

解密级差分红方案的成功之道：激励团队成员实现更高收益？电商系统+商业思维+电商运营，微三云技术服务

产品名称	解密级差分红方案的成功之道：激励团队成员实现更高收益？电商系统+商业思维+电商运营，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

解密级差分红方案的成功之道：激励团队成员实现更高收益？电商系统+商业思维+电商运营，微三云技术服务

导读：

微三云企业价值观：敬业 诚信 合作 创新

1. 热爱工作，能主动承担任务；
2. 愿意在工作中，不断tisheng工作技能；
3. 工作中不怕遇到困难，愿意挑战难题；
4. 在工作中，能发现问题，提出合理化建议，从而改进工作效率。

微三云商学院认为，用户运营，从策略维度上来看，分为用户引流环节、留存转化环节。

1) 用户引流环节

对于中大型商户来说，引流方式可以多样，如可通过门店智能设备、广告投放、直播等线上及线下方式引流；而小型商户应重视门店营销物

料布置例如展示板、二维码等（适用于有实体门店的商户）。

对于很多商家来说，小程序是商户构建私域池的重要入口，大多商家都会设置相应激励引导用户关注，提升用户转化率与复购率。

2) 留存转化环节：

重视场景搭建、内容营销与用户激励。留存转化是私域经营的关键环节，商户可以通过场景搭建，即基于实体或虚拟渠道拓展私域场景，提

升互动率与消费意愿；内容营销即构建商户自身内容阵地，持续输出品牌内容，占领用户心智；用户激励，即设置补贴、红包或会员激励机制，提

升用户粘性与复购率。

微三云每个月推出的创新应用营销模式系统，欢迎详细了解，比如思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动12+1奖励模式，全民拼购模式、泰山众筹

模式，太爱速秒杀寄售模式，社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、消费返利模式，共享WiFi广告模式，有钱还众筹还债模式，

推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式，GNFT/NFG电商系统等，每个模式都

有客户做到月营业额一个以上。

三三滑落换线链动奖励+绿色积分消费增值+收益额度+级差+分红方案

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+级差30元+股东分红30元链动奖励：直推奖+见点奖+平级奖消费增值：根据盈利池贡献金额赠送配比70%积分，提现积分扣除20%回流盈利池收益额度：购买1000获得1000收益额度，购买5000获得1万收益额度，购买1万获得3万收益额度，烧伤机制团队奖励：级差+股东分红

第二部分：三三滑落链动奖励比例330元+40元链动分红（37%拨出）

一. daili身份，直推奖100元：

购买一单成为daili，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daili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，给董事联创合伙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%，联创平分30%，合伙人平分40%，另外还可以叠加区域daili奖励和团队级差奖励

五.20%链动基金互帮互助机制:

daili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daili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上级发展团队

六：避免故意留两条死线给上级：三三滑落+强制换线

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，优先滑落到财富线最弱的线的点位，帮扶完2个点位后，在去帮扶贡献位的一个点位，如此类推，每次都是贡献财富线2个位后，再去帮扶贡献线1个较弱的点位，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。周期自动强制换线

三条线每周自动轮换一次，财富线和贡献的2条线轮换

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长根据贡献获得配股，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：

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（ $210元/1.43=147$ 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（ $210元/1.68=125$ 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

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。。。

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。。。

第四部分：链动收益额度

购买1000元礼包获得1000的收益额度，购买5000礼包送1万额度，购买1万礼包赠送3万额度，链动奖励超过收益额度后，烧伤停止发放，团队长需要提前复购增加额度第五部分.团队级差奖30元（v1-v7，级差制

+平级奖)+股东分红奖

级差奖：升级条件：考核不同的伞下累计业绩升级到不同级别级差团队长,外加平级奖，拿伞下无限代级差收益分红奖：加权分红购买1000礼包没有分红权，购买5000礼包有0.5分红权，购买10000礼包获得1个分红权

分享模式，分享知识，分享系统。如需完整方案，软件开发，模式策划，需要了解电商软件等相关信息可以私信小编。

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！

结语：

微三云麦超：购买软件的坑之贪图便宜买的账号系统

很多客户创业前期，都希望投入少一些，听说买源码还需要自己承担服务器费用，就很容易被忽悠去买了别人家账号版本的系统，殊不知为创业埋

下了90%失败的风险。

先不论市场上没有一个做的好的平台是用的别人账号版本的系统的，账号版本对于想做平台的老板本身就具有很多不对口的地方。

既然做平台，肯定是想做大，但是账号版本因为跟很多人（几百甚至几万）共用空间带宽和服务器，如果遇到做活动进发量大时，会互相影响访问

速度，而且一旦某个平台违规被封，可能会影响整批的用户都受影响不能访问。

解决建议：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。

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。

通过对当下私域现状分析，我们可以清楚看到，公私域联动、精细化和代运营是当下品牌私域运营三大特征，随着用户对传统运营手段“免疫、同

赛道竞品越来越多，品牌企业必须对自己下“狠心”，升级自己的私域“手段”。

如果品牌只懂得漫无目的地加好友、拉群、发红包、群发广告，那这样的私域也仅仅只停留在粗放式运营的阶段，难以在“私域红海”中突出重围

——这也是很多私域新玩家“投入高却运营难”的背后原因。

那么企业该如何寻找精准的“支点”，来撬动更大业绩增长点？关键在于，需要通过构建更综合、更专业的私域运营，来告别粗放运营模式，升级

私域业务。

对于即将迎来 Q4，缺乏长期主义思维和体系化运营思维，私域只会更加寸步难行。企业需要回到业务本身，因地制宜、深耕细作。