消费增值营销模型，提高用户复购和留存率？

产品名称	消费增值营销模型，提高用户复购和留存率？
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

在2022年1月18日，随着上级正式下发《促进消费实施方案》的通知，认可了“ 消费返利 ”积分机制，同时以上级的立法形式，正式确立了“ 消费积分 ”的存在性、有效性和合法性。而“ 消费增值 ”模式的推出，则把原本在“ 消费返利 ”升级为“ 消费投资 ”，通过商品的利润托底，让平台运营安全、零泡沫且容易控盘，同时也能让用户前期的消费，以积分形式在后期变成投资回报。

消费增值模式是指在消费者购买或使用产品或服务的过程中，除了获得产品或服务本身的价值外，平台会把利润中的一部分放入资金池中，在返给用一定价值的积分，随着平台的用户下单越来越多，进入资金池的资金也会越来越多，积分的价值会根据公式来不断上涨，从而实现消费增值。

让我们通过一个具体例子来说明这个模式的玩法：

比如说你在商城下单1000元，平台会从中抽出30%加入分红池，按照30%的300元去分配70%的低价铸造积分，210个铸造积分给到你，假设平台初始积分价格为1元，按照1：1比例，也就是给你分配到210个积分，此时分红池里面有300元，除于平台总积分得出当前的积分价格，也就是分红池300÷总积分210=1.428元/个积分

现在我也在平台上下单了1000元，同样分配30%进入分红池，按照30%的300元去分配70%的低价铸造积分，此时我就拥有了210个铸造积分，当前积分价格为1.428元/个，用当前铸造积分210÷当前积分价格1.428元/个=147个积分给到我

此时平台分红池总额有600元，共有积分357个，600元÷357个积分=1.68元一个，在这里我们可以看到，通过用户消费，积分价值一直在增长，是处于单边上扬状态的，并且当用户要把积分提现的时候，会扣除一定的手续费，这个手续费会回流到分红池里，这时候平台总积分变少，分红池资金变多，积分价格再次增值。

用户层面：

1、免费获得产品

2、持有的积分会有涨幅，如1千元买的产品然后返还积分，这个积分多涨幅到2000元就会强制出局（平台可设定倍数额度，达到额度就强制出局）

3、越早消费，积分增值幅度越大

平台层面：

1、零泡沫，所有的分红都是在利润里出

2、平台引流快，产品复购率高，容易留存用户

3、合理合规，避免风险

消费增值的模式对于消费者而言，他们通过购物获得了实质性的价值回报，增加了购买动力，并享受到了更好的消费体验。对于平台而言，消费增值模式促进了消费回流，增加了营业额，同时也提高了用户黏性和忠诚度。在实际运作中，企业还可以通过不断优化和创新消费增值模式，平台可以更好地满足消费者的需求，促进可持续发展。