



# 消费免单系统

Consumption free system

客户消费后，商家拿出一部分折扣金额奖励给消费者，带动消费，解决传统门店已被互联网、电商、疫情冲击到举步维艰的痛点，引领消费升级，创新消费模式，拉动内需，推动顾客消费，为实体商家赋能，让实体门店回归正道，促进创业，为实体门店数字化转型提供全面的解决方案。

我排队

你买单

先排先免

# 目录

Contents



01

集团简介

Group Profile

是一家物联网供应链企业

02

企业文化

corporate culture

整合市场内卷，撬动行业未来。

03

企业价值

Enterprise Value

我是排排，哪里需要哪里排。

04

行业痛点

Industry pain points

穿透本身，看世界。

05

产品优势

Product advantages

解决你焦头烂额想解决的事情

06

分润制度

corporate culture

分好钱，才能干好事。

07

发展规划

Enterprise Value

星星之火总可以燎原

PART ONE

>> 01

# 公司介绍

Company profile

是一家物联网供应链企业

# PART 01



排了么集团是一家拥有自主研发能力的物联网供应链公司，公司旗下拥有多款互联网产品。是一家集软件研发、销售、供应链，系统维护为核心的物联网信息化管理方案提供商，解决传统门店已被互联网、电商、疫情冲击到举步维艰的痛点，引领消费升级，敢消费，合理消费的创新消费模式，推动顾客需求，为实体商家赋能，让实体门店重回巅峰，同时促进创新创业发展，为实体门店数字化转型提供全面的解决方案。我们秉持“服务实体经济”为核心，推动“创新的互联网+”为企业理念，追求客户至上，以服务为根本推动实体创新我们一直在路上，我们深信，在不久的将来，我排队，你免单，排了么系统将会引领中国实体经济回归盛世。

# 企业介绍

company introduction



公司秉承推动“创新的互联网+”为企业理念，追求客户至上，以服务为根本  
推动实体创新我们一直在路上，我们深信，在不久的将来，我排队，你免单，  
排了么系统将会引领中国实体经济回归盛世。

## 责任与成就





02

PART TWO

## 企业文化

corporate culture

整合市场内卷，撬动行业未来。

经营理念

为实体商家赋能 为家庭开支减负

发展理念

依托平台、拉动内需、实现经济链动

企业使命

为服务实体经济贡献力量

企业愿景

我排队、你免单、先排先免



03

PART THREE

## 企业价值

Enterprise Value

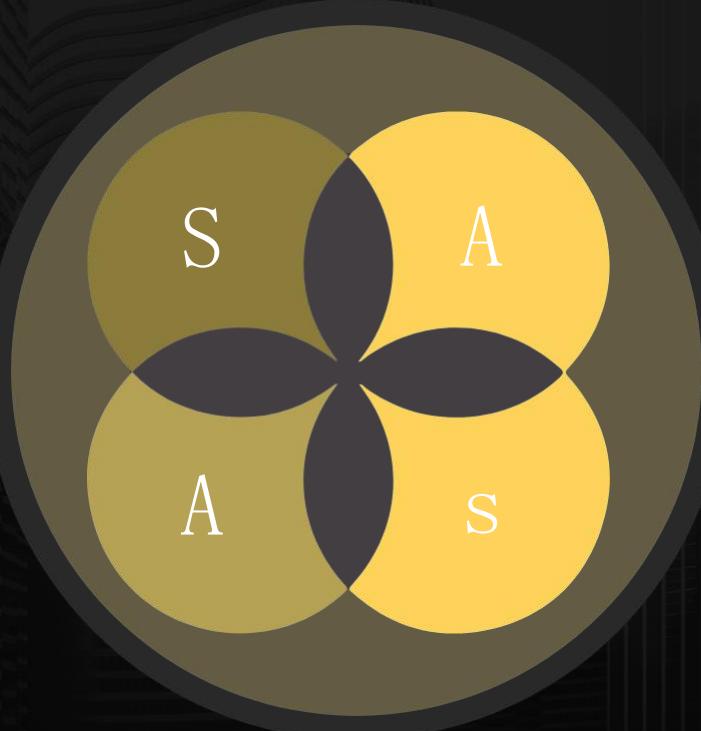
我是梆梆，哪里需要哪里梆。

### S 个性化消费生态

消费者的个性化，导致其需求多元化；个性化营销、个性化方案、个性化服务成为企业发展核心要素。

### A 门店数字应用生态

随着互联网的发展普及，各行业必将向数字化转型；从企业内部管理到外部运营，都需要数字化作为决策依据和发展方向。



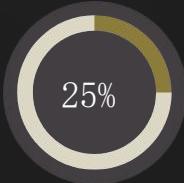
### A 物联网品牌生态

随着市场竞争加剧，品牌将成为企业最终核心竞争力，而数字化、个性化将是打造品牌的有效利器！

### S 异业联盟生态

市场不是一家独大，随着互联网的兴起，实体受到必要转型，行业内卷时代相互携手共进 才能走出商业困境。





### 为什么要活动？

解决传统门店已被互联网、电商、疫情冲击到举步维艰的痛点，引领消费升级，创新消费模式，推动顾客消费，为实体商家赋能，让实体门店回归正道，促进创业，为实体门店数字化转型提供全面的解决方案。



### 建立信任

用创新的科技和数字化经济模式，驱动传统行业产业结构优化，助力消费者与商家之间建立资源共享的桥梁。



### 活动规则

“消费多少，排队免单多少”先到先得的模式，将消费向生产领域和经营领域延伸。生产厂家和商家把某本地生活平台的扣点及推广费用变相的奖励给了消费者，对商家本身的利润没有影响，还增加的销售量，使商家和消费者联为一体。产生锁客粘性，消费者更愿意消费和介绍身边的人来消费，从而提高商家的营业额。





04

PART FOUR

## 行业痛点

Industry pain points

穿透本身，看世界。

# 行业痛点

Industry pain points

## 行业内卷

现在整个大环境都处于通货紧缩的状态，从个人、企业、国家都需要思考及行动起来，促进消费拉动内需！



## 锁客难

打折做活动就有客户，没打折没活动就没客户，妥妥的薅羊毛。



## 创业成本低

小餐饮。小本创业、随着就业率的下降，越来越多人涌入创业赛道，拉开的价格战时代，客户没变，商家变多了。



## 平台提点高

美团、饿了么、抖音、三大本地生活巨头，商家辛辛苦苦工作，最后给房东和平台打工了。





05

PART Five  
产品优势  
Product advantages

解决你你焦头烂额想解决的事情

# 产品优势

Product advantages

优势1

消费升级  
挖掘更多消费动力

怎样才能让消费者走出来，打破僵局；我们提出了消费升级理念，采用消费现金奖励类似于政府发购物券，刺激消费！

优势2

消费奖励  
创造更多消费场景

消费者得到真金白银奖励、随时能够提现到自己银行卡、银行级金融标准，消费奖励把复杂问题简单化。

优势3

商家核心优  
势

引客、锁客、留客、复购、  
提高客单价。

优势4

消费者核心  
优势

免单、省钱、为家庭减负、  
敢消费、能消费、提高生活  
品质。



- 让消费者敢消费、能消费、愿意消费，就是我们实体商家的发展之路！

- 引客
- 锁客
- 留客

敢消费

有保障

营销系统

排队免单

- 让家庭消费支出有保障，为家庭开支减负，让家庭能循环消费，就是商业人的追求！

- 开源节流



## 解决核心之道

01



工具的本质是信任

02



运营的核心是方案

03



承诺的关键是可控

04



体系的搭建是关键

消费奖励的底层逻辑是数据可查询，公开、公正、透明才能建立彼此信任

运营方案是基础，再好的工具需要配合可执行的方案和统一标准话术。

规则讲清楚，实事求是，不夸大其词，提前设计好商业闭环。

从业绩规划，老客激活，成交话术、售后跟踪、新客裂变提前搭建好体系。

## 消费奖励系统规则概述：

通过消费单据顺序占位排号，商家设置好单据奖金比例，根据顾客每单消费的额度，奖励给顾客相应的奖金。根据商家的实际情况来设置百分比奖金。消费者消费后，奖金通过后面单据来分笔发放。



» 带动消费

人人  
可占位

人人  
可奖励

人人  
愿到店

消费奖励是一种新型的营销模式。现在很多电商平台都会设置专门渠道,让消费者通过各种渠道购买商品后进行一定比例的消费奖励,消费奖励是顺应时代趋势下最新颖的营销模式。简单来说,就是指商家在消费者消费后,发放一定比例的金额再奖励给消费者,这样消费者更愿意消费,更愿意多次消费!

消费赚奖励,口口相传,真金白银  
才是最好的裂变广告



消费奖励系统  
是什么?



设计规则



沟通话术



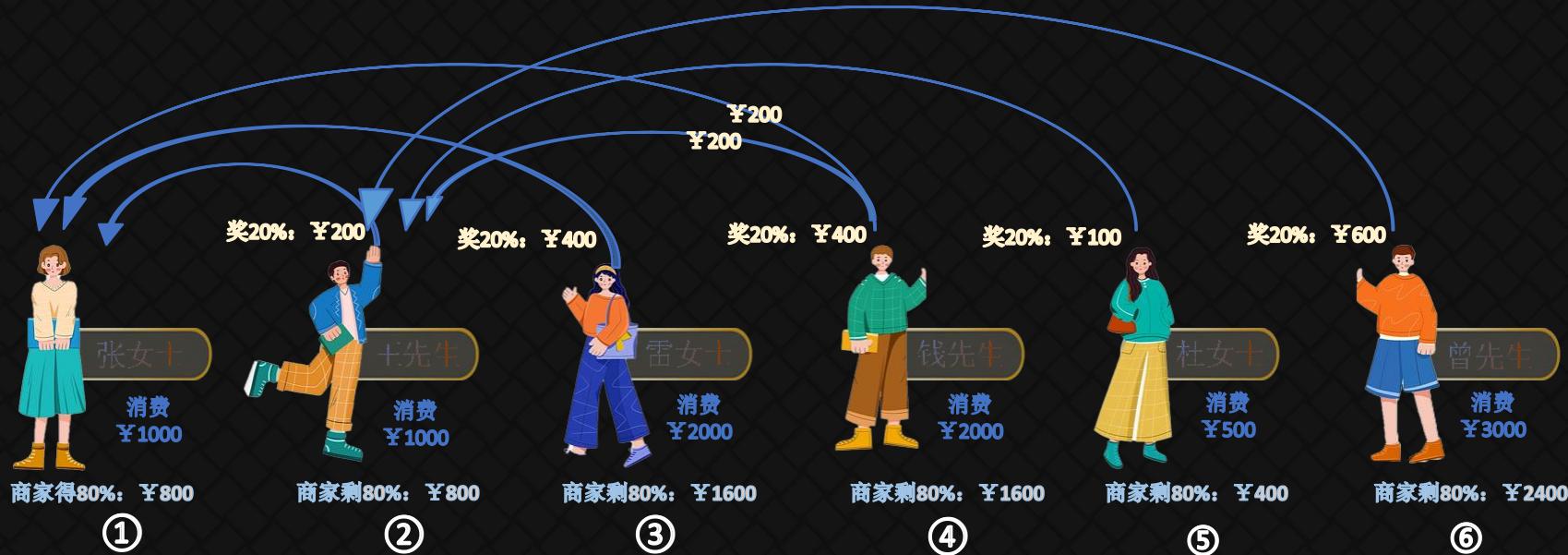
商业闭环

消费奖励模式的实质,是后人的消费额度支付前人的消费奖励。利用人们占便宜的特点和“反正也是额外奖励”的心理,刺激大众消费,拉动内需,促进消费增长,提高消费者到店率和开单率,对社会经济发展有益。

当客户拿到消费奖励后,更愿意分享给身边的朋友,实现自发客户裂变见证是最好的说明。

# 排队逻辑

Queuing logic



全额奖励：通过消费单据的顺序占位排号，消费多少额度就奖励多少额度。

每笔单据奖励20%到上一笔单据，若当笔单据奖金，超出当前占位单据应得奖金

剩余的奖金则顺延到下一笔占位单据里。其中每笔单据里80%为商家所得。



## 问题体现

1.介绍客户对自己没有好处不愿意介绍

2.员工业绩难提高

3.门店商圈难扩大



## 商户

善用消费奖励系统，利用消费者去推广获客，事半功倍，客户量增加，进而销售额增加，有助于提高品牌形象，获取更多客源，提高对“人”和“财”的精准把控。



提升客户留存率，让新客户成为老客户，老客户成为优质客户，提醒消费者占位情况，联络老客户情感，提升客户归属感，帮店铺起到了锁定消费的作用。

## 消费者



### 客户至上

真正做到以客户为中心，  
处处为客户着想，让客户  
自己作主，做到不销而售。



### 排队省

通过营销介绍的客户，让  
消费者获得推荐奖励，让  
消费者主动裂变消费者，  
客户介绍客户，最终解决  
门店客源问题，健康持续  
提升门店业绩



### 购物省

降低客户消费成本，刺激  
内需，获取消费积分或者  
优惠券进行购物抵扣。



06

PART Six

## 分润制度

corporate culture

分好钱，才能干好事。

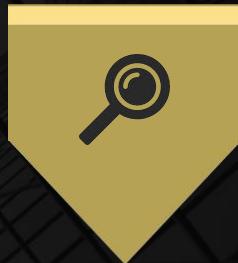
# 分润制度 corporate culture



## 市、区、县服务商

所在市区域内合作的商家奖励消费者的奖励金提现流水的55%-60%佣金奖励。

保证金（费用待定）



## 服务专员

所在区县域内合作的商家奖励消费者的奖励金提现流水的50%佣金奖励

保证金（2万）



## 推广大使

所在区域内合作的商家奖励消费者的奖励金提现流水的40%佣金奖励

保证金（1980）

注：按照层级比例服务费和平台存留流水佣金的奖励佣金一致



# 举例：推广大使（1980元）

Example Service Specialist

1、推荐商家入驻平台，抽流水佣金，平台存留流水的40%。

2、推广大使流水奖励佣金

举例：商家让利20% 日交易1万/家，得80元/天/家。比如推广大使：每年开发100家商家为例

100家×5000(商家平均日流水) ×350天（除节假日）=1.75亿流水/年

1.75亿×20%(商家让利奖励) ×10%（平台提现手续费存留）=350万

350W（平台提现手续费存留）×40%(佣金比例) =140万/服务专员的年收入



# 举例：城市经理（2000元）

Example Service Specialist

1、推荐商家入驻平台，抽流水佣金，平台存留流水的50%。

2、推荐推广大使入驻，平台奖励佣金980。抽流水佣金，平台存留级差流水的10%。

举例：商家让利20% 日交易100万，得2000元/天。比如城市经理：旗下每年开发500家商家为例

500家×5000(商家平均日流水) ×350天（除节假日）=8.75亿流水/年

8.75亿×20%(商家让利奖励) ×10%（平台提现手续费存留）=1750万

1750W（平台提现手续费存留）×10%(佣金比例) =175万/城市经理的年收入（不包含自己推荐的商家流水佣金）





07

PART Seven  
发展规划  
development planning

星星之火总可以燎原

## 1. 未来计划

2023年入住门店1万家，  
日流水5千万，注册用户10  
万，签约服务商30家，注  
册推广员1000人。

## 2. 未来计划

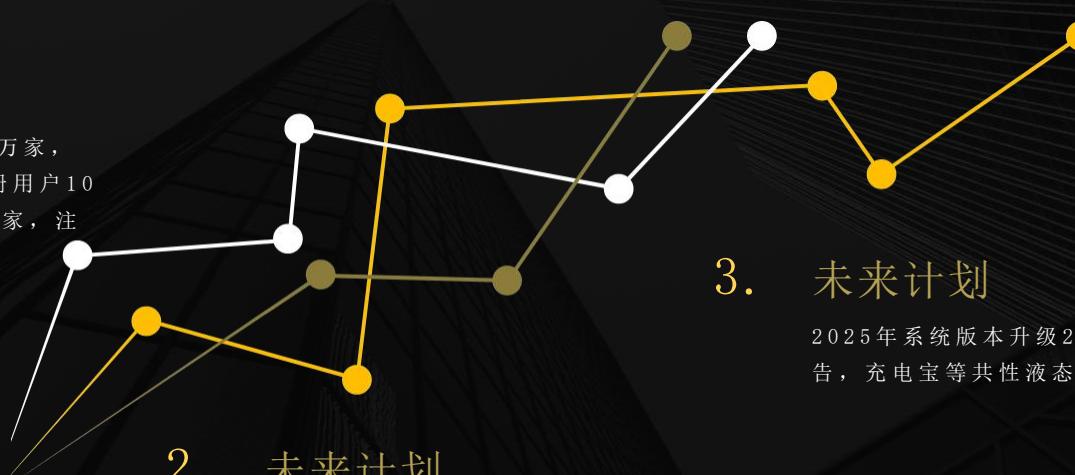
2024年入住门店3万家，日流水1.5亿，  
注册用户20万，签约服务商100家，注  
册推广员5000人。

### 3. 未来计划

2025年系统版本升级2.0，对接平台广告，充电宝等共性液态，实现额外营收。

#### 4. 未来计划

启动资本模式，策划上市计划



谢谢您的观看

BLACK GOLD STYLE ENTERPRISE PROPAGANDA

我排队

你买单



先排先免