

# 解读清明祈福祭祀祭奠献花祭酒亲人墓园名人馆系统的盈利逻辑？软件开发服务+系统搭建，微三云技术服务

产品名称	解读清明祈福祭祀祭奠献花祭酒亲人墓园名人馆系统的盈利逻辑？软件开发服务+系统搭建，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

解读清明祈福祭祀祭奠献花祭酒亲人墓园名人馆系统的盈利逻辑？软件开发服务+系统搭建，微三云技术服务

前文引言：

分销裂变的条件是有“人”，很多人会有这样的心理，我这个模式这么好以为做出来就会自动爆炸式地去裂变粉丝。其实不然这里要考虑

几个问题：如何找人？到哪里可以找到第一批肯去做分销裂变的这些人？即时找到这批人了有没有一套成熟的培训体系，有没有教他们怎么做管理

拓展团队，他们为什么要做团队；有没有教他们怎么去卖你的产品，你的产品亮点在哪里；产品内容输出，这些是打仗的工具，可以给到推广员一

键复制的。仔细留意一下我们会发现，分销做得好的平台他们都会拉很多会员群，而且群会分类型，有普通粉丝群、会员群、核心会员、团长等等，

会员专门的导师团队在群里授课，不同的群输出不同的内容，社群++ 移动电商，还鼓励核心团队组建自己的粉丝群，统一输出讲师和内容。搭建自

己平台的商学院系统是必须的

清明祈福祭祀祭奠献花祭酒亲人墓园名人馆系统开发源码：

盈利模式：祈福商城出售贡品

功能简介1.祈福商城购买贡品，可以装饰墓园，装饰时间长度是根据商品配置时间决定的3.申请私人墓园开园功能，审核消息列表功能4.私人馆，名人馆分类功能5.墓园搜索功能6.墓园里面包含：生平简介功能，相册功能，留言功能，祈福排行版功能，收藏墓园功能后台相关功能1.墓园管理功能2.品管理功能3.咨询管理功能4.设置管理功能（轮播图，支付方式：现金和积分，底部外链导航，用户中心外链，善缘值标准,名人分类设置，礼品名称设置）

5.支持背景自定义功能

6.支持背景音乐自定义功能

7.支持多头像多人墓（多尺寸四人）8.支持单头像多人墓（多尺寸四人）

9.支持代理分销功能

更新：

新增发布直接跳转支付页面功能

新增手机号隐藏成\*\*\*功能

用户发布新增短信校验功能

新增背景音乐新增外链功能

新增切换管区使用下拉选择框

新增代理管理功能

馆区页面新增切换管区

修复修改管续费问题

新增祈福馆区域功能

新增单头像和多头像控制功能

新增代理分佣功能

新增多人墓碑，多支持四人

新增首页推送功能

新增留言不滚动功能

后台显示是否公开功能

想要完整了解这一玩法模式和搭建系统平台的可以联系微三云麦超。

小编介绍：

微三云集团 麦超：

毕业于广东中山大学，微三云信息总经理、微三云资源总监，微三云首席商业模式策划导师

本人在软件开发和商业模式策划行业至今已经9个年头，累计亲自服务5000+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（旗下子公司：微三云信息/微二云/微三云大数据/鸿云/商二/商六/莞云/莞带/莞链）

公司规模：公司经营已超12年，整栋5000平方写字楼，年营业额1~2亿，全职员工300人（全职开发技术200+人），服务过百亿级平台超过30家，服务过创业平台超过20万家。

资/质：旗下3家双软认证企业，4家高新技术认证企业，1家专精特新认证企业，自主专利30多项，软著300多个

主营各种创新营销模式开发，支持各种小程序商城，公众hao商城，原生app，DAPP功能定制！

地址：东莞市石排镇瑞和路1hao松山湖高新技术创新园B座整栋（负一层电梯直上504麦总办公室）

无论是否合作，我都将是你选购软件的军师和朋友！

备注：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

扩展阅读：

微三云麦超：微三云自带产品供应链模块

系统可对接京东供应链、怡亚通供应链、供港蔬菜供应链、电器供应链等，支持一件代发，无需操心物流、选品、海关、税收、仓储等，低成本省

心创业，数万种低价优质zhengpin任意挑选，结合系统功能比如 思购臻选秒杀模式、

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 m 秒杀寄售模式，美丽天天秒链动 1 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、广告电商模式等实现快速裂变销货。

基于线上线下融合的战略思维，A A 企业在转型 云平台云店

模式的策略层面，制定了“用户经营”三步走计划，以期达到更快更灵活的响应且更贴

近他们想抓住的生活在数字经济时代下的年轻客户群体。

第一步，实现所有线下门店、导购、线下用户的数字化和线上化。

第二步，将零散的全域用户沉淀为有效的私域liuliang池。通过精细化、游戏化的用户运营，主动吸引零散用户添加门店导购的企业微信，然后继续再

通过微信群、朋友圈做统一的、有效私域运营。

第三步，实现核心用户全生命周期价值的最大化。A 企业通过会员成长福利、智能化的 AI 精准营销，以及虚拟人物的 AR 直播，行业 L KOL 种草带

货等方式，持续tigao核心用户全生命周期价值。

不难看出，零售企业已经进入到公域私域联营，线上线下融合的经营环境中。任何品牌企业执行“云店模式的用户经营”方案，都离不开功能丰富，

灵活创新的数字化系统。