

# 微三云共享店铺模式解析：股东引流、裂变与锁客的实战策略 技术服务+系统源码+软件开发服务，微三云平台运营

产品名称	微三云共享店铺模式解析：股东引流、裂变与锁客的实战策略 技术服务+系统源码+软件开发服务，微三云平台运营
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

微三云共享店铺模式解析：股东引流、裂变与锁客的实战策略 技术服务+系统源码+软件开发服务，微三云平台运营

前文引言：

微三云提醒，运营的商业逻辑根本不是靠沉淀资金来补前面推广者收益的，比如思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1 奖励模式，泰山众筹模式，太爱速 m 秒杀寄售模式，全民拼购模式、社交盲盒系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，消费返利模式，共享 WIFI 广告模式，有钱还众筹 还债模式，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、广告电商模式等应用模式，尽量合计没有泡沫的卖产品出货机制，一个平台是处于盈利状态的，也许他的一些行为可能看上去不那么合理，但还是可以正常运营的

私域营销模式+共享门店系统+共享股东模式

在白酒行业的广阔天地中，品牌繁多，各有千秋，尤其在竞争激烈的酱香型白酒细分市场上，除早已闻名遐迩的肆拾玖坊和酣客之外，一家名为半藏酱酒的新兴企业以直接面向消费者（DTC）模式为核心，快速崭露头角，尽管起步仅三年，目前在酱酒行业内暂居第五梯队，但创始人却大胆提出了“五年冲

刺百亿营收，剑指千亿市值”的宏伟目标。

半藏酱酒之所以有这样的底气，很大程度上源于其商业模式所凸显的竞争优势。在短短四个月内，其销售额即突破亿元大关，仅15个月就实现了6亿元的销售额，同时在全国范围内设立了多达700余家分院，成绩斐然。

这一切的背后，离不开半藏酱酒对私域流量运营的精准把握和高效运用。私域营销，也就是社群营销，虽然并未完全依赖传统商超渠道，初时在大众视线外悄然生根，但在核心消费者群体裂变与流量聚拢的作用下，其可见度日渐提高，影响力甚至逐步辐射至公域流量。

半藏酱酒的新零售模式拆解如下：

1. 分院体系：加盟门槛为10万元的首批货款，根据代理级别享有对应的拿货折扣。

2. 个人股东资格：只需1万元货款即可成为个人股东，享受4折拿货价。

3. 股东权益丰富多样，包括但不限于：

- 分红权益：享受股东拿货价、招商收益、补货收益、年终分红、股权收益以及各类活动分红等。

- 线上（会员-代理）商城工具：采用分润模式，包括价差收益、分销佣金、区域分红、团队业绩分红等功能，并设有门店导航、素材推广、商学院教育、营销工具等全方位赋能工具。

- 赋能权益：提供资源链接、专业商学院培训、招商政策支持、引流扶持、活动动销支持、宣传推广扶持等多元化服务。

4. 当个人股东晋升为分院时，上级分院依然能获得平级进货奖励和股权奖励。

5. 半藏酱酒创新提出“一馆两线落地”战略，即半藏分院结合线上商城与线下体验式营销：

- 重新诠释酱酒内涵，使其不再仅仅作为饮品，而是成为具有价值的社交媒介；

- 将消费者转变为消费商，并进一步升级为消费型股东；

- 强调“以人为本”，认为圈人和拓展渠道的重要性远超单纯的产品销售，通过股权结构设计，引导消费者和投资者共同参与到品牌的共创平台之中。

总之，半藏酱酒的成功之处在于，充分运用私域流量策略，通过对新零售模式的精细拆解和独特股权激励机制的设计，成功将消费者变为品牌的共建者和推广者，从而在酱香型白酒领域开创了一片新天地。

## 附：共享门店系统+共享股东模式+技术服务

微三云共享门店模式，颠覆了传统的单一经营模式，倡导的是资源整合、利益共享的理念。这一模式下，店主不再孤军奋战，而是通过平台将消费者转变为门店的共享股东，实现店铺资源、客户资源和资金资源的高效整合利用。每一位共享股东不仅能够享受购物折扣，更能通过推荐新顾客消费获取分红收益，从而深度绑定消费者与门店的利益关系，有效提高顾客粘性与复购率。

具体来说，共享股东无需投入大量资金即可成为店铺的“虚拟合伙人”，他们可以通过社交网络推广门店产品或服务，每带来一笔有效交易，就能获得相应的利润分成。这种模式打破了传统股权合作的高门槛，让更多人有机会参与到实体店铺的经营中来，同时也为店铺拓展了市场，实现了客流与业绩的双重提升。

此外，微三云共享门店系统还借助强大的大数据分析能力，为共享股东提供精准营销支持，帮助他们更好地进行推广活动，进一步挖掘潜在价值。同时，也赋能实体店主实现智能化运营，实时掌握经营数据，科学调整经营策略，让店铺在激烈的市场竞争中始终保持活力与竞争力。

共享股东又分为门店股东和消费股东。门店股东怎么理解呢？

举个例子来说：

由一位发起人占股5%，投资金额4.98万，招募11位门店股东各占股4%，投资额3.28万。

股东签约方式：

- 1、打款到公司对公账户，签约电子合同安排店铺；
- 2、投资后进行排队，人数达标后，按顺序自动组合，成为分店合伙企业股东。

股东分红收益计算：

如：门店股东整体占49%分红，发起人占5%，11位门店股东各占4%。从门店开业第一天开始就可以拿分红，按天或周或月拿流水分红或净利润，以每日经营流水按照比例分红，拿营业额的58%来分，每天结算。

以一家门店日营业额一万为例：

发起人分红： $10000 * 0.58 * 0.05 = 290$ 元/天，一年累计分红收益约为11万元；

股东分红： $10000 * 0.58 * 0.04 = 232$ 元/天，一年累计分红收益约为8.5万元。

后期公司上市了可以拿原始股，发起人5%原始股，门店股东4%股份，假设1000家门店市值100个亿，那么1000家门店占49%，价值49亿，分摊给1000家门店，每家值490万，12位核心人分摊，一人约分41万。

成为共享股东有什么好处？

- 1、通过线上引流到线下消费，客流量迅速递增。共享股东帮你引流客户，店铺客源源源不断。
- 2、共享店铺采用合资合作模式，投资轻，开业风险低。共享股东不参与门店管理，操作流程简单。
- 3、资金快速回笼，店铺经营成本压力有所降低。
- 4、系统监控共享股东收益，商家、共享股东数据明明白白，避免纠纷。
- 5、门店方圆5公里内就能看到你的门店小程序，增强品牌竞争力。

共享店铺线上线下一体化服务，将门店平台化，让更多人共享你的店铺赚钱。

共享店铺模式对商家有什么好处呢？

### 1、解决门店的客源问题

共享股东推荐客户到店消费可获得利润分红，这种情况下，共享股东能够积极帮助门店进行拓客，为门店引流，解决了门店的客源问题。客源增加了，门店的营业额也随之增加。

### 2、门店现有营业额不受影响

共享股东带来了新顾客，并享受新顾客的利润分成，对于门店而言现有的营业额不会受到影响。如果没有新增客流，门店不仅赚不到钱，在每天空座率那么高的情况下，人员、房租成本却不会减少。现在虽然将一部分利润分给共享股东，但是通过共享股东系统将门店的优惠券分享给更多人，线上线下融合，让线下门店也能做实体联盟社交电商。

### 3、团队管理从雇佣制变成合伙制

将门店内的员工变成共享股东，团队管理从雇佣制变成合伙制，美容门店可轻松开展全员营销。

想要做好共享店铺，关键因素是什么呢？

流/量：大家都知道互联网时代liuliang究竟有多重要，不夸张地说，掌握了liuliang就掌握了成功的秘诀，但是对于线下实体店铺来说，liuliang并不是冰冷的数字，而是以人为中心的粉丝固化。

裂变：共享店铺把老客户转化成共享股东，然后再让共享股东转化客户，这是共享门店的核心逻辑，对于实体店铺来说，建立属于自己的私域liuliang体系非常重要。

社群：共享门店是把自己的店通过共享出去变成大家的店，让大家一块来赚钱，变成一个利益共同体，所以用社群的思想来构建发展方式，是成功的因素之一。

那么如何营销？如何裂变？如何锁客？

### 1、会员卡权益

免费赠送服务、消费券、设置特价产品、会员享受折扣

## 2、交易场景

扫码付款、到店核销、收银台下单、扫桌码下单

哪些人可以成为共享股东？

### 1.想赚钱的人

现在很多人手里有闲钱，大多存在银行里。同时由于经济不景气，大家都在找一些风险小、投资小、回报高的项目。

### 2.想把资源变现的人

自己也需要保养。原本这些人脉不利用起来，也是浪费。现在跟店铺合作，就可以把资源变现。

### 3.爱面子的人

原本在店内以顾客身份在店消费。现在成为店铺合作股东，跟越多人说，越证明自己有面子。

### 4.看重人脉圈、整合资源的人

店铺吸收的合作股东，有各行各业和老板，他们也有互相合作的地方，店铺可以定期举行合作股东会议，同时为合作股东之间牵线搭桥。

总结而言，共享门店为打造更丰富的运营场景，可结合一些主流应用搭配。如：消费增值、链动2+1、七人拼团、排队买单等，打造线上、线下一站式服务平台。微三云共享门店系统通过技术创新和商业模式重塑，为实体店铺打造了一个线上线下融合、资源共享、多方共赢的新零售生态体系，真正实现了流/量的高效变现和实体商业的价值最大化。而想要做好共享店铺，关键在于如何运用好这一模式吸引和转化流/量，优化资源配置，以及构建紧密的利益共同体，共同推动店铺业绩的持续增长。

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，公众号商城，原生app，DAPPI功能定制！

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（负一层电梯直上504麦总办公室）

联系电话：麦总监

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：

一般小程序商城服务商分为两种情况，saas和源码两种情况。先来说说saas吧，saas一般是按年付费，这种前期投入成本会比较低，这种受服务商的限制会比较大，所有的小程序使用者都是公用服务商的服务器，saas模式比较适合于前期只是想通过线上卖货、不需要考虑平台思维的商家来运作，规模大、有长远规划的不建议选择这种模式；第二种情况，是软件服务商直接给商家企业独立部署服务器的、能够提供源代码的，这种就比较独立自主，平台的运营数据那些都是掌控在自己手里的，有主动权，后期做大想要走资本路线的源码是你必然的选择，其次是从长远考虑，自己有代码后期可以做二次开发什么的也方便，当然这种情况下，前期的成本也会比saas模式高；微三云源码提供一下新零售模式系统，思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动2+1奖励模式，泰山众筹模式，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，太爱速m秒杀寄售模式，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、广告电商模式等应用模式