推留给上级的个团队B1和B2均升级为代理级别或老板级别

2：B1和B2团队伞下订单超过20单

本机制主要预防下级脱离的时候留下两个不动的小号或僵尸账户，实现真正的下级帮助下级发展团队

六：避免故意留两条死线给上级：两个方案只能二选一

方案一：周期自动强制换线

每周或者每月自动统计最活跃下级，随机替换掉AB线其中一个，保证上级至少拥有一条活的线。

备注：链动奖励模式是相对合规模式，整体是属于推荐使用的模式，可以设置只有直推奖和间推奖，变相的二级分销，推广效果不错，当年美丽天天秒仅仅用5个月就有80多万购买499礼包的付费会员，但要注意始终还是会涉及隔代计酬，所以谨慎使用

方案二：三三滑落机制每个人只能发展3条线，直推第4个人和第5个人，需要滑落到第3条线下面，帮扶满一层，然后直推第6.7.8.9个人开始滑落帮扶留给上级的1号线和2号线，帮扶满4个点位后，第10.11.12.13个人对财富线3号线进行帮扶4个点位，然后再帮贡献位的1号线和2号线8个点位，如此类推。。。这个模式方便做团队深度，激活僵尸点位，是不错的解决方案。第三部分：消费增值板块300元（总拨出30%）

一、核心逻辑

1.消费赠送积分，同时产品利润进入盈利池托底积分价值和卖出回购

2.每笔订单利润进池利润金额*70%为赠送用户同等价值的积分，促使每笔新增消费进池资金的增长大于流通积分的增长，保证积分价格永远单边上扬

3.积分卖出，用户兑换现金零钱提现时需要扣留20%回流到盈利池，促使每笔新增积分卖出时盈利池的资金消耗比流通的积分消耗少，保证每笔卖出积分订单都推动积分价格单边上扬

4.2倍或3倍收益强制退出机制：所有会员消费获得的积分总量*积分增长后的价格，超过消费金额2倍或3倍，则系统强制卖出用户积分余额变成零钱余额，强制退出，复投方可继续参与消费增值

5.前期用户退出较快，积分价格增长较快，后期会逐渐增速降低，但始终保证积分单边上扬，到某个瓶颈期，新用户进来获得积分较少，增长退出较慢时，前期获利用户会产生悲观情绪进行卖出积分，大量

卖出积分后，平台积分迅速减少，但盈利池资金减少比积分减少慢，积分再度快速上扬，重新激活市场进入一个新的上涨循环

6.随着平台越做越大，进行天使轮-A轮-B轮-C轮-D轮等融资，融资后部分资金可以作为消费补贴拉动消费，增加盈利池金额和积分加速上涨，让更多用户获利。

7.最终，平台发展到足够体量，用反并购上市逻辑让用户积分兑换上市公司股份，通过证券市场二级市场增值变现，平台创始人和大团队根据贡献获得配股，锁定期过后交易变现实现财务自由。

解析：

二.消费积分增长模型演算：

1、比如用户消费1000，产品成本300，分销总波比300，平台利润100，进入盈利池300，给消费者赠送210积分，积分起盘价是1元

这个时候，当第一笔消费产生，盈利池总金额300元，流通总积分210个，积分实时价格增值到1.43元

第2个用户又进来消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（ $210\text{元}/1.43=147\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为600元，总流通积分为357个，积分增值到1.68元

第3个用户消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（ $210\text{元}/1.68=125\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为900元，总流通积分为482个，积分增值到1.87元

。。。如此类推。。。每新增一笔订单，积分都会单边上扬增长一次

2、当积分价格涨到4.76时，第一个用户持有的积分价值相当于1000元（ $210*4.76=1000$ ），用户可以选择回本卖出或者继续持有积分增值，当积分价格涨到14.29元（ $3000/210=14.29$ ）第一个用户盈利3倍强制正式退出，当积分价格涨到20.41元时（ $3000/147=20.41$ ），第二个用户盈利3倍退出

。。。如此类推。。。。

3.卖出积分增长模型演算

假设积分增值到9.52元的时候，第一个用户持有积分价值2000元，他消费才消费了1000元还拿了产品，这个时候他想获利退出，那么他把价值2000元的积分卖出，平台给他结算80%就是1600元，那么就是有400元回流到盈利池，盈利池实际减少了1600元而已，但是流通减少了价值2000的积分，那么积分价格会往前增长上扬，

。。。如此类推。。。。

备注：适用应用场景

1) 实体行业清库存：

发行绿色积分，积分单边上扬增值，拉动消费清库存

2) 老会员平台历史泡沫问题转化

老会员应付资产转化成消费币，让用户在平台消费产品，提货交付，完成交割处理历史问题，交割同时赠送绿色积分，老会员的积分分批释放，同时推广新用户拉动消费，获得正向增长盈利池，积分单边上扬，当积分增长的价格*老用户持有流通积分量=老用户应付资产价值时，让老用户持有的积分能回本或者赚一部分退出，那么老用户的问题就逐步解决了，当平台把消费增值的经济模型公布出去，所有用户都知道依托这个经济模型平台的积分是单边上扬的，而且随时有资金可以托底回购积分，他们就更加不舍得把积分卖掉，还会继续消费获得更多的积分，平台逐步可以消泡沫走上正轨。

3) 怕走分销涉传，改消费增值用户返利模式：

很多平台之前用的是团队分销模式拉动会员裂变，但是做久了团队长就会麻木，慢慢就不推了，另一个因素是，如果分销模式做的太合规又不好推，做的激进了可能又涉传，那么改成消费增值用户返利的经济模型zuihao不过，消费增值侧重用户本身的消费获利，所以不需要太强的分销逻辑，都可以吸引用户下单和分享，就算只设置二级分销和区域代理，都能促进团队裂变，平台模式更加合规合法。

4) 平台运营新手启动平台：

对平台运营新手来说，或者对传统企业老板转型互联网平台推广运营的人来说，选择什么平台机制很头疼，选择劲爆的分销模式容易涉传，选择合规的普通分销模式又推不动，选择静态的返利模式容易涉及非吸，选择纯动态的返利模式又不好推广，那么，这个消费增值模式既合规又简单粗暴，用户消费享受平台长期发展红利，消费送绿色积分，积分每天单边上扬增值，最后资本市场二级市场变现，几乎所有用户都能免费消费还赚钱，还不需要特别复杂的团队分销模式就可以推广分享，不用担心涉传，是比较理想的起步模式。第四部分：叠加新零售团队分销，服务点20元+省/市/区等区域代理10元+级差30元，总拨出6%—。服务点奖励：20元平台招募10000个服务点，每个服务点加盟费9800，配货多少数量产品，用户在平台下单，选择附近服务点提货，核销时平台给予服务点20元奖励，同时也是免费引流客户给线下门店服务点，服务点可以自行销售门店自己的会员卡，套餐服务等等，对平台来说，可以快速招商加盟铺货发展加盟店和店中店服务点。二.省市区等区域性代理10元（方便平台卖地图收大钱）以订单收货地址为计算标准的提成，分为大区代(多个省)、省代、市代、区代（不同地方叫区/县/镇）、自定义区域（比如街代），奖励完全合规推荐使用，可以用于平台卖地图招商举例：区代奖励3元，市代奖励5元，省代奖励8元，大区代奖励10元，采取级差制，最高总拨出10元三.团队级差奖30元（董事30元/联创20元/合伙人10元，级差制）拿伞下无限代级差收益（如董事/联创/合伙人/团长/VIP会员等多个级别身份），最多可设9个级别，可购买礼包升级，可帮助平台快速扩展团队和收团队长加入费用，用于招商收钱或内排阶段赠送身份，也可考核发展团队/业绩/自身消费条件升级，比较常用。

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guoqi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！

结语：

微三云科技主营系统：

云平台系统，一个系统集成以下所有模式，统一系统底层，数据会员互通！

- 1、分销、直销、微商、消费返利系统，B2C 商城、B2B2C 商城、F2C 商城、F2B2C 商城
- 2、区域代理、分红、招商奖励、邮费奖励、会员制系统，
- 3、多商家异业联盟、O2O多门店入驻，货架、服务点、多供应商系统
- 4、社交电商、社区团购，社交拼团，拼商补贴，挂售寄售、拼团抽奖系统，三三滑落公排分红系统，全民拼购模式，广告电商模式，预售拼购模式，秒杀拼购模式，共享购模式，泰山众筹模式，乐分享模式，链动2+1模式，消费返利模式
- 5、直播电商、短视频电商、直播小程序分销系统
- 6、课程付费、知识付费、商学院、直播打赏系统
- 7、智能名片、会务应用，活码进群，团队社交、礼品卡充值码、同城分类信息系统
- 8、京东供应链和全球仓供应链一键导入产品、一键代发系统，跨境电商系统
- 9、区/块/链数字积分、区/块/链商城、区/块/链异业联盟、区/块/链知识付费、区/块/链游戏、区/块/链直播、区/块/链新媒体系统
- 10、微商管理分销系统2021年版：虚拟库存，基因链分销，团队计酬，级差分销，服务点奖励，线

下门店，区域奖励，极速打造10亿

营收团队

11、供应链系统：往上开后台给工厂和第三方供应链上传产品一件代发。往下开后台给各种电商平台、大企业采购供货，一件代发。各类

S2B 供应链系统、S2B2C 供应链系统、S2S2B 供应链系统、S2S2F2B 供应链系统。

12、超级云 APP:类似微信社交+微信公众号架构，多平台入驻，私域流量转公域流量，达到多平台会员共享的商业价值。