;题目

1. 层级进货模式的基础
2. 代发有几种？代发差价比例影响到什么？
3. 实体库存和云库存的概念
4. 云库存目的和云库存代发
5. 延申一下库存扣减机制
6. 邀请关系是临时的还是永久的？
7. 平推 高推的概念
8. 奖励的目的
9. 奖励类型
10. 回归
11. 关联总部进货的核心点
12. 关联总部进货下的奖励的作用
13. 分享商模式定位
14. 分享商有几个等级？分别是什么？
15. 分享商升级场景都有哪些？
16. 分享商模式下奖励的意义 奖励的类型都有哪些？
17. 两大模式的商品延申
18. 分享商关系链区分
19. 充值关联与充值对象
20. 订单付款方式
21. 防伪追溯原理
22. 代理营销/零售营销的机制
23. 关联总部进货下的奖励的基础原则

答案

1. 差价 等级越高 价格越低 门槛越高
2. 两种 零售订单代发/代理订单代发（采购订单转采购）代理不发货 转给上级转发货时不获得全部差价 而是按比例获得 且因代发比例生成的奖励将归属于发货人或总部（看具体设置）
3. 实体库存：下单后通过物流直接发送给代理 云库存：下单后不发货 而是一个库存数字 需要提货时再发货 云库存关联总部
4. 目的：减少代理囤货压力 尤其是保质期较短的商品；涉及到多规格商品 可先将商品下单 等提货的时候再选规格 云库存代发：零售订单云库存代发/代理实体订单云库存代发
5. 库存扣减机制：下单时扣减（下单时减库存 如果是云库存代发且存在规格 那么此时就要选择规格）/提货时扣减->买总提分（下单时不选规格 提货时选 然后再扣对应规格的库存）/买分提分（下单时选规格 提货时直接扣对应规格的库存）
6. 邀请关系是永久的 除非手动变更邀请人上级
7. 邀请注册/代理升级后等级相同 即为平推 等级高于当前代理 即为高推
8. 鼓励裂变 促进升级
9. 订单奖励：基于下单代理的邀请人

一次性奖励：基于邀请人与被邀请人等级

业绩奖励：按月统计业绩类奖励

区域性奖励：按照区域产生的订单进行奖励

1. 代理升级/降级后满足邀请人关系链中的前者等级>后者
2. 有多个等级 但是没有差价计算（主要靠奖励） 一般首次加入时按原价 复购时根据等级有折扣
3. 因为没有差价 所以奖励在此模式下是核心
4. 自购省钱 分享赚钱

低准入门槛

推广分享赚取奖金

无需囤货 也无需进货 也不能自己发货

1. 分享商/金牌/钻石
2. 直推+间推 消费金额 购买指定商品
3. 鼓励裂变 订单奖励/推荐奖励/业绩奖励（自己业绩/培养/建设）/区域奖励
4. 终端类商品：代理不能进货 货只能向公司买 代理也可以买 但也是向公司买 不存在进货、出货、发货行为

代理类商品：代理商购买 代理商往上层层进货 零售小店卖的时候也是向代理买的

1. 纯分享商链（只有分享商）/含所属代理及分享商链（其中某个人升代理跑了 后面的假设是代理类商品也一并跟着走了 但是纯的链还是不变的 万一开了其他的模式 有可能用得到这个纯链）
2. 充值关联总部 充值对象总部->代理货款增加

不扣减上级货款

等额扣减上级货款 增加上级收入

等比扣减上级货款 增加上级收入

充值关联总部 充值对象上级->代理货款增加

等额扣减上级货款

等比扣减上级货款

充值关联上级 充值对象总部->代理货款增加

增加上级收入

充值关联上级 充值对象上级->代理货款增加

无其他操作

1. 线下打款/充值账户付款（仅代理有此方式）/第三方支付/商户的微信支付宝方式
2. 一物一码/发货时，码的归属由发货代理至下单代理/商品至消费者时，对应的码失效
3. 积分/预售/赠试用品/满减/满赠购买商品

拼团/砍价/秒杀/限时特价/优惠券/满减/助力活动/周期领取/weido

1. 奖励由总部来出-邀请新人即可永久享受其消费带来的奖励

邀请人等级越高 可获得的奖励比例越高

一般来说是两层奖励机制