

# 解析乐分享模式：以分享经济理念推动电商行业创新与升级？商业思维+系统搭建+电商运营，微三云平台

产品名称	解析乐分享模式：以分享经济理念推动电商行业创新与升级？商业思维+系统搭建+电商运营，微三云平台
公司名称	深圳市微三云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号天利中央商务广场702C11
联系电话	13929266321 13543762209

## 产品详情

解析乐分享模式：以分享经济理念推动电商行业创新与升级？商业思维+系统搭建+电商运营，微三云平台

### 重要介绍：

在令人咋舌的涨幅数据背后，原因不外乎集中在以下3点——  
1) 私域初期红利逐渐消退，流量获取难度和成本都在上升；2) 一些品牌私域玩法单一，已再难吸引C端消费者，同时，私域运营能力的单薄，导致转化率每况愈下；3) 分“蛋糕”者众，更多品牌入局私域，竞争愈加激烈。在私域2.0的时代，品牌要顺利度过私域发展瓶颈期，关键在于“正确认识当下的私域环境”和“提升私域运营能力”。

### 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，我都将是您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

乐分享模式+社交电商会员制+实体店O2O异业联盟模式

导读：“乐分享”、“乐享购”“分享购”这几个关键词近在各大网站上纷纷占据了首页，这到底又是一波什么样的风暴？企业又是否可以抢到一块属于自己的蛋糕呢？站在第三方角度，我们一起来分析一下这个“乐分享”到底有何特别之处，又怎么会受到各大企业和平台的关注。

第一部分：乐分享模式讲解：

首先，我们要知道在此之前有个APP就叫乐分享，这个平台的特别之处就在于，它与其他电商平台和本地生活服务平台不一样，是作为一个第三方购物平台的转接口，在这个转接口你可以通过选择商品，下单时自动跳转到第三方购物平台，比如天猫、京东、淘宝、美团或其他知名平台。众所周知，我们日常的消费都可以直接通过这些平台来完成，而“乐分享”则相当于整合了所有的资源，你不仅可以在上面网购、叫外卖、充话费、交电费、加油卡充值、社区团购、京东到家等等的服务，并且享受“乐分享”提供的超高优惠，可以说能极大地满足用户的需求。

特点与特别之处：

资源整合：该模式将众多第三方购物平台、本地生活服务整合到一个统一入口，为用户提供一站式购物及生活服务体验，包括网购、外卖、生活缴费、社区团购等，且承诺提供“超高优惠”，具有较强的吸引力。

会员推荐系统：构建了一种多层级的会员推荐体系，会员可以通过邀请他人加入并形成下线网络。每个会员可以向下延伸九个层级，理论上最大下线人数可达数百万，形成庞大的用户群体。这种模式鼓励会员通过社交关系链进行推广，具有典型的社交电商属性。

佣金奖励机制：会员通过推荐他人消费可以获得佣金奖励。奖励规则与下线消费的笔数和层级挂钩，每个层级的会员在消费特定笔数时，上级会员可获得一次佣金。此机制旨在刺激会员持续消费和积极推荐他人加入，形成用户增长和活跃度提升的正向循环。

用户活跃度要求：设置了月消费笔数（9笔）和推荐人数（5人）门槛，以确保会员保持一定活跃度并积极参与推广。这种条件设置相对易于达成，符合现代消费者普遍的网购和生活服务使用习惯。

区域奖励制度：区别于传统分销模式，区域奖励不再依据收货地址，而是根据用户注册时选择的地址来确定，使得奖励更具针对性，可能有利于地域性推广和社区营销。

合规性考量：尽管该模式具有多层级推荐和佣金奖励的特点，但强调每笔消费的佣金仅分配给上一层级的一名会员，避免了多层次分销可能引发的涉传风险。这种设计试图在激励推广和遵守法规之间找到平衡。

你以为到这儿就结束了吗？乐享购的杀手锏还在后面。成为乐享购的会员之后，你可以分享给五个人，他们会成为你下级的成员；同理，五位成员又可以各自推荐五个人，以此类推，直到完成第九层的架构，这时候你下面的人数从层往下开始数，分别是5人、25人、125人、625人、直到第九层有1953125人，这时候总人数加起来就有2441405人，而这2441405人的消费都跟你有关系，你可以拿到平台给的佣金奖励，奖励的规则是什么呢？敲黑板，重点来了！

作为顶层会员：

架构层的5人消费第1笔可获得佣金奖励；

架构第二层的25人消费第2笔可获得佣金奖励；

架构第三层的125人消费第3笔可获得佣金奖励；

架构第四层的625人消费第4笔可获得佣金奖励；架构第五层的3125人消费第5笔可获得佣金奖励架构第六层的15625人消费第6笔可获得佣金奖励架构第七层的78125人消费第7笔可获得佣金奖励

架构第八层的390625人消费第8笔可获得佣金奖励

架构第九层的1953125人消费第9笔可获得佣金奖励九层架构总人数为2441405人

为了提高用户活跃度，乐分享也制定了相应的奖励规则，也就是条件，只有达到条件才可以拿到奖励：

一、每月必须消费满9笔（金额不限）。

二、推荐满5人

当然，这个条件对用户来说极易完成，推荐五个人，然后每个月消费9笔，我们正常的网购、外卖、话费充值、加油卡加起来也远远不止9笔。奖励的渠道分别是自购奖励、分享奖励、区域奖励，前二者容易理解，而区域奖励不再是以收货地址为导向，是以用户注册所选择的地址来衡量。

以上就是乐分享平台的规则和玩法，其实我们不难看出，乐分享与其他分销的模式有着根本性的差异，不管是在层级上的限制，还是在奖励的模块，都呈现出不同之处。可能有网友想问的是，这个玩法是否涉传呢？其实你还没有明白实质性，有没有发现用户每次消费的佣金只给上层一个人，而并非多级分销，我想，这也是乐分享模式为什么在短时间引起大批量网友关注的原因吧？但是，这个模式推广久了，用户和团队长就会发现一个问题，就是收入太低了，因为那些淘宝客之类的CPS订单利润一笔才几毛钱，分下来没多少，就算伞下有个几万人，也不过一个月一两千收益，后期无法调动用户的积极性，所以需要迭代2.0版本，增强用户的推广收益。

## 第二部分：乐分享/分享购模式的2.0版本

分享购2.0版本主要是要解决团队长收益低的问题，首先，平台引入团队长大礼包社交电商会员制度，单价在999-9999之间，这样金额大利润高的团队长和区域代/理礼包，这样礼包可以拿出来分佣金额是比较大的，团队长推广下级会员马上就可以看到礼包分佣收益，不同级别的团队长，除了享受55公排九层订单收益，还可以享受不同比例的团队伞下订单级差收益，这样用户就更加愿意买礼包加入成为团队长。

### 升级要点：

**社交电商会员制度：**引入团队长大礼包，价格区间较大，旨在通过高价值礼包销售增加团队长的即时收益。礼包销售产生的高额佣金有助于快速激发团队长的积极性。

**实体店O2O异业联盟：**纳入实体门店，涵盖日常生活中的各种刚性消费需求，如餐饮、美业、便利店购物等。这些实体消费订单利润较高，能够提供较CPS订单更为丰厚的佣金奖励，进一步提升团队长的长期收益。

**O2O门店系统功能：**提供完善的商家入驻、管理及用户交互功能，包括但不限于多商家入驻、连锁店管理、LBS定位推荐、订单管理、优惠设置、预约服务、配送对接等，旨在打造完整的线上线下一体化消费体验，强化平台的服务能力和竞争优势。

第二步，引入O2O实体门店入驻异业联盟，这样用户平时的刚性消费，比如楼下餐馆就餐，美甲，美发，便利店买酒买烟买零食，团队聚餐，咖啡店奶茶店，超市购物，早餐店等等刚需消费的门店，这些订单利润相对比CPS订单的利润大多了，自然可以拿出单笔几元甚至几十元的佣金用来奖励给上级领导人，这样，伞下几千几万甚至几十万人的团队长，很容易看到月入几十万的情况，这样会员又可激活起来。

### 结语：

“乐分享”模式及其2.0版本融合了社交电商、会员制营销、实体店O2O异业联盟等元素，旨在通过资源整合、会员推荐、佣金奖励等方式构建一个集线上购物、本地生活服务于一体的综合性平台，并通过不断迭代优化，提高团队长收益，激活用户积极性

附：

O2O门店系统功能介绍：

- 1、无限添加商家，多商家入驻，入驻申请，入驻审核，资料修改，商家页面装修，商家独立后台，可以上传产品、展示门店信息，分销设置
- 2、连锁店与普通店，连锁店有总店通用会员卡和分店独立使用会员卡功能
- 3、根据用户LBS定位识别，距离远近推荐附近店铺，可以根据店铺销量和评分，距离远近排序推荐
- 4、可展示多少起送，配送费多少等，可设置新人优惠、满减优惠，折扣、会员价等
- 5、商家店铺主页，进入商家店铺，可看到商品列表，热销推荐，领券等，可展示店面地址，客，服电，话导航等
- 6、可以根据产品名称搜索提供同类产品的店铺
- 7、同时支持线上下单、到店支付、全国配送、同城配送上门（对接爱跑腿和达达配送）
- 8.支持产品预约，服务类预约，技师预约，次卡预约，可进行线上预约，线下体验消费时核销9.餐饮行业支持扫码点餐，分配桌号

扩展阅读：

微三云麦超提醒：购买软件的坑之系统漏洞，背负法律风险：便宜的系统底层安全性不足，一些模板系统还存在很大的系统安全漏洞，很容易受到攻击，泄漏平台交易数据或者用户隐私，不仅造成资金损失（非常常见），还背负平台的法律诉讼风险。

——建议：选择客户案例多的和有实力的技术开发公司，不要贪图便宜

从当前私域布局进程上来看，中国商户私域布局的进程主要分为四个阶段—— · 1.0

萌芽期：低效触达、低效转化 · 2.0 起步期：高效触达、低效转化 · 3.0 成长期：高效触达、高效转化 · 4.0 爆发期：精细化运营、玩法升级 每一步跃升意味着线下场景与线上场景连接的进一步增强、商家与客户连接的进一步增强，这也是私域布局的重要价值体现。

可以说，疫情加速了私域布局，当前的私域已完全进入了竞争成熟期。