

美妆行业方案：不赚产品的价差，用产品的价差来做诱饵

产品名称	美妆行业方案：不赚产品的价差，用产品的价差来做诱饵
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	13631799010 13631799010

产品详情

再也不赚产品的价差，用产品的价差来做诱饵。

产品创新忌讳什么，创新忌讳的是功能创新，绝大部分老板都会陷入到死循环。

其实企业的97%都是一样的

个1%叫产品，它是根基，是一切

第二个1%是团队，你有好的产品，没团队卖有什么用呢？这背后就是你要团队去推动啊，你没团队去推动没用啊。

那有厉害的团队也没用，为什么？

你要好的模式，你没有好的模式团队会死掉的，团队拿不下市场。

而这三个东西都围绕一个轴在转，创新，整个商业环境发生了根本性的改变，老板只要不创新，都会在这里面死掉。

产品创新忌讳什么？创新忌讳功能创新，绝大部分老板都会陷入到死循环，尽量不要做功能创新，功能创新意义不大，白酒你能做什么？功能创新嘛，这就是个酒嘛，你不要做太多的功能型创新，你应该做服务型创新，这个是容易切进去的。

回到开头“再也不赚产品的价差，用产品的价差来做诱饵”，企业用这个作为市场的切入点，把产品的利润让出来给用户，用收益来做诱饵，那么用户就会上钩，具体的方案怎么去做呢？

一、把产品价差的利润拿出来分润给用户

二、用户购买产品即可成为会员，会员分两级：代理和老板

三、代理享受复购权益和直推他人消费奖励

四、老板享受代理权益的同时，还可组建团队获得团队收益

那该怎么去分润呢？

比如A用户购买产品成为代理，推荐其他用户消费，每人返还20%的产品价格，推荐两个人消费后升级为老板后，推荐第三个人时，A用户可获得直推奖励20%和间推奖励40%的收益，那么此时用户是不是已经回本了？用户推荐的人越多，用户获得的收益就越高。

如需完整方案或者其他方面问题的读者，可以评论留言私信