

本地生活平台消费增值模式+零成本营销+共享会员跨界盈利？讲模式讲方案+讲商业思维+电商系统讲解

| | |
|------|-------------------------------------------------|
| 产品名称 | 本地生活平台消费增值模式+零成本营销+共享会员跨界盈利？讲模式讲方案+讲商业思维+电商系统讲解 |
| 公司名称 | 微二云网络科技有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号天利中央商务广场702C11 |
| 联系电话 | 13924376557 13924376557 |

产品详情

本地生活平台消费增值模式+零成本营销+共享会员跨界盈利？讲模式讲方案+讲商业思维+电商系统讲解

扩展阅读：

微三云系统更新优势：

平均每周上十个应用小版本迭代，比如2021年下半年更新的热销的思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动2+1奖励模式，全民拼购模模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，消费返利模式，共享WIFI广告模式，有钱还众筹还债模式，泰山众筹模式，太爱速m秒杀寄售模式，广告电商模式等应用营销模式，每个月若干个应用大版本迭代，每月平均都要增加2-3个新应用。“所有的品牌企业将来势必都是科技企业，势必是数字化企业，势必是以数字来驱动的平台型企业。”微三云商学院院长麦超两年前在零售论坛上的预判已经成为事实。

笔者认为，头部的零售企业在数字化进程当中势必会成就龙头地位，它们将天然形成平台化的布局。它们原来只是借助别人的场，搭建自己的数字化能力，当它所有的能力都具备了，它们就会变成一个给别人来提供服务的生态。这一点在quchenshi云店模式上得到完美验证。

多干货资讯，详情请看网站<https://zfx.wsyguanyun.com>

前言：

传统的消费模式正在经历着巨大的变革，在这个变革的浪潮中，消费增值模式应运而生，为消费者、商家和平台方带来了全新的商业机会和增值空间。那么什么是消费增值呢？消费增值可以理解为在购买或使用产品和fuwu的过程中还能获得额外的增值收益。简单来说，就是让消费者在消费过程中能够获得更多的回报和利益。消费增值的模式多种多样，其中一种常见的模式是通过积分或返利系统实现。

例如：当消费者购买商品时，商家会将一部分利润放入分红池，这些资金会用于奖励消费者，消费者通过购买商品积累积分，随着积分的增加，消费者可以享受到更多的优惠和回报。另一种模式是通过消费者的购买行为来带动商品价格的上涨，从而实现消费增值。消费者购买的越多，价格上涨的幅度就越大，消费者获得的收益就越多。消费增值模式的出现得益于互联网技术的发展，互联网的普及和移动支付的便捷，使得消费者能够更加方便地进行购物和消费，而消费增值模式则充分利用了互联网平台的优势，通过数据的整合和分析，让消费者能够享受到更精准个性化的消费体验，并从中获取额外的价值。消费者的好处不仅仅局限于消费者，商家和平台同样能够从中获益。对于商家来说，消费增值模式可以吸引更多消费者，并建立忠诚度更高的消费群体。同时通过消费增值模式商家能更好地了解消费者的需求和行为，从而进行精细化运行和精准营销。

对于平台来说，消费增值模式能够提升平台的活跃度和用户黏性，帮助平台实现更高的用户留存率和交易量。消费增值模式的兴起也为传统产业和直销公司带来了新的机遇。通过消费增值模式，传统产业能够与互联网思维相结合，实现线上线下融合发展，提升传统企业的竞争力和盈利能力。直销公司则可以借助消费增值模式吸引更多的会员和消费者，从而扩大销售规模。然而消费增值模式并非一蹴而就，其中也存在一些挑战和风险。例如：如何确保消费增值模式的可持续性和稳定性，如何防范虚假宣传和欺诈行为等。因此政府监管机构和企业共同努力建立健全的制度和规范。保障消费者的权益和利益不受侵害。

消费增值模式+零成本营销+共享会员跨界盈利+系统源码+微三云软件开发技术fuwu

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

=====

小编介绍:

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），fuwu过百亿级生态模式平台超过30家，fuwu过上市公司国企超过10家，fuwu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

微三云邹锋兴，微三云营销总监、商业模式总监，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近十载，截止到2023年12月累计亲自服务1000+个平台客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作还是您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

联系：邹锋兴（负一层电梯直上506）

备注：后台咨询留言客服及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，咨询任意内容或者直接百度“微三云邹锋兴”即可获得小编联系方式！

一、本地生活会员消费增值模型方案思路：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，平台创始人和核心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

备注：

1. 可以结合分销模型一起做

支持直推奖+间推奖+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元/1.43=78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jubao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jubao，查实后将给予jubao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jubao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jubao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jubao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jubao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tuandui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、从化区天河区代收益：天河区假设发展200商家入驻，每个商家辐射fuwu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。

结语：

消费增值模式的兴起标志着一个新的消费时代的到来，消费者不在是简单的购买者，而更像是一位投资者，他们在消费过程中能够享受到更多的回报和收益。消费增值的出现，不仅改变了人们的消费观念和行为习惯，也推动了整个产业链的升级和转型。在这个新的消费时代，消费者将拥有更多的选择权和话语权，而企业和平台方也将面临更大的挑战和机遇。总而言之消费增值是一种通过购买过使用产品和fuw

u，在获得产品或者服务本身价值的同时，还能获得额外增值收益的消费模式。消费增值的出现为消费者，商家和平台方带来了新的商业机会和增值空间。通过互联网技术的发展，消费增值模式得以快速发展，并成为推动消费升级的重要力量。随着消费增值模式的普及和完善，我们有理由相信消费者将来在这个全新的消费时代中享受到更多的便利和回报。而企业和平台方也将实现可持续的发展和增长。让我们共同期待消费增值模式带来的美好未来。

了解更多：

微三云全场景运营：系统支持多种应用端口

"六网合一，APP、小程序，公众号、H5、抖音小程序（抖音商城类目暂时停止申请中）、头条小程序、PC商城，无惧任何平台封杀和限制，特殊客户甚至可以选用购买原生超级APP，功能模式涵盖最新的思购臻选秒杀模式、泰山众筹模式，大爱速m秒杀寄售模式，美丽天天秒链动2+1奖励模式，全民拼购模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等。

更多详细介绍<https://zfx.wsyguanyun.com>