

# 荐康客系统开发 社交电商软件

产品名称	荐康客系统开发 社交电商软件
公司名称	陈凯辉软件系统APP开发
价格	.00/个
规格参数	模式:开发系统 联系人:钟玲
公司地址	东圃联合社区东区6602-6603
联系电话	17612020621

## 产品详情

信息革命创造经济新生态。中国进入移动互联时代，智能终端演化成为人的“数字器官”。移动互联加速信息革命，而当前正处在信息革命的重要拐点：互联网全面、深入地影响实体经济，并成为变革经济形态的根本力量。信息革命将创造新的业态和生态系统，同时打破工业革命的旧有基因，传统的商业业态也将发生裂变。线上与线下、虚拟与现实、互联网与传统经济之间的界限正在消失。迎接“手机”+“水泥”的新商业时代，变局刚刚开始。O2O模式走过了孕育期，其发展已经具备一定的用户习惯、技术工具和商业流程上的基础。未来将迎来O2O的颠覆性发展期：互联网将成为商业社会的基础设施，其将毁灭低效率的旧有商业模式，并创造与之深度融合、更具效率的新商业模式。新经济的变局刚刚开始。与互联网的融合从浅至深，经历三个层面。一是线上+线下，全渠道融合：其本质是互联网工具对营销和渠道环节的重构，利用平台入口等贴近用户、拓宽销售渠道，并通过大数据、社交网络等实现精准营销，这是最初的层面。二是C2B，用户中心的高效供应链：其本质是互联网技术对供应链的重构，即利用互联网的高效供需匹配能力，使用户参与到产品设计和研发环节，实现规模化定制；消费者不再是产业链末端的被动接受者，而成为了产业变革的主导者。三是互联网思维对企业价值链的重构：意味着企业架构、流程和经营理念与互联网思维的全面融合，这也是O2O最本质的层面。对于能够理解传统商业本质、同时具有互联网思维的企业而言，O2O转型将意味着新一轮的价值重估。

荐康客系统开发找（钟玲：181.2246.6540可微电），荐康客系统开发，荐康客软件开发，荐康客平台开发，荐康客模式开发,荐康客系统源码开发，荐康客系统APP开发，荐康客社交电商系统开发，荐康客系统开发源码，荐康客软件开发公司，荐康客系统开发咨询

荐康客社交新零售系统制度介绍：

“荐康客”采用了十复制裂变模式。平台会员分为三个等级：V1、V2、V3，当你消费了330元产品后你就是V1，\*少推动十人消费后就升级为V2，十个V2再推动十人消费后你就升级为V3，以此类推当然十个V3还要继续推动更多人消费。这里所说的每人\*少要推动十人消费，不等于说你只能推动十人消费，

当然是越多越好，横排可以无限制推广发展，没有封顶。不过，你只能拿到V1、V2、V3三级的销售提成，平台不搞多层次奖励。但可以根据你的销售业绩另外有奖励和补贴。这个“市场服务奖”分为自购回扣和销售奖励两块自购时，根据自己级别：V1时回扣5%；V2时回扣25%；V3时回扣35%。

当V1开拓市场推荐了他人消费，就会得到销售奖。按照自购回扣（提成）比例，V1推荐了新人消费，这个新人就进入了（第二层）V2行列，每推荐1个新人消费就能得到20%提成。因为我们要减去新到客户（V1）的5%， $25\%-5\%=20\%$ ；

当V2行列（无论什么人）推荐了新人消费，新人就进入了（第三层）V3行列，但V2行列的人推荐的新人不属于我们直推，就得把25%的奖励让给V2行列，我们能得到V3行列的10%奖励， $35\%-25\%=10\%$ 。也就是说，当我们成为V1的时候，我们拓宽了市场，我们的团队出现了V2行列、V3行列，每次新的消费我们要么可以拿到V2行列的20%提成、要么可以拿到V3行列的10%的提成。可以永久性拿下去，没有封顶。当然肯定还会出现V4、V5、V6等等行列，但我们的奖励拿到V3行列截止。

奖金会在销售产品后的一个星期后，由系统自动打到我们注册时预留的银行账号上。因为一个星期是客户退换货时间，还不能确定客户一个星期内是否退换货。如果遇到客户退货，则我们的奖励也就不存在了。当每月奖金发完后，我们过去的业绩就会自动清零，没有积累。此奖也称“培育奖”。当我们培育了V2或V3市场，两个行列各自都\*少有十人消费，我们就升级到了V3级别，每月业绩\*少不低于销售额3300元，平台会发给“绩效奖”。

我们下面的团队中，有两个团队各销售了5万元，得到3%的绩效奖；当四个团队各销售了5万元，增加1.5%的绩效奖；当六个团队各销售了5万元，再增加0.5%的绩效奖。在营销过程中我们还能获得2%的优惠代金券、1%的年终奖、5.5%的店补。这个“店补”是我们在地面开设了营销点，为平台增加了一个销售渠道，因此可以得到5.5%的补贴。

四大行业因素决定互联网的渗透速度。互联网的高效率优势将直击传统行业的痛点，用户分散、渠道成本高、重资产且库存风险大、市场竞争激烈的行业最易被互联网渗透。从这一角度出发，服务业和消费品制造行业或将率先突破，具体包括商贸、金融、旅游、教育、娱乐、物流、家居、服饰、食品饮料等。此外，智能汽车、智能家电、可穿戴设备作为新的移动终端入口，也将成为传统行业积极抢占的领域。（相关行业的详尽分析请参阅《决胜O2O—中信互联网研究》系列报告）风险因素：传统企业O2O转型所面临的阻力和风险不可忽视，包括：线上营销能力缺乏；线上新进入企业的竞争激烈；供应链调整阻力大；组织架构、生产流程的调整难以与价值链的调整相匹配等。投资建议：决胜O2O，赢得新未来。在信息革命的重要拐点，O2O潮起，渠道融合、供应链重构、商业模式颠覆的新商业时代来临。在O2O模式的四类参与者中，我们长期看好互联网入口及大平台、细分行业的垂直应用商、以及专业支持环节（移动支付、地图导航、信息安全等）的发展空间；上述行业有望在信息革命浪潮中获得价值变现、市场扩张的时代机遇。同时，积极寻找具有成功基因的传统企业，管理层的互联网思维、全面的战略转型、灵活组织架构以及先发优势将成为制胜的关键。在传统经济变革的开端，我们重点推荐A股上市公司中的先行者，具体标的详见正文。