

微分销系统开发，微分销系统报价

产品名称	微分销系统开发，微分销系统报价
公司名称	广州市金诺互联网科技有限公司
价格	20000.00/1
规格参数	数据库:mysql 服务器:linux
公司地址	广东省广州市天河区
联系电话	132****4389

产品详情

分销系统开发找【张生189-2893-0144微电】，分销系统模式开发，分销系统模式系统开发，分销系统软件系统开发，分销系统奖金app开发，分销系统商城开发，分销系统app开发，分销系统系统现成源码，分销系统模式开发

1.用户等级设计

通过什么维度划分等级？

销售能力

拉新能力

满足任意一点，带来足够的价值即可

通过什么标准保级？——直接或间接带给平台的持续的价值，持续是关键！

2.主导用户行为设计

用户自己直接产生交易

用户分享/拉新行为

用户分享/拉新产生交易

3.分销体系演变

分销的理想演变形式是由一个用户向下发展更多有效用户，因此分销对于一个体系的核心行为，一个是

持续多级拉新，一个是直接或间接产生交易。

另一个演变形式是每个用户都努力向上一等级发展，争取更高的利益。

以上两点导致：体系设计方应在奖励模式和运营策略上，对分销商和平台的利益进行平衡，以达到销售+有效用户持续增长的目的。

4. 分销的奖励机制设计

不同阶段，为了实现不同的目标，奖励的多少、类型，起到了决定作用，决定了用户行为。

奖励机制应能够满足不同层级，不同能力模型的用户，有些用户倾向自购，有些用户有分销渠道，有些用户带有多重属性，本质上奖励机制反向影响着用户在体系内的行为，因为在有利可图的情况下，分销者会对体系政策进行剖析和灵活运用，会想尽一切办法获得利益。

从下到上，劳者多得

5. 分销的晋升机制

头部等级，应作为一个利益点，引导每个层级的用户在体系中成长，以实现更高的满足，一方面是利益满足，一方面是情感满足。也因此应设定一个供新地渠道去攀升的空间，即便是新加入的有很强资源的渠道，也不能直接将它指定到某个高的等级，一定要用户千方百计付出沉没成本，以提高他的期待与动力。

晋升机制应有多个通道：产生交易、带新人；所有直接或间接能产生销售的行为，都应该作为晋升通道。

三、分销体系设计实例

1. 等级与等级权益

层级：

法律规定分销不能超过三级，因此体系设计最多三级，在初期情况下可以设为两级，随着用户量的增加，激励政策的调整，可增加到三级，在系统设计时应灵活设计。

入驻门槛：

最初好物满仓的注册主要是提供老用户的邀请码即可注册，没有其他入驻门槛，有利有弊。

好处就是有邀请码有渠道的用户，可以通过各种途径广泛招手下级，新用户有广泛的来源；弊端就是，没有其他门槛，导致有效用户难以在最初就行筛别。

以云集为例，最初的政策是注册交300左右的费用，后期因传销问题，改为了300元购买入门产品，成为店主的策略。

最初支付成本，会让新用户有动力将付出的钱赚回，也能在一定程度上肯定店主的卖货动力。

等级权益：

权益需结合业务范围进行考虑，给每个等级对应的激励点。

在好物满仓最初的分享体系设计中，货源本身就是激励点，注册者有卖货权利，但入门用户也应该付出一定的成本。这里不再强调货源的重要性，这是此业务通畅成立的基石。

当货源紧俏时，高等级的用户自然可以有优先购货权；或在限购时有优先跳过限购的权利等。

B端批采而言，邮费减免也是一种优惠政策。但最终要的，越高等级的用户，可以拿到毛利以外的返点，这是传统分销渠道常见的激励政策。

升级：

升级的用户越多，代表用户越活跃，也就意味着用户的拉新能力或卖货能力一直在为体系发挥价值。卖货升级就是用户大批量的进货，到达平台要求的临界值，则自动升级；拉新升级则是拉新的用户间接产生的交易到达了临界值，也可自动升级。