

链动2+1模式绿色积分消费增值:绿色积分的价值，可循环，可增值！

产品名称	链动2+1模式绿色积分消费增值:绿色积分的价值，可循环，可增值！
公司名称	微二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	13924376557 13924376557

产品详情

链动2+1模式绿色积分消费增值:绿色积分的价值，可循环，可增值！

扩展阅读：

微三云提供新零售系统（代理+社交电商+货架，线上线下融合新零售）源码部署

公众号、小程序、H5、APP...线上线下随时体验购物

邀请、分享、营销...多场景触发，促进用户

设置不同身份、权益激励用户分享产品，裂变获益

设置晋升门槛，提高卖货效率，加速资金回笼

推广奖励、店铺奖励、区域奖励、绩效奖励...

多种奖励加速卖货

在这个"快鱼吃慢鱼"的时代，若要交付好而快的产品，敏捷开发中的质量管理焦点就在于提前暴露问题&风险、持续优化&交付有价值的软件。而软件质量是可以设计出来的，团队通过项目管理平台实践一系列保证质量的基础活动，致力生产高质量的软件。

- 1、用户故事：站在用户视角准确描述用户需求，进一步和用户沟通需求点，以获得用户的需求反馈；
- 2、测试用例：用户故事确认后，需求分析人员或项目经理在对应的用户故事卡片下编写测试用例，从而

保证在程序处理角度理解需求点，并以测试驱动开发。

3、单元测试&交叉测试：开发人员根据测试用例快速编码实现后，进行单元测试，验证代码和实现逻辑是否满足测试用例需求。然后交由流程相关的开发人员进行交叉测试。

4、持续集成：交叉测试通过后，提交由小组leader或项目经理进行集成测试。要求每天至少集成一次，利用持续集成让缺陷在引入的当天就被发现并解决。通过每天生成可部署的软件，避免产品最终集成时爆发大量bug。

5、质量评审：由业务经理、产品经理和UI&UE设计师组成，进行用户界面方面的可用性测试、用户交互体验测试等评审工作。

6、系统重构&优化：在发布一个验收版本前，会针对代码规范、方法封装、业务逻辑规范等方面进行系统重构；同步进行针对性能、UI&UE用户体验、程序处理等方面的优化。

思购臻选秒杀模式、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，美丽天天秒链动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、泰山众筹模式，太爱速m秒杀寄售模式，拼商抽奖模式、广告电商模式等应用模式...社交营销工具促进传播。

微三云软件系统，让传统企业插上互联网的翅膀，去拥有自己平台无限的大数据。380多人的技术研发团队支持和服务。

“链动2+1”的模式+绿色积分消费增值模式+商业模式设计+软件开发+微三云邹锋兴分享

在新消费时代的背景下，商家面临着前所未有的挑战与机遇。如何构建一个既符合法律法规，又能激发消费者积极性的商业模式，成为了很多企业关注的焦点。链动2+1模式结合消费增值理念，提供了一个创新的解决方案。本篇文章将探讨链动模式如何通过团队裂变和动销促进销售增长，以及消费增值模式如何激励消费者积极参与，实现可持续的商业发展。

链动模式做团队裂变，做动销。消费增值模式，做返利。而且合法合规。

“链动2+1”的模式，能够帮助平台快速搭建起一个新的销售渠道，通过利润和平台的优势，来促进会员的裂变，使得会员们能够主动分享，从而获得更多的流量。

这是一种很容易理解的模式，它有两种地位，一种是代理人，一种是上司。只要推荐两位以上的使用者来购买该商品，就可以满足升级要求。

三项：直接推荐奖、团队评价奖、平级奖，两项：离开、留下、上级帮助、下级帮助。三个任务。

、直接推销奖：若 A 用户已购买了自己的礼品，并成为了代理商，代理商 A 向 B 用户推荐购买礼品，代理商 A 将得到直接推销奖。简而言之，只要你介绍了自己的好友，那么你就会得到对应的报酬。

、点数奖励：A 向 B 和 C 推荐 B 和 C，B 和 C 向 D 和 E 推荐商品，D 和 E 购买商品，A 和 C 向 A 和 E 购买商品，A 和 C 会得到点数。简而言之，A 推荐 B 和 C 购买身份礼包，B 和 C 成为代理，A 晋升为 BOSS，在此基础上，B 和 C 分别推荐 D 和 E 购买身份礼包成为代理，D 和 E 算是 A 的间接引荐，因此 A 能得到点数奖励。

、平级奖：在上司与上司的地位相当的情况下，平台会给予上司额外的奖赏。例如：A 推荐 B、C 成为代理，A 晋升为老板，B 推荐 D、E 成为代理，B 晋升为老板，B 就会离开 A 的关系网络，建立另一条关系网络。根据这个结果，虽然 A 和 B 同为老板，但是 A 是 B 的推广人员，所以 A 可以得到更多的奖金。

两个机制。

、帮助奖励：当玩家购买了这个大礼包，并且获得了一定的利益后，系统会从每一次的利益中提取 20%（这个数字可以根据玩家自己的意愿进行调整），只有当玩家完成了平台上的要求后，系统才会从每一次的利益中提取 20%，如果玩家没有达到要求，那么就会得到 80% 的利益，剩余的 20% 将会被冻结为资金，直到玩家完成了任务，只要玩家完成一次就可以了。

、走人：A 推荐两个人当代理人，然后晋升为 BOSS，和他的关系断绝，走人。

留用机制：在自己当了老大之后，留用最早的两个人给自己的上司。

链动 2+1 的模式，就是帮助商家建立一个门槛低，消费低，起步容易，不会有积压的商品，把利润分成给“代理”、“老板”，再把商城系统中的各个级别的会员，用“薄利多销”的方法，迅速建立起自己的团队。而且，如果有一个忠诚的粉丝成为了“老板”，那么他们还会留下两个“代理”，为平台提供更多的收入来源，形成一个良性循环，保证了平台的持续发展。

消费增值模式：绿色消费是适应时代需求的循环消费形式，也是新消费时代的价值消费方式。消费者完成消费后，可以升级并获得多倍的积分，花费一份钱可以获得更多的收益。

- 1) 每一笔订单的 40% 消费资金都会被分红。这些资金会按照金本位价格用于铸造与之等值的积分赠送给消费者，并且进入分红池增加资金量。
- 2) 积分的增值与分红池资金量成正比，只有在消费时才能铸造出积分，这样保证了绿色积分的价值。消费得越早，按照金本位价格铸造等值的绿色积分会越多。
- 3) 消费增值业务逻辑包含在下面的内容中：商城每完成一笔消费，就会将销售额的 30% 作为消费者的分成。但不是直接给消费者，而是将这部分利润分成两份并存入一个资金池。
- 4) 消费者将获得相等数量的积分，其金额是根据商品的原始价格决定的。如果商品售价为 100 元，平台将给消费者赠送价值 20 元的积分，相当于销售额的 20%。
- 5) 这些积分可以在资金池中直接兑现，也可以持有等待增值。当资金流入分红池时，总资金量会增加，增幅为销售额的 10%。资金增值与积分相对应。以商品的价值为例，平台额外拿出 10%，即 10 元。

这种模式有以下优势：通过创造新的消费场景、增值服务和积分兑换等方式，使得消费者在购物过程中能够获得更多实惠和福利，并提高购物体验。优惠活动能够提高消费者的再次购买率和忠诚度。

通过赋予消费者积极参与的权利和利益，平台能够增加销售额和盈利能力，吸引更多消费者进入平台，提高用户活跃度和黏性，从而带来更多的销售额和利润。消费增值模式的趋势是朝着多元化和个性化的方向发展。

商家需要根据消费者需求的增加而提供更加个性化和差异化的服务和产品，因为消费者对购物的需求会变得越来越个性化和多元化。通过提供不同的增值服务和福利，消费增值模式是一种有效的手段，能够满足不同消费者的需求，实现商家和消费者的双赢。

资金池：

平台设立了一个资金池，资金来源是产品销售，这些资金全部由平台提供产品利润。当平台销售100元的产品时，相应的消费者将获得价值20元的积分，并有20+10元的资金进入资金池。积分的价值会随着市场的发展而不断增值，持有的价值也会逐渐提高。

一、消费增值的方法有许多，其中一种是通过平台将每笔订单消费的40%资金用于分红。分红资金按照金本位价格铸造相应数量的积分，赠送给消费者。这些资金进入分红池，增加了分红池的资金总量。只有消费者进行消费时，才能产生积分，从而确保了绿色积分的价值。越早消费，按照金本位价格铸造的绿色积分数量越多。

举例来说，如果用户消费1万元，那么其中的4000元将会被放入分红池。根据实时价格，我们将以等值的2000元绿色积分赠送给用户。假设每个绿色积分的价值为1元，所以用户将获得2000个绿色积分。

二、分红池的资金量在收到2,2000元后增加了。此时，分红池的总资金为4000元。因此，每个绿色积分的价值为2元。消费增值的业务逻辑是指处理消费增值的操作流程和规则，其中分红池资金的来源是产品销售利润，平台将全部产品利润作为资金来源。当每笔订单完成后，40%的销售额将被存入分红池中，并按照特定的规则返还给消费者。

三、通过资金以本位价格铸造等值积分的方式，我们平台可以为消费者提供额外的福利。例如，当消费者购买一件价值100元的商品时，我们会赠送价值20元的积分，相当于销售额的20%。将消费资金投入分红池会增加资金数量，并且对应积分的价值增加，增值幅度也为销售额的20%。

四、提现积分时，我们会收取10%的手续费，并将这部分手续费返还到分红池中。分红池总金额除以大盘积分总量等于积分价值。当积分被提现后，它们将被销毁，而消费资金（20%）和手续费（10%）将继续进入资金池。积分持有量与价值成正比，随着市场的发展，积分的价值将持续增加。这种消费增值模式的核心是以消费者为中心，通过赋予消费者更多权益和利益来吸引和留住消费者，并实现商家和消费者的双赢。

总的来说，“链动2+1”模式与消费增值理念的结合，创造了一种新型的消费生态。

声明：本人不参与任何分析的项目运营，也不投资参与任何项目，也不收费推广项目，不做项目私下评估，所有分析不构成任何投资建议。