

快速引流打入爆品市场2+1链动搭配众筹卖货助力赋能

| | |
|------|---------------------------------|
| 产品名称 | 快速引流打入爆品市场2+1链动搭配众筹卖货助力赋能 |
| 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

快速引流打入爆品市场2+1链动搭配众筹卖货助力赋能

在大数据时代，互联网项目方若想稳固市场地位，一个稳固的商业模式是bukehuoque的基石。然而，鉴于市场竞争日益激烈，企业必须打造独特的亮点，以创新的营销方式脱颖而出。一个出色的商业模式，能够使其在激烈的竞争中崭露头角。未来的企业发展中，商业模式的重要性不言而喻。接下来，将为大家详细解读如何将链动模式与泰山众筹模式相结合，探索出全新的玩法。

链动模式：

链动模式的核心在于建立强大的用户粘性和裂变效应。通过设定一定的奖励机制，鼓励用户邀请更多的新用户加入，从而形成一个不断扩大的用户网络。这种模式的关键在于设置合理的奖励机制，既能激发用户的积极性，又能保证企业的盈利。

泰山众筹模式：

泰山众筹模式则是一种基于众筹概念的商业模式。它通过聚集大量的小额资金，来实现某个项目或产品的开发和推广。这种模式的核心在于利用众筹的力量，降低项目的初始投入成本，同时提高项目的成功率。

结合玩法：

通过链动模式吸引大量的用户，然后利用泰山众筹模式来推动某个产品或项目的开发。具体来说，可以设定一定的奖励机制，鼓励用户邀请更多的新用户加入，形成一个庞大的用户网络。然后，针对某个具体的产品或项目，发起众筹活动，利用这个庞大的用户网络来聚集资金。这样既可以降低项目的初始投入成本，又可以利用用户的裂变效应来提高众筹的成功率。

一、链动2+1模式的商业模式逻辑

首先，商城里面会分为基础商城版块 + 链动模式逻辑版块，用户在对应的区域消费，走对应的模式分润逻辑，互不影响

在链动的商城版块里面，商城里面有消费创业区（名字可以自定义，也可以叫什么链动创业区等等），商城版块区域里面有礼包，199、399、499、699等等（价格可以根据产品成本定义）

1、激励制度高：链动2+1主要是建立团队模式，同时快速提升销量。是目前市场速度Zui快的裂变模式。

链动2+1模式合理合规，同时激励用户公司的利润分享机制，让消费者在享受购物折扣的同时，也能促进并获得客观收益。

2、自发裂变特点：2+1其中的身份机制，一共设立了两个等级的身份：老板、代理。当用户想获得收益

参与时，需要成为代理才获得收益，成为老板就可获得三种奖励，代理只有一种奖励机制，成为老板则需要代理推荐平台所设定的2位代理身份的用户下单消费，让用户自发性的发展裂变，身边更多的人来参与的必定是需要一个非常合理合规并且高收益的奖励机制。

三、2+1链动的衍生特色（还有升级版的自动换位、贡献奖、V3、福利奖等等，小编不一一介绍，完整资料找小编获取）

四、那么链动如何搭配众筹呢？

用户需在商城2+1链动版块区域购买产品，平台会赠与顾客相等或者按比例资产购物币，购物币可用于参与平台泰山众筹活动项目。（购物币是参与泰山众筹活动的门槛），也可以去其他版块进行一个抵扣

消费。

1、链动结合众筹卖货的流程：

假设是化妆品，消费者在链动版块购买了499的礼包，获得499的积分或者购物币。

具体流程：

成本利润，分销奖励核算：售价-成本=利润

泰山众筹模式分析，是采用智能合约和共享四进一出全新模式，众筹每一期增长30%众享额度

假设用户A在商城获得499的购物币，参与活动用了100的参与币

第一期：1000个活动购物币

第二期：1000+1000*30%=1300个购物币

第三期：1300+1300*30%=1690个购物币

第四期： $1690+1690*30%=2197$ 个购物币

以此类推注：四期都有参与用户众筹成功后，按照约定获得回报返还第一期平台资产+用户收益12%、市场收益13%、平台收益5%（所得收益不得超过平台所设定30%），用户收益 $100*12%$ +市场收益13%（可提现可兑换商品）。

那么A的收益就为： 100 活动参与币+用户收益 $100*12%$ +市场收益13%（如用户A还推荐了伙伴B参与活动，就能拿到伙伴市场收益的13%，如无推荐收益则归平台）

2、众筹卖货模式会不会有泡沫？

这里就要提到平台给的保障啦，让参与的消费者可以放宽心。

假设平台到了第60期阶段，假设要求是需要10w的活动参与币，而这时候平台发放出去的购物币未达到这个数值，这时候就说明众筹不成功。平台也会采取对应的举措【重生止损】

众筹不成功：

(1) 第60期阶段的参与者按照进行全部退回

(2) 倒数第1、2、3、期的参与者按照70%退回，30%

留给平台或者可以送积分/优惠券等等，还可以获得下次参与的优先勋章

以往的平台，消费者Zui怕的就是成为接盘侠，而众筹卖货这一模式大大消除了消费者的顾虑，哪怕Zui后众筹不成功，Zui后参与的人也是可以进行成本全返，不损失任何成本。而不成功之后，众筹模式会重新启动，重生止损。

五、模式商城前端展示以及收益参考

ZUI后，说千句万句总的一句话就是，只有合法合规的运转平台，才是企业长远发展的关键，市场上商业模式层出不穷，普通的消费商城平台也比较难于满足消费者了，现在的消费者大多追求新型消费，在实际产品消费的同时，还有兴趣消费、精神消费等等。身为商家，要迎合消费者，但是更关键的是要找到适合自己产品的模式和方案。同时，在迎合消费者前提不忘初心。这一次的众筹卖货模式就分享到这啦！