

商城模式开发 代理商分红模式软件

产品名称	商城模式开发 代理商分红模式软件
公司名称	广联网络（广东）有限公司
价格	.00/件
规格参数	系统:系统解决方案 公司:系统开发公司 软件:软件开发公司
公司地址	广州市天河区吉邦科技园
联系电话	19867371424 19867371424

产品详情

商城模式开发 代理商分红模式软件开发

With the development of V-Trust, wechat business groups emerge as the times require, and develop rapidly, but at the same time, they also face many problems. Many of them have poor team management experience, and the product market is not large. Today, they bring a new model to solve the bottleneck period of wechat business industry, the agent dividend system.

随着v信的发展，微商团体便应运而生，且快速的的发展，但是发展同时也会面临着很多问题，许多因团队管理经验不善，而产品销路不大，今天带来一套解决微商行业瓶颈期的新模式，代理分红系统。

平台运营者设置一个或多个的代理商级别，成为代理商的代理可无限发展团队，拥有团队销售产品的一定比例奖励，即代理分红。不同级别的代理商的升级条件不同，可得到的分红佣金不同。

一、系统亮点：

- 1、后台可设置不同的代理商级别、各个级别代理商的升级条件和可得到的分红比例。
- 2、后台可开启代理级差，开启之后代理商得到的分红比例为与下级的分红比例差（适合多代理或者代理关系线上的多代理）。
- 3、后台可查看每笔分红的状态和分红明细，实时掌握分红数据。

二、代理商的分润：

1、代理商等级对应的分红比例*已完成订单金额=代理商分红

例如：分销商A为商城的VIP代理商，分红佣金为10%，当其发展的下级购买完成的订单金额为100元时（开启内购分红后，自己购买商品也可得分红），A可得到佣金： $100*10\%=10$ 元

2、同级/越级断裂：

例如：平台设置三个等级钻石（佣金比例30%）、金（佣金比例20%）、银（佣金比例10%）

当A（金） B（金） C（银） D时，D消费后，C可拿10%的佣金，B拿20%的佣金，A不拿；

当A（钻石） B（金） C（银） D（金） E时，E消费后，D可拿20%的佣金，B、C不拿，A拿30%的佣金。

3、级差：

例如：完成一笔订单金额为1000元。

开启级差之后，区域代理拿到的分佣为与下级的佣金比例差值。

当A（金） B（金） C（银） D时，D消费后，C可拿10%的佣金，B拿（20%-10%）的佣金，A不拿；

当A（钻石） B（金） C（银） D（金） E时，E消费后，D可拿20%的佣金，B、C不拿，A拿（30%-10%）的佣金。

4、代理分红系统，的确能改善微商团队的一个新模式，能让代理拿到分红，也就增加了活跃性，增大产品销路。

With the iteration of one version, China's insurance industry is experiencing the transformation and advancement from traditional to Internet with the arrival of the mobile Internet era. In the era of Internet insurance 3.0, the insurance business of easy insurance has been developing continuously from emerging, to the black horse of the industry, to the launch of innovative products such as young insurance, to the launch of easy insurance and strict selection. Recently, the world's first insurance super brand day was held by the United insurance companies.

The new brand of "easy insurance and strict selection" focuses on the advanced requirements of users for the quality and price of Internet insurance. With the concept of "strict selection" of scientific insurance, through in-depth cooperation with insurance companies such as Zhonghui mutual, it focuses on one or two selected insurance products belonging to each brand.