### 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。