



# 2019

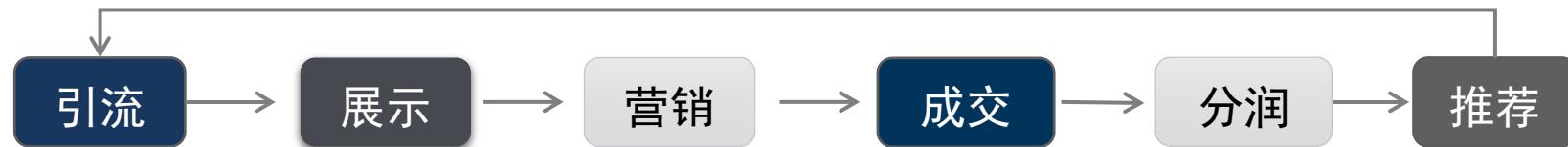
## 全球名品商城总体规划

Mall System Plan

# 01

## 全球名品商城系统

# ● 全球名品商城系统



微信、朋友圈	DIY商城首页	签到、打卡	微信、支付宝支付	推客管理	关系链
QQ、微博、贴吧等	DIY小程序首页	魅力值	云收银支付	经销商分成	代理激活码
线下门店	DIY专题页面	视频点播	收银台	区域代理分红	推荐奖励
异业联盟	商品详情展示	拼团、砍价	上门自提	股东分红	招商分红
互动直播	LBS O2O门店	积分、优惠券	O2O核销	招商分红	超级海报
论坛社区	APP	返现奖励	.....	商店分红	文章营销
.....	.....	.....	.....	.....	.....

 全球名品商城系统

成交额 = 客流量 X 转化率 X 客单价

关键点：

- 1、获取新客户
- 2、留住老客户
- 3、培养忠诚用户
- 4、筛选VIP用户
- 5、O2O线上线下线

关键点：

- 1、熟人口碑效应
- 2、客户复购率
- 3、分润体系
- 4、O2O

关键点：

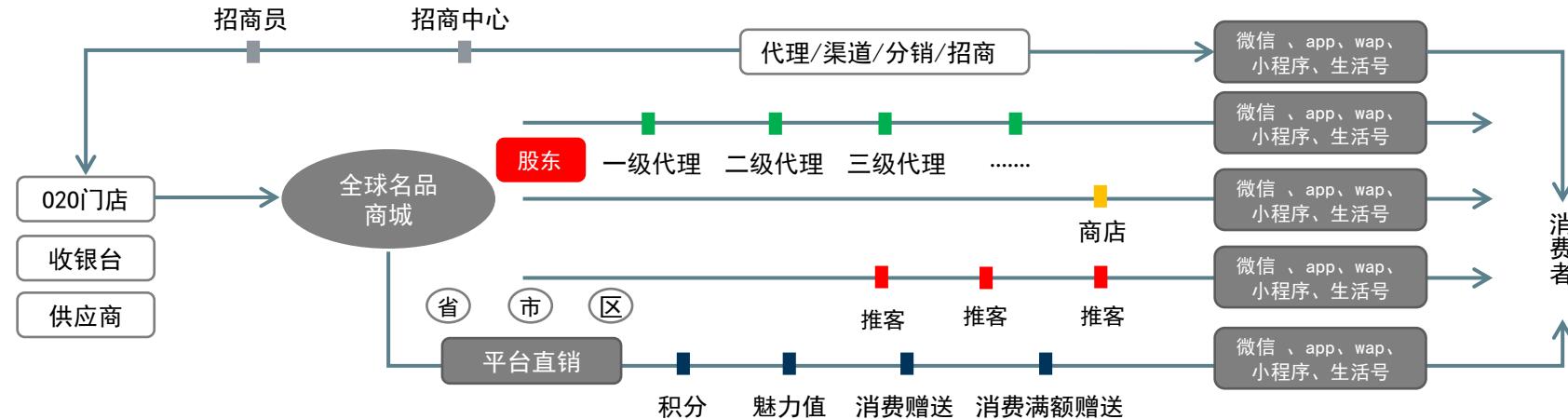
- 1、消费满额赠送机制
- 2、会员折扣、优惠券
- 3、积分、魅力值奖励
- 4、返现体系

- 分销裂变获取更多新客户；多重分润机制留住老客户、培养忠诚客户；业绩考核筛选高端VIP客户；线下客户引导线上消费，增加客流量；
- 基于社交关系，熟人推荐转化率高；积分、优惠券、会员折扣、返现奖励等机制，促使客户进行复购；线上结合线下，双向营销，提升转化率；
- 满额赠送返现权益，订单满减优惠券，满额奖励积分、优惠券，返现机制等方式有助于提升客单价；

02

六大分润体系

# 全球名品商城系统



供应体系	商城体系	分润体系	赠送体系	营销体系	支付/财富体系
<ul style="list-style-type: none"> <li>多供应商入驻，成本价+运费结算；</li> <li>LBS多商户，门店收银台，收提成；</li> <li>供应商、门店可以发布自己商品；</li> <li>支持所有积分、分润、奖励体系。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品管理；</li> <li>会员管理；</li> <li>订单管理；</li> <li>支付管理；</li> <li>财务管理；</li> <li>数据统计；</li> <li>店铺装修。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推客体系；</li> <li>经销商管理；</li> <li>区域代理分红；</li> <li>股东分红；</li> <li>招商分红；</li> <li>商店分红。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消费赠送；</li> <li>消费满额赠送；</li> <li>分销商等级奖励；</li> <li>经销商奖励；</li> <li>魅力值（云币）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>优惠券；</li> <li>单品满额减；</li> <li>会员等级折扣；</li> <li>超级海报；</li> <li>积分；</li> <li>大转盘；</li> <li>任务插件；</li> <li>早起打卡；</li> <li>文章营销；</li> <li>每日签到。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>微信支付；</li> <li>支付宝支付；</li> <li>云收银支；</li> <li>余额；</li> <li>积分；</li> <li>魅力值（云币）；</li> <li>收入总账户；</li> <li>快捷支付；</li> <li>电子钱包。</li> </ul>

## ● 全球名品分销管理

后台打开分润功能，成为会员获得推广资格即可成为分销商。分销商可以获得下级的订单分润奖励。

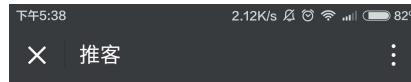
不同的等级分销商可以设置不同的一、二、三级佣金比例，用户下单后，其上级根据所在等级佣金比例来计算佣金。

支持设置多等级分销商，分销商满足等级升级条件后即可升级到更高的等级，可以获得对应等级的佣金奖励。不同等级支持设置不同的一、二级佣金比例。

## ● 计算方式

- 会员关系：
- 分销层级：二级；
- 分销佣金比例：一级 20%； 二级 15%；
- 佣金计算方式：增加项目“运费”、“商品现价”；减少项目“成本”
- 商品甲：现价150元，运费10元，成本60元；
- 会员E购买了商品甲一件；则：
- 分销结算基数= $150+10-60=100$ 元；
- 上线佣金分别为：
- D 一级上线，佣金= $100*20\%=20$ 元；
- C 二级上线，佣金= $100*15\%=15$ 元；
- B、A超过三级，没有佣金。

# 分销商前端展示



## ● 全球名品经销商管理

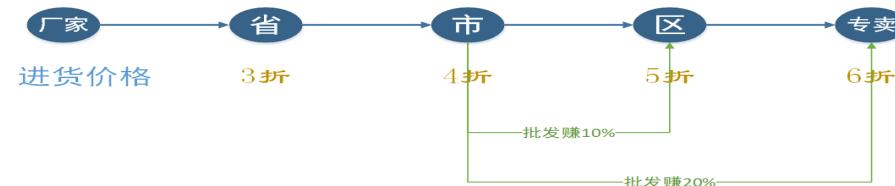
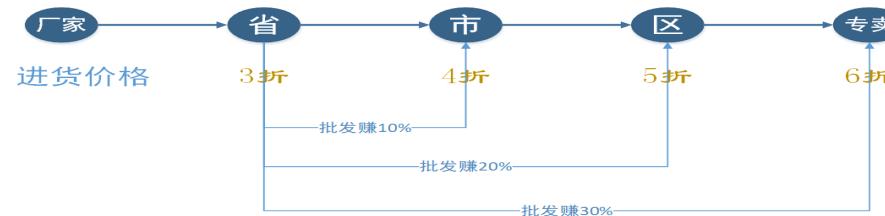
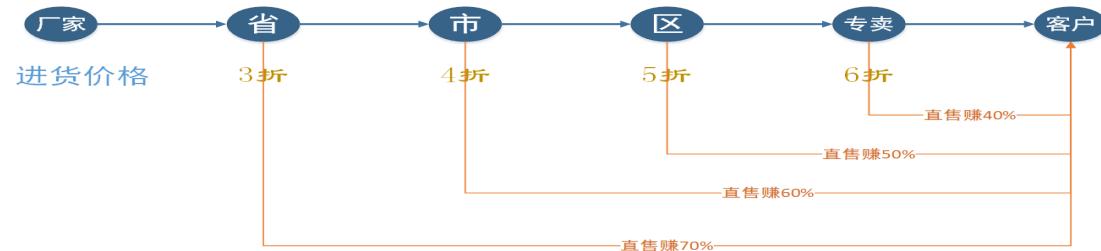
经销商管理又称团队级差分红。

用户成为平台经销商，可以获得其直接/间接推荐客户成交订单金额分红。

经销商可以设置多个等级，不同等级经销商享受分红比例不同，一般等级越高的经销商可以获得更高比例的分红。

# ● 全球名品经销商 管理

## 企业线下 渠道管理 分配模式



# ● 经销商计算方式示例

假设存在以下经销商等级、关系链、经销商：

等级	省级	市级	区级
权重（数字越大权重越大）	3	2	1
提成比例	20%	15%	9%
平级奖奖励层级	1		
平级奖奖励比例	1%		

关系链及会员所属经销商等级：



存在商品甲，价格100元，会员I购买了甲商品，经销商分红计算如下：

H: 所在等级为区级，分红比例9%，所得分红  
 $100 * 9\% = 9$ 元；

G: 所在等级为区级，分红比例9%，所得分红  
 $100 * (9\%-9\%) = 0$ 元；

F: 所在等级为区级，分红比例9%，所得分红  
 $100 * (9\%-9\%) = 0$ 元；

E: 所在等级为市级，分红比例15%，所得分红  
 $100 * (15\%-9\%) = 6$ 元；

D: 所在等级为区级，分红比例9%，所得分红  
 $100 * (9\%-15\%)$ ，负数计0元；

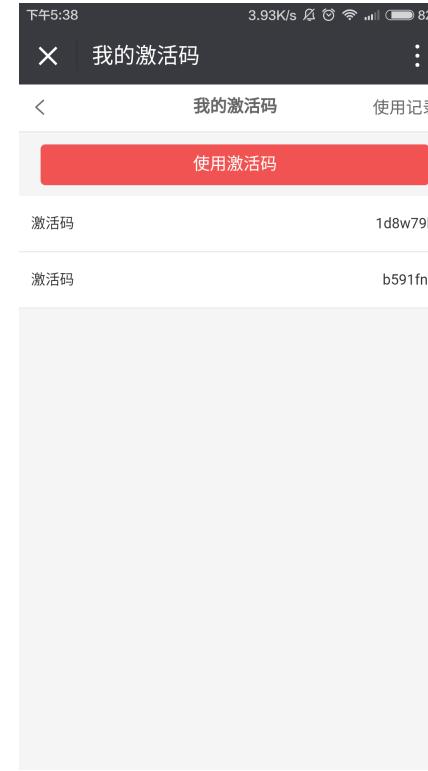
C: 所在等级为市级，分红比例15%，所得分红  
 $100 * (15\%-15\%) = 0$ 元；

B: 所在等级为省级，分红比例20%，所得分红  
 $100 * (20\%-15\%) = 5$ 元；

A: 所在等级为省级，分红比例20%，所得分红  
 $100 * (20\%-20\%) = 0$ 元；

在平级奖奖励范围，  
 获得平级奖奖励 $100 * 1\% = 1$ 元。

# 经销商前端展示



## ● 区域代理分红

传统行业渠道代理一般按照区域划分，常见的为省--市--区（县）代理构架。然后厂家在线直销后不少客户直接通过线上购买商品，区域代理商因此损失客户，销量减少。最明显的为体验销售型行业，如茶，客户在区域代理商门店品尝后，选择在线购买。全球名品商城区域代理分红插件就是为了解决这一问题而设计，会员成为指定区域的代理商，系统上产生该区域订单（按照订单收货地址为准），区域代理商获得相应的分红。

成为区域代理商后，可以获得该区域订单的百分比分红；  
支持省、市、区/县四级区域代；  
支持按照订单价格、利润百分比分红。

## ● 区域代理分红 计算设置



按订单金额分红；开启极差运算。

区域代理等级	省级	市级	区/县级	街道
分红比例	10%	8%	5%	3%

分红结算方式为订单金额；

会员A购买甲商品100元，收货地址：成都武侯区三元里街道飞云东街南方航空

区域代理分红如下：

三元里街道代理分红 $100 \times 3\% = 3$ 元； 午后区代理分红： $100 \times (5\% - 3\%) = 2$ 元； 成都市代理分红： $100 \times (8\% - 5\%) = 3$ 元；

四川省代理分红： $100 \times (10\% - 8\%) = 2$ 元。

总分红金额=10元，即最高等级区域代理商分红比例\*分红结算金额。

# 区域代理分红 前端展示



## ● 全球名品招商管理

平台具备供应商、门店入驻的功能，但是如果没有专业的招商团队很难快速邀请供应商、门店入驻平台，为了解决这一问题，我们采用了招商员的机制。会员获得推广资格并且成为招商员后，其一级下线会员成为供应商/门店店主，其可获得供应商/门店订单对应的百分比分红。

招商员每获得一笔分红，系统将会记录该分红的详细信息，包括ID、招商员、招商员姓名手机、供应商、订单号、订单金额、分红结算金额、分红比例、分红金额、分红状态、分红时间。

## ● 招商分红 计算模式

招商中心等级	省	市	区
权重（数字越大权重越大）	3	2	1
分红比例	2%	1.5%	1%

存在以下关系链及会员对应的招商员、招商中心身份：



设置招商员分红比例：1%

招商结算方式：按利润

H供应商商品：华为手机，售价5000元，成本4000元；会员购买该手机订单完成后，利润=5000-4000=1000元；

G获得招商分红： $1000 \times 0.01 = 10$ 元；

招商中心分红如下：

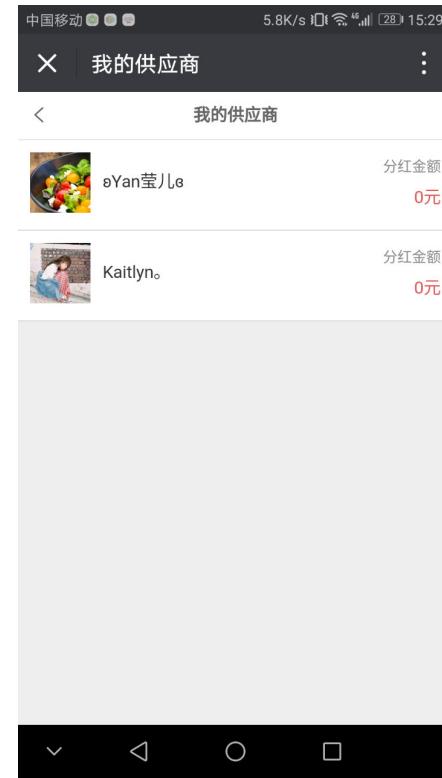
E：区级招商中心， $1000 \times 0.01 = 10$ 元，

C：市级招商中心， $1000 \times (0.015 - 0.01) = 5$ 元，

B：市级招商中心， $1000 \times (0.015 - 0.015) = 0$ 元，

A：省级招商中心， $1000 \times (0.02 - 0.015) = 5$ 元

# ● 招商分红 前端展示



## ● 商店分红



用户成为商店店主后，可以选择平台商品，生成专属商店；分享商店后，只要有会员通过商店链接进入购买的，店主就获得商品设置的商店分红，上级上线如果也是店主的，同样可以获得上级商店分红。

获得分红判断依据：通过店主链接访问商城，并购买店主选择的商品，店主即可获得商品设置的分红金额奖励。

商店模式类似于淘宝客。

## ● 商店分红 计算示例

存在如下关系链：



店主分红基数为商品价格；

店主等级	皇冠	金牌	银牌
分红比例	10%	8%	5%
商店店主	A	B\C\D\E	

一级商店分红比例：5%，二级商店分红比例：3%，三级商店分红比例：1%；

商品甲金额100元；

用户Y通过D店主商店购买商品甲，支付金额100元；D获得商店分红 $100*8\% = 8$ 元；

C是D的一级上线，同时也是商店店主，获得一级商店分红： $100*5\% = 5$ 元；

B是D的二级上线，同时也是商店店主，获得二级商店分红： $100*3\% = 3$ 元；

A是D的三级上线，同时也是商店店主，获得三级商店分红： $100*1\% = 1$ 元。

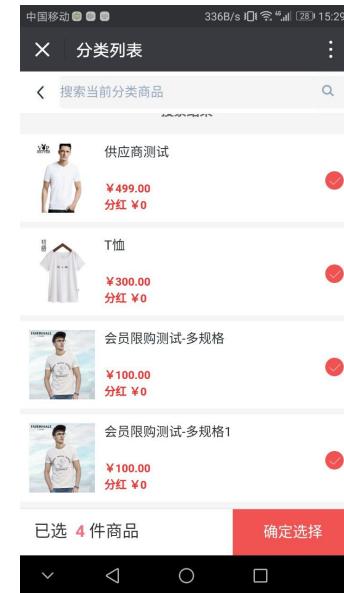
商店适用于综合性商城，或者商品数量比较多的品牌商城，店主可以根据自己的爱好和好友圈子属性针对性的选择产品进行推广、销售；商店更加突出店主的个人形象，有利于增加店主推广的积极性。

# ● 商店分红 前端展示

商店分类



商店选择商品



商店店主中心



03

## 5种消费奖励



## 消费赠送

商品支持独立设置是否支持消费赠送，支持独立设置商品消费赠送比例，即总赠送金额占商品现价的比例，如果设置独立比例为50%，商品现价100元，则该商品订单单个消费赠送总金额为 $100*50\% = 50$ 元。

分销等级返现比例：根据分销商等级分别设置商品消费赠送总金额比例。

用户购买商品后，可以获得订单金额总计百分比的赠送（以下表述返现等同于赠送），按照等比例/递减方式--每天/每周/每月获得一定比例的返还，直到总赠送金额全部返还为止。

## ● 单笔订单奖励计算模型：递减返

- 商品甲：现价20000元；
- 总返现比例设置为：50%；
- 返现周期：按天；
- 返现方式：递减；
- 每期返现比例：0.01%；

会员A购买甲商品：

总共获得返现金额= $20000 * 50\% = 10000$ 元；

第一天获得返现金额= $10000 * 0.01\% = 1$ 元，

第二天获得返现金额= $(10000 - 1) * 0.01\% = 0.99$ 元

.....

依次类推。

注：保留两个小数点，后续舍去。



## 单笔订单返现计算模型：等比例

- 商品甲：现价20000元；
- 总返现比例设置为：50%；
- 返现周期：按天；
- 返现方式：等比例；
- 每期返现比例：0.01%；

会员A购买甲商品：

总共获得返现金额= $20000 * 50\% = 10000$ 元；

每天获得返现金额= $10000 * 0.01\% = 1$ 元，

返现10000天即可全部返完。

每天都按照总返现金额\*每期返现比例进行返现。



## 满额赠送

用户累计消费达到设定金额后即可获得1个返现权益，商城每天/每月取设定百分比的营业额/利润，平均返现给平台所有权益；同一个会员拥有多个权益即可获得多份返现，权益返还达到对应的金额后即出局。

满额赠送计算方式即每周期返现总金额取值，可以取营业额或者利润。比如设置为利润，那么计算本周期赠送总金额=上一周期利润\*赠送基数比例。

 满额赠送 计算实例

- 按营业额计算返现；
- 时间段：昨天；
- 返现基数：30%；
- 权益价值：2000元；
- 会员A累计消费5000元；
- 获得权益2个；
- 商城昨天营业额为100w元；
- 平台累计权益数量为10W个；
- 则今日每个权益获得返现金额= $100W * 30\% / 10W = 3$ 元；
- A会员获得 $3 * 2 = 6$ 元返现。

## ● 分销商等级赠送

分销商购买商品后N天，一次性给予商品现价百分比的奖励。支持不同分销商等级设置不同的返现时间。

返现比例：即分销商购买N天后返现的金额占订单金额的百分比。支持统一设置和商品独立设置，商品独立设置返现比例优先级高于统一设置返现比例。

等级返现时间：按分销商等级设置返现时间，不同的等级支持设置不同的返现时间，达到返现时间第二天0:00执行一次性返现。

## ● 分销商等级赠送 计算实例

分销商等级及其返现时间：金牌30天、银牌60天、铜牌90天；

订单统一返现比例：100%；

商品A：开启分销商等级返现、商品设置独立返现比例80%，商品现价100元；

会员甲为金牌分销商，2017年9月3号购买商品A，那么30天后，即2017年10余额4号0:00分获得返现金额 $100*80\% = 80$ 元。



## 经销商奖励

针对经销商的奖励，设定权限价值，即一个权限等价于多少现金；给不同经销商等级设置拥有的权限数量，经销商可以获得权限数量\*权限价格的总金额返现奖励。

主要用于招商，收取经销商一定金额的加盟费用，根据商城业绩每天给经销商一定金额的返现，直到加盟费用全部返还为止。

## ● 经销商奖励 计算实例

假设经销商等级：

社区服务中心，权益数量3个，总人数100人；

区县级经销商，权益数量5个，总人数30人；

市级经销商，权益数量10个，总人数20人；

升级经销商，权益数量20个，总人数10人；

权益总数量= $3*100+5*30+10*20+20*10=850$ 个权益；

每天取商城前一天业绩20%进行奖励；假设昨天交易金额=100W；

今日每个权益返现金金额= $100W*20%/850=235.29$ 元；

社区服务中心奖励： $235.29*3=705.87$ 元； 区县级经销商奖励： $235.29*5=1176.45$ 元  
；  
市级经销商奖励： $235.29*10=2352.9$ 元； 省级经销商奖励： $235.29*20=4705.8$ 元。



## 魅力值

商城的余额、积分外的另一种财富形式，主要是为了满足更多的营销需要。可以自行定义名称，如魅力币、兑换值等。

魅力值分为激活、冻结两种类型，系统可以指定用户获得的魅力值是否默认为冻结状态，如果属于冻结的魅力值，必须激活后才可以使用。

特别说明：收入提现手续费奖励、会员赠送、后台充值、定期充值的魅力值属于激活魅力值，不受奖励类型设置约束。

## ● 魅力值 应用实例

### 一、赠送100%魅力值+魅力值返现

最早使用本模式的为成都某服装销售企业，基本模式为购买全场服装赠送100%魅力值，魅力值可以全额返现（每日0.05%）以及全额抵扣消费。

假设消费者购买1000元服装，获得1000魅力值，按照每日0.05%返现，每天账也就时几毛钱，当消费者在平台上看到自己喜欢的其他产品后一般都会选择使用魅力值再次抵扣消费，这样平台就相当于让利50%。

好处在于可以打造消费返还概念，同时每天返现可以通过微信模板消息自动通知客户，提高公众号在客户微信中的曝光度。

### 二、分销+购买赠送魅力值+魅力值转让或者交易

异业联盟，大家购买商品后获得100%魅力值，但是我没有继续购买商品的需求，刚好我身边的有需要，我可以推荐他成为我的下线会员并将魅力值低价卖给他。这样一来我可以获得其消费的佣金奖励，并且通过魅力值交易获得额外收入。

### 三、魅力值冻结+激活政策

购买商品或者成为经销商奖励高额魅力值，通过推广业绩激活魅力值，配合经销商管理分红来使用可以激励经销商做更多业绩。

### 四、O2O收银台+魅力值打造本地化生活支付平台、商圈积分联盟平台等。



# 04

## 数十种营销工具

## ● 营销工具



海量的营销工具，多种玩法，只有你想不到的，没有我们做不到的！

为您实现推广+吸粉+客户粘性+转化一体化，精准营销！



## 营销工具

### 文章营销

后台发布文章，并设置分享奖励，当用户将文章分享给好友，产生阅读行为时分享者获得相应的奖励；如果阅读者为首次注册商城，可以被锁定为分享者下线，前提是分享者具备推广权限，并且阅读者满足成为下线的条件。

### 超级海报定义

设计一张电子海报，具备关注二维码、分享者昵称、头像等元素，用户生成海报后将海报分享给好友，好友扫描/识别海报中的二维码可以关注微信公众号、注册会员、锁定关系。

### 充值码

系统生成系列充值码，用户使用充值码可以进行余额、积分充值操作，充值码支持扫码充值，每一个二维码只能被使用一次，二维码可以指定会员，新用户扫码后锁定为该会员下线。

## ● 营销工具

### 超级砍价

对接全球名品商城系统，用户分享超级砍价页面可以锁定上下级关系；  
全球名品商城增加超级砍价对接插件，可实时同步砍价订单，并设置砍价订单奖励机制，包含：购买者奖励积分、分销奖励积分、购买者奖励魅力值、分销奖励魅力值、分销、经销商管理、消费赠送、消费满额赠送等机制！

### 拼团

对接全球名品商城系统，用户分享拼团页面可以锁定上下级关系；  
全球名品商城增加拼团对接插件，可实时同步拼团订单，并设置拼团订单奖励机制，包含：购买者奖励积分、分销奖励积分、购买者奖励魅力值、分销奖励魅力值、分销、经销商管理、消费赠送、消费满额赠送等机制！

### 圈子社区

对接圈子社区模块，实现会员、积分、余额同步，分享圈子社区页面可以锁定下级用户。



## 营销工具 早起打卡

### 运营实例

---

可参考京东金融早起打卡玩法。

每日支付1元（后台设定）参与早起打卡，放入早起打卡鼓励金奖池。

次日早晨5: 00-8: 00（后台设定）成为早起打卡时间，用户在此期间进行打卡，成功打卡，可随机瓜分当日奖池内全部鼓励金，奖金设置：

设置总发放金额=前一周期支付金额\*百分比。

每天设置前三名最早打卡用户奖励金额，其他用户随机金额分配，最低0. 01元。

未在次日早晨5: 00-8: 00内进行打卡（例如：已过打卡时间），视为打卡失败，打卡失败不可参与当日鼓励金的分配。

每日瓜分金额于早8点后开始结算，当日9点前到账收入账户中。

早起奖励金最终将通过收入发放，因此需要通过收入完成提现。

## ● 营销工具 签到

用户访问商城进行签到，签到支持每次奖励、连续签到奖励。

开启签到：开启后才能使用签到功能。

自定义名称：签到名称自定义，您可以改为打卡、报到等。

推送链接：用户签到后自动跳转的链接，可以进行进一步的引流。

奖励设置：

日常奖励：每次签到获得的奖励，支持奖励积分、优惠券。

连续签到：支持设置多个奖励规则，只要满足规则即可获得奖励；即如果满足多个连续签到规则，则同时获得多个奖励；并且和日常奖励同时获得。

比如设置日常签到奖励积分2；连签2天，奖励积分10；连签5天，奖励积分30；用户A连续签到第十天获得奖励：日常奖励积分2+连签2天积分10+连签5天积分30=42积分

分享设置：设置分享标题、图片、描述，用户分享签到页面时显示的分享信息。

签到规则：显示在签到页面的规则描述。

通知设置：签到通知。

## ● 营销工具 大转盘

- 1) 同步全球名品商城会员，分享大转盘活动可以锁定下级客户，客户通过商城消费推荐者可以获得佣金。
- 2) 积分、余额同步
- 3) 通过以下方式奖励大转盘抽奖次数：

第一：订单金额满XXX元奖励XX次（可设置多个档次）；

第二：购买指定商品奖励XX次；

第三：推荐分销商人数满XXX人奖励XX次；

第四：充值余额满XX元获得一次抽奖机会。

# 05

# 其他功能

# ● 在线培训系统 视频点播

## 视频点播



## 功能介绍



### 幻灯片管理

添加幻灯片，前端视频点播课程聚合页面显示幻灯片。



### 课程聚合页

聚合显示所有视频点播课程。



### 讲师分红

显示每一笔讲师分红信息。



### 讲师打赏

开启后用户可以在视频点播商品详情页向讲师打赏。



### 讲师管理

添加讲师，视频点播商品发布--视频点播设置支持选择该课程对应的讲师。用户购买视频商品后该讲师将获得对应的讲师分红。



### 视频点播商品设置

在发布商品-视频点播设置，可以设置视频免费试听或付费观看，设置观看权限等。



### 消息提醒

讲师分红订单通知、讲师分红订单结算通知、会员打赏通知。



### 结算设置

讲师分红在视频课程商品订单完成后满足结算期即可获得分红结算。

开启/关闭视频点播：开启后商品才支持视频点播设置。

课程聚合页：聚合显示所有视频点播课程。

讲师打赏：开启后用户可以在视频点播商品详情页向讲师打赏。

结算设置：讲师分红在视频课程商品订单完成后满足结算期即可获得分红结算。

消息提醒：讲师分红订单通知、讲师分红订单结算通知、会员打赏通知。

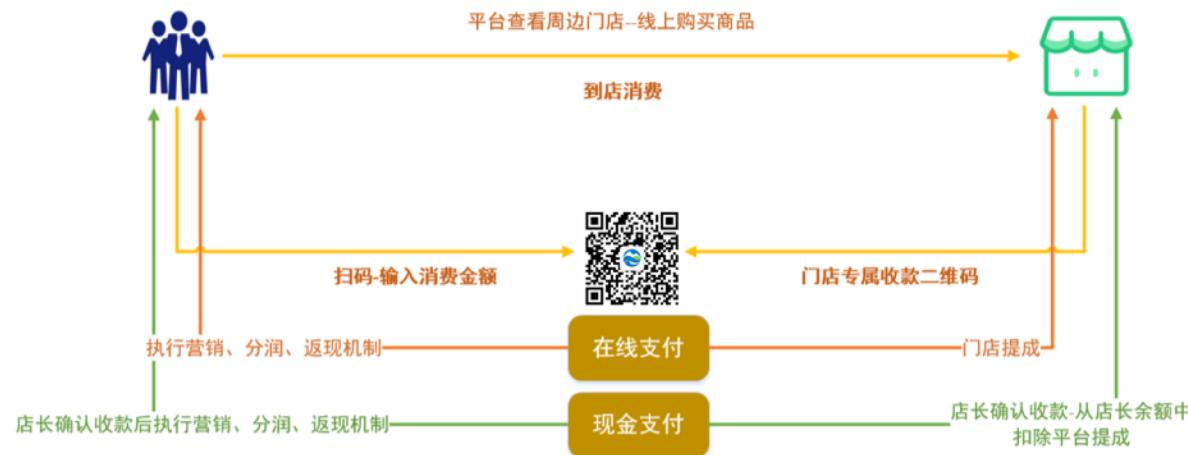
## 门店系统

全球名品O2O多商户功能旨在实现线上+线下联动、引流。使用该功能可以实现周边门店入驻，入驻的门店可以在线销售商品（类似京东到家、美团外卖等），同时入驻的门店可以生成收款二维码，用户到店消费可以扫码支付，扫码锁定为门店店长下级客户。

门店在线销售订单、收银台扫码收款订单支持消费者积分抵扣、奖励，消费者爱心值抵扣、奖励、二级上线爱心值奖励，商家积分、魅力值奖励；支持分销（推客）、经销商管理（团队极差分红）、区域代理分红、招商员分红、招商中心分红等分润体系；支持消费赠送、满额赠送、共享链等消费奖励体系。

# 门店系统

## 商城O2O门店-收银台功能图谱



### 营销规则

- 积分最高/最低抵扣
- 爱心值最高抵扣
- 会员奖励积分/爱心值
- 一/二/三级上线奖励爱心值
- 赠送优惠券
- 商家奖励积分/爱心值
- 一/二级商家上线奖励积分/爱心值

### 分润设置

- 分销（推客）
- 区域代理分红
- 经销商提成（团队极差分红）
- 招商员分红
- 招商中心分红

### 返现机制

- 消费赠送
- 满额赠送
- 共享链

### 销售模式

- 到店扫码买单
- 线上购买自提
- 线上购买门店配送
- 线上购买快递配送

LBS周边门店

在线商品销售

定位导航

门店首页

## ● 互动直播



### 功能概述

01

互联网时代的发展已经从读图时代、向视听时代转变，视频化是互联网发展的趋势，直播更是以超人气的传播效应成为营销宣传的重要手段。

商城互动直播可为用户提供与会员在线视频交流平台。

02

您可通过控制台与观看直播的会员进行交流，**即时推送商品、红包及优惠券吸引会员购物消费**，提高商城吸引力，扩大消费。

03

您可设置直播观看权限，**不同等级的分销商、会员、会员组可观看不同内容**。

# 互动直播



- 商品推送，直播时可通过控制台即时推送商品信息
- 红包推送，直播时可通过控制台即时推送红包
- 优惠券推送，直播时可通过控制台即时推送优惠券
- 直播商品列表，直播时段所有商品都在此展示
- @用户，直播互动设置可支持@用户功能



直播间公告，直播期间将播出公告内容

关注，您可查看直播间主播、直播时间及直播间介绍

可在后台设置进入直播间即可领取优惠券

即时通讯，直播时可通过输入框进行在线互动交流

点赞，直播时用户可使用点赞按钮表达喜欢





# 谢谢

Thanks for watching