

店主自己入驻平台后，发展锁定的会员到其他门店消费，即享受用户在他店消费的流水提成作为跨界盈利收益？

产品名称	店主自己入驻平台后，发展锁定的会员到其他门店消费，即享受用户在他店消费的流水提成作为跨界盈利收益？
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

店主自己入驻平台后，发展锁定的会员到其他门店消费，即享受用户在他店消费的流水提成作为跨界盈利收益？做软件搭体系+互联网营销+讲模式说方案，微三云软件开/发

前文引言：微三云软件商学院：购买软件的坑之图便宜找找个人服务商 如果是直接套模板的项目，对开发环节要求不高，找能力强的个人也没有不合适，价格一般会更实惠。如果是一个需要定制化的项目，很多的功能 甚至是你原创出来的，这种项目就需要团队合作，涉及创意，设计，框架，开发和测试，这就不是单人可以做到的了，再牛逼的人也很难全能。

解决建议：找成熟稳定的公司，至少开发人员也得有 100-200 人以上。

“利益鸿沟”，品牌企业原有业务模式固化，利益链条过长，DTC 创新不足。

即便品牌企业高层知道为了提升用户体验，提高市场竞争力，应该尽快转型 DTC

模式，但是大部分品牌企业还是难以冒着风险重构当下从研发生

产到经销代理等多个层级的利益捆绑。毕竟谁也不愿意做“第一个吃螃蟹的人”。DTC

转型对于传统品牌企业而言，需要一个漫长的沟通周期，小范围的实验周期，最后才是彻底的转型。微三云作为新零售软件数字化服务商，经常遇到处在这种周期内的品牌企业，但好在品牌企业遇到的很多困境，以及难以厘清的利益纠葛，往往可

以通过各种数字化方案就能解决。数字化技术的高速发展造就了很多成熟的系统应用，为品牌企业 DTC 转型带来了极大的便利。

会员消费增值+商家零成本营销+共享会员平台+商家跨界盈利

前言：模式核心关键词：会员消费增值，商家零成本营销，共享会员平台，商家跨界盈利，会员价值：消费增值，分享即创业，招商奖励，优惠消费，与平台商家共同获利商家价值：免费入驻，零成本营销，裂变拓客，招商收益，会员共享，跨界盈利

一、本地生活消费增值模型

核心逻辑

方案思路：对门店会员来说，消费增值模式，超越云联惠涉非法集资模式，作为一种返利经济模型，更加合规合法，更容易利于商家拓客发展新会员。

核心逻辑

1. 消费赠送积分：用户在合作O2O本地生活门店及平台自营产品消费赠送增值积分，同时产品利润进入盈利池托底积分价值和卖出回购
2. 根据实际贡献赠送对应比例积分：每笔订单平台拿出部分利润进池利润金额*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，假设门店抽成20%，2%平台利润，2%用来分销给推荐人，16%进入盈利池，赠送用户11.2%的价值的增值积分
3. 增值积分变现：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. 封顶收益退出机制：1.2倍或2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1.2倍2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. 不断的上涨周期循环：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. 项目融资后注入资金池：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. 反并购上市或者被国企上市公司并购：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。

备注：

1. 可以结合分销模型一起做

支持直推奖+间推奖+多级别级差奖（行政传销风险，谨慎使用，也可以线下统计发放，可以用财务宝功能另外系统自动统计）+平级奖+区代+市代+省代+股东加权分红+招商奖励等分销逻辑备注：招商奖励：推广员发展终端门店，享受后续门店流水的0.5%流水奖励直推奖+间推奖：门店主通过收款二维码或者分享店铺链接让新用户锁定为下级，下级到本店和其他任意店铺消费，均可以按消费订单金额获得直推收益0.3%和间推收益0.2%，实现跨界盈利，本地虽然被平台抽成，但锁定用户后，用户源源不断的在他店消费均有分成，赚的更多，推广员分享用户消费，同样可以享受直推和间推收益。区代/市代/省代：收费5万10万-30万不等，卖地图，区域内订单，无论是否自己伞下推广的，均可以获得订单提成，区代0.1%-市代0.2%-省代0.3%级差收益，躺赚管道收益

2. 消费积分增长模型演算：以本地生活商家订单举例

平台产品增长模型

积分起盘价是1元，比如用户消费1000，商家抽成20%就是200元，平台利润20，分销20元，160元进入盈利池，消费者每次消费平台会铸造价值112元的积分赠送给消费者，其中48元作为增量资金，不会铸造积分，112元作为铸造积分的兑冲基金

这个时候，当第一笔消费产生，盈利池总金额160元，流通总积分112个，积分实时价格增值到1.43元

第2个用户又进来消费1000，进入盈利池也是160元，铸造赠送用户价值112元积分（ $112\text{元}/1.43=78\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为320元，总流通积分为190个，积分增值到1.68元

第3个用户消费1000，进入盈利池160元，赠送用户价值112元积分（ $112\text{元}/1.68=67\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为480元，总流通积分为257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10.71时，第一个用户持有的积分价值相当于1200元（ $112*10.71=1200$ ），用户可以1.2倍出局，实现消费全返

。。。如此类推。。。。

3. 卖出积分增长模型演算

假设积分增值到10.71元的时候，第一个用户持有积分价值1200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1200元的积分卖出，平台给他结算80%就是960元（接近消费全返，因为有个说法是，保本保收益收益消费投资行为有可能涉非法集资，zuihao静态盈利不要超过消费金额），那么就是有240元回流到盈利池，盈利池实际减少了960元而已，但是流通减少了价值1200的积分，那么积分价格会往前增长上扬。

二：1-3折产品供应链+零成本营销方案思路：虽然消费增值模式，依赖于对商家的抽成实现经济循环和积分增值，但平台可以给予商家消费用户赠送双倍积分，用户使用积分在平台商城消费享受50%消费抵扣，只需付50%现金，而且全部产品为京东价对标的品牌产品，用户实际是按5折价购买产品。现金部分，给予商家返点20%，让商家实现零成本营销。假设：1) 用户在商家消费1000元，平台抽成20%用于市场分销激励和消费增值，商家实际收到800元。2) 用户消费赠送获得2000积分，用户使用2000积分在平台消费，实际支付也是2000元，打折购买了价值4000的产品。

3) 平台给商家返点用户现金消费的20%就是400元，商家实际收到货款800+积分消费返点400，一共1200，实现商家零成本营销还赚钱，即实现了商家抽成的返还。

三：门店共享会员+门店跨界盈利方案思路：门店主自己入驻平台后，发展锁定的会员到其他门店消费，即享受用户在他店消费的流水提成作为跨界盈利收益，同时可以邀请身边认识的门店入驻平台，这些下级门店入驻平台的门店流水，推荐人享受招商收益，同时下级门店主发展锁定的一级用户，也将作为推荐人的间推会员。

1.直推间推收益：假设用户锁定后，下级用户消费时，按消费金额直推给1%，间推给0.5%假设：1) 一个A门店锁定1000个周边用户作为直推，每个用户平均分享身边3个消费，相当于门店直推有10000人，二级间推有30000人，这些用户锁定为A门店的会员，这些会员在平台的衣食住行入驻门店消费。

2) 假设每人每月在平台消费1000元，衣食住行平台均有入驻商家，直推1万人*每月消费1000*直推1%=10万元，间推3万人*每月消费1000元*0.5%间推收益=15万元，即A门店发动员工去锁定1万人，直推和间推收益跨界盈利总共有25万元，可能比自己门店的收入还要高很多，就算打下折扣，每人每月只在平台消费100元，也有2.5万元，所以锁定用户是非常重要的，商家完全不用担心将自己的会员贡献出来自己亏了。2.发展门店收益：

门店老板，身边的圈子肯定有很多门店老板，A门店老板假设发展了20个门店入驻平台，假设每个门店在入驻平台后每日流水5000元，那么20个下级门店一天流水10万元，一个月就是300万，平台给推荐人A门店主1%的收益，门店招商入驻每月收益就是300万流水*1%收益=3万元，而且下级门店发展的一级会员也将成为A门店主的间推会员，即20个门店共计20万人，间推收益就是20万人*每月消费1000元*0.5%间推收益=100万元，就是说，发展20个门店入驻，总收益每月可能有机会达到惊人的103万元。就算打下折扣，每人每月只在平台消费100元，也有10.3万元，所以锁定用户是非常重要的，商家完全不用担心将自己的会员贡献出来自己亏了。备注：此模式还是会有2个小漏洞1.二级分销模式的小号问题：有可能门店主比较聪明，在发展新会员的时候自己创建小号去发展锁定自己门店的会员，这样，直推会员消费的间推收益也是属于本店的，这种情况是没办法完全避免的，实际运营不必太过纠结。2.店面阻止老会员在平台消费下单：老会员一般已经被自己锁定了或者被别的店锁定了，自己是无法再次锁定用户的，这时店面老板觉得自己亏了，可能不让客户走平台支付，改为线下支付，这种情况美团也经常存在，让用户美团退单改在门店支付，也是无法完全避免。解决方法：平台可以成立DAO组织举/报奖惩机制，可以在显眼位置告知所有会员，平台规定不能创建小号锁定直推间推收益，也不能阻止或者变相阻止用户在平台消费，如果用户举/报，查实后将给予举/报人奖励：1.小号拦截间推收益：用户推荐下级门店，发现长期没有间推收益，这个不合理，可以举/报到平台客服，平台客服查实后，将下级门店的所有直推人批量变更为举/报人就是推荐人这里，保证推荐人的间推收益2.用户遇到商家不让走平台支付：用户可以向平台举/报商家，逃避抽成视为严重违规，平台客服查实后，予以下架该门店的经营，同时把门店的伞下锁定的会员变更关系奖励给举/报人四.区域招商模式平台发展一定会员后，可以开启区域招商模式快速复制全国团/队设立商学院统筹全国招商会议和沙龙讲解会议，先进行市代和区代招商，跟聚市场体量，区代收费2万-5万加盟费不等，市代收费10-30万加盟费不等，省代收费100-300万不等，大区（如东北三省，华北地区，华中地区，华南地区等）收费300万-1000万不等。收益举例：假设广东省21个地级市是：广州市、深圳市、佛山市、东莞市、中山市、珠海市、江门市、肇庆市、惠州市、汕头市、潮州市、揭阳市、汕尾市、湛江市、茂名市、阳江市、云浮市、韶关市、清远市、梅州市、河源市。广州市辖区(13个):越秀区、荔湾区、海珠区、天河区、白云区、黄浦区、番禺区、花都区、南沙区、增城区、从化区天河区代收收益：天河区假设发展200商家入驻，每个商家辐射服/务平均1000人，就是20万人，每月1000消费每人的话，每月就是2个亿的消费额度，天河区代每月拿区域流水的0.1%（千分之一），就是20万收益每月，就算打下折扣，每人每月只在平台消费100元，也有2万元每月。广州市代收收益：13个辖区*每个辖区2个亿消费流水=26亿流水，广州市代每月拿区域流水的0.05%（万分之五），就是130万收益每月，就算打下折扣，每人每月只在平台消费100元，也有13万元每月。广东省代收收益：21个地级市*每个地级市26亿流水=546亿，广东省代每月拿区域流水的%（万分之一），就是546万每月，就算打下折扣，每人每月只在平台消费100元，也有54.6万元每月。可见区域的流水收益，看起来只有万分之几好像很少，实际非常可观。

这样只要把广州市场和广东市场做好，作为样板数据，非常容易招商扩张全国。

想要搭建部署以上模式系统的可以联系微三云麦超总监。

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：为什么选择微三云呢？公司注重集团化发展及品牌国际化。经历5年深耕，微三云先后投资的公司近20家，并在日本、香港等地区完成了商标注册，进一步延伸产业链和布局国际市场。目前，全球合作服务企业超过30万+。

因为微三云结合了云平台：丰富的社交电商功能，为企业营销卖货提供实力支撑。

建生态体系：可打通微三云各大应用体系，便于建生态，拓展产业链。

多用户端口：可打通公众号、小程序、app、h5等端口，灵活布控市场。

关系可共享：200+应用可灵活搭配，且用户关系可互通，快速裂变。结合超级云

app：平台营销活动引流的用户可以长期的留存、沉淀并二次转化。

给解决方案：免费为企业提供诊断咨询，并输出完整的就解决方案。多销售模式：支持和saas销售模式，企业可灵活招商，掌控大数据。

运营有保障：百人运营团队做后盾，扶持应用快速上线，免费迭代。

