

超级社区云电商系统

SUPER COULD



1

超级社区云电商

- 概括
- 定位
- 痛点

2

核心价值

- 5大核心价值
- 系统平台功能
- 优秀的分销体系
- 强大的批发机制

3

运营指导

- 背景&优势
- 全国+本地化社区电商运营

4

合作方式

- 入驻流程
- 扣点模式
- 注意事项

目录

CONTENTS



PART 01

超级社区云电商

概括、定位、痛点

• 超级社区云电商系统

超级云电商系统是最懂移动电商需求的开发商，超级云电商系统也是最具有移动社群基因的电商系统。超级云电商系统围绕着供应商批发及分销渠道的建立、新颖的电商模式创新、本地化多门店O2O电商平台开发，是构建本地化零售电商门户、移动互联网电商平台、企业集团分销渠道平台的最佳选择。





超级社区云电商系统是可以多维度满足不同用户需求的高端电商平台系统

- 1、对于创业者——创业无门槛，圆你的创意，梦想，尽情展示你的才华的舞台！
- 2、对于供货商——批发自营商品，充足优质经销商资源，还可实现一件代发，轻松货卖全国！
- 3、对于经销商——店铺功能强大、供货源头充足，全国商品尽在我店铺，只有你想不到的，没有买不到的！
- 4、对于分销商——分销利润高，可以申请优质品牌商品代理，分享升级利润加成！

传统电商 痛点

获客成本高

红利耗尽，增量趋缓，导致商家获取用户的成本越来越高，商家不得不花高昂的费用向大平台购买流量，获取客户。

留存率低

传统电商的用户更关注商品价值和品质，用户的留存率普遍偏低，忠实度不高。

平台费用高

如某宝、某东等大平台，难以建立私域流量，大多是依靠平台而运营。这样，每个流量入口都需要收费，运营成本过高。



**在面对
如此严峻的问题前面
超级社区云电商
能给您解决什么问题呢？**



PART 02

核心价值

5大核心价值 系统功能支持

优秀的分销体系 强大的批发机制

5大核心价值

01

创业者舞台

免费给创业者提供批发、分销、团购等多模式化线上交易工具，让更多的创业者通过自己的创新概念，实现自己的创业梦想

02

资源共享

平台上所有的商品资源都可以一件铺货到自己店铺进行线上销售，同时也可以将自营商品放到批发市场，让其他商家分销你的商品。

03

提升销售额

小程序+电商多渠道，助力商家提升销售额

04

品牌传播

微信公账号+小程序可以高效快速提升客户品牌认知度

05

用户流量

一键开店，10亿微信用户流量全方位引流，使用即是用户

平台功能支持

促销玩法

拼团、砍价、直播等多种营销插件组合营销，刺激客户购买，带动商家业绩高效增长。

CRM管理

会员全周期管理，精细化运营客户，精准营销增强客户粘性带来高复购。



数据分析

多角度、全方位的店铺经营分析数据驱动营销决策促进业绩增长。

用户体验

新用户、特权价、专享区，提升客户消费体验。

裂变式分销

裂变分销，让人人都成为分销员，一传十，十传百。

■ 平台功能支持

多样化店铺装修模板

丰富的商品管理

特有的批发中心功能

灵活的物流管理系统



高效的营销活动工具

完善的会员管理体系

强大的数据管理

更全面的渠道管理

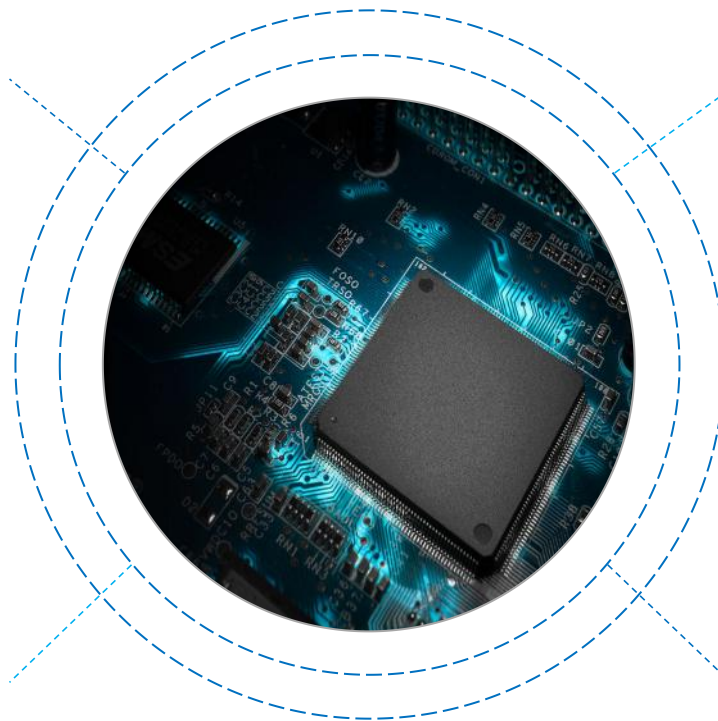
优秀的分销体系

3+N分销体系

轻松实现让店员、零售人员、朋友圈为您分销产品，可实现多级裂变分销的店中店系统，轻松占领市场。

分红奖励自定义

商品佣金，等级佣金，额外分红奖励等灵活的自定义分润规则，吸引更多的团队和分销商加入。



有门槛有激励

并不是所有会员，都能成为分销员，平台可以设置分销员的资质门槛，创造稀缺感。

专属推广海报

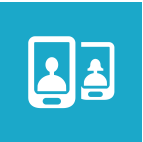
快速生成专属推广二维码，既能为自己推广还能招募分销商团，方便快捷。

何为优秀的分销体系？



开启移动电商微商时代

现在已步入移动电商的时代，让您的产品在移动互联网销售，抢占微信朋友圈、微博、QQ空间等社交平台，带来更多的交易。



找更多的代理批发商与经销商

把传统线下代理批发渠道搬到线上。找到更多的代理批发商与经销商帮您卖货。



找到分销团队并有效管理

找线下自媒体及各种微商团队合作，扩大产品销售渠道，并实现线上的分销团队管理。



找更多的分销商帮忙卖货

吸引便多的分销商，让分销商把您的产品迅速的占领朋友圈及各种社交平台。



销售渠道问题

建立PC.移动端、社交电商多平台销售渠道，建立代理批发、分销、零售多种销售模式。



利用社交属性吸引更多的顾客

通过使用各种营销活动和工具，让产品在社交平台裂变式传播。



分销管理体系



无限级分销三级分润

通过移动社交平台，每个分销商都可以无限级的发展自己的下属分销商，订单成交后相关联的上三级分销商获取自定的分润；



自定义分红规则

在自定义时间段完成销售额、发展多少下属分销商等各项指标自定义分红规则，独特的自定义分红功能，可以配置出适合您的分红规则来刺激更多的分销商加入。



纵向分销团队管理

大多企业会把线上分销交给多个分销团队，我们系统拥有完善的分销团队管理及激励机制，包括团队单独命名等功能。



吸粉式分销机制

关注才能分销、关注后自动分销、分享自动成为分销商、各种分销引导体系能有效的黏住粉丝。



完全自定义的渠道二维码

拖拽式制作推广二维码海报，想做什么样子就做什么样子。



分销管理体系



贴心的个性化分享设置

产品通过在朋友圈等社交平台传播，分销商可以自己定义分享后的提示语及描述，以此来提高成单率。



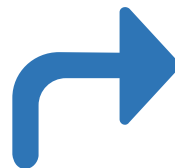
供货-代理分销机制

每个供应商都可以把商品设为批发商品，所有供货商的产品形成一个批发市场经销商可以市场内选购多家供货商的产品进行销售。



分销价格体系设置灵活

供货商可以限定各级分销商的分销价格和终端销售价格，可以统一售价，也可以让不同级别的分销商以不同的价格出售。



分销引导体系

通过各种渠道吸引分销商加盟，并且通过各种方式引导分销商去分享产品。比如在商城的各种明显位置提醒粉丝去分销此商品来获得丰厚利润。

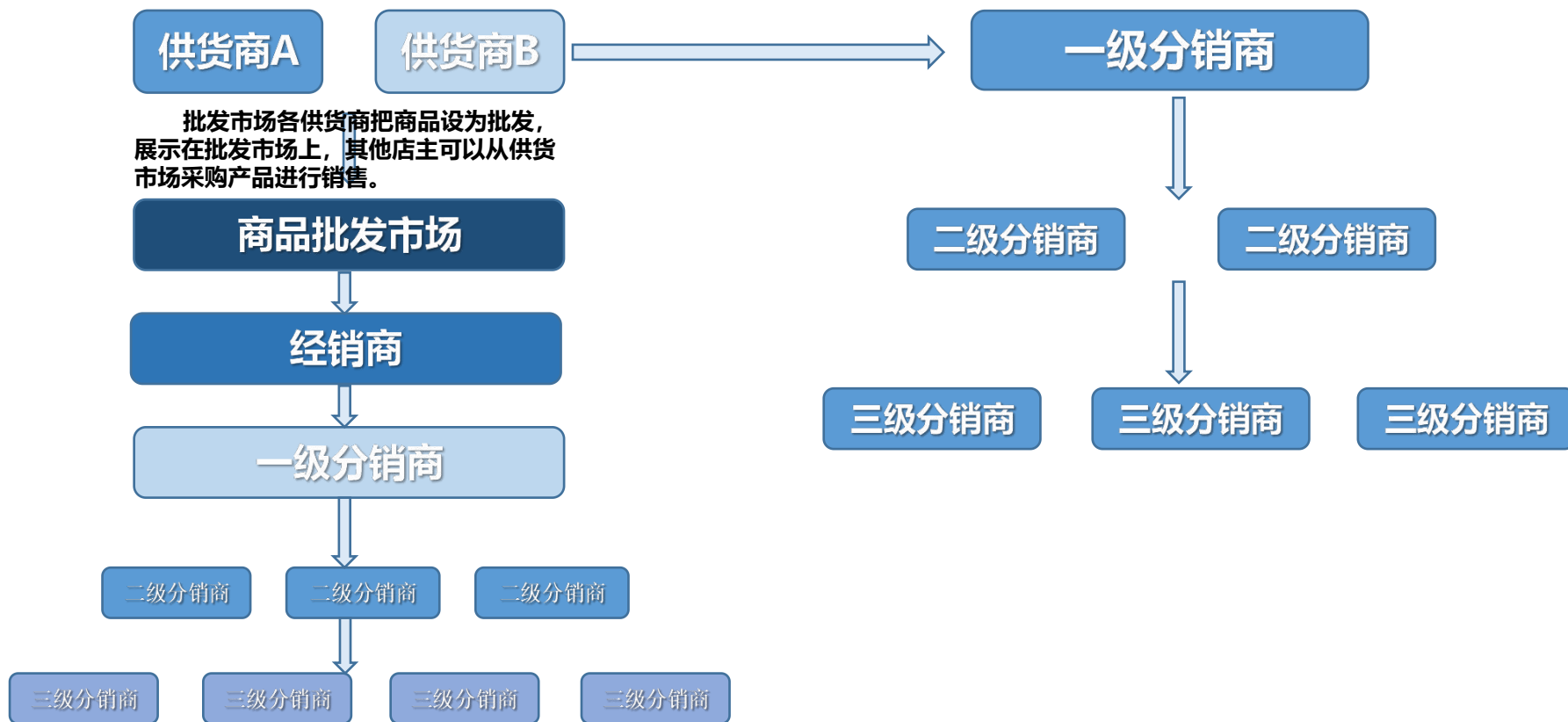


手机端分销

分销商可以在手机端管理店铺、管理下级分销商、管理订单、查看佣金、查看店铺二维码。

供货-批发-分销多级渠道

超级社区云电商分销系统不只是分销，系统还实现了供货->批发代理->分销->零售多渠道销售模式





PART 03

运营指导

背景&优势

- 全国+本地化社区电商运营

超级社区优势

“超级社区”成立于2015年6月，由知名学者于建嵘教授创立并投资，是基于社区的社交化电商平台。核心理念是帮助本地人提供本地化的生活服务，专注发展优势产区的标志性特色商品，致力于提供原产地直供、高性价比的优质商品。

灵魂理念创始人——于建嵘

- 于建嵘现为中国社会科学院农村所社会问题研究中心主任、知名教授。

- **主要理念**

- 信任关系；
 - 创业共同体；

- 基于邻里社交的社区服务平台。



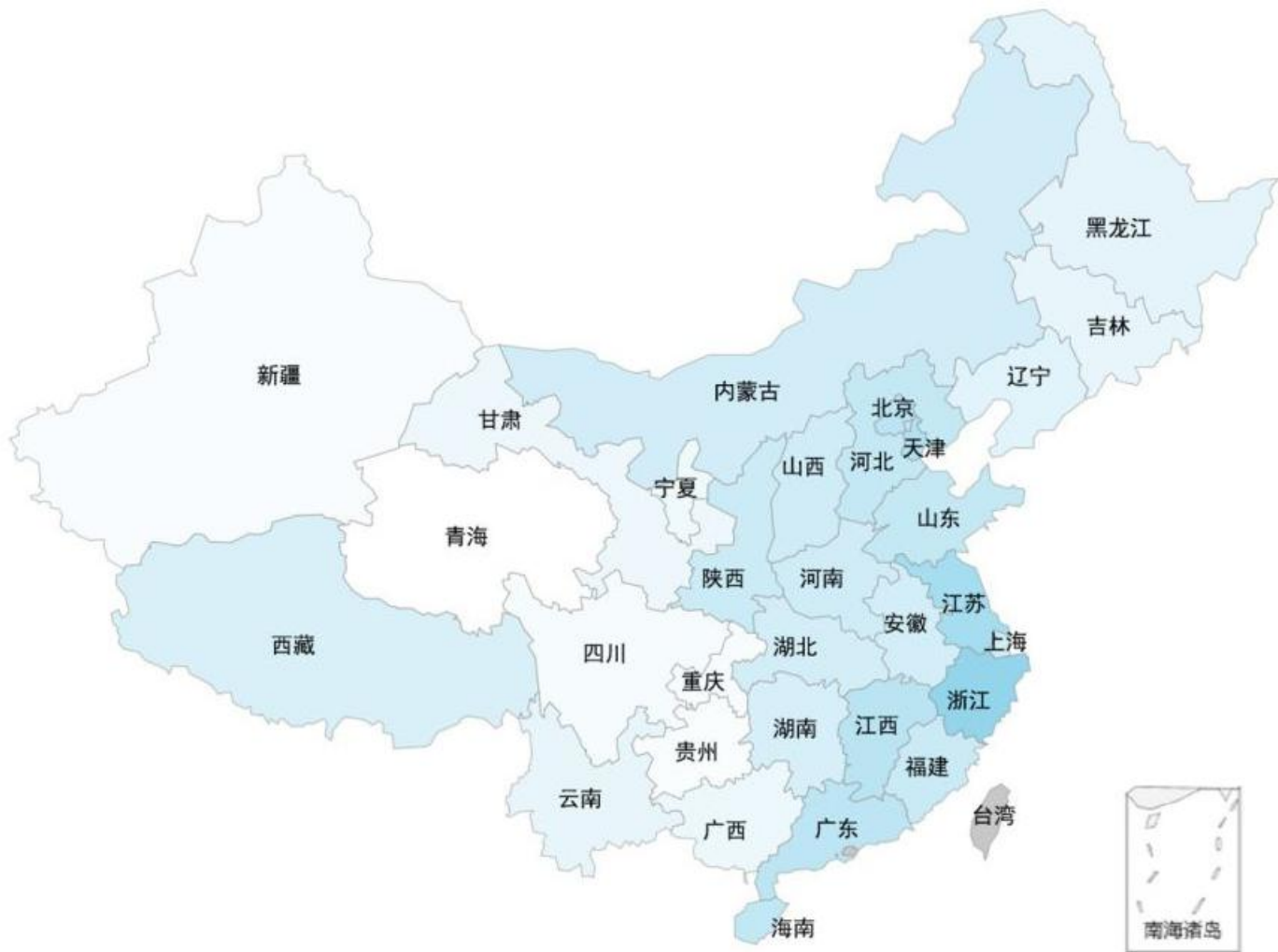
首席运营官CEO——于何

- 北京理工大学计算机系理学学士，中国社区科学院MBA。

- 2015年创办北京爱特生活信息技术有限公司，以共享经济为理念，探索为广大创业者提供全新的创业模式。



超级社区优势



超级社区成立于2015年6月，由知名学者于建嵘教授创立并投资，是基于社区的社交化电商平台。

我们的核心理念是帮助本地人提供本地化的生活服务，专注发展优势产区的标志性特色商品，致力于提供原产地直供、高性价比的优质商品。

我们为社长提供了一个可靠的创业平台。截至2019年12月底，全国已经开通**10000+社区**，全国各地专员、社长组**20000+场活动**，辐射**1000000+人群**。

超级社区优势

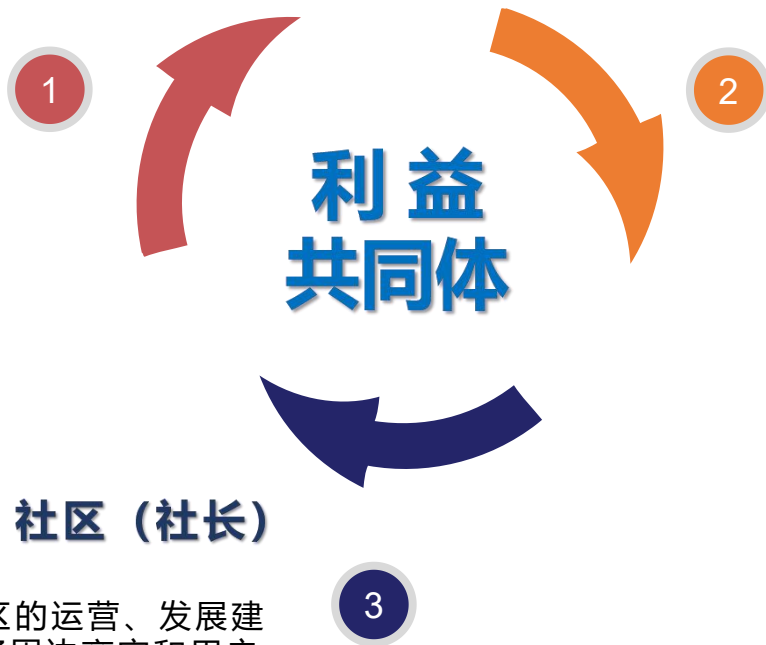
全国10000+多名
社区创业者



超级社区的整体运营架构分为

总部（平台公司）

负责系统的开发维护、项目发展战略、平台规则制定、创业者招募、特约商家招募与商品审核、平台客服、营销策略、培训等工作。



大区（城市合伙人）

负责本地区所有社区市场的开发覆盖、社长招募与社长管理、特色产品与商家的推荐、大区市场的运营和发展战略等工作。

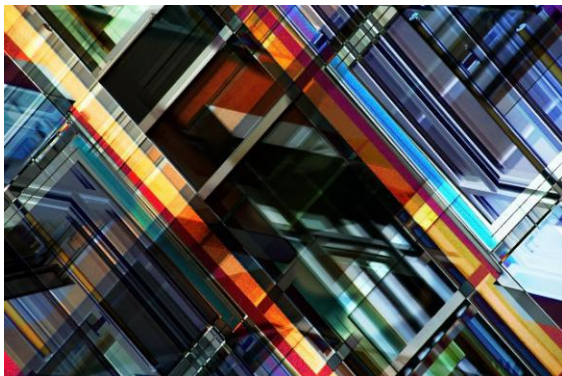
社区（社长）

负责本社区的运营、发展建立群关系、做好周边商家和用户的服务。

城市合伙人

社区经济的引领者

- 超级社区城市战略合作伙伴
- 有创业理想、有激情、有情怀
- 地方市场的开拓者、拥有者



城市合伙人的职责

- 负责本地区所有社区市场的开发覆盖
- 社长招募与管理
- 发展当地特色产品与优质商家
- 策划实施运营活动，促进当地市场的活跃



共赢体

- 丰厚的回报，拥抱“互联网+”的良机
- 市场立体支持，“互联网+线下区域运营”的专业体系化培训
- 和全国精英做伙伴



社长，零成本创业，拥有社区永久产权



0成本创业

- 拥有本社区的永久产权；
- 收益稳定持久；
- 社区成熟后“坐享其成”。

成为社区达人

- 社区达人—连接用户的中心点
- 社区品质生活的倡导者，社区活动的组织者
- 社区生态的引领者

利润收益

- 0成本创业，一年多赚30000
- 社长优选，平台挑选品质商品
- 一键生成网店，轻松获取佣金
- 发展周边商家，获取利润分成

城市合伙人本地化运营机制



社长成长

培训社长

- 1、软件系统培训
- 2、创建社群
- 3、运营社群
- 4、提升社长运营技能

扶植社长

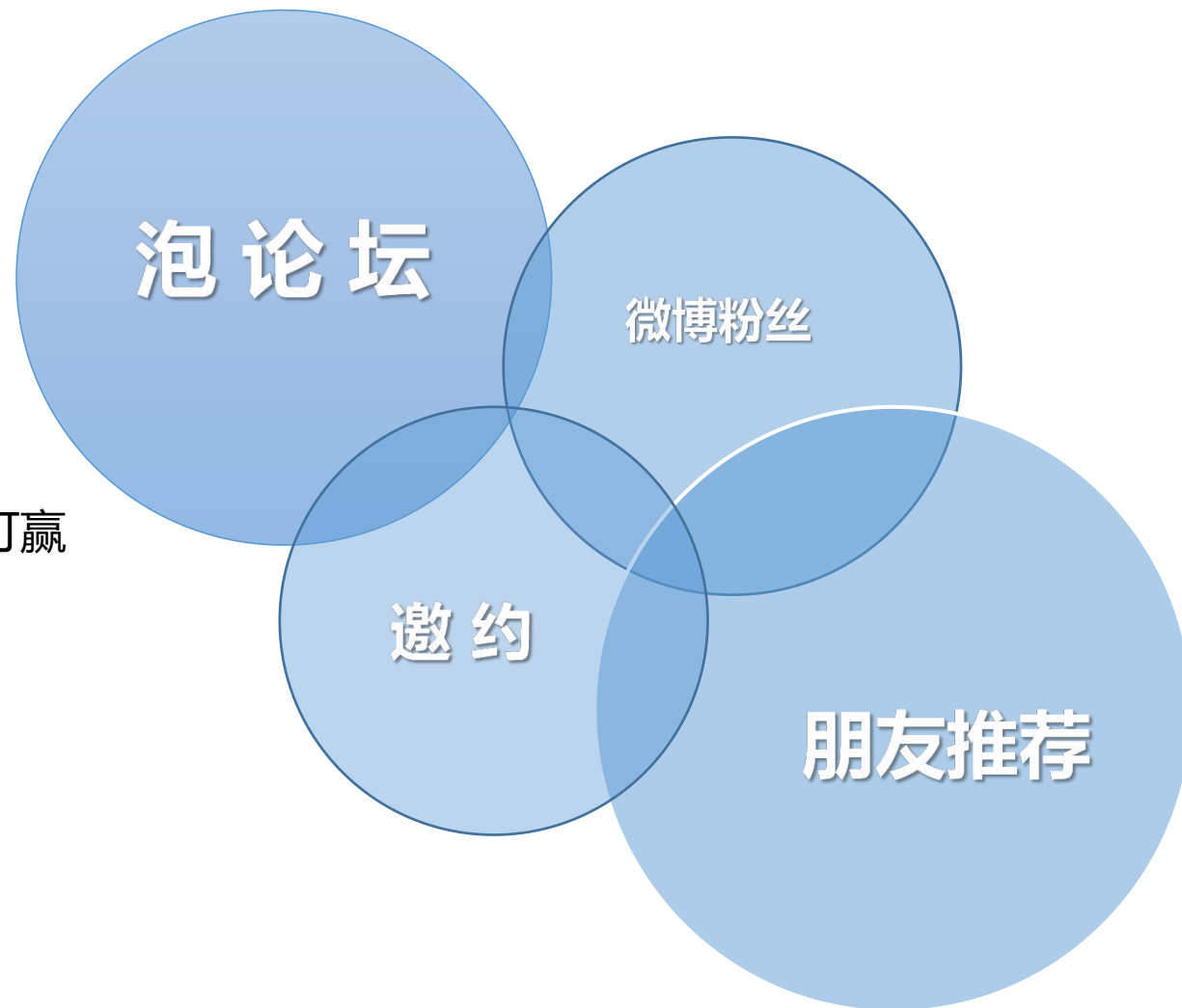
- 拥有本社区的永久产权,持久收益,社区成熟后可坐享其成。
- 零成本创业,一年多赚30000
- 成为社区达人,连接用户的中心点,社区消费的引领者

招募社长

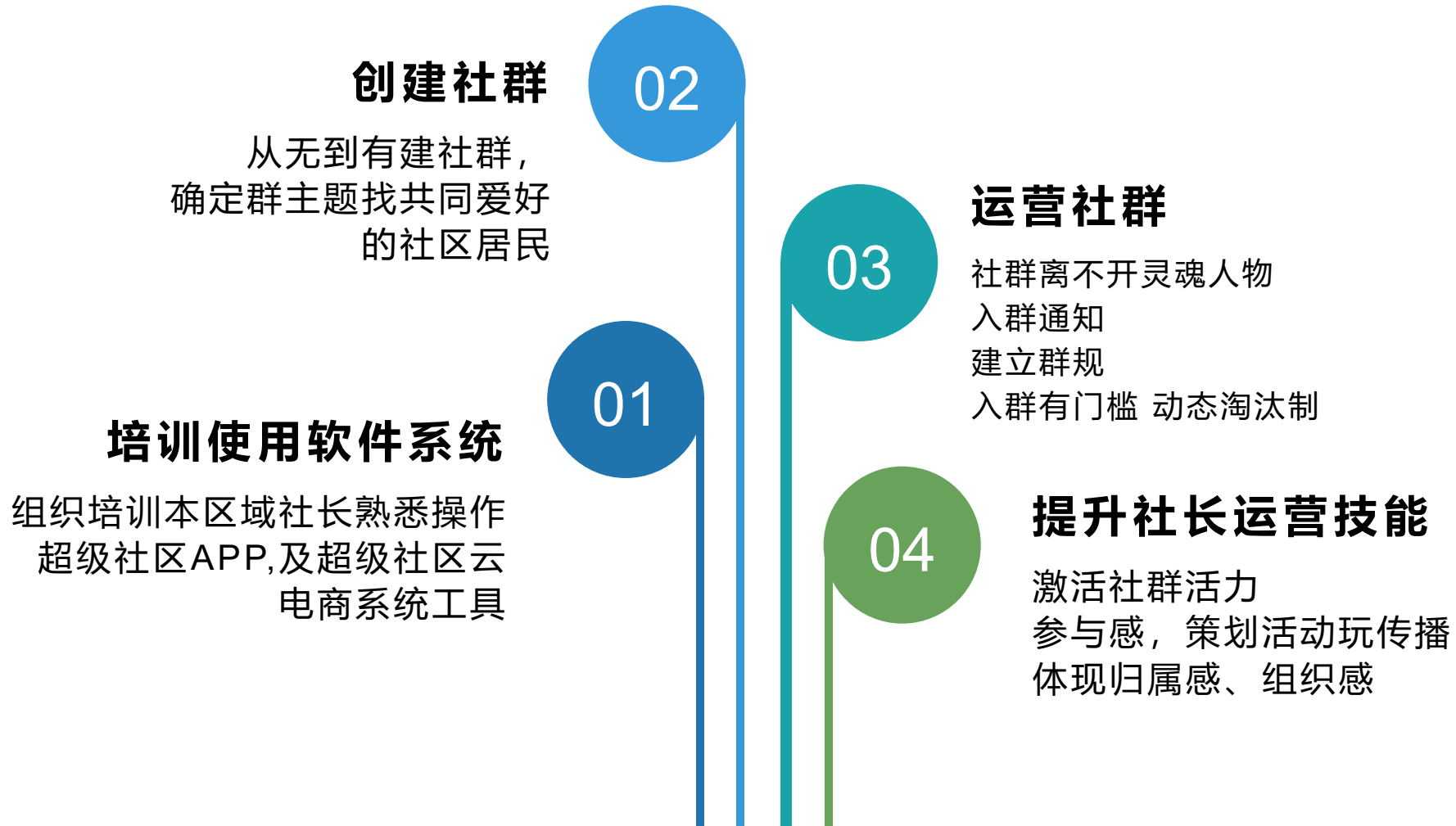
- 小区的业主,并在该小区居住。
- 有一定的时间和精力。
- 有一定规模的社群,乐于邻里之间的沟通互动,有为邻居提供服务的意识,愿意组织社区居民互动活动。
- 在社区内有线下实体店的优先考虑。

社长招募

- 机构之间的共享
- 发展KOL人物做社长
- 社交网、论坛发布招募软文、广告。
- 朋友圈发展，社长之间邀请，邀请成功后可赢得丰厚奖励。



培训社长、扶植社长



社区活动



甄选商品

价格优势

原产地直发，去除中间商差价，
让用户买的既省钱，又放心



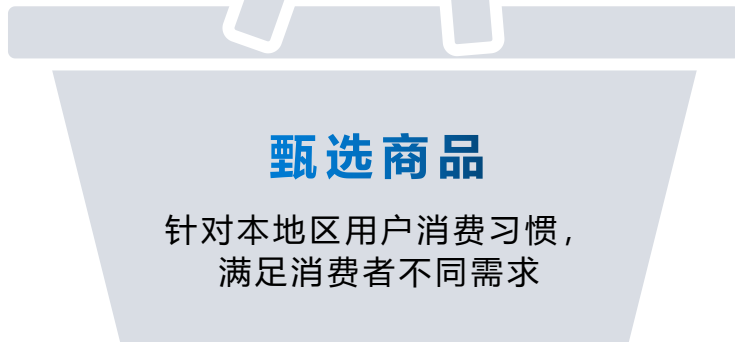
品质保障

严格甄选有品质保障的商品，
对本地区用户的食品健康负责



甄选商品

针对本地区用户消费习惯，
满足消费者不同需求



原产地直发

城市合伙人供应当地产品，以社长
为纽带实现从原产地直接到社区



品牌建设



本地商品实现自有品牌

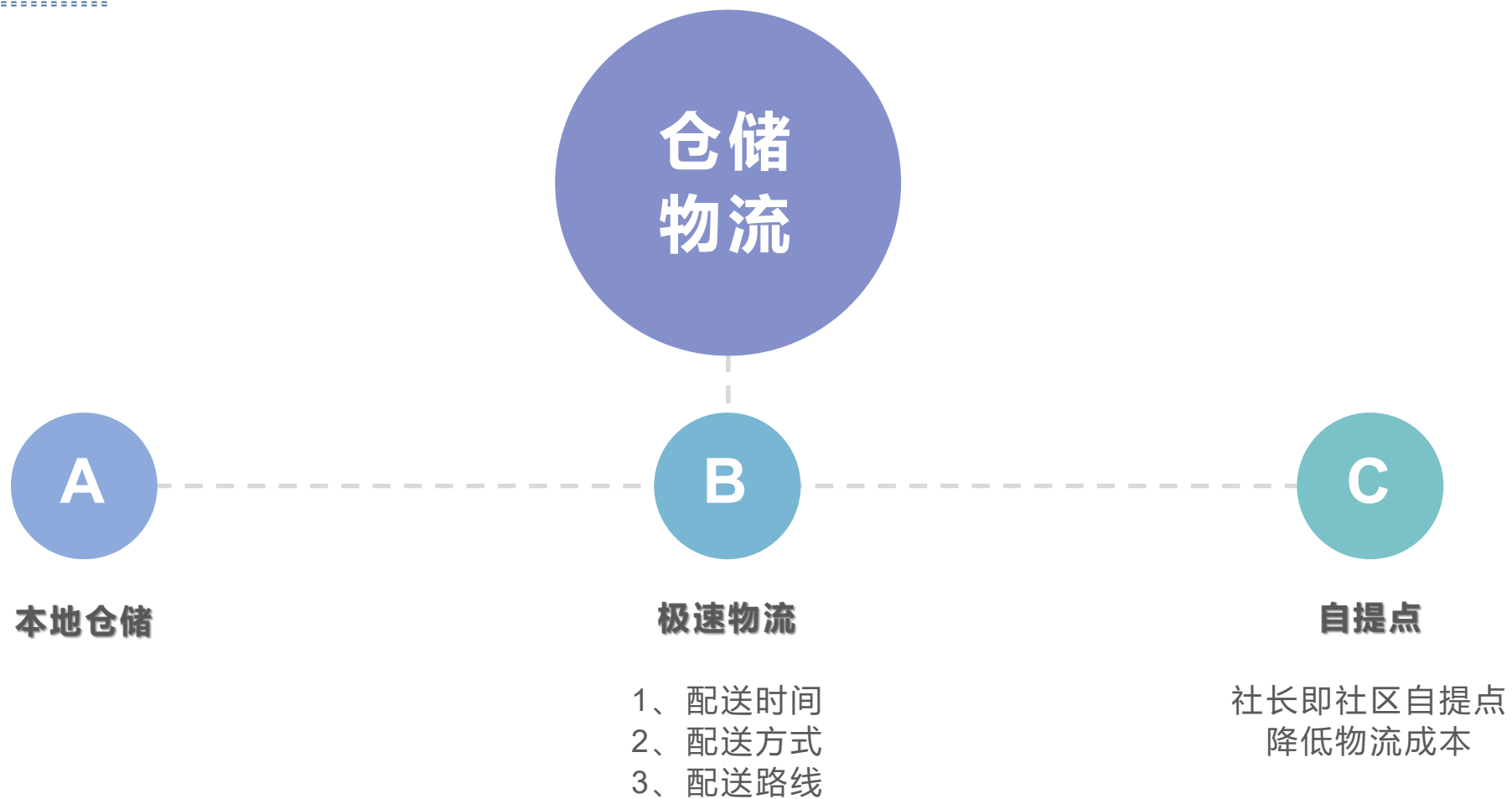
深度的挖掘和培育属于自己品牌的产品，稳定价格，提升用户粘性



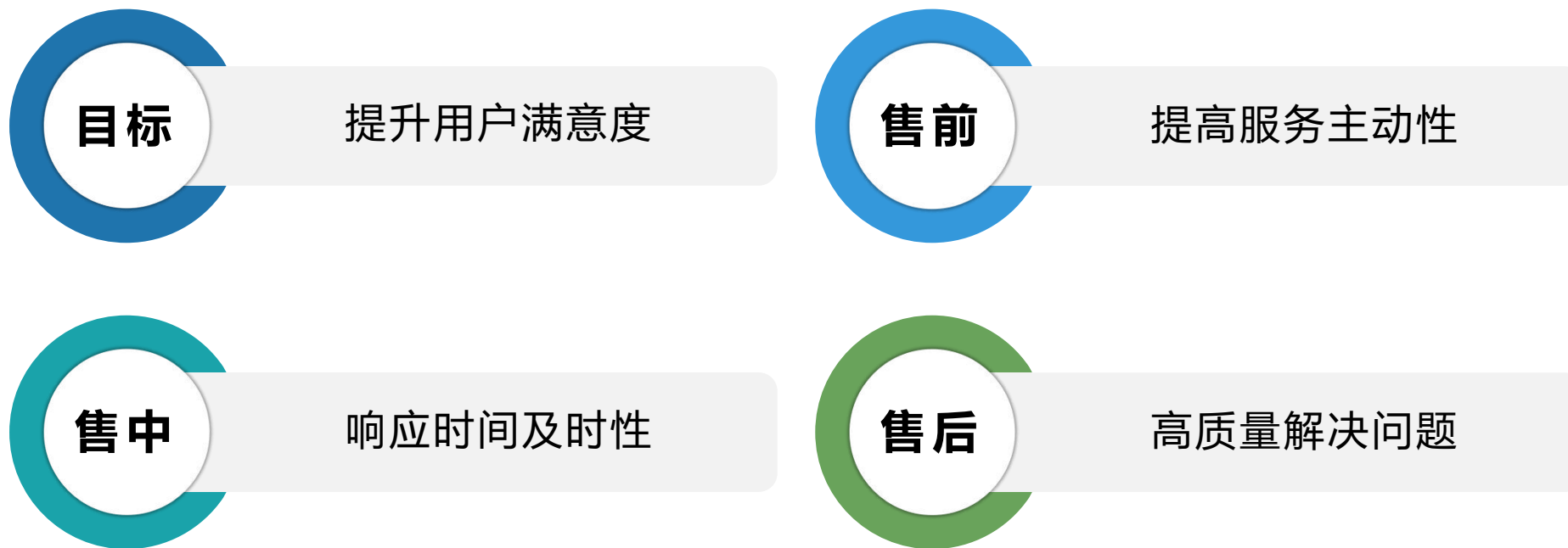
搭建完善的供应链体系

形成本地私域流量，提升本地销售额

仓储物流



服务品质



社长成长案例分享

案例分享-二里庄社长建群经验分享

1. **群主题**：确定群的名称和主题，我起的群名叫“超级社区~二里庄活动群”，群的名称就是主题，以二里庄及周边的社区活动为主。
2. **第一批基石用户**：这一批用户，对这个群的走向至关重要。说白了，就是来帮你抬庄的。让你的群起码在最初呈现一定的活跃度。
3. **通过活动邀请人**：发起了活动公告，张贴群名片（群二维码）和活动要点，到社区其他的群，让别的群的用户进行扫码识别。在别人群里发布广告内容，跟群主沟通下，征得同意效果更好。也可以考虑印制小型活动海报，张贴在小区的公告栏，留下微信等联系方式让大家扫码加入。对于围绕这个活动进来的成员，打招呼，进一步回答大家的问题。保持群内的活跃性。
4. **培养群骨干**：进一步观察群内积极分子，逐渐培养社区群的骨干。
5. **活动传播**：正式发布活动海报（我选择了专门注册一个社区公众号），发布详细的活动方案。开启第一次社区活动。活动中，及时分享图文信息到主群。晚上，将大家朋友圈的一些感想，再次做成公众号文章发布在群内及朋友圈，进行二次传播。也将活动照片上传微博。
6. **社群维护**：比如周日进行了亲子公益活动，我当天晚上主要是讨论这个话题。周一开始，又进入新的活动周期，从发起话题讨论，引导到正式公布活动方案（周二或周三），到进一步落实参加人数，到周末进行活动，然后总结传播。保证一整周，都有一个主线，维护群的活跃性。当然，间歇会穿插很多群内成员自发的其他讨论话题。
7. 群的好处是便于集中发布消息，进行讨论，提高了传播的效率，便于扎堆成交和活动。

社长成长案例分享

案例分享-二里庄组织活动分享

一、自己亲力亲为去组织活动

公益活动

- **活动主题：**我在其他qq群闲聊中，得知一些家长想去做公益，顺嘴接过来，我可以联系一个公益机构一块去做公益。
- **活动发起：**通过落实公益机构的参与方式，我在社区内其它几个qq群发布了初步的活动内容，主题为“亲子做公益，爱心共成长”，贴上了我自己建立的“超级社区-我们的二里庄”的二维码，对参加这次亲子公益活动感兴趣的家长扫码进来，很快就让微信群突破100人。
- **开始宣传：**从3月4日启动亲子公益话题，到3月13日正式实施，微信群的群友，围绕公益，亲子教育等话题进行互动，连接。期间，我通过美篇软件，发布了活动海报，便于朋友进行分享和传播。
- **活动内容：**3月13日，二里庄及周边社区44人，自驾和拼车，到宋庄进行亲子公益活动，捐赠衣物和书籍，亲子一起，在仓库整理衣物做义工。下午安排了相对轻松的美术馆参观和公园游玩。
- **二次传播：**晚上回来，参与活动的家长，刷屏了朋友圈和微信群，各种感悟，形成了很好的二次传播。同时利用社区公众号，进行了活动总结 and 报道，分享到朋友圈和微信群，取得了很好的宣传效果。

闲物置换

第1届儿童闲置书籍玩具交换活动为例，我首先是发现了社区存在这个需求，然后我去居委会沟通，告知大家都有这个集中需求，说服居委会同意给我们场地，然后我起草活动文案，到微信群进行传播，同时开通了群内接龙报名，以及互动吧软件报名通道。在活动正式实施之前，我跟罗专员进行了沟通，邀请一些粥百年社长来参与作志愿者。活动的文案，大家可以去二里庄超级社区公众号（super2lz）下载。

主要是把握如下活动要素：活动主题、活动时间、活动地点、活动准备、活动程序、注意事项、报名方式

社长成长案例分享

案例分享-二里庄组织活动分享

二、借力合作办活动

亲子烘焙

- 1、亲子烘焙的起因，是因为群内一个爸爸是糕点师，在小区附近有自己的蛋糕房，并且他们有过多次做亲子活动的经验。
- 2、我所做的主要工作，就是在群内发起讨论（聊蛋糕），引导讨论（纯天然奶油蛋糕和其他蛋糕的差异）这样聚集起了话题，对这个话题感兴趣的朋友比较多的情况下，让糕点师提供活动方案（活动主题，活动时间，活动地点，活动内容，活动费用，参与活动人可以得到的产品），然后我在我的社区公众号发布活动海报，并把海报发到自己的朋友圈和社区群。临到活动举办的时候，提醒大家自行前往，并告知他们，可以多拍点照片回来分享（我自己有事没去）。

跆拳道活动

- 1、是联系的社区跆拳道教练。首先告知教练，我在做超级社区项目，可以帮道馆进行社区的宣传，可以一起联合举办一次社区免费公开课，教练说如果邀请超过10个孩子，就可以举办。然后我根据道馆的简介和提供的图片，发布了社区跆拳道公开课的海报（自我加压注明15个孩子），然后到我的社区群传播，让其他家长也邀请感兴趣的朋友加入我们的群。最终有40余位家长感兴趣，当天到场的孩子超过30，但实际参与公开课学习的超过20。
- 2、在这要说的是，我为了跆拳道活动单独组建了一个临时群，最后发展到40个群成员，相关跆拳道公开课的讨论在临时群讨论，主要的原因是我想集中讨论。整个过程反思下来，以后的活动，我不会考虑再单独组建临时群了，全部在我的活动主群讨论，给主群增加活跃性。

本地化运营案例分享

地方化运营案例分享-社区团购网纹瓜

30个社区一周团购近万斤

两次团购，第一次18个社区团了4000斤左右，第二次12个社区团了4000斤左右。

大区统采联购，社长采集到社区需求信息和需求节奏，大区进行定点直采，从瓜棚到社区驿站（看看我们社长的各种花式社区驿站，假以时日他们都会跟飞龙社区一样），社长组织用户自提。

未来，每个社区都会有飞龙社区这样的社区驿站，团购的商品直接配送到驿站，邻居们上门自提非常方便。

超级社区活动

全国各地社长组织社区活动2万余次

如果说超级社区是对社区文化的重新解读，社长和专员则是强力的执行者

截至2019年底，全国各地专员、社长组织大大小小的社区活动**两万余次**，其中成规模的活动接近**三千场**，参与过活动的人群近**100万人次**。

社长组织的活动跟周边商家合作更加深入广泛，不但节省了运营成本还有效带动了周边商圈交易。



超级社区活动



项目合作商家

目前，超级社区已签约合作商家近千家，提供包括艺术品、茶、休闲零食、生鲜果蔬、粮油调味、美酒佳酿等12个生活类目。





PART 04

合作方式

● 入驻流程 ● 扣点模式 ● 注意事项

■ 入驻流程

01 #ONE 供应商入驻流程

02 #TOW 经销商入驻流程

■ 供应商入驻流程（仅提供批发商品，不支持店铺小程序自主运营）



经销商入驻流程 (支持小程序店铺自主运营)



扣点模式

扣点模式包括：平台扣点+第三方易宝支付扣点0.6%+分销商分润

- 1、平台扣点：根据不同店铺的商品分类，所设置的扣点不同，执行标准按照双方协商及签约合同为准。
- 2、第三方易宝支付扣点：固定扣点0.6%
- 3、分销商分润：商家自行对店铺内商品设置的不同分销商等级的分润情况。

■ 注 意 事 项

所有分销商必须经过入网审核通过，才能自动分账，但凡订单中任一名分销商没有入网操作，该店铺以及该名未入网的分销商均无法成功分账。所以商家们请注意，但凡自己店铺的分销商，均要提醒他在手机端小程序下进行入网操作。操作流程见附件《分销商入网信息填写流程》。

商家有权自行设置是否对本店铺的分销商进行审核，默认不审核。若需要审核操作步骤为：

进入店铺后台—设置—分销设置—分销审核—开启即可。

联系方式

官方客服电话：400-827-9566

地址：北京市通州区宋庄镇小堡南街72号

地址：北京市朝阳区建外大街中国惠普大厦4层

官方微博： @超级社区 @东书房艺术馆

微信公众号：超级社区商城、超级社长

小程序：东书房品质生活

抖音：玩味中国

邮箱：atshenghuo@icjsq.com



小程序二维码



谢谢聆听

THANKS FOR YOUR ATTENTION

超级社区云电商系统