

## 消费返利营销机制：裂变式引流，助力平台快速曝光

产品名称	消费返利营销机制：裂变式引流，助力平台快速曝光
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	产品:积分商城会员商城 属性:源码定制 地区:东莞
公司地址	广东省东莞市东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋403室
联系电话	19957968337 19957968337

### 产品详情

初代电商，搜索购物，用户要买什么，直接在平台搜索。

二代电商，社交购物，用户分享裂变，完成购物。

三代电商，兴趣电商，内容导购，图文种草，完成购物。

移动端普及，网络提速降价，短视频用户量暴增，短视频带货所占的比重越来越大。

所有电商平台都面临两大问题：流量、转化。

谁帮电商平台解决问题，平台就会给谁付费，这里面的玩法非常多，一大批人因此暴富。

目前最主流的是CPS模式，我们帮电商平台卖货，成交后赚佣金。

当年的美丽说蘑菇街，依托TB，走图文种草导购路线，实在太赚钱了，以至于让平台眼红，迫不得已走自营路线，最终上市。

TB先是自己模仿种草导购的玩法，后来又推出U站，让创作者入驻，进行内容导购，最终演变成今天的TB达人，KOL达人做内容创作，平台进行流量分发，一旦成交，达人就能赚到佣金。

返利网的模式一度也非常流行，将平台佣金的一部分返给消费者，实现双赢。

返利模式后来演变为分销模式，将佣金分成N分，消费者拉人购物，无限层级，都能赚佣金，一度火爆全网。

短视频流行后，D音和TB合作，创作者在D音发视频，挂TB的产品，赚佣金。

推三返一是一种荒诞的营销模式，它利用了人们的贪婪心理，通过返利和引流来吸引消费者和被推荐者。这种模式的运作原理充满了短视和不公正。

消费者在平台上消费后，只需推荐三位好友完成消费，就可以获得返还。这种裂变引流的机制完全是为了实现商家的目的，而忽视了消费者和被推荐者的利益。

然而，这种模式在实际应用中广受欢迎。有些网友对这种模式有着不同的评价。有人认为这是一种快速赚钱的机会，通过推荐好友完成消费，可以轻松获得返利。还有人认为这是一种消费陷阱，商家通过返利吸引消费者买东西，最终目的是增加销售额。还有一些网友对这种模式持怀疑态度，他们认为返利比例和门槛不明确，存在欺骗消费者的嫌疑。

总的来说，推三返一，它通过返利和引流吸引了大量消费者，消费者和被推荐者都得到了优惠，而商家也通过增加销售额获得了利益。

如：搭建了一个线上商城，里面有各种各样的商品，如果你在这个商城购买了一个68块的洗发水，在你下单三个小时后，你有可能获得商城的返利30块钱，也有可能是70，甚至有可能是100块。

这些返利都是可以提出来的，而且是秒到账的，没有任何产品限制。如果你也想做一套这样的商城系统，可以找小编好好聊一聊。返钱的过程并不是一次性返的，而是在你后面下单的单中的一部分利润。

这样的模式并不涉及分销，你后面的人购买了，你虽然可以拿到一个相应的返利，但他们和你是没有任何关系的，他们不需要你邀请，你也不需要认识他们。

这个商业模式非常重要，即使你的产品和服务再好，没有好的商业模式，也没有办法获得更多的流量。你们觉得这个模式怎么样呢？欢迎在评论区分享你们的想法。

