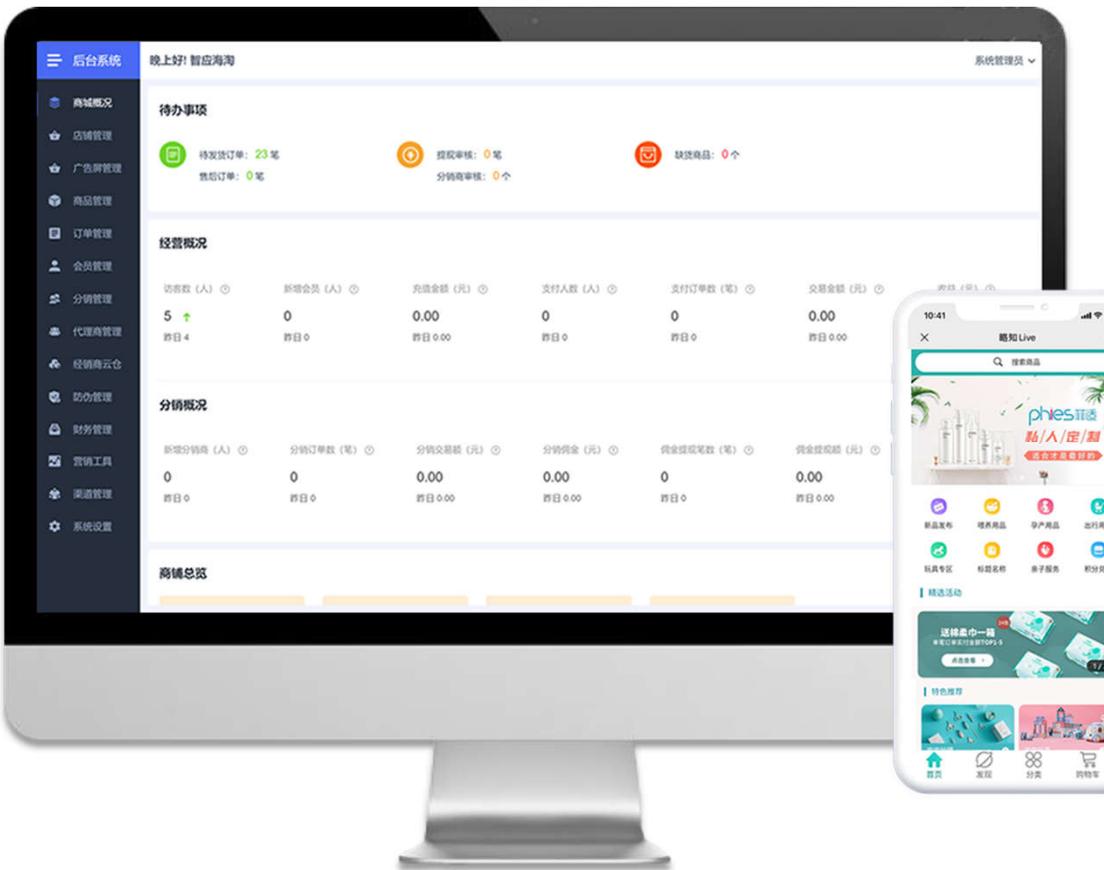




私域电商

品牌介绍

广州微梦信息科技有限公司

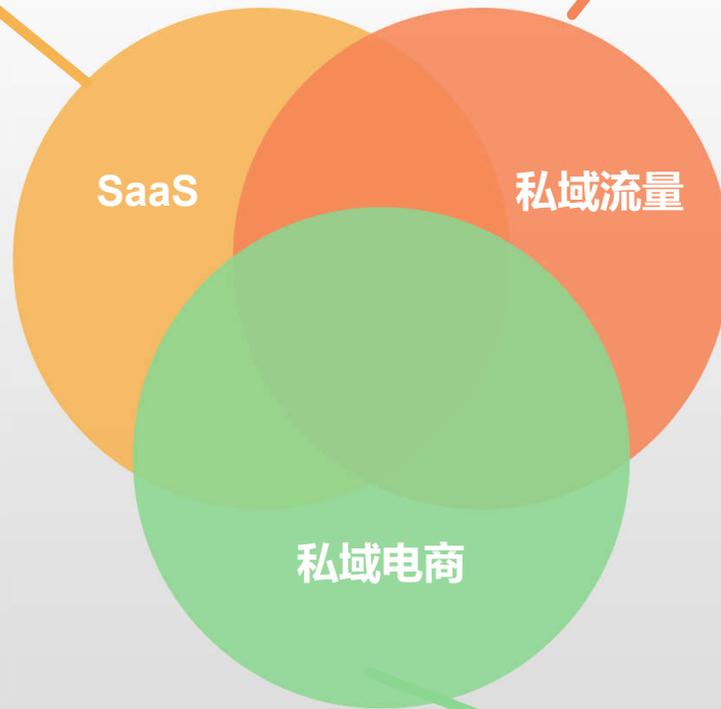


# 目录

- 01 市场分析
- 02 产品简介
- 03 解决方案
- 04 客户案例
- 05 我们的团队

## 01 市场分析

中国SaaS行业起步较晚，软件SaaS化是大势所趋，潜在市场空间巨大，2018年市场规模为243.5亿元，同比增长47.9%，未来将保持高增长率，预计2021年市场规模达到654.2亿元。



传统电商人到中年，红利将尽，获客成本攀升。移动社交蓬勃发展，流量价值凸显，社交电商电商行业站上风口，行业规模快速增长。2018年中国社交电商行业规模达6268.5亿元，同比增长255.8%。

《2018中国社交电商消费升级白皮书》显示，预估到2020年，我国社交私域电商商户规模将达2400万户，市场规模将突破万亿元。

经典案例：云集、蒙牛、哇哈哈、小黑裙、环球捕手、云品仓、未来集市

## 02 产品简介

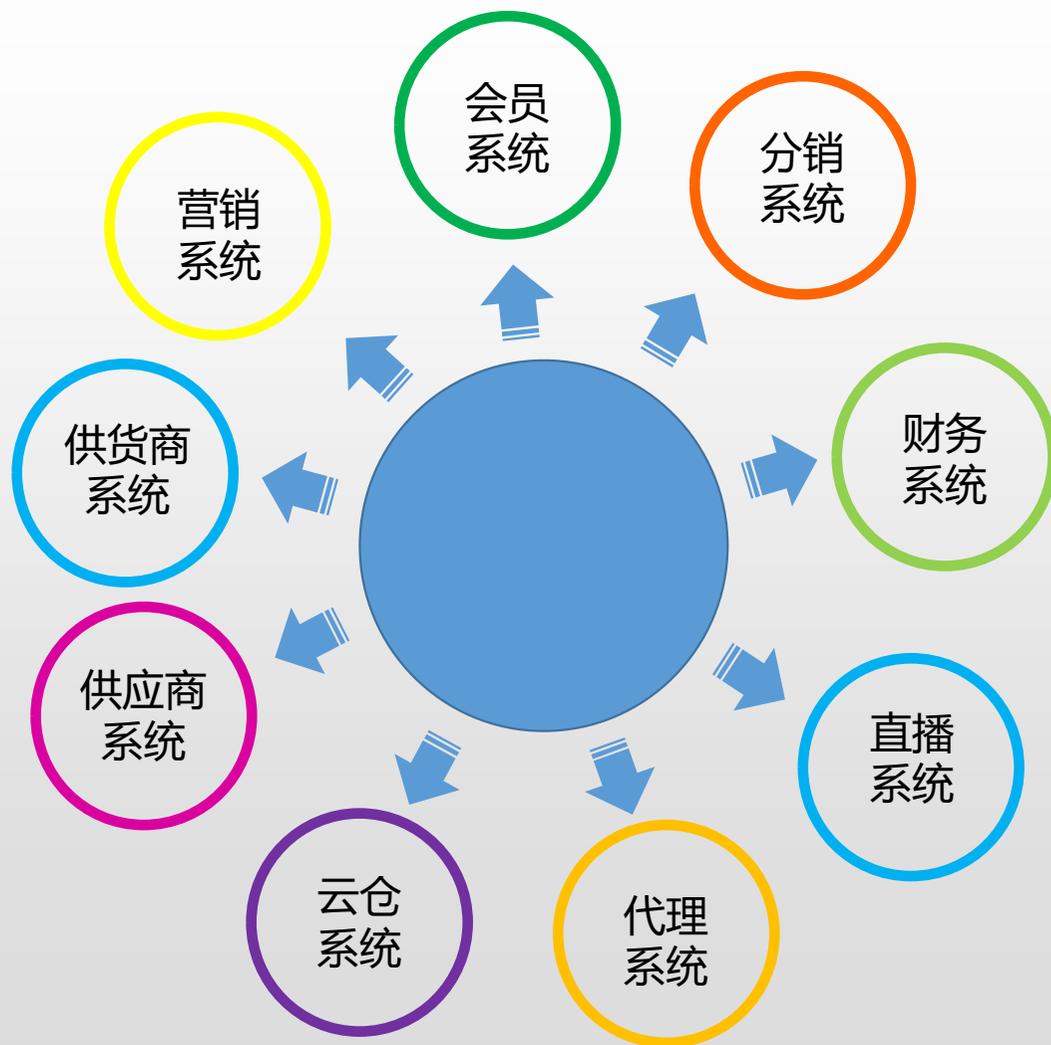
广州微梦信息科技有限公司成立于2013年，专注于为企业更好的解决**卖货**问题。旨在帮助每一家重视产品和品牌渠道经营的企业实现经销商管理裂变，效能提升，让业绩倍增！

以SaaS云平台为主要服务模式的运营理念，专注于品牌企业电商的研发与创新。目前旗下拥有：社群微分销、直播分销、3+3渠道分销、新微商云仓、供应商等产品。

智应 私域电商服务商  
每年只服务一万家企业



九大系统





1

腾讯云服务器集群，抗压能力强大，能处理高并发 风险，抗住千万级增粉流量

2

数据库备份频率达到秒级，能在数据库故障时，将 数据丢失降低至秒级

3

抵御网络攻击，防御切换达到5分钟 快速切换

4

一对一售后服务群，专属客服一对一解答和处理问 题

# 社群分销商城

万人分销实现裂变传播，多模型会员加入，员工SCRM

背景

奖励规则

应用举例

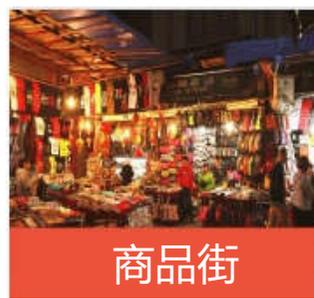
答疑

优势

## 03 解决方案

### 背景-以前

以前我们  
这样购物



生活真不易

带孩子，没时间逛街买衣服，女神终变欧巴桑.....  
100斤米，50斤油，男人们很受伤.....  
装修买地板，为了比价跑断腿.....  
商场店庆，蜂拥去血拼，为了找个停车位花上1小时....

- 无法让用户有效传播，无法形成用户转介绍裂变
- 客户关系无法链接
- 渠道受限
- 好的产品无法快速有效传播容易库存积压
- 促销信息无法及时触达用户，无法做复购引导

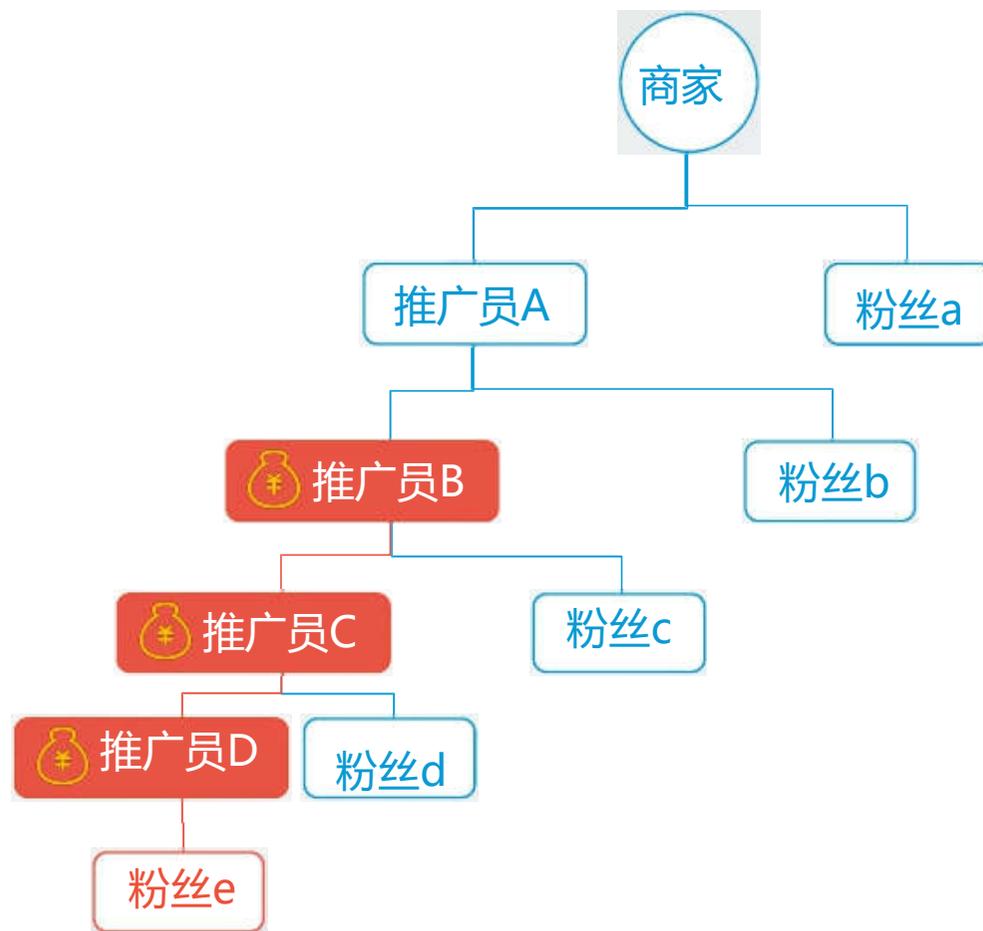
## 03 解决方案

### 奖励规则

#### 一、三级原则

若粉丝购买产品，则由他直线往上（最多）  
三个层级的推广员可获得推广佣金

如图：若粉丝e购买，那么只有推广员D、C、  
B这三级可获得佣金奖励。

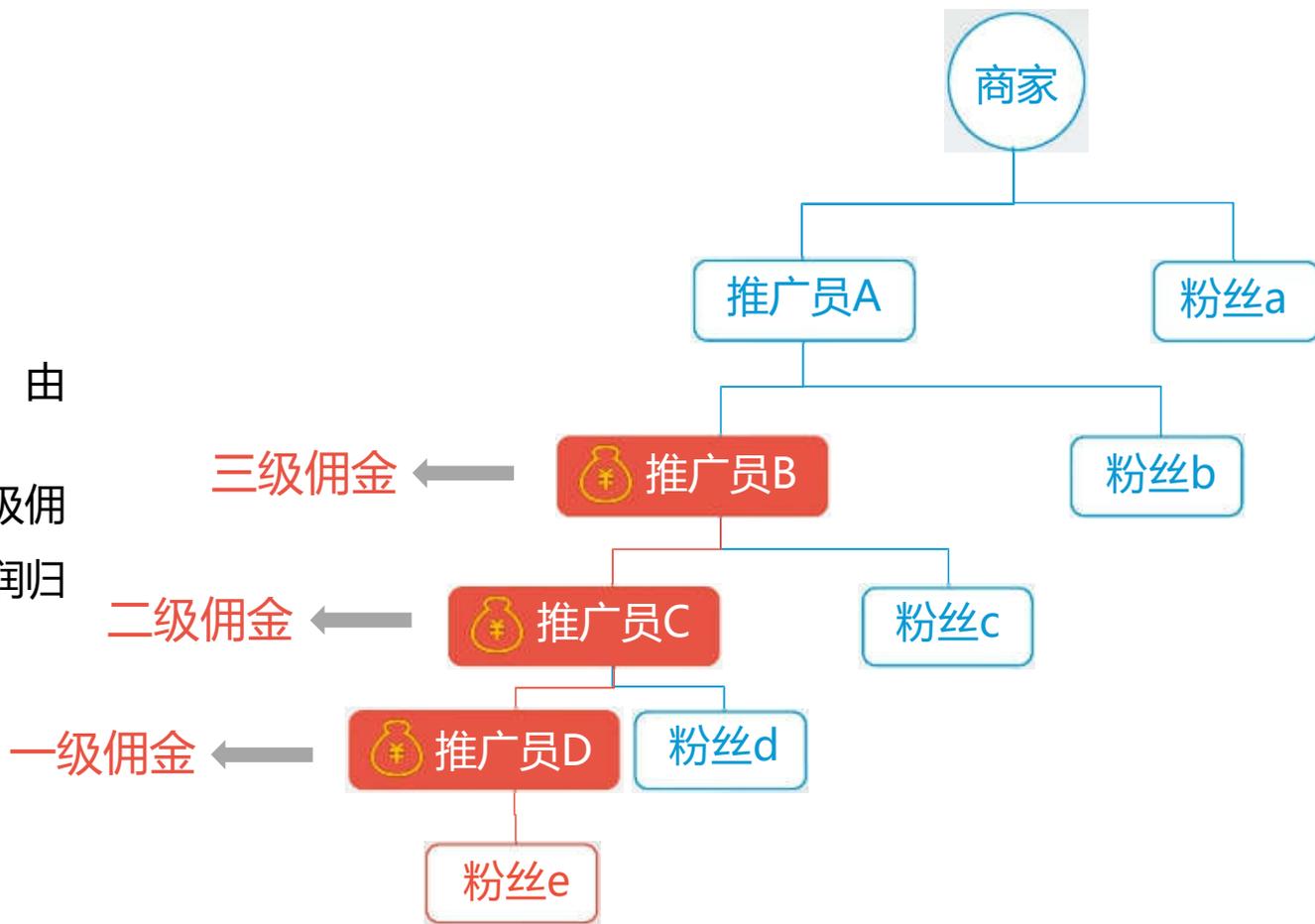


## 03 解决方案

### 奖励规则

#### 二、就近原则

若粉丝购买产品，他的上级推广员，由近及远，分别获得一级佣金、二级佣金、三级佣金。若未分满三级，则没分出去的利润归回商家所有。



## 03 解决方案

### 应用举例

如果：粉丝e购买了这件150元的产品 成本50元 利润：100元

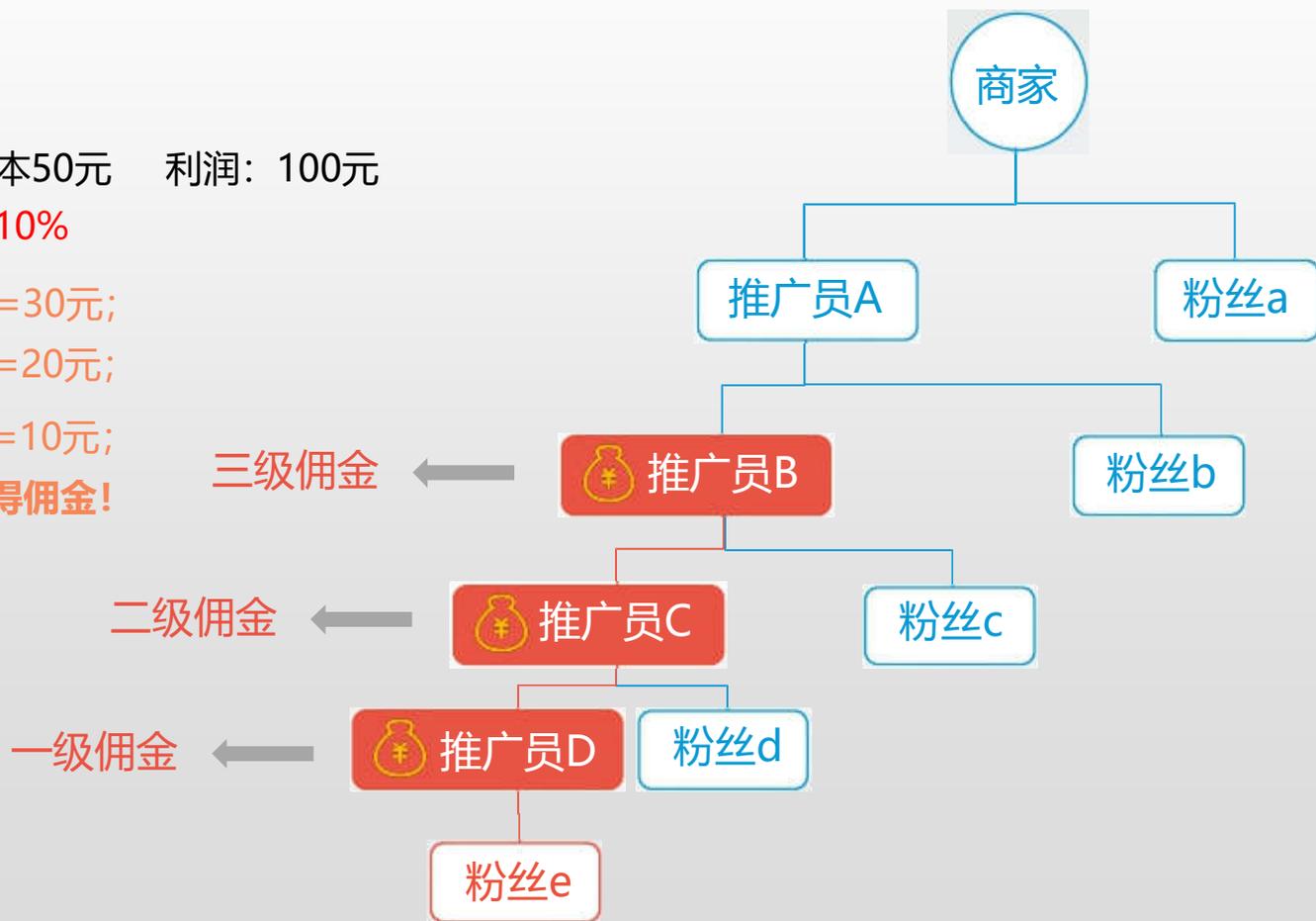
一级：30% 二级：20% 三级：10%

那么：推广员D获得一级佣： $100*30%=30$ 元；

推广员C获得二级佣金： $100*20%=20$ 元；

推广员B获得三级佣金： $100*10%=10$ 元；

推广员A已超过三级范围，故**不获得佣金**！



## 03 解决方案

### 分销等级

#### 普通三级分销等级划分

等级 / 比例	一级	二级	三级
普通推广员	30%	20%	10%

现在我们常用的“3级分销”是以推广员的推广序自动形成的 (A 推荐 B、B 推荐 C, C 推荐 D), 粉丝购买产品后, 推广员获得相应的佣金奖励, 如一级佣金、二级佣金、三级佣金。

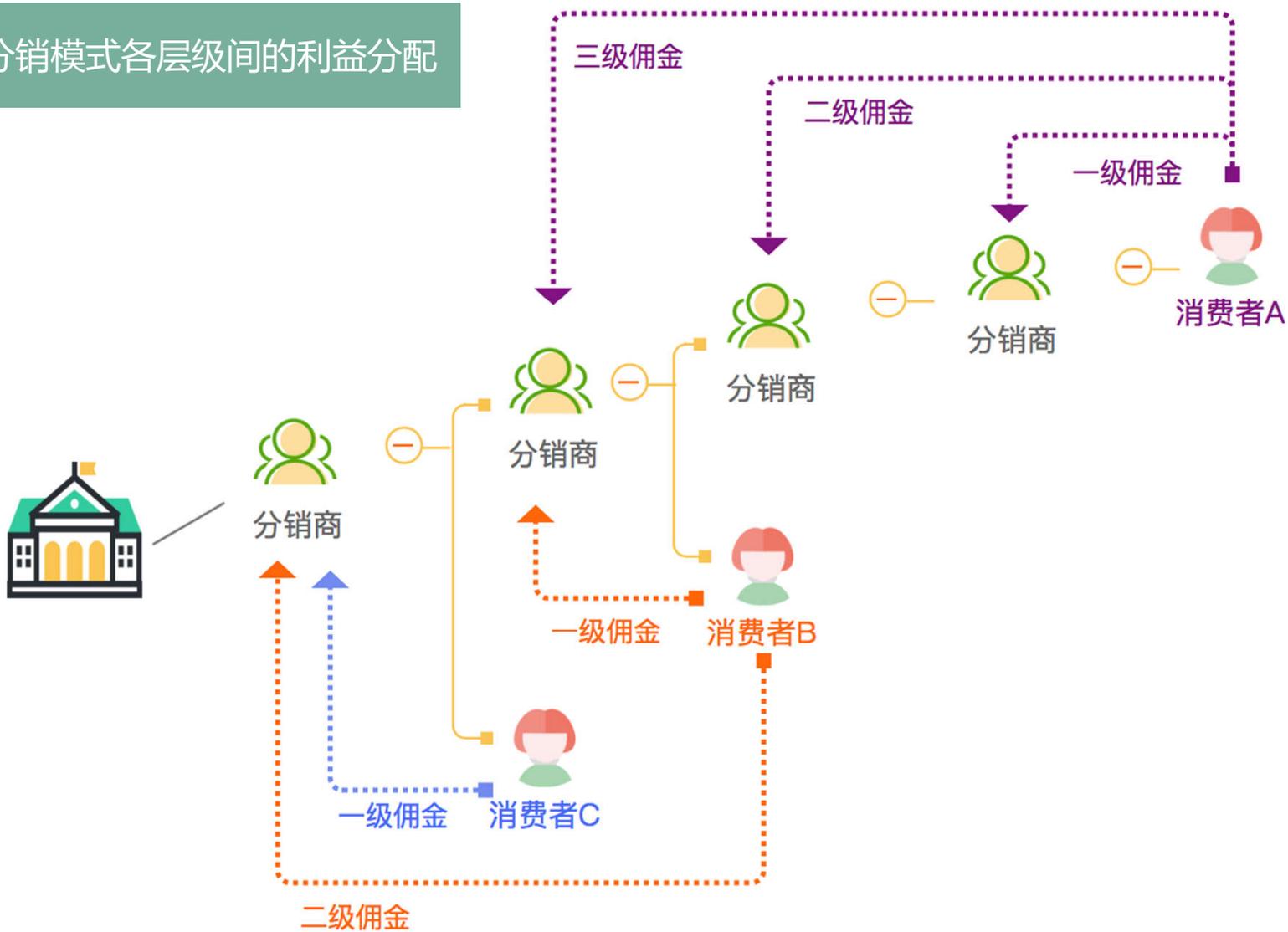
**当推广团队小的时候**, 平台运营者采用这种简单、直接的奖励方式可以达到快速推广的目的, 但这种奖励方式在后期的发展中, 尤其是当佣金找交大的时候, 难以充分利用好佣金资源, 起到的激励作用也相应减小。

#### 高级奖励模式等级划分

等级/比例	一级	二级	三级
铜牌	20%	10%	5%
银牌	30%	20%	10%
金牌	50%	30%	20%

**当推广团队规模比较大, 或者平台的运营模式比较特殊的时候**, 平台运营者在原来“3级分销”的基础上, 再把每一级的推广员再分成3个角色。这样, 在“推广员”质序自动形成的基础上, 每一级别的推广员, 可以通过努力达到“平级上升”——如“一级铜牌推广员级银牌推广员”和“一级金牌推广员”从而逐渐获得更高的佣金; 而平台运营者不仅借此充分利用好了佣金资源, 还激励和优化了推广队伍, 一举三得!

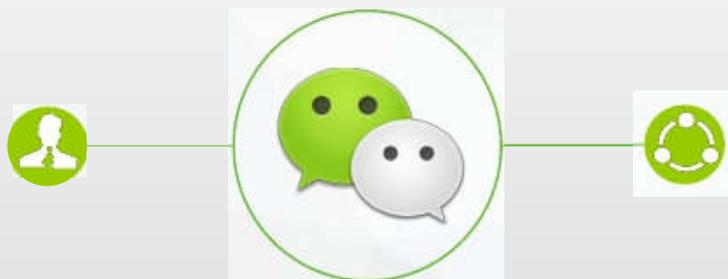
# 三级分销模式各层级间的利益分配



## 03 解决方案

### 答疑

# 为什么会员分销会这么火？



移动互联网时代，社交电商成基本模型！

微信提供了**链接客户**，**打破传统渠道**的可能！

## 03 解决方案

### 答疑



微信（推广）**分销**让商业门槛变低  
能够让普通人**轻易**不自觉的**加入**到  
**推广**链条中的一环中！



消费者可以通过**分销**成为**受益者**，  
从而**推动**分销裂变！

## 03 解决方案

### 好体验高转化首页



与微信公众号无缝衔接，不用技术开发和软件安装

### 多形式在线传播



多方式传播：转发链接、分销海报、产品二维码、邀请码

### 更清楚分销数据



团队、佣金、变化动态提醒，方便随时查看下级的数据

### 人人都有小门面



分销商可以申请开小店，让每个推广者都变成店主，选择对应产品装修开店

### 个性化小店



每个分销小店支持自主选货，装修Banner, 宣传视频和小店二维码

## 03 解决方案

### 优势

分销商设置 / 申请设置 商城端 员工

基础设置

申请设置

是否开启申请加盟设置  开

审核方式:  自动审核  手动审核

\* 审核成为分销商后, 升级到默认等级: 初级

资格条件:  无条件  提交资料  交易笔数  交易金额  购买任意指定商品  直推会员数量

**多条件模式可灵活切换, 很多同行需要定制的服务, 我们标准化。**

# 直播分销商城

社交分销裂变，直播互动，企业内部/外部分销，  
SCRM管控，品牌提升

## 03 解决方案

# 智应直播互动

### ✓ 无缝打通分销商城体系

一键打通商城后台，边播边卖无需额外跳转，轻松完成商城直播升级，加快购买决策

### ✓ 宝贝推荐边看边买

现场互动，全方位展示产品，边直播边种草，实力带货

### ✓ 分享直播间也能锁粉

一键分享直播间到微信，遵循微商城分销体系，强力锁粉

### ✓ 在线营销，推进品牌曝光

优惠券、拼团、分销、积分营销玩法，顾客一键转发、裂变百万流量

### ✓ 多直播平台推流、无需额外直播流费用

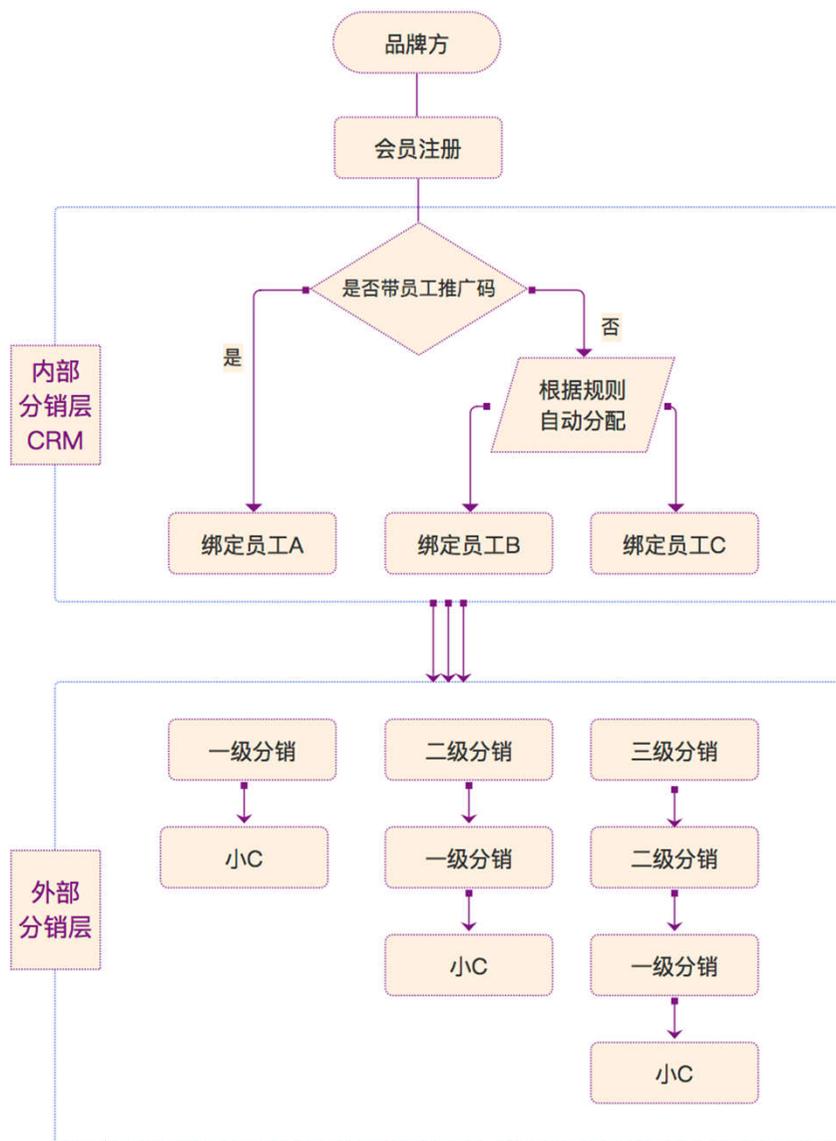
打通抖音、快手、NOW直播、YY、一直播、MP4流，一键方便获取直播流，提高品牌直播效率，降低成本。



## 03 解决方案

### 全员分销解决方案

快速帮助品牌方部署内部分销和外部分销模型让企业全员营销起来，让品牌快速传播裂变，让员工更加有激情和动力。



## 03 解决方案

# 智应销售助手-销售SCRM



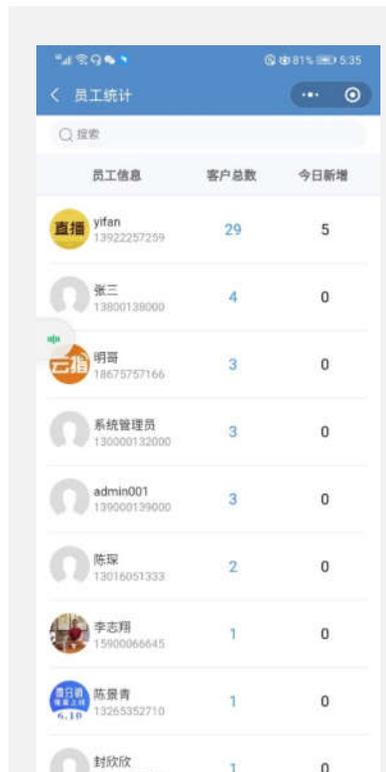
SCRM数据界面



员工发展下级码  
获取用户手机号码



手动添加用户  
用户打标签



BOSS员工管理  
员工工作量管理



用户备注记录随时更  
新用户记录

# 3+3渠道分销版

扩大推广团队，实现销售裂变！

简介

等级制度

分配方式

分配原则

销售奖

推荐奖

业绩奖

应用举例

## 03 解决方案

### 简介



## 03 解决方案

### 等级灵活升级制度

#### 2.一级代理/二级代理/三级代理/ 升级条件:

- 直推/间推X人，且是X以上的身份；
- 满足以上条件且对应订单满X额度后自购/直推/间推满X销售额；
- 团队内总销售额；
- 满足以上条件且累计充值满X元
- 一次性充值满X元；
- 满足以上条件且购买指定产品满X件
- 自购指定产品X件；
- .....等等系统支撑足够多的条件组合模型



## 03 解决方案

# 代理分佣模式

### 一、固定分红 模式

若推广员的团队粉丝购买商品，若该推广员的代理等级为一级代理，则可获取固定的一级分红，若为二级代理，则获取固定的二级分红，若为三级代理，则获取固定的三级分红，

例如：粉丝D购买商品，A获取一级分红10%；B获取二级分红7%，C获取三级分红5%



分红模式： 固定分红  逐级分红

分红比例：一级代理  %

二级代理  %

三级代理  %

## 03 解决方案

### 代理分佣模式

#### 二、逐级分红 模式

若推广员的团队粉丝购买商品，若该推广员的代理等级为一级代理，则可获取（一级-二级）分红；若为二级代理，则获取（二级-三级）分红；若为三级代理，则获取三级分红

例如：粉丝D购买商品，A获取 $10\% - 7\% = 3\%$ 分红；B获取 $7\% - 5\% = 2\%$ 分红，C获取5%分红



分红模式： 固定分红  逐级分红

分红比例：一级代理  %

二级代理  %

三级代理  %

## 03 解决方案

### 分配基准

#### 一、按照商品利润计算

公式= (商品实际售价-成本价) \*分红比例

例如：粉丝D购买商品，实付价为1000元，成本价为700元；

A获取分红：(1000-700) \*10%=30元；

B获取分红：(1000-700) \*7%=21元；

C获取分红：(1000-700) \*5%=15元；



分红模式： 固定分红  逐级分红

分红比例：一级代理  %

二级代理  %

三级代理  %

分红基准： 按商品利润计算  按商品实付销售价计算

## 03 解决方案

### 分配基准

#### 二、按照商品实付销售计算

公式=商品实际售价\*分红比例

例如：粉丝D购买商品，实付价为1000元，成本价为700元；

A获取分红： $1000*(10\%-7\%)=30$ 元；

B获取分红： $1000*(7\%-5\%)=20$ 元；

C获取分红： $1000*5\%=50$ 元；



分红模式： 固定分红     逐级分红

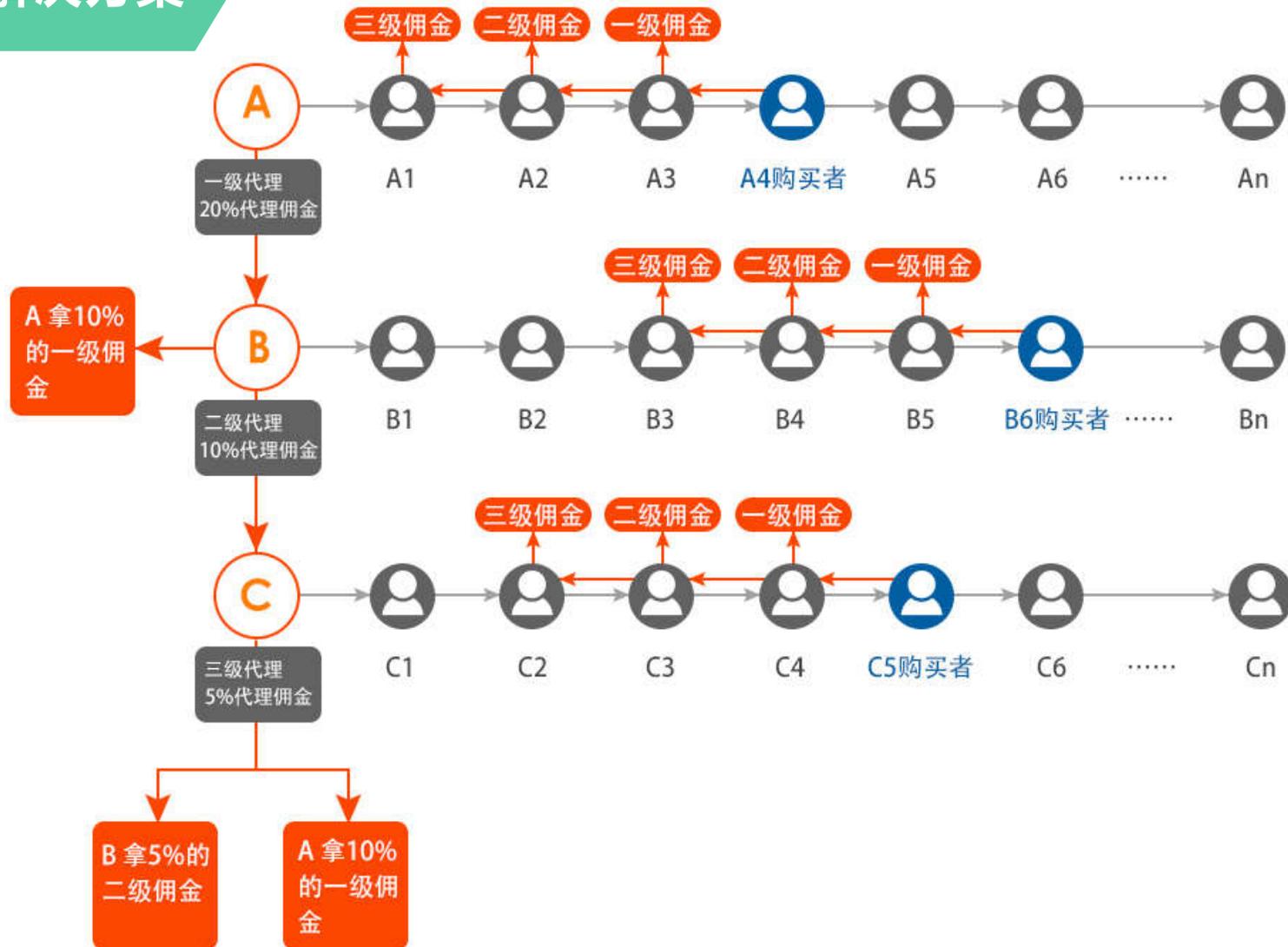
分红比例：一级代理  %

二级代理  %

三级代理  %

分红基准： 按商品利润计算     按商品实付销售价计算

### 03 解决方案



## 03 解决方案

### 团队销售奖

A→B，代理A的**直接**下级B升级后，A可能获取不到这条线的代理分红了，当代理B的团队成员下单时，给代理A发放一笔销售奖金作为弥补

#### 一、平级销售奖

当A代理等级=B代理等级，A获取平级奖

若 A=B=一级代理，则A获取一级平级奖

A=B=二级代理，则A获取二级平级奖

A=B=三级代理，则A获取三级平级奖



## 03 解决方案

### 团队销售奖

A→B，代理A的**直接**下级B升级后，A可能获取不到这条线的代理分红了，当代理B的团队成员下单时，给代理A发放一笔销售奖金作为弥补

#### 二、越级销售奖

当B代理等级>A代理等级，A获取越级奖



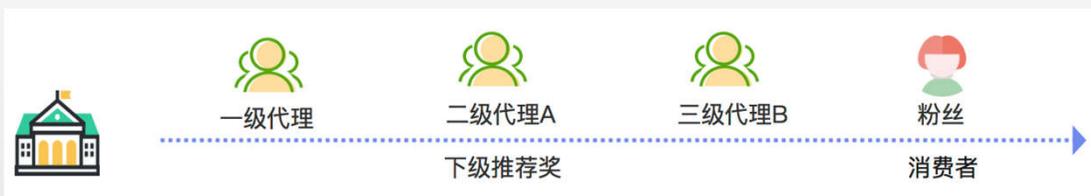
## 03 解决方案

### 团队推荐奖

A→B，代理A的**直接**下级B升级后，A可能获取不到这条线的代理分红了，给代理A发放一笔一次性的推荐奖奖金作为弥补

#### 一、下级推荐奖

当A代理等级>B代理等级，A获取下级推荐奖  
(此情况A还是可以获取代理分红)



#### 二、平级推荐奖

当A代理等级=B代理等级，A获取平级推荐奖  
(此情况A不可以获取代理分红)



#### 三、越级推荐奖

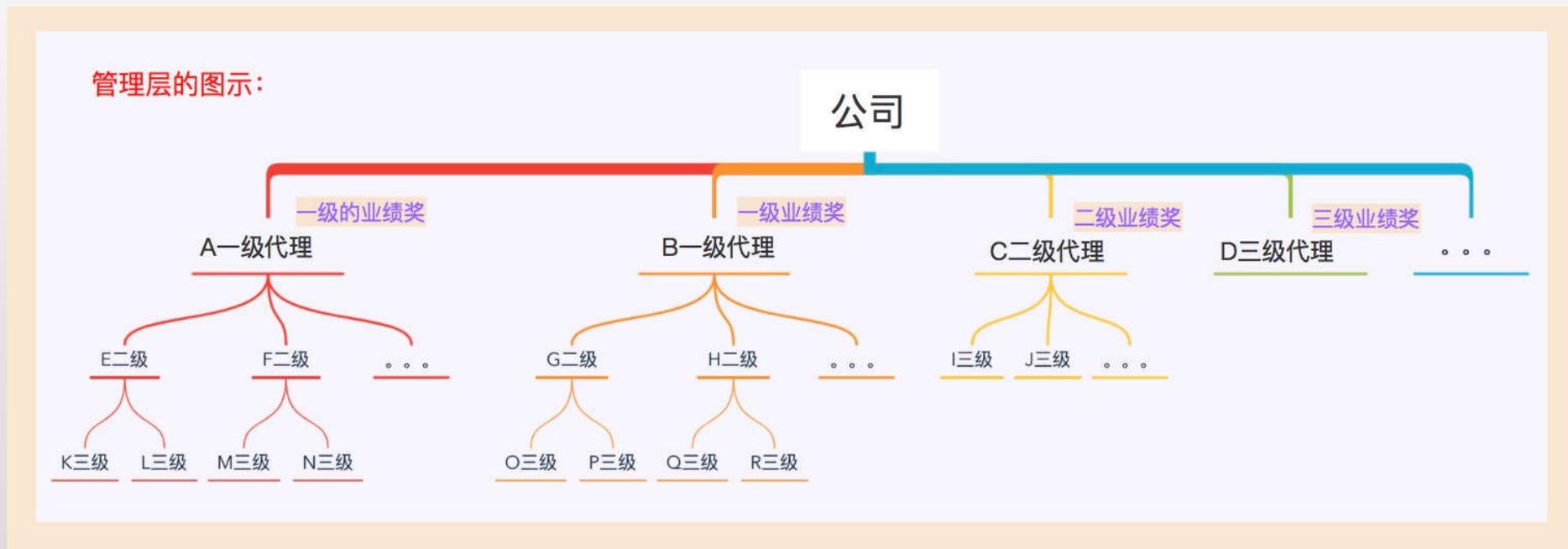
当A代理等级<B代理等级，A获取下级推荐奖  
(此情况A不可以获取代理分红)



## 03 解决方案

### 团队业绩奖

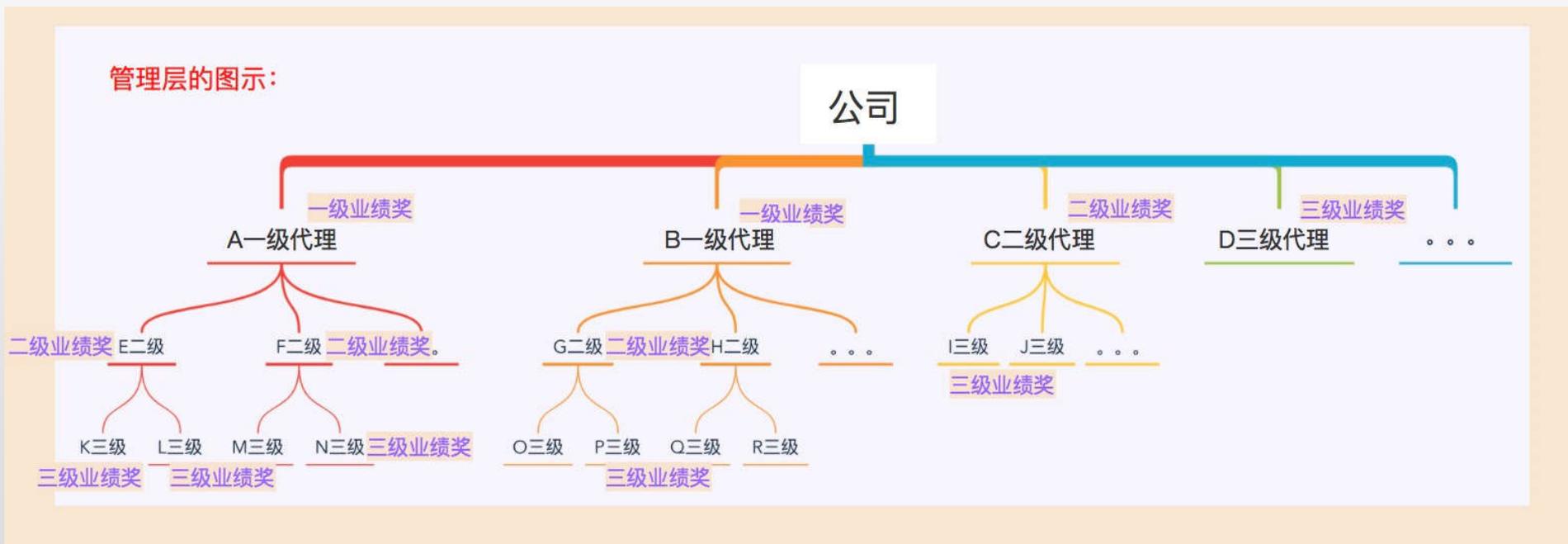
设置：选择了只发放给最高等级的代理



## 03 解决方案

### 团队业绩奖

设置：选择发给所有代理商



## 03 解决方案

### 应用举例



微商平台的运营离不开微商讲师，微商讲师有团队资源，平台可以**直接**设置讲师为最高级代理，达成合作关系。

对于某些看中平台前景的“草根投资人”，可向平台投一定的资金，直接获得对应级的代理权限。



# 新微商版

拓渠道、管渠道、渠道裂变、线上云仓

背景

核心模块

结算模式

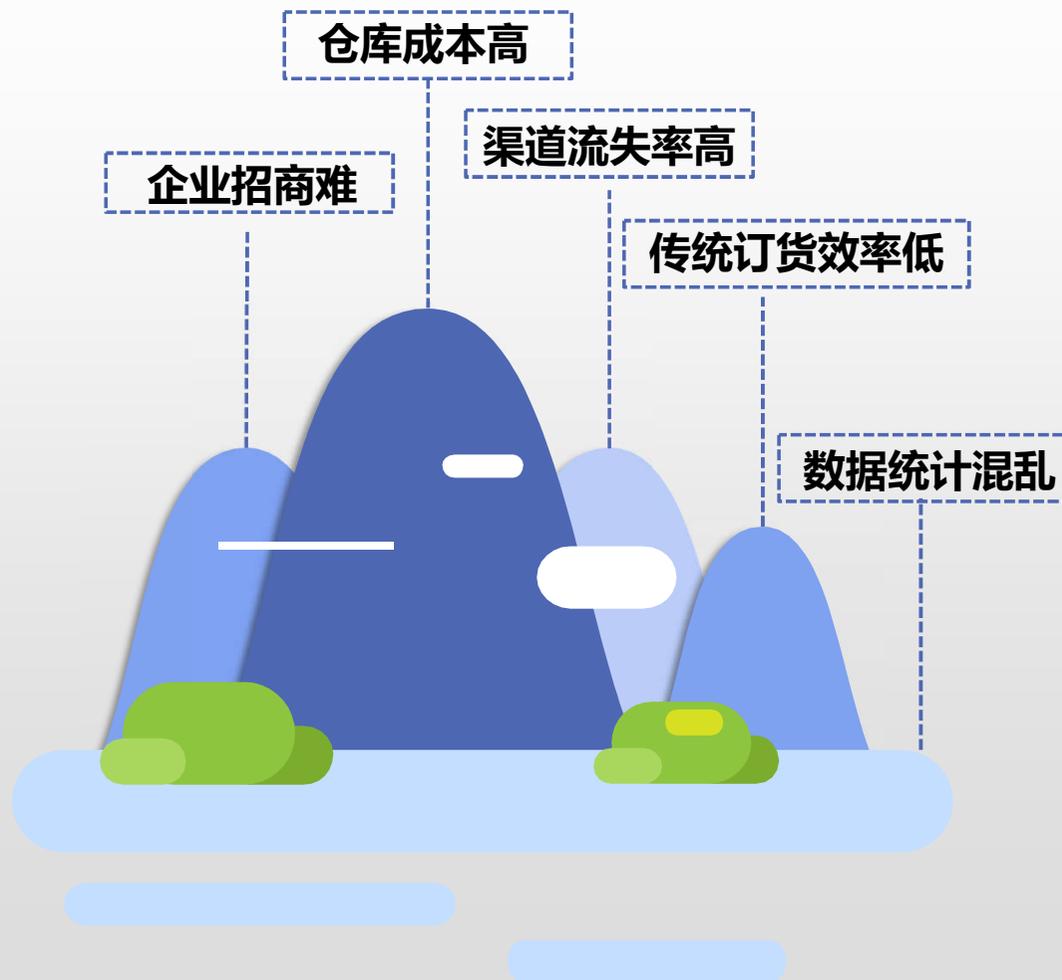
典型案例

## 03 解决方案

### 背景

# 现品牌商代理模型痛点

好的工具事半功倍，好的模式决定了项目可行性



## 03 解决方案

### 核心模块



#### 经销商云仓系统

0库存、0物流,线上自由扭转  
厂家一件代发.



#### 授权管理系统

代理关系混乱,层级不清关系不明,  
代理监管难,授权发放难.



#### 防伪管理系统

全方位为品牌商背书,增加产品的  
信赖度,提升品牌形象.



#### 代理证书系统

代理商与粉丝、与消费者信任度的问题!  
帮助代理商背书.



#### 商品管理系统

多规格产品,单品定价,销售权限控制



#### 订单管理系统

公司给代理发货,代理之间发货慢,  
订单流程转乱,发货物流信息无法  
查询,打印繁琐,产品清单不明白

## 03 解决方案

### 核心模块



#### 会员管理系统

会员及代理基本信息管理，手动灵活调整和修改相关信息。



#### 财务管理系统

让管钱变得方便，清晰明了



#### 营销工具系统

积分营销，积分转赠，余额转赠，优惠券营销，充值送款模式



#### 业务前端系统

同时支持公众号和H5，APP（开发中），更加安全稳定



#### 素材管理系统

小程序素材管理系统，公司统一营销素材库



#### 奖励返利系统

奖励政策返利复杂，代理间的返利同级困难，计算和发放更困难，统计难，纯靠人工，成本太高

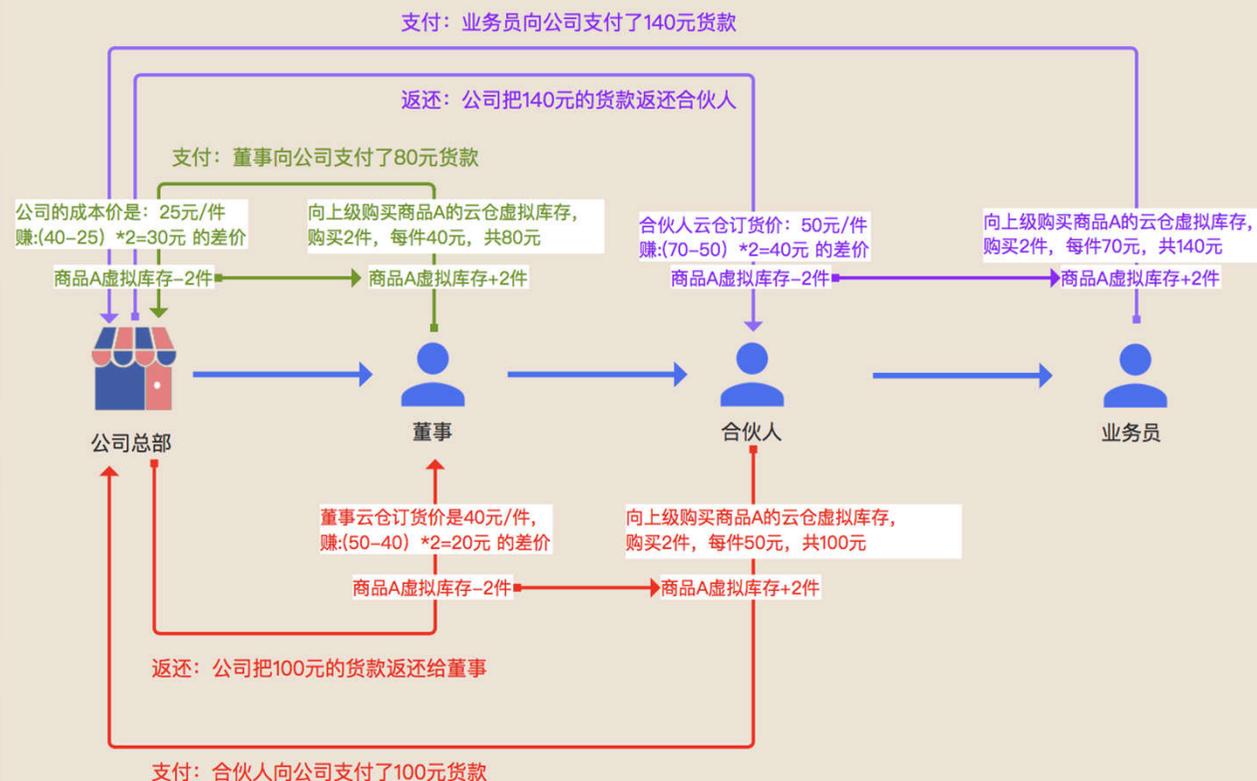
## 03 解决方案

### 结算模式

选择货款打给平台 >>

公司返款流程： 级别： 董事 > 合伙人 > 业务员

级别订货价：  
公司成本价： 25元/件  
董事订货价： 40元/件  
合伙人订货价： 50元/件  
业务员订货价： 70元/件



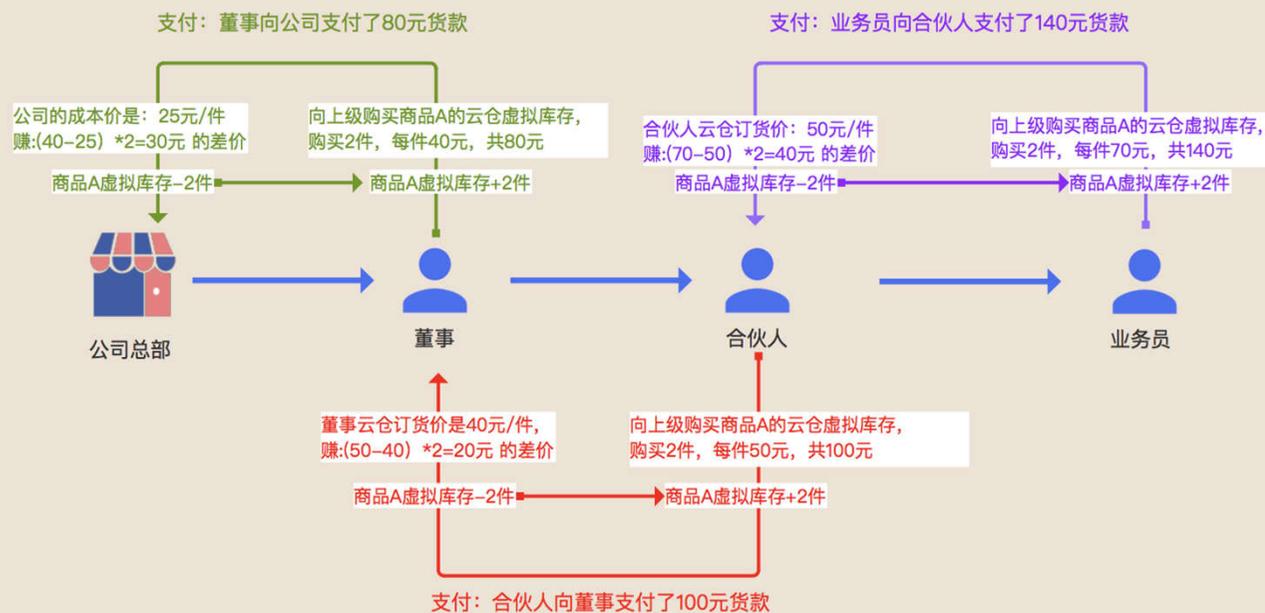
## 03 解决方案

### 结算模式

选择货款打给上级 >>

直付给上级流程： 级别：董事 > 合伙人 > 业务员

级别订货价：  
公司成本价：25元/件  
董事订货价：40元/件  
合伙人订货价：50元/件  
业务员订货价：70元/件



# 供应商版

---

适用于平台运营模式，招募供应商，向平台供货，平台方负责营销卖货。

## 03 解决方案

# 供货商自行管理产品

后台系统 商品列表 / 商品详情 商城端 智应

商品管理  
商品列表  
新增商品  
订单管理  
财务管理  
系统管理

商品列表 / 商品详情

基本信息 商品SKU 图文详情 高级设置

\* 商品类型: **实物商品** (物流发货) 虚拟商品 (无需物流) 商品保存后无法修改商品类型, 请谨慎操作!

\* 商品名称: 好东西一箩筐 6/50

商品状态:  上架  下架

\* 商品分类: 家居生活

\* 商品图片:  +

商品视频: 请输入商品视频的完整地址 仅支持.mp4(AVC(H264))格式的视频源地址

视频封面: +

## 03 解决方案

# 供应商后台设置

后台系统

系统设置

- 商品管理
- 订单管理
- 财务管理
- 系统管理
- 供应商设置

供应平台

提现设置

供应商资料

\*供应平台名称:  0/20

售后退货地址

\*收货地址:

退货说明:

## 03 解决方案

# 在线提现管理

后台系统 货款管理 商城

可提现货款: ¥ 0.00    提现中货款: ¥ 0.00    已提现货款: ¥ 0.00    [提现](#)

🔍 提现单号    申请提现时间: 选择开始日期  - 选择结束日期     [查询](#)    [导出](#)

[全部](#)   [提现中](#)   [提现成功](#)   [提现失败](#)

<input type="checkbox"/>	提现单号/提现时间	提现金额	到账金额	手续费	提现至
暂无数据					

# 安全支付

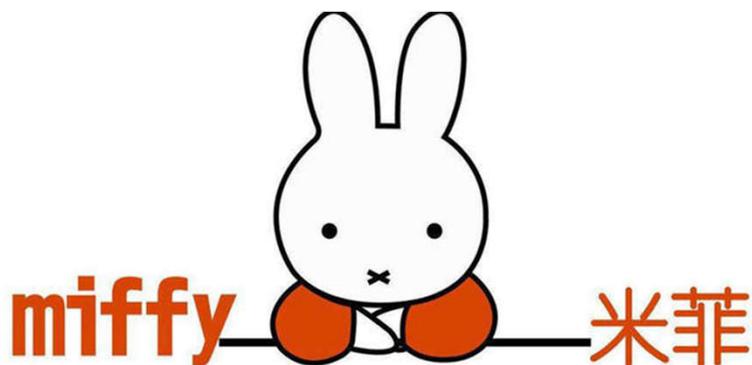
- (1) 默认支持微信支付、支付宝支付、通联支付、线下支付
- (2) 与第三方支付平台(通联支付)达成战略合作，权威机构，保障支付安全；订单 自动分账，减轻总部审核压力，纳税更加规范化。
- (3) 基于订单的账户体系，平台不碰资金，各缴各税，从源头上解决税务问题。

## 03 解决方案

# 安全支付逻辑



## 04 客户案例



### 新微商云仓模式典型案例分析

- 自定义代理规则
- 自定义分销规则
- 自定义级别规则
- 私域裂变
- 全自动升级
- 企业微信接入
- 云仓管理
- 即时提现

目前稳定运行一年多，  
累积参与人员已超过  
300万，月销售流水  
过千万以上。



注：只能招募同级或低级别代理。招募比自己高级代理  
可以选择自己升级，如果自己不上级可将客户推荐给自己上家

## 04 客户案例

### 典型案例



### 新微商云仓模式典型案例分析

### 纳芙夫人内衣新零售模式：

广东佛山的内衣品牌企业，全国800多家门店，疫情期间带着湖北经销商（欢乐一家人 年营业额2个亿）线上直播卖货，品牌方处理所有后端（发货、售后、品牌直播）问题，率领30多个省总代转型线上。

模式：在社群直播领域尝试了好几年，也运用很多系统但效果不理想。现终于遇到我们并使用我们的系统带领代理商成功转型线上。

## 04 客户案例

### 典型案例



### 3+3代理模式典型案例分析

## 贵州赖氏酒业：

采用3+3的代理模型，把传统代理商转向线上，利用社交和裂方式实现代理商数量的快速增长和品牌快速延申至4到5线城市。上线两个月流水达到2000多万。

## 04 客户案例

### 典型案例

AMOLYI 艾摩依

——我形我塑万众瞩目艾摩依——

### 新微商版案例分析

### 艾摩衣内衣新零售：

多年电商企业，转型新零售模式，利用工具更好的帮助企业商业模式落地，转型后1年半全国发展700多家核心进销商，销售额过千万。

问题：进销商管理混乱、销售和库存无法集中管理、经销商销售动力不强；

效果：整体线上“微商化”模式运作 + 团队动销激励机制 + 数据实时呈现 + 快速进销商裂变；系统化帮助公司提升效率、降低成本、拓展市场。

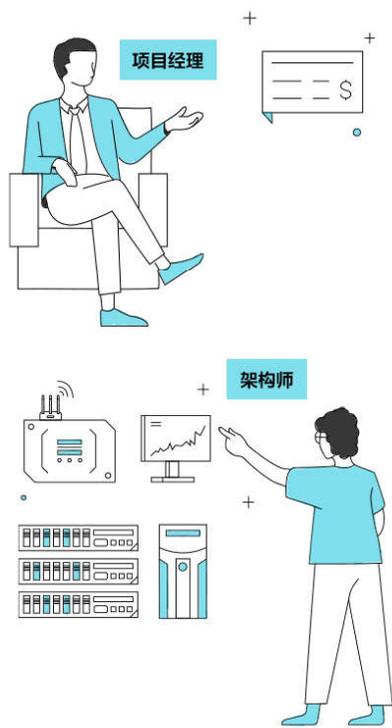
模式：商城+经销商管理+CRM+ 防伪 + 直播

# 05 团队构成

## 团队组织结构

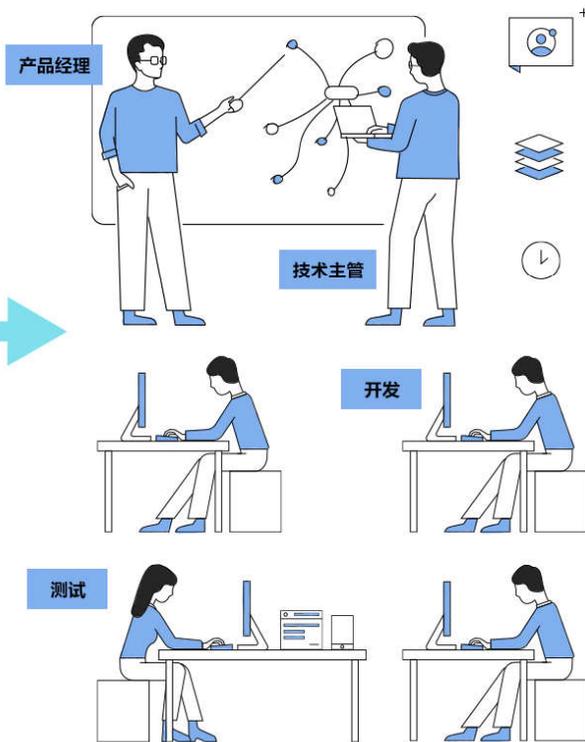
### PI管理层

项目经理、架构师



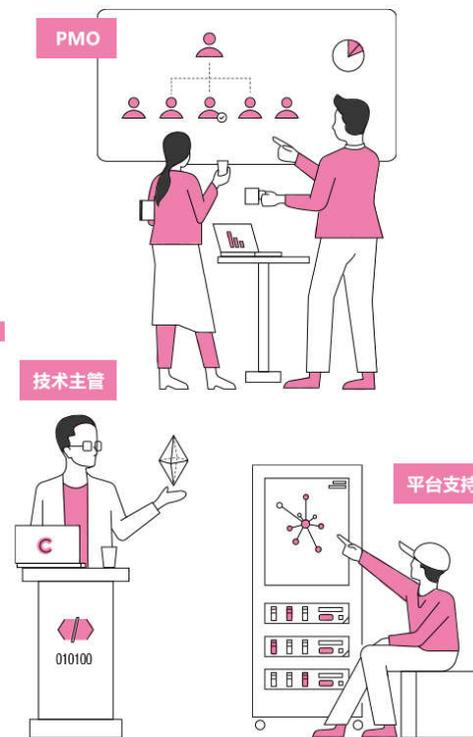
### TEAM团队层

产品经理、技术主管、开发、测试



### 支持层

PMO、技术栈、平台支持



## 05 我们的团队

