

总体设计思路：双引擎驱动

两个既独立又关联的激励系统：

司机分销系统 (S2B2C)：以司机为核心，激励他们“提供五星服务”和“首单转化”，奖励为与服务质量挂钩的现金返利。

客户裂变系统 (C2C)：以老客户为核心，激励他们“分享”和“推荐”，奖励为高价值的“积分返利”（用于抵扣）。

一、司机分销机制 (S2B2C)

这是你私域引流的核心，目标是把司机从“服务提供者”转变为你的“销售合伙人”。

1. 核心机制：专属码 + 灵活绑定 + 浮动佣金

司机注册与认证：

在小程序中，开辟一个“司机/合伙人入驻”入口。

司机提交基本信息（姓名、电话、服务区域等，甚至可以要求上传驾驶证/车辆照片以保证质量）。

你后台审核通过后，该司机的账号身份即转为“领路人”。

专属推广码（关键功能）：

系统为每一位认证司机生成一个**专属的小程序推广码**（带参数的太阳码）。

同时，生成一个专属的推广链接（用于微信聊天分享）。

引流与绑定（话术钩子）：

你需要给司机提供一些让客户“即时满足”且“行程强相关”的钩子，并引导客户以后在小程序上搜索和下单以获得更多优惠和福利，推荐给亲朋好友更可以在其下单后获得积分返利。

例如：“各位，我们这个团在小程序上建了个“旅行群相册”，大家拍的照片都可以传上去，我和摄影大哥帮大家拍的精修照片也会上传上去，你们扫这个码加入，就能实时看到和上传照片了，还能随时分享给微信好友和朋友圈。而且，以后在这个小程序上，不管是

你自己下单，还是推荐给亲戚朋友下单，你都可以获得 x% 的积分，这些积分可以抵扣旅行费的，而且可以累计用，没有上限的...”

（当客户扫码注册后，系统再自动弹出：“恭喜您获得 100 元新人券，下次可用”，实现二次锁定）

灵活的绑定机制：

采用“首单保护 + 末次归因”的灵活模型。

首单强绑定（保护司机）： 客户 A 首次通过司机 S 的二维码注册，则客户 A 的第一笔订单（或注册后 N 天内的所有订单）100% 归属于司机 S，司机 S 可从订单中获得返利。这是对司机“拉新”动作的足额奖励。

末次归因（激励全员）： 在首单（或 N 天保护期）之后，客户 A 的归属权被“释放”。此时，采用“末次点击归因”模型。

举例： 客户 A 在保护期后，又乘坐了司机 T 的车，扫了司机 T 的码。那么 A 的下一笔订单就归属于司机 T。同理，如果 A 点击了客户 C 的“分享链接”并下单，奖励就归属于客户 C。

返利机制（与服务质量强挂钩）：

司机的返利比例不应该是固定的，而应与其平均服务星级挂钩。

强制评价： 客户在行程结束后，小程序应弹出“服务评价”窗口，让客户对司机 S 的服务进行打分（1-5 星）。

佣金浮动：

平均 4.5 - 5 星：获得 100% 基础佣金 (例如 5%)

平均 4.0 - 4.4 星：获得 90% 基础佣金 (例如 4.5%)

平均 3.5 - 3.9 星：获得 70% 基础佣金 (例如 3.5%)

平均 3.5 星以下：佣金冻结，暂停“领路人”资格，接受平台再培训。

结算周期： 返利应在“客户的行程全部结束 + 7 天（防退款期）”后，才转为“可提现佣金”。

2. 配套小程序功能 (司机端)

司机登录小程序后，应有一个专属的“领路人中心”，包含：

我的推广码：一键生成并保存专属海报（码在中间，周围是“旅行相册”等钩子文案）。

我的服务评价：醒目展示当前的“平均星级”和“佣金系数”。

我的客户：显示累计邀请的客户总数。

我的订单：显示通过他绑定的客户所产生的所有订单状态。

我的收益：

累计收益、可提现收益、冻结收益（包括客户未出行和因评分未达标的）。

推广素材：你（平台方）上传的标准化推广文案、精美路线图片，方便司机一键复制发朋友圈。

3. 专业建议（司机管理）

建立“司机群”：将所有认证司机拉入一个微信群。

功能 1：培训：培训他们如何使用钩子话术，以及如何提供五星服务。

功能 2：激励：定期在群里发“喜报”，“恭喜 XX 师傅（5 星）本周提现 xxx 元”。

功能 3：提供物料支持。

二、客户裂变机制（C2C）

这是你私域增长的第二级火箭，目标是让“已成交客户”帮你带来“新客户”。

1. 核心机制：分享锁客 + 高价值“积分返利”

分享激励：

“积分”不可提现，但可在下次消费时无门槛、无比例限制抵扣。（例如：客户有等值 300 元的积分，买 500 元线路，只需支付 200 元；客户有等值 500 元的积分，买 500 元线路，直接免费兑换）。

分享触点：

订单支付成功页：弹出“分享有礼”按钮。

行程及相册页：设置“分享给好友”按钮。

个人中心：设置“邀请好友得积分”专区。

分享逻辑：

客户 A 点击分享，生成一个带客户 A 参数的分享海报或链接（例如：“我发现一个超赞的[XX]路线，送你一张 100 元优惠券！”）。

客户 B（新用户）通过客户 A 的链接/海报进入小程序，领取了优惠券。

系统记录：客户 B 的 推荐人 是 客户 A。

返利机制：

返利规则：客户 B 在小程序上成功消费并完成了行程后，客户 A 获得一定比例的“积分”。

2. 配套小程序功能 (客户 C 端)

个人中心 - 我的积分：

显示当前积分（例如：5000 点）。

显示获取明细（来自 XX 好友的订单）和支出明细。

个人中心 - 邀请好友：

生成个人专属的分享海报。

显示“我的邀请记录”。

支付页面：

显示“可用积分 XXX 点”，并提供开关供客户选择是否使用。