



如何用小程序赚到100万

— 有赞小程序运营手册 —

目录

CONTENTS

1.入门篇

- ☑ 什么是小程序——小程序发展现状
- ☑ 商家为什么要做小程序——打通核心入口+助力商家经营
- ☑ 商家需要什么样的小程序——小程序能力模型
- ☑ 有赞小程序——你不会犯错的选择

2.基础篇

通过8个步骤，引导你创建一个完整的「有赞小程序店铺」

- ☑ 一张图看懂搭建小程序店铺的8个步骤
- ☑ 第一步：注册有赞店铺帐号
- ☑ 第二步：小程序注册认证
- ☑ 第三步：配置支付方式
- ☑ 第四步：审核发布
- ☑ 第五步：上架商品
- ☑ 第六步：店铺搭建
- ☑ 第七步：推广分享
- ☑ 第八步：发货及提现

* 点击可跳转至对应篇章

目录

CONTENTS

3.进阶篇

六大策略，快速达成「百万小程序」

- ☑ 展现 —— 人手必备的小程序装修攻略
- ☑ 拉新 —— 拉新五步走，订单不用愁
搭入口 | 推图文 | 搞裂变 | 投广告 | 做分销
- ☑ 互动 —— 用好客服系统，抓出每一个互动时机
- ☑ 成交 —— 六大神器加持，成交转化事半功倍
- ☑ 留存 —— 积分 + 送礼，快速提升留存率
- ☑ 复购 —— 拴住老客户的三条秘诀

4.案例分析篇

看看大咖如何玩转“小程序”

- ☑ 幸福西饼 —— 通过小程序获取流量和交易，充分享受流量红利
- ☑ 植观 —— 瓜分券活动开启用户分享热潮
- ☑ 黎贝卡 —— 绑定小程序，一分钟交易破百万
- ☑ 阔色 —— 「0元拼团」引爆微信群裂变，解决开店初期流量难题
- ☑ 鲜丰水果 —— 多网点+拼团+到店自提，线下门店批量引流

* 点击可跳转至对应篇章

入门篇

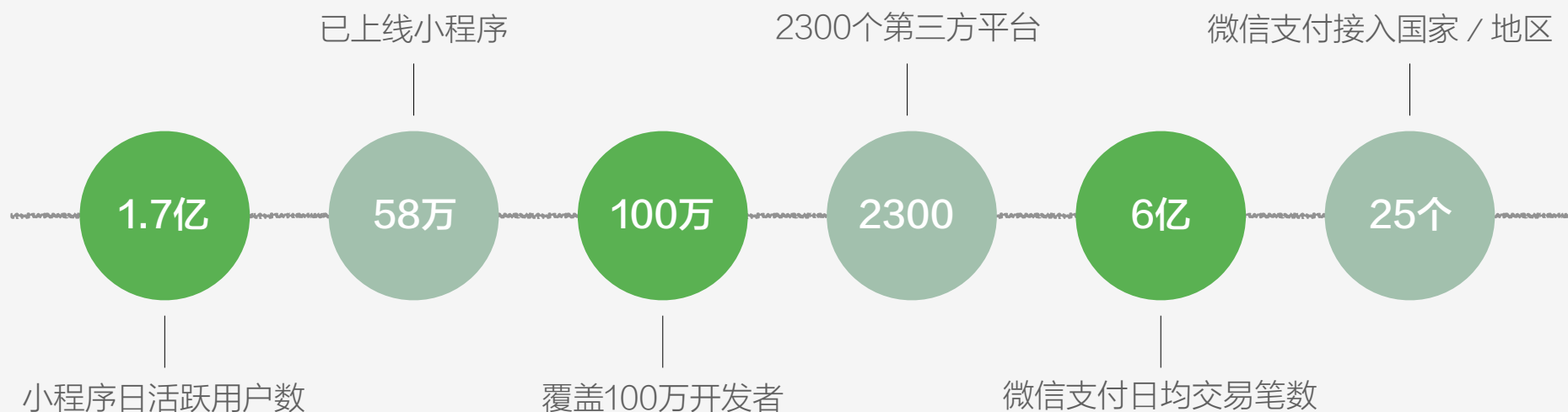
通过这个篇章，你将了解：

- ☑ 什么是小程序——小程序发展现状
- ☑ 商家为什么要做小程序——打通核心入口+助力商家经营
- ☑ 商家需要什么样的小程序——小程序能力模型
- ☑ 有赞小程序——你不会犯错的选择



☑️ 什么是微信小程序？

微信之父张小龙：“小程序是一种不需要下载安装即可使用的应用，它实现了应用触手可及的梦想，用户扫一扫或者搜一下即可打开应用。”



☑️ 商家为什么要做小程序？

一、小程序已成为微信互联网核心入口之一。基于微信生态经营好自己的客户，公众号、朋友圈、微信群、小程序、H5商城需要串联起来、通盘运营，才能形成“势能”。每增加一个客户接触点，客户的黏性、信任、成交、复购、口碑推荐的能力就会指数级增长。



微信生态一体化营销：公众号+小程序+朋友圈+H5店铺，一个都不能少；

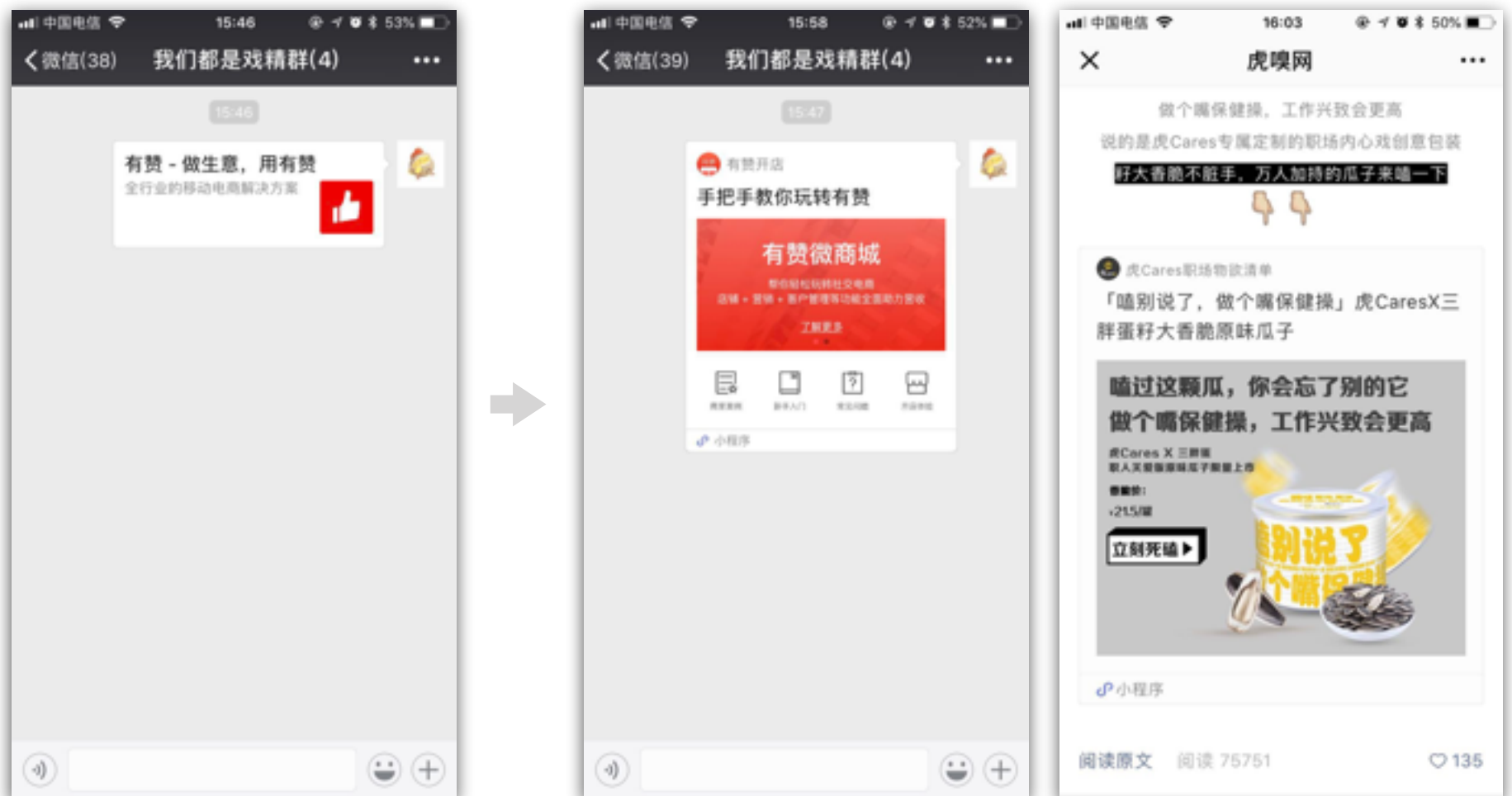
☑ 商家为什么要做小程序?

二、小程序助力商家获客、复购、裂变：97个入口：小程序卡片、小程序码、微信搜索、公众号相关...追赶风口，把握微信10亿用户。

97个入口，把握10亿微信用户（仅列出部分）

- 微信搜索
- 最近使用的小程序列表
- 附近的小程序
- 线下扫码
- 推荐给微信好友
- 分享到微信群
- 公众号文章
- 公众号关联后推送
- 公众号菜单直达
- 公众号群发小程序卡
- 微信首页任务栏
- 微信群资料页
- 聊天置顶小程序
- 安卓生成桌面图标
- 微信支付通知进入小程序

三、分享屏占比超50%点击转化利器：产品图片+核心卖点一次性展示，分享界面更大更醒目



☑ 商家需要什么样的小程序?

小程序能力模型



☑ 选有赞小程序，你不会犯错的选择

日积月累的能力，完整满足到你的各种经营场景



电商卖货



推广裂变



引流到店



到店自提



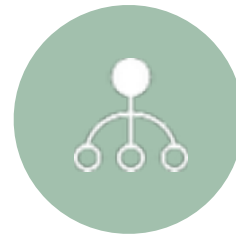
同城配送



多网点经营



知识付费



分销商品

 选有赞小程序，你不会犯错的选择

让你赞叹的有赞微商城1000+功能，正全面“小程序”化

有赞小程序功能一览表

商品	实物商品	虚拟商品	电子卡券	预售商品	数量限购	商品分组
	定时开售	限指定用户	消息推送			
店铺管理	店铺装修	多网点	支付工具	订单管理	到店核销	货到付款
	快递发货	同城配送	多客服	资产管理	上门自提	小程序代注册
	服务通知	货到付款				
营销玩法	限时折扣	秒杀	知识付费	多人拼团	优惠买单	扫码收款
	储值卡	优惠券	优惠码	满减/折/送/包邮	定向发券	分销员
	发券宝	瓜分券	积分商城	会员卡		
数据分析	访客统计	浏览统计	访问深度统计	停留时长统计	转化统计	数据趋势图
	交易统计	客户来源统计				
即将支持	周期购	礼品卡	砍价	支付有礼	团购	签到
	销售优惠券	酒店预订	赠品	优惠套餐	打包一口价	心愿单

——这些玩法经有赞商家多年使用，成熟、专业、靠谱（[点击查看功能更新动态](#)）

基础篇

通过这个篇章，你将了解：

看懂搭建小程序店铺的8个步骤：

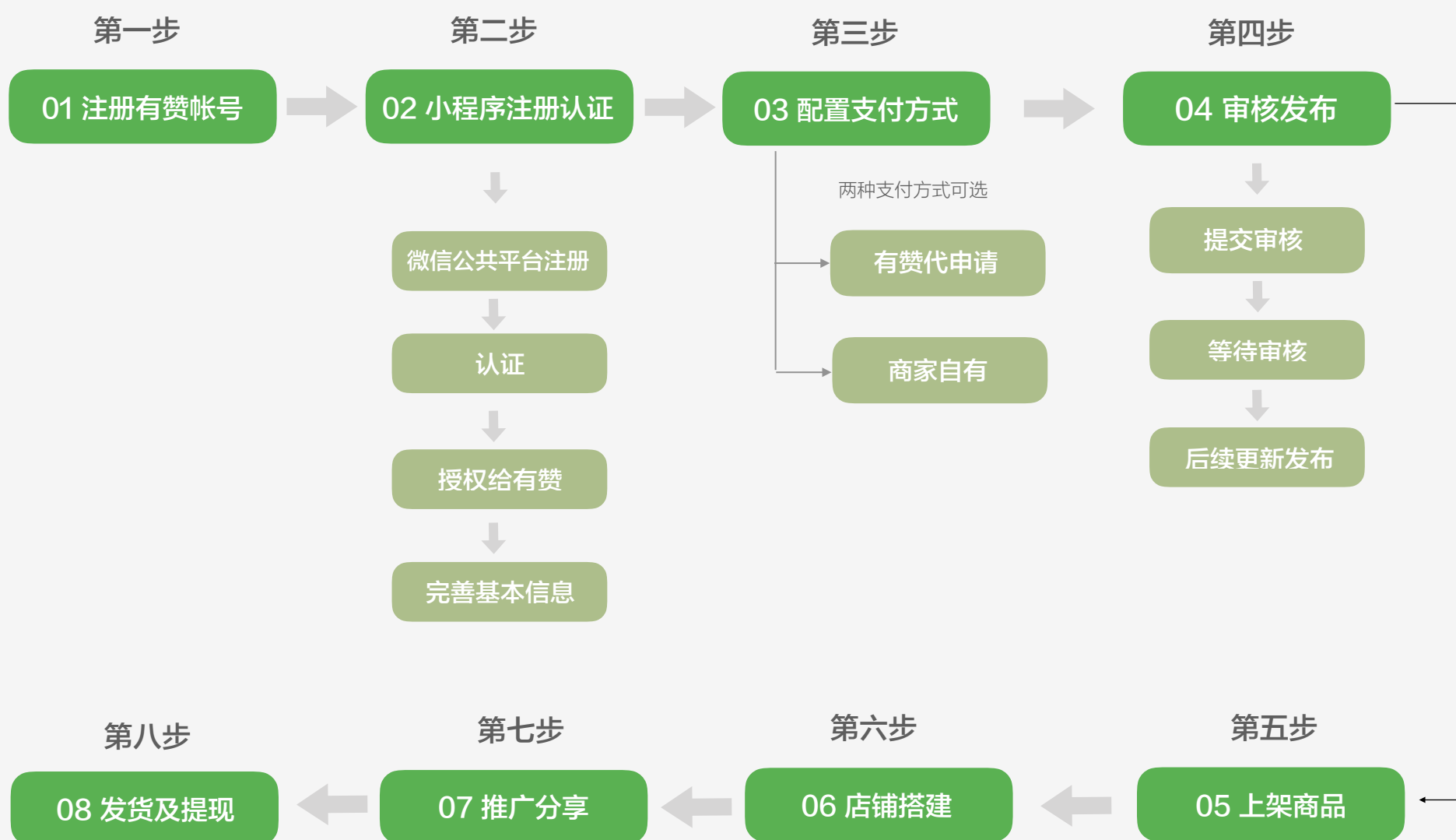
- ☑ 第一步：注册有赞店铺帐号
- ☑ 第二步：小程序注册认证
- ☑ 第三步：配置支付方式：有赞代申请 | 商户自有
- ☑ 第四步：审核发布
- ☑ 第五步：上架商品
- ☑ 第六步：店铺搭建
- ☑ 第七步：推广分享
- ☑ 第八步：发货及提现



☑ 八步拥有自己的小程序

使用有赞小程序，无需复杂的技术开发，完成申请认证流程后即可在有赞后台搭建、运营自己的小程序店铺。同时推出“代理注册、一键授权”服务，简化了前期的申请注册流程。商家可以在有赞后台完成全部注册流程，无需跨平台操作。

有赞小程序注册、搭建流程



☑ 第一步：注册有赞帐号开店

拥有有赞微信小程序一定要在有赞开店吗？是的，有赞小程序不仅仅是展示，更是一套完善的电商系统，买家可浏览商品、下单购买，并含多种营销工具，满足多种营销场景，助力商家营收。

登陆有赞小程序官网即可完成注册开店👉[前往官网了解更多](#)

相关问题解答：

[如何创建有赞店铺？](#)

[如何选择自己的店铺类目？](#)



注册后选择店铺类型，填写相关信息后即可进入有赞后台进行下一步操作。

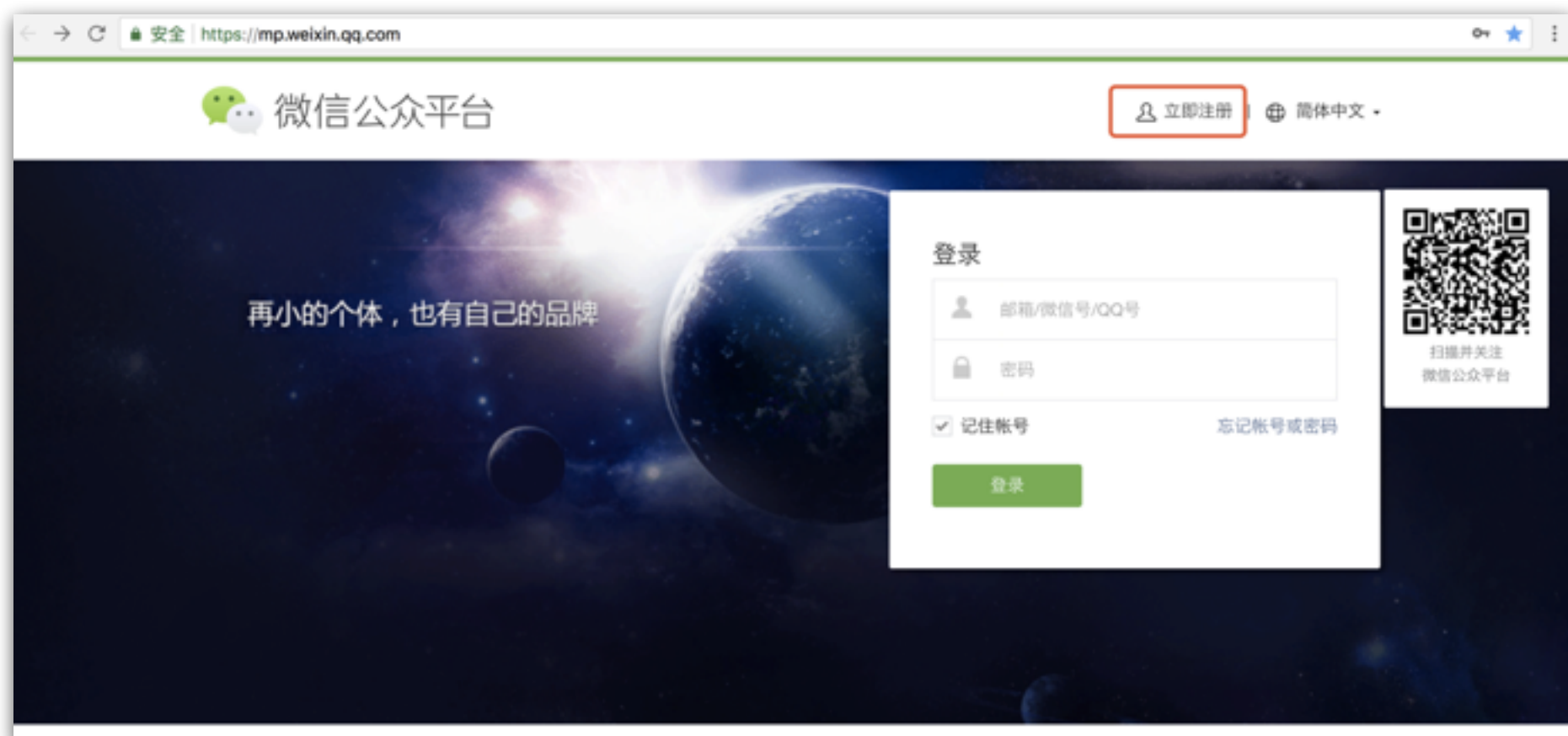


第二步：小程序注册认证——注册账号



1、注册账号：

打开微信公众平台，点击右上角“立即注册” [点击进入微信公众平台](#)



「选择注册的账户类型」,选择“小程序”；



☑ 第二步：小程序注册认证——填写邮箱和密码

2、填写邮箱和密码：

此邮箱和密码将用于公众号小程序登录，请填写未注册过公众平台、开放平台、企业号、未绑定个人号的邮箱；

① 帐号信息 — ② 邮箱激活 — ③ 信息登记


每个邮箱仅能申请一个小程序

已有微信小程序？立即登录

邮箱
作为登录帐号，请填写未被微信公众平台注册，未被微信开放平台注册，未被个人微信号绑定的邮箱

密码
字母、数字或者英文符号，最短8位，区分大小写

确认密码
请再次输入密码

验证码  换一张

你已阅读并同意《微信公众平台服务协议》及《微信小程序平台服务条款》

☑ 第二步：小程序注册认证——邮箱激活

3、邮箱激活

登录邮箱，查收激活邮件，点击激活链接；

① 帐号信息 — ② 邮箱激活 — ③ 信息登记



激活公众平台帐号

感谢注册！确认邮件已发送至你的注册邮箱 **zgah...@sina.com**，请进入邮箱查看邮件，并激活公众平台帐号。

[登录邮箱](#)

没有收到邮件？

- 1、请检查邮箱地址是否正确，你可以返回重新填写。
- 2、检查你的邮件垃圾箱
- 3、若仍未收到确认，请尝试重新发送

“请激活你的微信小程序” ☆ 图 色

weixinteam 于2018年2月22日 星期四 下午16:24 发送给 zgah...@sina.com 详细信息 ▾

公众平台
你好，
感谢你注册微信小程序。
你的登录邮箱为：zgah...@sina.com。请点击以下链接激活账号，
https://mp.weixin.qq.com/wxopen/waactivateemail?email=emdhaGZsX3lhbnNoaUBzaW5hLmNvbQ%3D%3D&ticket=mmverifycodebrokeremail_1_d00f4822f88f08b474deafc87eadd67f
如果以上链接无法点击，请将上面的地址复制到你的浏览器地址栏进入微信公众平台。
Kero Zheng
微信产品经理

第二步：小程序注册认证——信息登记

4、信息登记

点击激活链接后，继续下一步的注册流程。请选择主体类型选择，完善主体信息和管理员信息。

① 帐号信息 — ② 邮箱激活 — ③ 信息登记

用户信息登记

微信公众平台致力于打造真实、合法、有效的互联网平台。为了更好的保障你和广大微信用户的合法权益，请你认真填写以下登记信息。为表述方便，本服务中，“用户”也称为“开发者”或“你”。

用户信息登记审核通过后：

1. 你可以依法享有本微信公众帐号所产生的权利和收益；
2. 你将对本微信公众帐号的所有行为承担全部责任；
3. 你的注册信息将在法律允许的范围内向微信用户展示；
4. 人民法院、检察院、公安机关等有权机关可向腾讯依法调取你的注册信息等。

请确认你的微信公众帐号主体类型属于政府、媒体、企业、其他组织、个人，并请按照对应的类别进行信息登记。
点击查看微信公众平台信息登记指引。

注册国家/地区

主体类型 [如何选择主体类型？](#)

个人 企业 政府 媒体 其他组织

主体类型说明如下：

帐号主体	范围
个人	18岁以上有国内身份信息的微信实名用户
企业	企业、分支机构、企业相关品牌。
企业（个体工商户）	个体工商户。
政府	国内、各级、各类政府机构、事业单位、具有行政职能的社会组织等。目前主要覆盖公安机构、党团机构、司法机构、交通机构、旅游机构、工商税务机构、市政机构等。
媒体	报纸、杂志、电视、电台、通讯社、其他等。
其他组织	不属于政府、媒体、企业或个人的类型。

第二步：小程序注册认证——信息登记

1) 主体信息登记

根据所选主体类型，填写对应信息，不同主体类型的小程序验证方式不同：

企业类型账户可选择两种主体验证方式：

方式一：需要用公司的对公账户向腾讯公司打款来验证主体身份，需填写开户名称、开户银行、对公账户、开户地点。打款信息在提交主体信息后可以查看到。

方式二：通过微信认证验证主体身份，需支付300元认证费。认证通过前，小程序部分功能暂无法使用。

注意：政府、媒体、其他组织类型帐号，必须通过微信认证验证主体身份。认证通过前，小程序部分功能暂无法使用。

主体信息登记

企业类型 企业 个体工商户
企业包括：企业、分支机构、企业相关品牌等

企业名称
需与当地政府颁发的商业许可证或企业注册证上的企业名称完全一致。信息审核成功后，企业名称不可修改。

营业执照注册号
请输入15位营业执照注册号或18位的统一社会信用代码

注册方式

向腾讯公司小额打款验证

- ① 填写企业对公账户
为验证真实性，此对公账户需给腾讯打款验证。注册最后一步可查看打款信息，请尽快联系贵公司/单位财务进行打款。
- ② 注册最后一步，需用该对公账户向腾讯公司进行打款
- ③ 腾讯公司收到汇款后，会将注册结果发至管理员微信、公众平台站内信
- ④ 打款将原路退回至您的对公账户

微信认证

微信注册并认证，无需小额打款验证，需支付300元审核费用。提交认证后会在1-5个工作日完成审核。在认证完成前小程序部分能力暂不支持。[查看详情](#)

2) 管理员信息登记

需填写管理员身份证姓名、身份证号码、手机号、验证码，并通过管理员手机微信扫码验证；一个身份证号码最多注册5个小程序。点击“继续”，确认主体信息，注意主体信息提交后不可修改。

第二步：小程序注册认证——主体认证

5、主体认证

主体信息提交后，会根据登记时选择的验证方式进入对应验证流程。有“**公对公打款验证**”和“**微信认证**”两种方式可选，前者涉及财务流程相对复杂，后者则需向微信支付300元认证费，商家可根据自身情况选择：

1) 公对公打款验证

主体信息提交后，选择对公打款的用户，会进入打款流程，请根据页面提示，向指定的收款账号汇入指定金额。

注意：请在10天内完成汇款，否则将注册失效。



2) 微信认证

选择通过微信认证验证主体身份的用户，完成注册流程后会进入小程序后台，需尽快进行微信认证，认证完成之前部分功能暂不可使用。点击“认证”按钮进入微信认证流程，此过程需支付300元审核费用（为腾讯支付给第三方审核公司的服务费）

👉 点击查看详情：[微信认证教程](#)



第二步：小程序注册认证——在微信公众号完善基本信息

6、在微信公众号完善基本信息

路径：微信公众后台-小程序发布流程-小程序信息栏点击“填写”，进入填写页。

填写信息：

小程序名称——包含商标时需上传商标授权书。小程序发布前可以修改2次名称，发布后必须通过微信认证流程改名；

小程序头像——每月可修改5次；

小程序介绍——每月可修改5次；

服务类目——每月可修改3次；部分类目需上传资质证明；

信息修改：微信公众平台-小程序-设置-基本设置中查看，并在此维护小程序基本信息。

基本信息		说明	操作
小程序名称	心怡画坊	小程序发布后，非个人类帐号可通过认证方式改名。	去认证改名
小程序头像		一个月内可申请修改5次 本月还可修改5次	修改
小程序码		只可访问线上版本小程序	下载更多尺寸
介绍	一个美丽的妹子，靠自己勤劳的双手画出一幅幅精美作品，为世人带来美的感受。	一个月内可申请5次修改 本月还可修改5次	修改
微信认证	已认证	于2016-11-22完成微信认证审核	详情
主体信息	杭州心怡画坊有限公司	企业法人及个体工商户	详情
服务类目	旅游 > 旅游线路 教育 > 在线教育	一个月内可申请修改3次 本月还可修改3次	详情
暂停服务设置	未暂停服务	暂停服务后，用户将不可以正常访问线上版本小程序	暂停服务
开发小程序所属帐号	 有赞	解绑后，新上传的代码将同步到开发管理	解绑

第二步：小程序注册认证——授权有赞

7、授权有赞

路径：在有赞店铺后台-小程序装修-小程序设置中点击“授权微信小程序”，将微信公众平台注册的小程序授权给有赞。

注意：

- a、门店小程序不具备再开发能力，授权时请勿选择门店小程序。
- b、授权成功后，在小程序设置页-通用设置中可查看小程序基本信息。
- c、当商家在微信公众平台操作了小程序基本信息修改，有赞后台也会同步显示修改后内容。



第三步：配置支付方式

有赞为小程序提供了两种微信支付方式：“有赞代申请”和“商户自有”。其中，“有赞代申请”适合尚未开通微信支付的商家，“商户自有”适合已在微信平台申请过微信支付的商家。可以根据自身情况选择合适的方式。

	申请门槛	收款去向	结算周期	提现	退款	担保交易
有赞代申请	在有赞完成店铺认证 无需复杂申请，快速 获得微信支付能力。	有赞的店铺余额	担保交易：发货后 T+7天或顾客确认 收货后结算	即刻提现，到账 时间依据银行	订单退款直接 在有赞发起	有赞提供担保，保障商家 和消费者双方权益
商家自有	主体为企业的公众号或 小程序后台中申请， 流程复杂、时间慢。	微信商户平台	T+1	T+1	需去微信商户平台 退款后在有赞店铺 中标记订单已退款	所有订单不享受有赞担保

方案一：我还没有微信支付商户号

无论小程序是否开通微信支付都可使用。无需复杂申请即可使用，可以在有赞店铺余额查看货款并提现，有赞代收微信支付交易手续费，有赞提供交易担保。

注意：代销申请需保证有赞店铺主体与小程序主体信息一致。

配置路径：小程序设置-支付设置中，点击“找有赞代申请”，进入申请页。



第三步：配置支付方式

点击“提交微信审核”流程，点击提交微信审核，若提示审核失败需根据提示原因修改后重新提交。当申请进度显示已开通时，即为申请成功的状态。



方案二：我已有微信支付商户号

需商家小程序已开通微信支付，且已完成微信支付激活、签约。使用微信支付-自有，需要去微信商户平台查看货款并提现，微信直接收取手续费，有赞不提供交易担保。

操作流程点此了解👉《微信支付（自有）如何配置》

已有微信自有支付的商家，可直接填写商户号、商户秘钥，点击“提交微信审核”，即可保存支付方式并同时发布小程序。**配置路径：**小程序设置-支付设置中，点击“已有微信支付”



第四步：小程序审核发布

1、提交发布/版本审核

商户自有微信支付：首次发布小程序，在上一步配置支付方式时点击“提交微信审核”即可，无需再进行发布。



有赞代理微信支付：首次发布小程序路径：小程序设置 - 支付配置 - 发布小程序：



☑ 第四步：小程序审核发布

2、等待版本审核

查看审核状态：小程序设置 - 通用设置 - 小程序版本信息；（预计1~3个工作日内完成审核）



如果审核失败，请检查失败原因，修改后重新提交审核。



第四步：小程序审核发布

3、后续更新发布

版本审核通过，小程序才算正式上线，此时买家可在微信访问小程序。

同时，有赞小程序也在不断更新优化当中。类似App版本迭代，有赞小程序每次更新迭代后，需商家对自己的小程序进行更新发布，然后才能使用优化后的小程序新功能。有两种方式：

手动提交审核发布：小程序设置 - 通用设置-小程序版本信息 - 手动提交审核

开启自动更新：开启后，每次小程序更新版本会自动将商家小程序提交审核，如下图：



第五步：上架商品

对于每个商家来说，上架商品都是店铺搭建的关键操作。有赞给商家提供强大的商品上架功能，包括单个商品上架和批量商品上架。对于缺少商品来源的商家，可以在分销市场上选择商品进行分销。

发布商品路径： [有赞商家版后台](#)—[商品](#)—[商品管理](#)—[发布商品](#)

支持多种商品类型： 实物商品、虚拟商品、电子卡券、酒店商品和蛋糕烘焙；

具体操作点此了解👉 [《单个商品上传攻略》](#)

商品管理 / 发布商品

1. 编辑基本信息 2. 编辑商品详情

商品类型

实物商品
(物流发货) 虚拟商品
(无需物流) 电子卡券
(无需物流) 酒店商品
(无需物流) 蛋糕烘焙
(同城送或自提)

▼ 折叠更多设置

跳转到其他网站购买
因特殊流程（如电影选座等）需要，可以从有赞商品详情跳转到外部购买，最多支持50个外部购买商品

基本信息

* 商品名：

分享描述：
微信分享给好友时会显示，建议36个字以内 [查看示例](#)

* 商品图：
[+ 添加图片](#)

建议尺寸：800*800像素，你可以拖拽图片调整顺序，最多上传15张

保存并查看 下一步

第六步：店铺搭建

商品上架完成，接下来就是要把它们拼装成一个完整店铺。有赞的店铺搭建同时适用于微商城H5店铺和小程序店铺，商家无需重复搭建。操作方式有两种选择：“套用模版”和“自主组合搭建”。

套用模版： [有赞店铺后台-店铺-小程序装修-新建微页面-选择模版](#)

其中自定义模板、新鲜资讯模版、新品推荐模版适合有店铺主页自由搭建的基础功底商家使用；如果没有美工也不用担心，可以直接选择一个适合你的行业风格的模版，根据需要替换对应内容来制作店铺主页；目前提供礼品鲜花、男装、蛋糕烘焙、女装、母婴、日用百货、知识付费、生鲜果蔬、餐饮外卖、数码家电、美妆、茶饮酒水、休闲零食等13个类目，共40个模版。（包含部分通用模版）



第六步：店铺搭建

自主组合搭建：有赞店铺后台-店铺-小程序装修-新建微页面-新建空白

「微页面」可以对小程序的店铺主页或者小程序里面任意的一个页面进行装修，操作类似QQ空间装修，通过拖拽组合把各类组件拼在一起

具体操作点此了解 [👉 《店铺搭建攻略》](#)

提示：在浏览器中发现未提交的内容，是否使用该内容替换当前内容？ [使用](#) ×

9:41 AM 100%

< 返回 微页面标题

此处显示商品名称
¥ 999.00

此处显示商品名称
¥ 999.00

此处显示商品名称
¥ 999.00

基础组件

富文本	商品	商品分组
图片广告	魔方	图文导航
文本	关联链接	标题

营销组件

优惠券	拼团	周期购
买单	限时折扣	秒杀
知识专栏	知识内容	知识付费会员
知识直播		

商品

[查看教程](#)

商品来源: 商品 商品分组

商品:

列表样式: 大图 小图 一大两小 详细列表
 一行三个 横向滑动

图片填充方式: 填充 留白

显示样式: 极简

显示内容: 商品名称
 商品价格
 购买按钮
 商品角标

小程序仅支持显示实物（含分销）、虚拟、电子卡券商品

其他

第六步：店铺搭建

「微页面」提供富文本、商品、图片广告等29个组件。

具体操作点此了解 [👉 《店铺搭建攻略》](#)

微页面组件

序号	类型	组件名称	补充说明
1	基础组件	富文本	富文本的使用有点像简易版word，但是不能更换字体，如果需要不同的字体，可以把字体制作成图片 然后进行图片上传，可插入表格展示分类，隐形表格线的方法：选中表格-表格属性-表格边框颜色设为背景一样的颜色。
2		商品	可直接上传直接已有的商品，展示样式可随性选择。
3		商品分组	选择好商品分组可以做左侧或者顶部展示。
4		图片广告	一般用于来做顶部的banner，有不同的模版可以选择。多张banner展示时需要保持每张图片高度宽度一致。
5		魔方	简单的可以理解为同一行可以多点击，魔方目前同行可以有7个点击
6		图文导航	设置横向展示4个以内图片或文字导航，设置文字及点击图片的链接跳转。
7		文本	点击文字直接进入下一个页面，使用于产品较多的商家，可以点击文本导航进入下一个微页面做商品及活动展示。
8		关联链接	可直接选择需要展示的微页面分类或商品分组，预览时会展示选择的微页面中具体所展示的分类。
9		标题	一般用于文章的标头，样式可随性选择。
10	营销组件	优惠券	固定的样式不用设计，直接选取优惠券就可以了；也可以自己设置优惠券样式，用魔方、图片导航等组件进行上传。
11		拼团	将已经创建好的多人拼团活动添加到微页面展示。
12		周期购	将创建好的周期购活动添加到微页面展示，目前小程序暂不支持。
13		买单	将创建好的买单活动添加到微页面展示，每个用户扫小程序码付款后，都会在他的小程序列表里留下你的小程序。
14		限时折扣	将创建好的限时折扣活动添加到微页面展示，以更优的价格吸引消费者，产生更多的销量。
15		秒杀	将已经创建好的秒杀活动添加到微页面展示。
16		知识专栏	将已经创建好的知识专栏添加到微页面展示。
17		知识内容	将已经创建好的知识内容添加到微页面展示。
18		知识付费会员	将已经创建好的知识付费会员权益添加到微页面展示。
19	知识直播	将已经创建好的知识直播活动添加到微页面展示。	
20	其他	店铺信息	包含店铺头像、店铺名称等信息，背景图支持自定义。
21		进入店铺	可以直接进入到店铺主页，便于看到最下方还需要手动往上翻才能浏览到顶部，给买家带来便利。
22		商品搜索	根据商品名称搜索出商品。
23		公告	可设置些店铺内的客服在线时间等等，轮播展示。
24		语音	展示样式可随性选择
25		线下门店	有线下门店的商家可选择将门店信息展示在微页面中。
26		在线客服	添加联系客服组件后，可自定义编辑文案，引导用户点击咨询客服，建议4个字。
27		辅助线	来协调整体的页面、固定元素；
28		辅助空白	
29	自定义模块	自定义模块在设置后会在所有应用的微页面统一展示，可以有效提高店铺建设的效率，降低维护的成本。	

第六步：店铺搭建

把搭建好的店铺页面设为店铺主页：[店铺 - 微页面 - 设为主页 - 小程序主页](#)

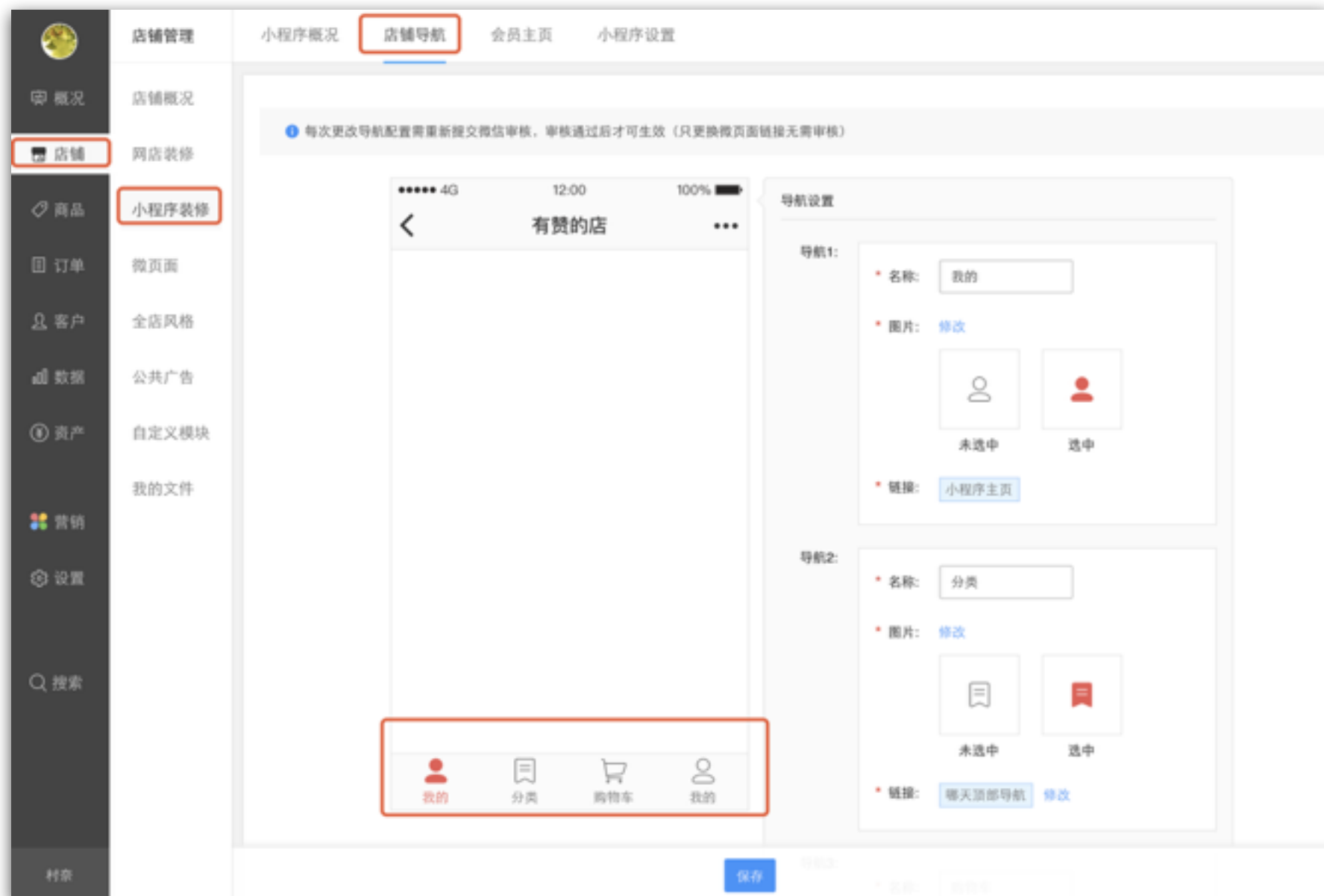
这里的每个页面都可以通过设为主页的方式设置为小程序的主页。



设置店铺导航：[小程序装修 - 店铺导航](#)

小程序的底部导航可以帮助客户在逛店铺的时候可以快速的切换。

具体操作点此了解 [👉 《店铺导航设置教程》](#)



第六步：店铺搭建

优化全店风格：小程序装修 - 店铺导航

全店风格是用来更改全店配色方案的，可以根据客户属性或者售卖商品的特征进行全店配色方案的更改。

具体操作点此了解 [👉 《全店风格设置教程》](#)



第七步：推广分享

获取小程序路径和小程序码：

小程序路径的作用类似网页链接，是小程序独有的。有赞小程序的每一个商品页、店铺页面、营销活动 etc 都有对应的小程序路径和小程序，方便大家分享推广。

具体操作点此了解 [👉 《小程序推广入口攻略》](#)

分享店铺主页： 店铺-小程序装修，扫码访问小程序店铺或下载小程序二维码。



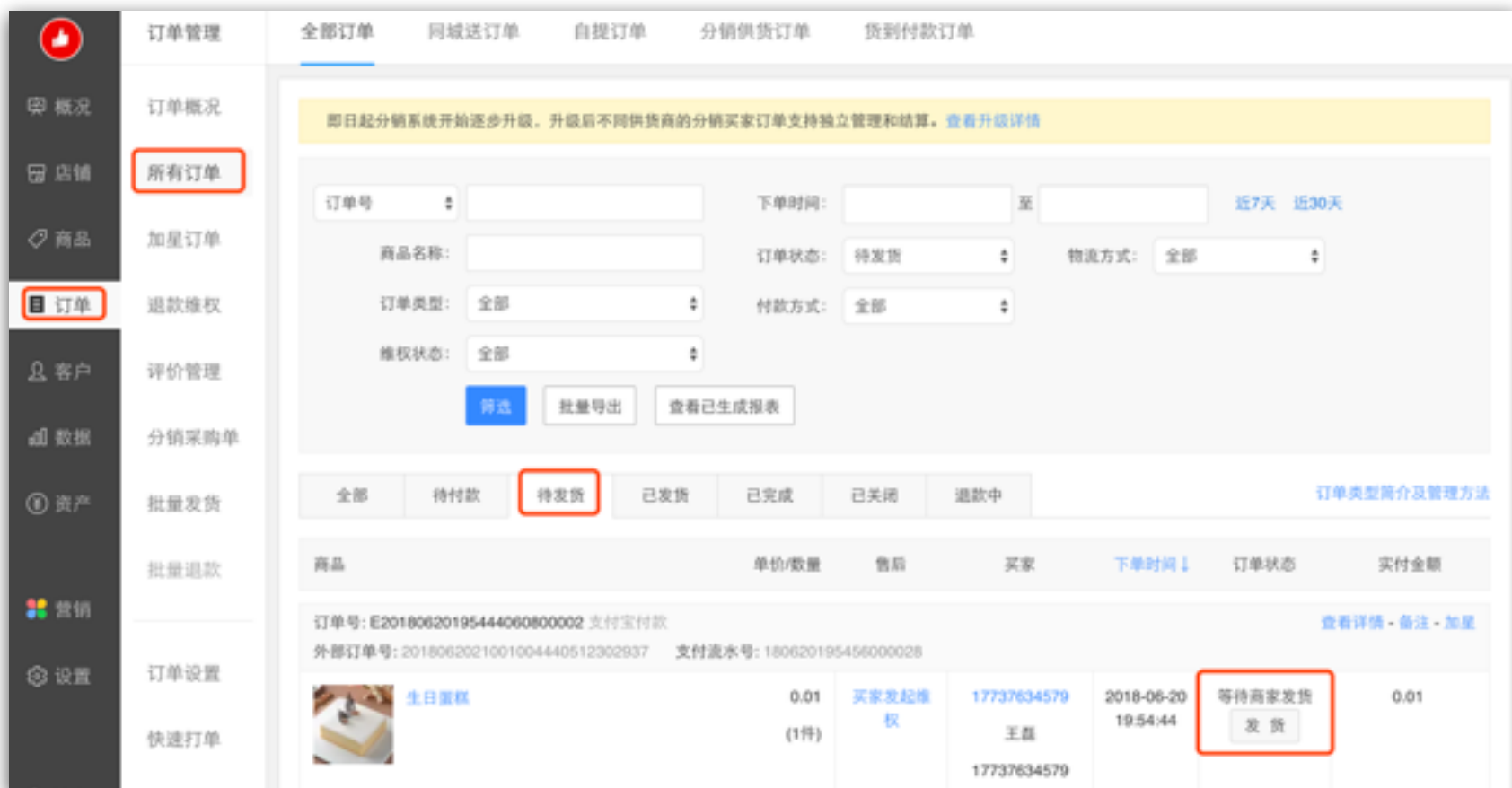
分享单个页面： 店铺-微页面 - 推广



☑ 第八步：发货及提现

小程序店铺发货：

在“订单 - 所有订单”，找到已付款订单，点击发货。点此了解👉《批量发货教程》



小程序店铺资金提现：

已经点击发货的订单，7天后货款将结算到店铺余额。登录有赞店铺后台，点击“资产 - 我的资产 - 提现”，即可提现到银行卡（这时系统可能会提示：店铺认证后才能提现，您按照提示完成认证即可）。

具体操作点此了解👉《如何申请提现》



进阶篇

通过这个篇章，你将了解如何六步达成百万小程序：

☑️ 展现 —— 人手必备的小程序装修攻略

☑️ 拉新 —— 拉新五步走，订单不用愁

搭入口 | 推图文 | 搞裂变 | 投广告 | 做分销

☑️ 互动 —— 用好客服系统，抓出每一个互动时机

☑️ 成交 —— 六大神器加持，成交转化事半功倍

☑️ 留存 —— 积分 + 送礼，快速提升留存率

☑️ 复购 —— 拴住老客户的三条秘诀



百万小程序运营第一招：展现

经过 [基础篇] 八个步骤，你的小程序店铺已经初具规模。下面要综合业务模式、商品品类和品牌调性进一步优化店铺展示。有赞提供两种解决方案：a、模版套用 和 b、自主搭建；

展现	解决方案	工具
	一键套用模版，省时、省力、省心	小程序模版： 水果、美妆、家居...40+模版
	利用装修组件，像搭积木一样拖拽组装	自定义组件： 图片广告、29个装修组件



——《小程序装修攻略》之“店铺主页搭建的8个要素”

店铺主页因人而异，要配合品牌调性、用户画像、主营品类以及SKU等因素来综合考量，有些商家还会在大促时搭建专门的促销专场。那么多组件，究竟该选哪个呢？通常来讲，店铺主页的基本构成包含：



- ① 顶部Banner图：建议采取轮播滚动形式，图片在3张以内。（备注：Banner图主要是给买家展示店铺的调性、风格和促销活动，图片切忌过多，买家不会在同一页面停留时间太久。建议图片尺寸640*320/480，1~3张为宜。）
- ② 公告栏：用来展示物流、发货等重要信息。
- ③ 商品搜索栏：便于买家通过关键词搜索的方式找到店铺内所需商品。
- ④ 优惠券栏：优惠券面值由低到高。
- ⑤ 商品分类导航：清晰的知道该店铺主营商品类别。
- ⑥ 应季的爆款商品、促销活动、分类主图等。
- ⑦ 客服入口：通常在页面首屏左下角，以悬浮按钮的形式出现。
- ⑧ 返回按钮：页面较长时，需在底部放置返回顶部的按钮。

——《店铺装修攻略》之“商品详情页搭建思路”



- ① 商品主图 + 活动信息：尽量1屏~1.5屏展示完整。主图像素800*800，买家浏览时还可在第1屏浏览到商品标题、价格、促销活动等信息。
- ② 商品形象图（卖点），例如：高清商品展示图 + 一句话广告；
- ③ 商品规格信息，例如：产地介绍、产地文化、规格信息等；（1~2屏）
- ④ 商品场景图，例如：重点突出的卖点，展示产品身上可以支持卖点的证据。也可以用视频的方式记录，突出真实性；（1屏）
- ⑤ 细节展示3~5张，例如：从多个角度来展示产品，细节展示；市面上商品同质化很严重，此时你就要帮助消费者来选择，挑选一部分竞品来进行比较，突出你的优势，比价格、比质量、比服务等；（2屏）
- ⑥ 使用人群、注意事项；（1~2屏）
- ⑦ 品牌或权威背书，例如：权威机构认证、授权书、明星背书等；（1屏）
- ⑧ 购物须知，例如：产品包装、物流须知、冷链发货、售后服务等；（1屏）
- ⑨ 买家评价，例如：使用者的反馈，可以放置一些使用说明，用户评价等；（1~2屏）
- ⑩ 关联推荐：与该产品关联度较高或店内转化率高的热销爆款。

☑ 百万小程序运营第二招：拉新

店铺搭建完毕，第一波流量从哪儿来？答案是：搭入口+推图文+搞裂变+投广告+做分销！

	解决方案	工具
拉新	搭入口： 通过入口布点，汇集散落各处的流量，搭建小程序+公众号+微信群+线下门店的立体化营销网络。	微信公众号+小程序扫码收款+小程序码+粉丝微信群
	推图文： 微信图文+小程序是绝佳卖货搭档，通过图文内容加深产品印象，再借助小程序卡片引导购买。	小程序路径+小程序码
	搞裂变： 通过活动进行裂变引流，粉丝分享后即可获得一定优惠或奖励，引导粉丝自主传播，老客带新客。	瓜分券+多人拼团+发券宝
	投广告： 有赞广告投放系统开通了4个黄金流量入口，商家可通过不同的广告投放方式为小程序商城持续引流。	有赞广告投放系统
	做分销： 分销员分销： 通过佣金激励粉丝将商品分享到微信群、朋友圈。分销成功即可获得一定佣金返利。 分销市场分销： 对接百万微商城商家和微小店店主，专业店主和自媒体大号帮你分销。	分销员+有赞分销市场

百万小程序运营第二招：拉新——搭入口

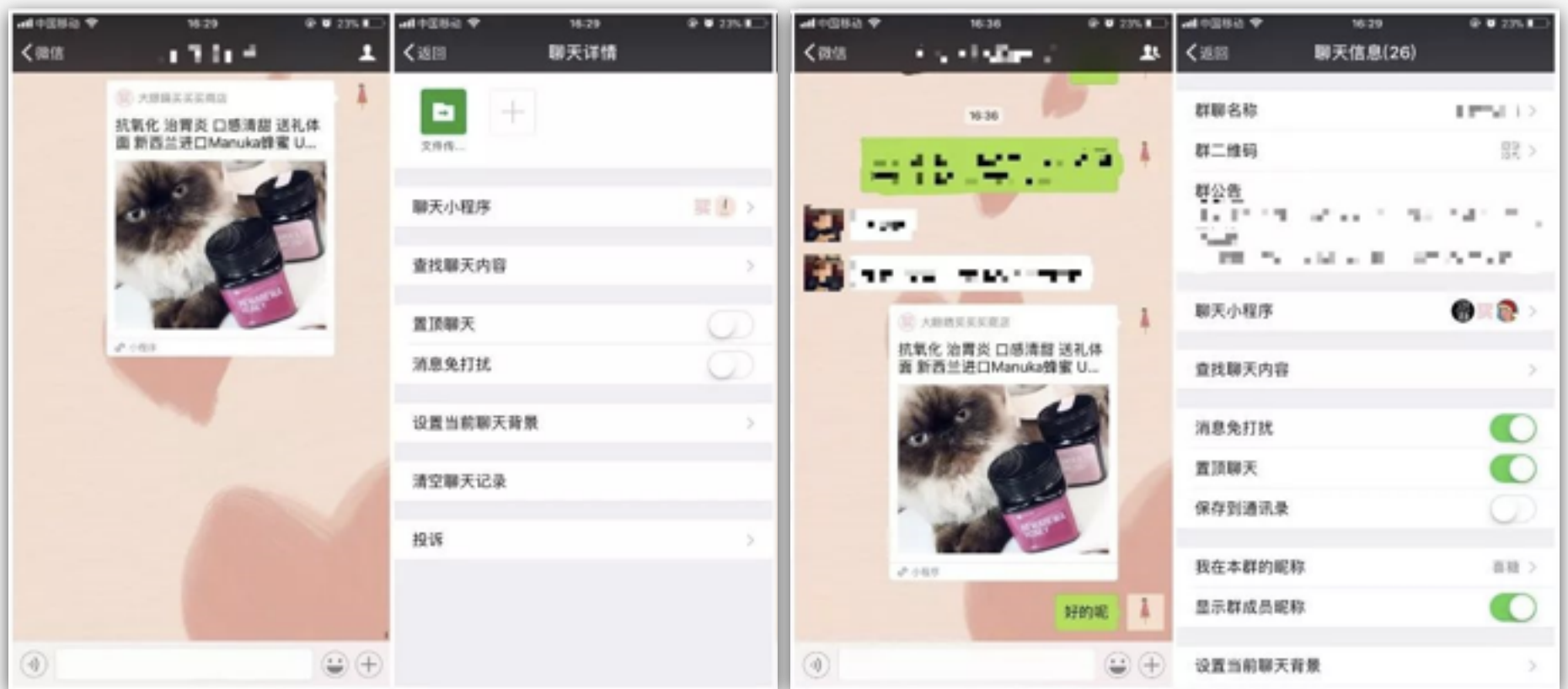
第一招：搭入口

入口1：好友聊天

入口样式：

可以直接转发给微信好友，好友聊天时提及的小程序可在聊天详情中打开（图一）

可以直接转发到微信群，微信群内提及的小程序可在群聊天信息中打开（图二）



操作说明：有赞店铺后台-店铺-小程序装修，扫码访问小程序店铺或下载小程序二维码。



经营建议：主动将小程序转发给客户，转发过后小程序就会在聊天详情中出现并一直存在，方便用户查看使用。

入口2：微信公众号

入口样式：

- a、公众号与小程序关联后推送信息，点击可进入；（图一）
- b、公众号底部菜单可配置小程序快捷入口；（图二）
- c、公众号资料页会自动展示相关小程序；（图三）
- d、公众号文章中可插入小程序卡片，可自定义标题、图片、链接；（图四）



操作说明：

公众号关联小程序：登录微信公众号-小程序管理-添加-关联小程序

公众号插入小程序：[《公众号文章添加小程序教程》](#)

入口3：服务通知

入口样式：

有赞支持多种小程序服务通知，点击通知可直接进入小程序。支持催单、付款、发货、签收等各种场景。（如图一）

- 1、买家会在微信消息列表的“服务通知”看到小程序消息；
- 2、点击消息底部的“进入小程序查看”或点击消息内容，可以直接打开小程序对应页面；
- 3、点击消息左上角小程序图标，可以进入小程序首页；



操作说明：

有赞微商城后台-营销-消息推送-交易物流提醒，选择相应模版消息可启用服务通知。

👉 点击查看详情 [《小程序模版消息教程》](#)



百万小程序运营第二招：拉新——搭入口

入口4：附近的小程序

入口样式：

手机微信 - 发现 - 小程序 - 附近的小程序

按距离排序，离客户越近展示越靠前；可按分类筛选，目前分类包括：餐饮美食、服饰箱包。



操作说明：

微信小程序后台-附近的小程序-为小程序添加地点（每个小程序可添加10个地点）也可以向微信申请添加更多地点。



☑️ 百万小程序运营第二招：拉新——搭入口

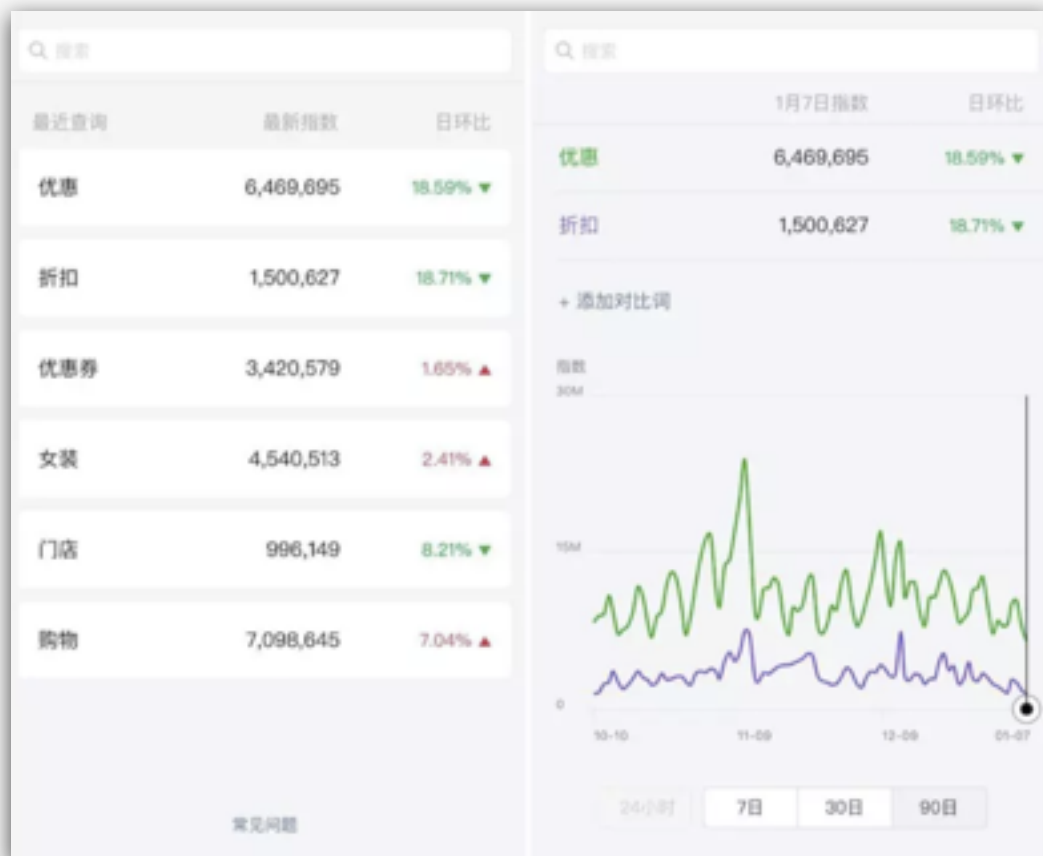
入口5：搜索

入口样式：

微信-发现-小程序-搜索小程序 | 微信-发现-搜一搜

搜索规则：经测试，目前以下因素可能会影响搜索排名（百分比表示影响搜索排名程度）：

- ☑️ 小程序上线时间：越早上线优势越大（5%）
- ☑️ 搜索词与小程序关键词的匹配次数越多，排名越靠前（10%）
- ☑️ 小程序标题出现1次搜索关键词，且标题字数越短，排名越靠前（35%）
- ☑️ 小程序的用户使用数量越多，排名越靠前（50%）



搜索排名技巧——自定义关键词优化

路径：微信小程序后台-推广

说明：

- ☑️ 1个小程序能添加10个关键词，一周可修改3次，每次审核需要7个工作日，务必全部添加后再提交审核，减少审核时间。
- ☑️ 挑选关键词：可选择地域词、品牌词、人群词、产品词、行业词，且与主营业务相关。关键词应尽量选择短词、热词，关键词热度建议通过小程序“微信指数”查询。微信官方提供关键词指数数据，并支持关键词对比。
- ☑️ 关键词优化：建议根据数据情况每1-2周优化一次，以避免一周内不同时间用户使用习惯差异带来的误差。

百万小程序运营第二招：拉新——搭入口

搜索排名技巧——小程序标题优化

路径：微信小程序后台-设置

说明：小程序已经发布，修改标题（即名称）需要重新认证，审核费用300元/次，取名要慎重。

标题命名建议：在保证体现经营业务的前提下，尽量用微信指数更高的关键词进行命名，不要设置过长的小程序名称，其他关键词可到自定义关键词中进行配置。



入口6：线下扫码推广

操作说明：可在门店张贴海报，在快递包裹盒上打印小程序码，或在快递包裹内放置小程序码卡片，引导客户扫码进入。

百万小程序运营第二招：拉新——推图文

第二招：推图文

微信图文+小程序是绝佳卖货搭档，通过图文内容加深产品印象，再借助小程序卡片引导购买。目前，小程序可以直接插入微信图文，同时支持“文字”、“图片”、“卡片”三种展示样式，点击后可直接跳转店铺购买。对于使用微信订阅号，尤其是自媒体商家，可突破“图文不能加外链”的限制，直接在文内完成购买转化。

👉 查看详情《[公众号文章添加小程序教程](#)》



——三步写出高转化图文

第一步:标题&封面



- 技巧1: 标题吸引消费者关注, 封面图强调标题所述, 一般需与标题匹配。
- 技巧2: 可以通过具体的数字, 让消费者切实的感受到产品功效。

举例: “不用电、不用火, 凉水15min就能吃到火锅, 比泡面还方便!”

- 技巧3: 尽量避免过多空洞的形容词, 快速的、美丽的、时尚的等等。

举例: 如果是销售一款电脑, 显然“快速的开机”没有“5秒开机”说服力强。

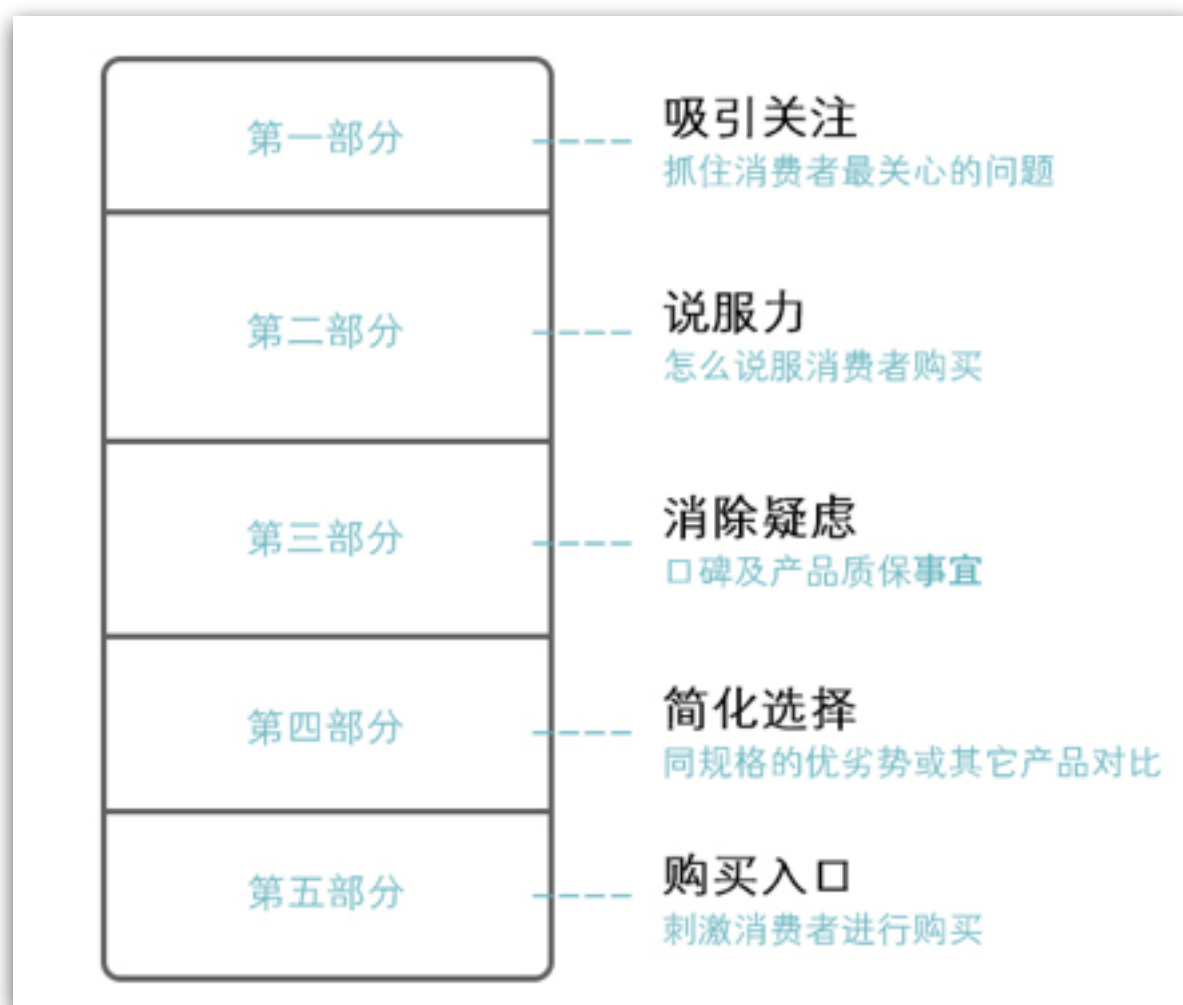
第二步:开头场景描述



开头帮助消费者快速判断产品是否对自己有帮助, 卖点阐述帮助消费者构建使用场景。比如以除臭滴露为例, 通过题目吸引后, 在开头迅速为消费者构建一个强使用场景:

- 场景1:
“车上有异味了, 来一滴, 几分钟就清新无比了!”
- 场景2:
“宠物又在窝里‘上厕所’了, 闷骚的臭味开始弥漫整个房间。
不要紧, 在宠物间也来一滴, over啦!”

第三步：写作结构和递进逻辑描述



第一部分：吸引关注

直接从商品卖点入手、或者利用热点蹭流量、营造危机感的方式来吸引用户，引起用户兴趣，具体可参考第二步。

第二部分：说服购买

通过详细的产品功效描述以及痛点对应的卖点描述以及一些小技巧&注意事项来刺激用户购买。

第三部分：消除疑虑

通过第三方的口碑评价提升产品可信度、提高用户购买转化率，比如：小红书评测、comse大赏排行版、微博网红评论、instagram。

第四部分：简化选择

同规格产品优劣势：教消费者如何选购适合自己的规格，完成购买前的最后一步确认。

第五部分：购买按钮

放上购买按钮并标明规格，通过限时折扣、优惠券、满减等活动来刺激用户购买。

第三招：搞裂变

裂变玩法之“瓜分券”：

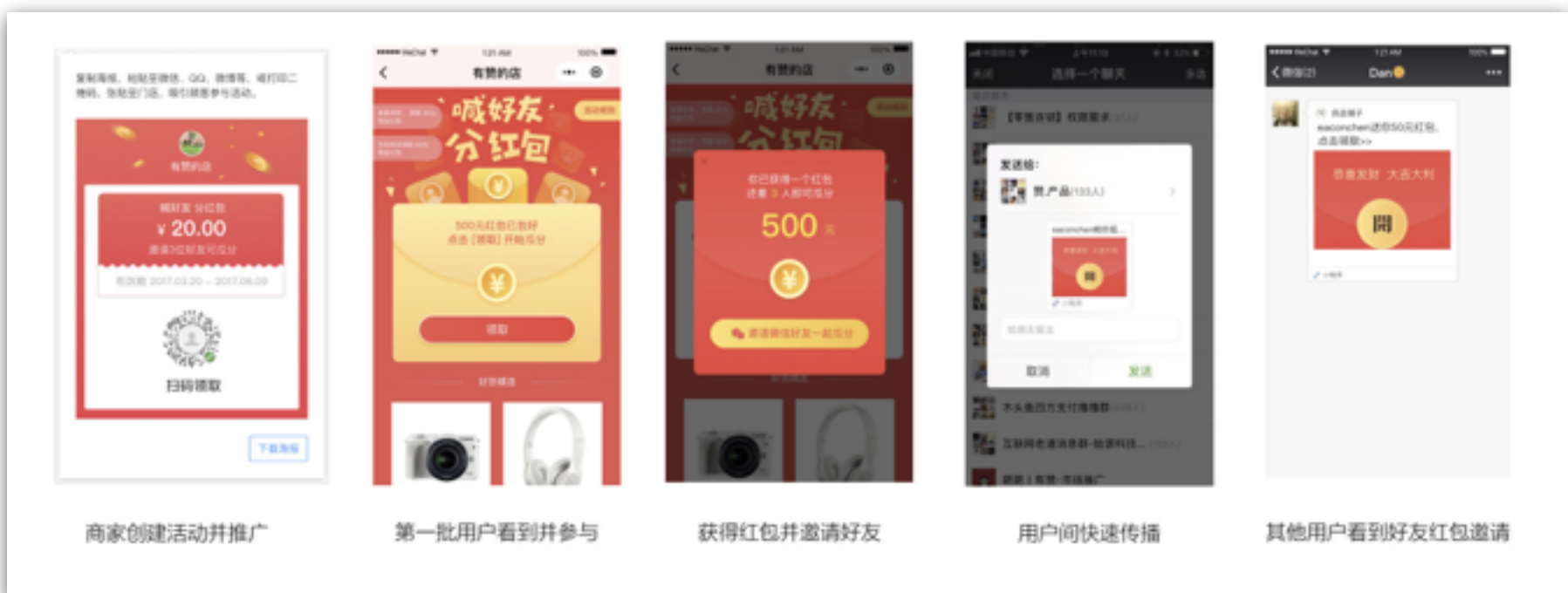
商家可以设置3人瓜分一百元优惠券，第一个人点击领取后，要将该券分享给其他2人邀请瓜分，2人都领取成功后，才能够获取各自的优惠券份额。这个份额可以由商家设置平均分，也可以随机发放。通过消费者的分享产生社交裂变，为商家拉来新客户。

👉 查看详情 [《瓜分券使用教程》](#)

场景：借助好友关系，合力拆红包获得优惠券



消费者A收到瓜分券，转发给微信好友B一起瓜分，微信用户B又转发给C完成瓜分，逐步裂变触达更多用户，帮助店铺拉新。



场景三：生成海报，线上线下多渠道吸客

商家创建完成瓜分券活动后，可在后台生成带有小程序码的活动海报，用户只要扫描小程序码就可以参与瓜分。海报可以作为线上物料在各个社交平台分享，也可以打印成实体海报投放在线下门店，吸引线下用户。



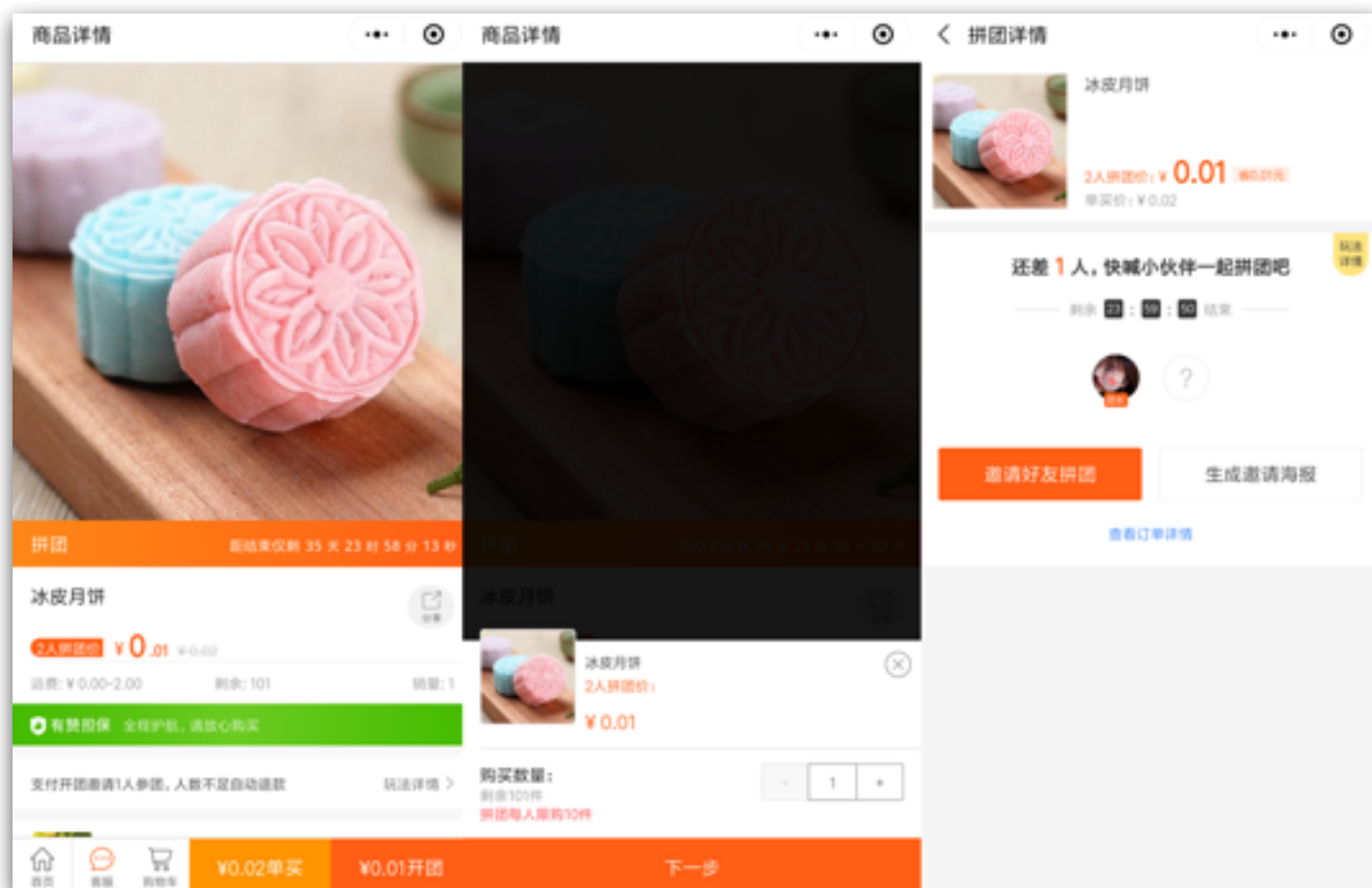
裂变玩法之“多人拼团”：

通过鼓励买家发起拼团，邀请好友以折扣价格购买优质商品，同时给店铺带来更好的传播效果。商家可在后台设置多人拼团活动商品、折扣价格、活动实效、成团人数及活动商品限购信息。

👉 查看详情 [《多人拼团使用教程》](#)

场景一：通过拼团活动打造爆款商品

使用多人拼团，可选择通用性较强、销量较好的一款产品，以最优惠的价格引导老客户下单，同时需要老客户分享到微信群拉更多人一起拼团才能购买。



☑ 百万小程序运营第二招：拉新——搞裂变

场景二：多人拼团+发券宝，给后续活动做预热

利用多人拼团的引流效果，给进入商品页的客户发放店铺促销活动优惠券，提前预热店铺大小营销活动。

场景三：多人拼团+多网点+到店自提

「多网点+多人拼团+到店自提」是将3个营销工具组合运用的营销玩法，适用于线下多门店商家。开启“多网点”功能，并在设置中开启买家上门自提功能，然后在网点的商品管理中，将该商品的配送方式设置为仅支持到店自提，可将拼团的客户引导到线下门店中去，结合门店的促销活动，可以产生二次销售。（该方法适合于门店覆盖范围较大的商家使用）。



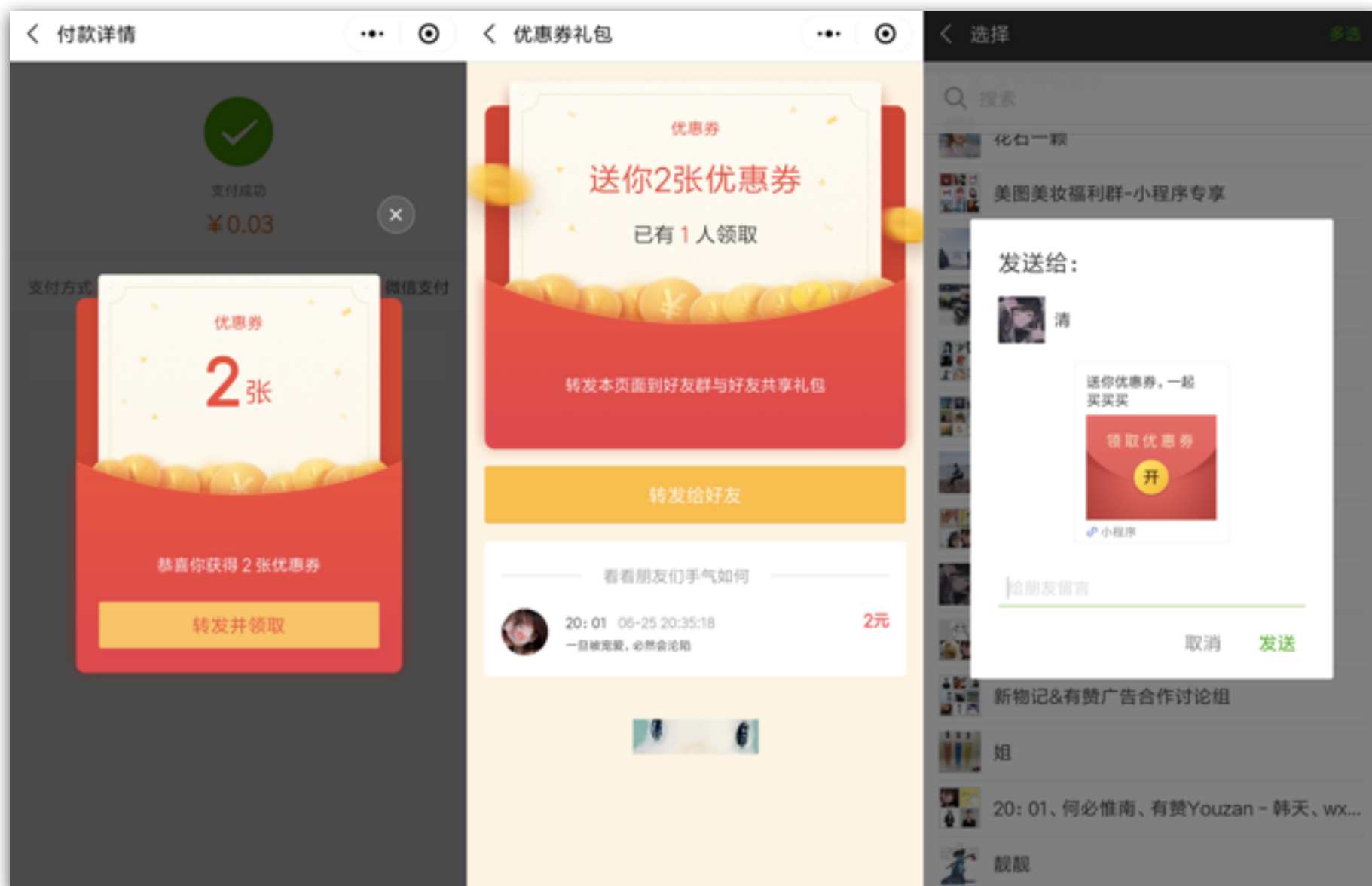
裂变玩法之“发券宝”：

发券宝包括进店有礼、裂变优惠券、定向发券三大模块，其中裂变优惠券可刺激老客传播拓新客，客户付款完成后，推送裂变优惠券，引导客户分享给好友，促进老客回购和拓展新客。

👉 查看详情 [《发券宝使用教程》](#)

下单后即可获取裂变优惠券

A商家举行周年庆活动，希望做一场活动带动老客拉新客。通过设置裂变优惠券，顾客购买完成后，收到优惠券红包，分享给好友之后自己也领取了一张，吸引好友也来进店消费。



百万小程序运营第二招：拉新——投广告

第四招：投广告

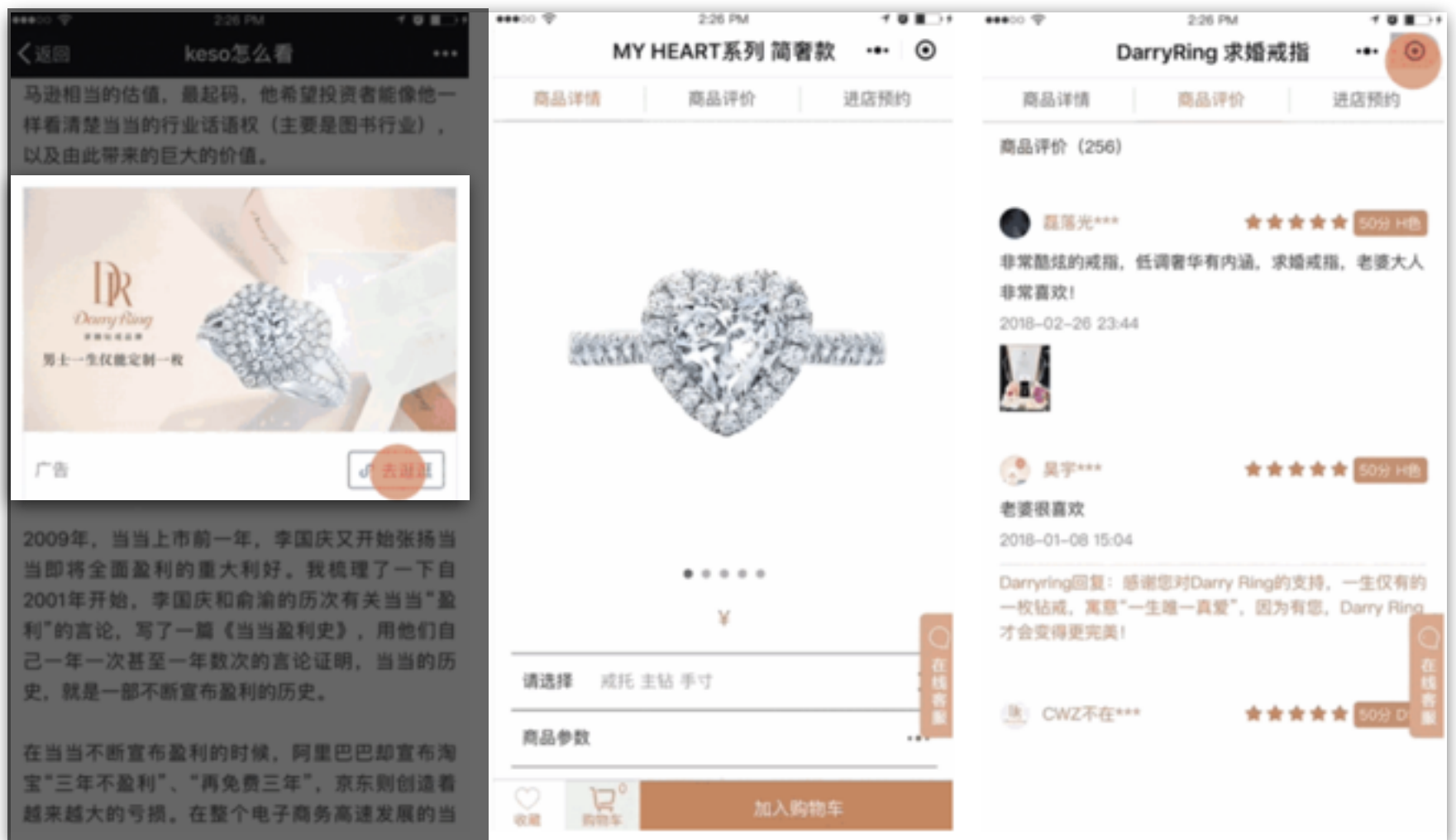
为了帮助各位商家通过微信流量为小程序获客，有赞广告投放系统开通了4个黄金流量入口，商家可通过不同的广告投放方式为小程序商城持续引流。

广告投放路径：有赞店铺后台-营销-我要推广-广告投放

注：若广告投放入口未开通，请联系后台右侧在线客服开通。

1、公众号文中广告支持小程序落地页投放

小程序广告可以插入公众号推文中了！这就意味着，今后想要在公众号推文中插入小程序广告，不需要让公众号绑定小程序。小程序落地页广告可以直接插入到所投公众号的推文中，点击广告外层图片或按钮将跳转指定小程序落地页。

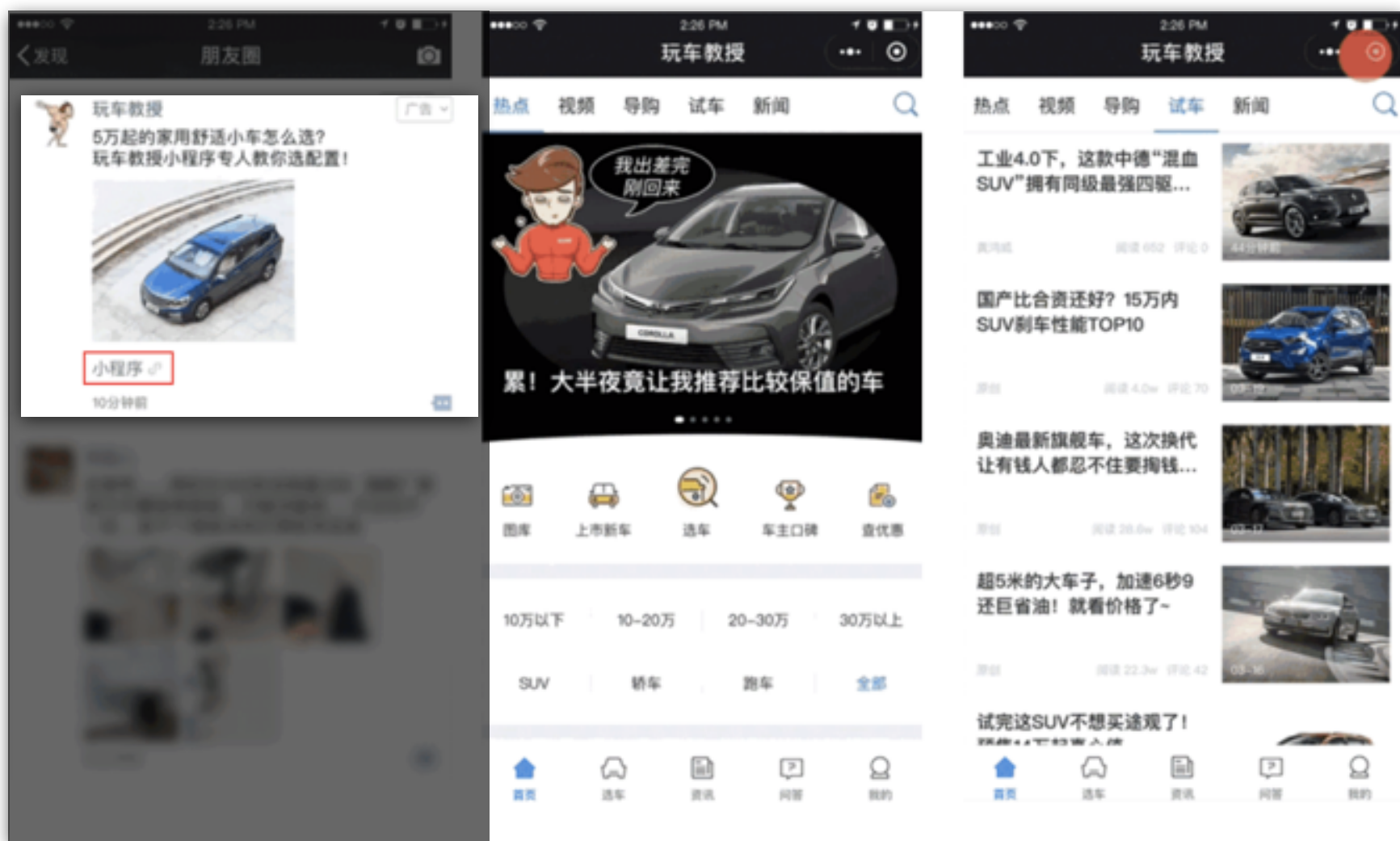


公众号推文广告支持电商推广与品牌活动推广，如果商家想要卖货，可以选择电商推广。如果想要进行品牌或活动宣传，则可以选择品牌活动推广。

2、公众号底部广告支持小程序落地页投放

公众号底部增设了小程序的广告推广入口。用户在阅读完推文之后，可以非常自然地看到推文底部的小程序图片广告，点击广告外层图片即可跳转到指定小程序落地页。

✓ 百万小程序运营第二招：拉新——投广告



2、小程序内部广告推广

小程序广告是新开拓的资源位，可为广告主在小程序场景内提供广告曝光，具体广告位置由小程序流量主决定。



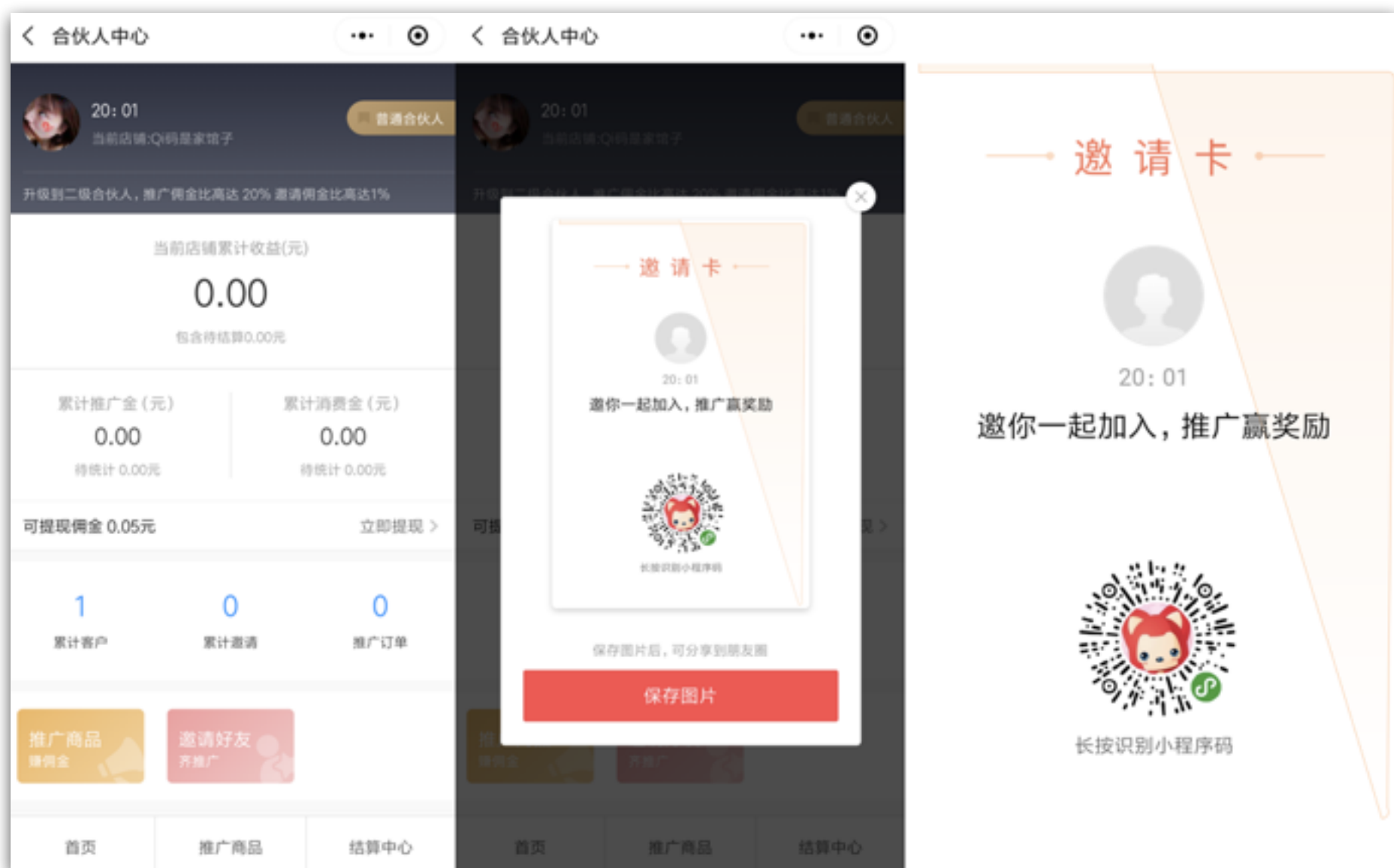
第五招：做分销

分销玩法之“分销员”：

分销员是一款可帮助商家拓宽推广渠道的应用营销工具，分为“免费版”和“高级版”。商家通过制定推广计划招募买家加入推广队伍，并在其成功推广后给予一定佣金奖励，以此给店铺带来更多的传播和促进销量提升。

👉 查看详情 [《分销员使用教程》](#)

场景：有赞水果店有很多老客，为了扩大店铺销量，老板决定发展老客户为分销员，老客户每带一个新客户消费，就可以获得3%~10%的佣金。于是水果店在“公众号一级菜单栏”、“店铺首页显著位置”和“顾客会员中心”设置了分销员招募的入口；并通过有赞分销员功能设置了招募海报，邀请更对的客户成为水果店的分销员。



百万小程序运营第二招：拉新——做分销

第五招：做分销——有赞分销市场

成为供货商：通过有赞分销平台与有赞微商城分销商及微小店店主建立合作关系，数百万的店铺分销你的好货，触及上亿消费者，专业分销商等级管理，支持一键导入，帮助供货商更好更快地销货。路径：[有赞店铺后台 - 营销 - 销售渠道 - 供货商](#)

成为分销商：有赞小程序支持分销商品，商家只要开通小程序代销支付，就可以直接在有赞分销市场上选择商品，然后上架到店铺售卖。分销商路径：[有赞店铺后台 - 商品 - 我要分销](#)



使用小程序分销的优势有：

- **提高成交转化：**特别对于订阅号的朋友来说，可以任意在图文内容里插入小程序链接，再也不用通过“阅读原文”链接或识别二维码来购买。
- **增加访问次数：**小程序正在开放越来越多的流量入口，以及小程序的消息能力，使得商家无需完全依赖公众号，小程序本身成为访问入口。
- **提高访问深度、增加长尾销售：**小程序的访问体验提升，促进客户增加流量深度。

百万小程序运营第三招：互动

通过客服消息互动，可以增加粉丝信任感，直面消费者，做好服务，通过服务增加对品牌、产品、服务的信任度，从而提升购买转化率和复购率。

	解决方案	工具
互动	利用有赞小程序客服系统，不遗漏每一个客户互动的机会。	小程序客服系统

小程序客服独特优势：消息没有被折叠起来，而是有一个专门的“小程序客服消息”窗口，和好友聊天一样并列显示在“微信消息列表”，基本不会漏消息。同时可以查看客户曾经发起过咨询的所有小程序，客户查找也非常方便。



专门的“小程序客服消息”窗口，和好友消息并列显示，基本不会漏消息

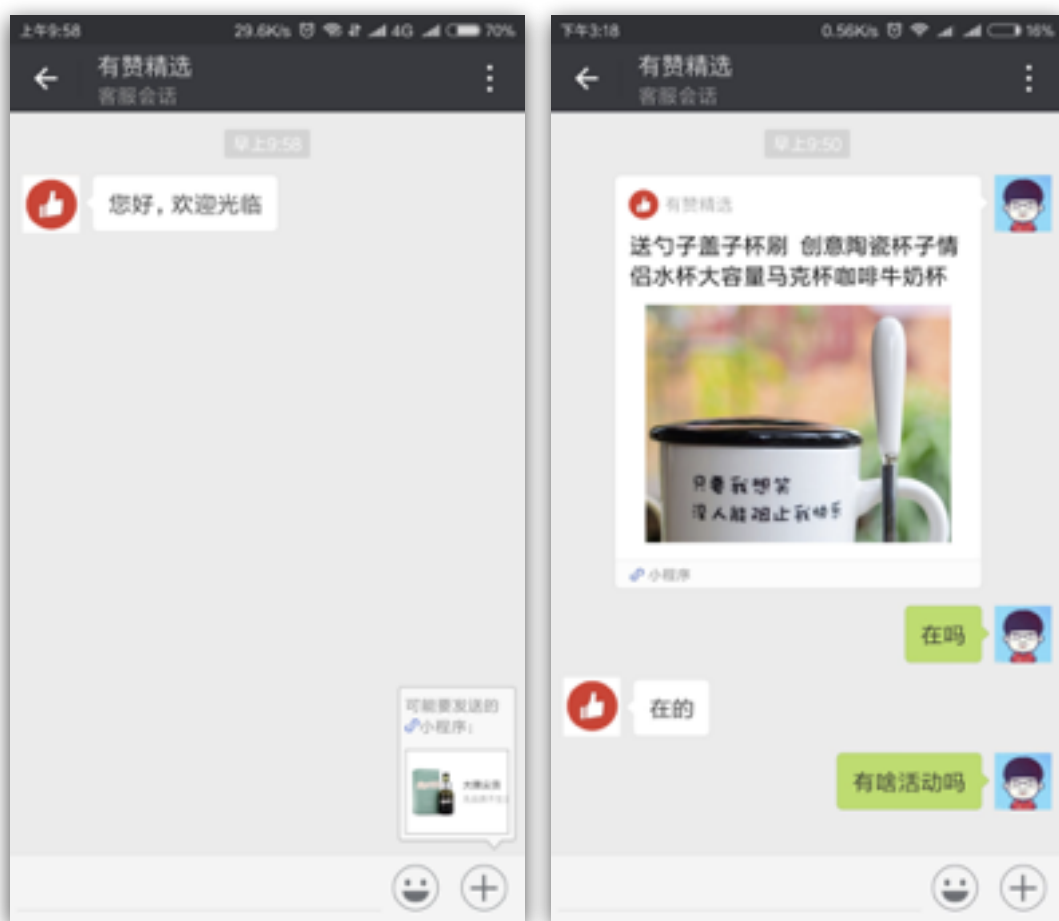


客户曾咨询的所有小程序，也非常方便客户查找

百万小程序运营第三招：互动



一、设置客服入口，有疑问随时咨询
只要微商城后台开启客服开关，小程序商品详情页和全部状态下的订单详情页出现客服按钮。
配置路径：微商城-设置-通用设置中-联系卖家 / 在线客服



二、咨询界面类似好友聊天
客户点击联系客服入口，进入到聊天会话页面，目前支持文字、表情、图片、拍照和小程序卡片消息。如下图所示，点击右下角“可能要发送的小程序”提示框，可发送商品小程序卡片和订单小程序卡片消息。

百万小程序运营第三招：互动



三、随时查看历史消息

微信消息列表提供了一个叫“小程序客服消息”的结点，可以查看客户曾经发起过咨询的所有小程序，按照最近一条消息的时间倒序排列。



四、引导客户开启新消息提醒

小程序客服消息页面（上图右2）右上角按钮可以进入通知设置，默认“消息提醒”是开启的。开启后，当客服回复消息时，客户就能收到推送提醒。

☑ 百万小程序运营第三招：互动

五、接待列表中，会通过标签标识当前客户咨询是从小程序发起的。

- ☑ 根据微信小程序的规则，客户每发送一条消息，客服在48小时内最多只能回复5条消息。
- ☑ 转接和多人接待的情况，按照多个人的发送数量之和计算，最多不超过5条。
- ☑ 客户在会话中发送了商品小程序卡片/订单小程序卡片时，客服可以接受到相应的卡片消息，可快速预览商品信息/订单信息，点击之后跳转至对应的商品详情/订单详情。



百万小程序运营第三招：互动

七、同一个店铺的客户可能会从公众号、微商城、小程序等多个渠道发起客服咨询，为了将多个渠道的咨询识别为同一个人。本次新增了查看聊天记录入口（上图4），点击浮出客户会话记录，可查看该客户在所有渠道下的咨询记录，辅助客服做不同的接待策略。



八、小程序客服可以设置欢迎语、自动回复等，方便客服快速处理客户的咨询。

操作路径：有赞店铺后台-多客服后台-设置-自动回复。



☑ 百万小程序运营第四招：成交

流量引进来，下一步引导顾客下单买货，促成转化。不同于H5店铺，小程序店铺能以卡片形式在好友聊天、微信群中传播，也可以直接插入订阅号和服务号，更大的屏占比在促进成交方面更具优势。再配合一些营销手段，成交转化事半功倍。

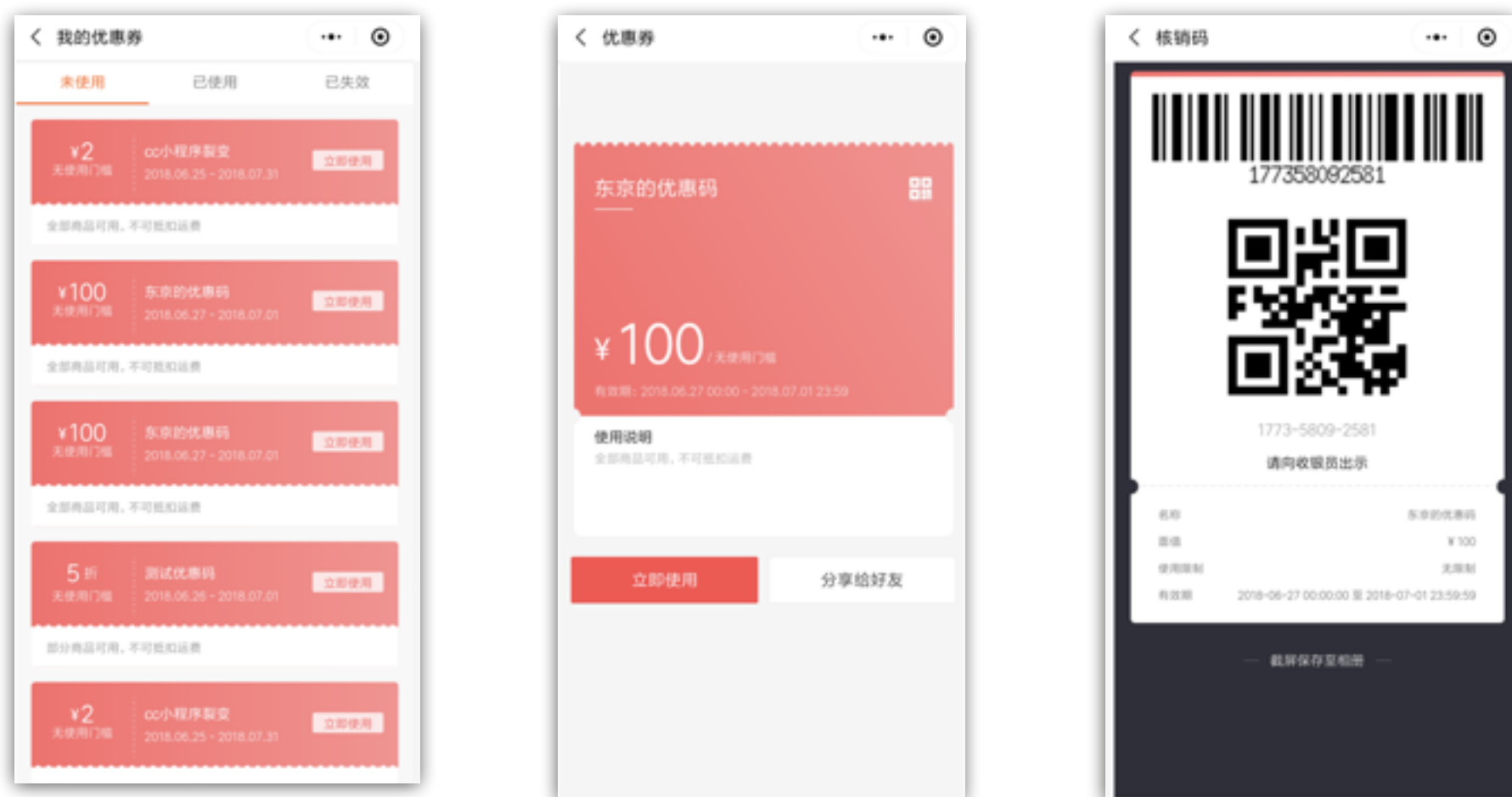
	解决方案	工具
成交	优惠券是增加客户成交转化率的最有效手段之一，既可以放在店铺主页引导顾客领取，也可以作为奖品和其它互动形式结合起来。	优惠券 + 优惠码
	秒杀又被称为引流黑洞，通常用超低价格，制造稀缺紧张的气氛，吸引会员进店抢购，从而带动店铺的整体销量。	秒杀
	发券宝包括进店有礼、裂变优惠券、定向发券三大模块，其中进店有礼可以实现向新用户和目标用户精准派发优惠券，从而提高成交率。	发券宝
	通过页面的倒计时提醒，制造抢购的紧张感，促进下单。	限时折扣
	加入“有赞担保”，从“有赞担保品牌背书”、“保险公司双重保障”、“在线客服工具”、“协助处理售后问题”提升客户信任度，提高成交转化。	有赞担保

百万小程序运营第四招：成交——优惠券

NO1.最接地气的营销工具：优惠券\优惠码

优惠券是增加客户成交转化率的最有效手段之一不仅能降低商品的单价，还能提高用户的购买欲望，将优惠券放置在店铺首页呈现，可以很好的刺激用户下单购买。

👉查看详情 [《优惠券 / 优惠码使用教程》](#)



如何把优惠券分享出去？

若商家开通小程序，在优惠券列表的推广弹窗中，增加下载【小程序码】和复制【小程序路径】功能。你可以下载小程序码发送给好友，也可以在公众号文章中插入小程序来进行推广。



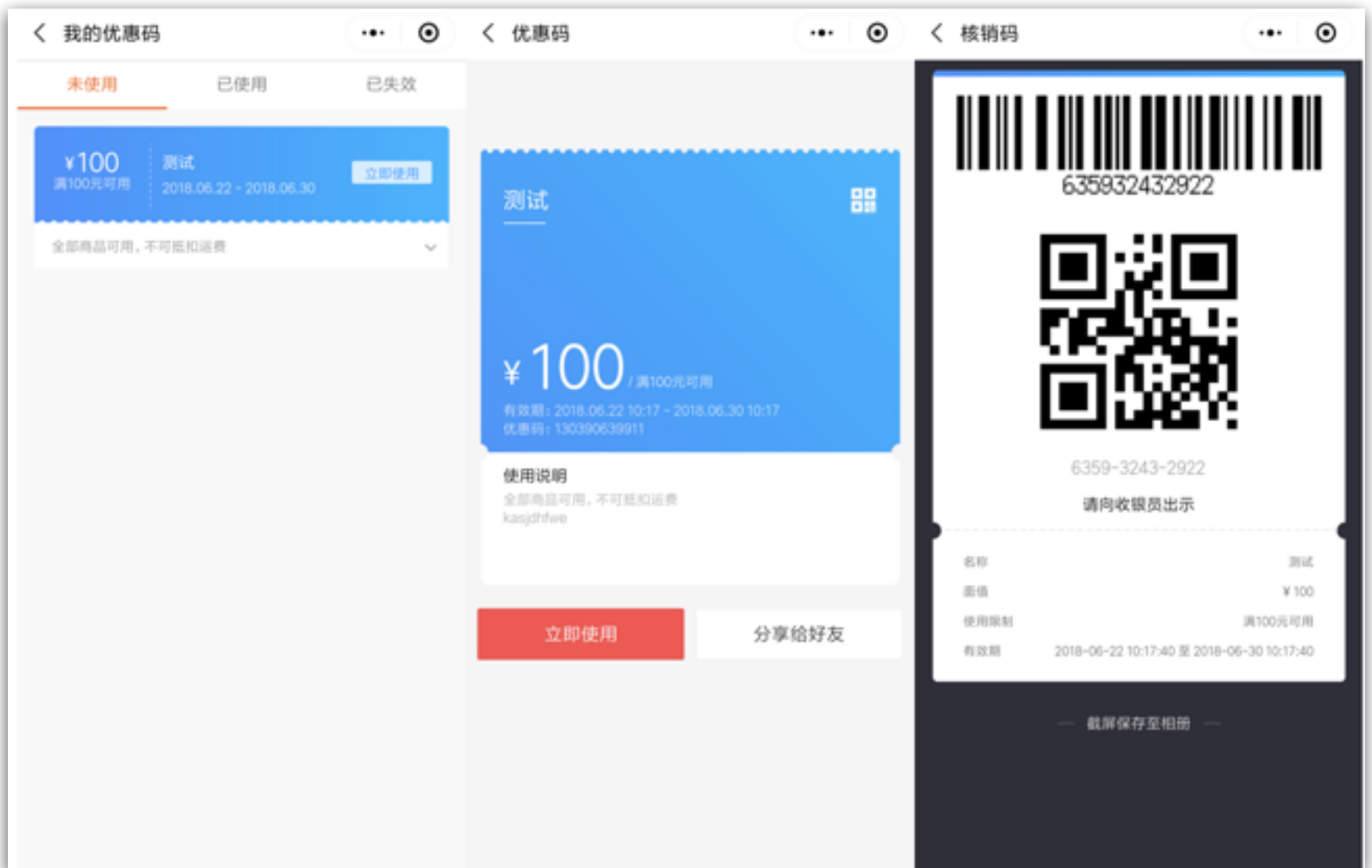
大促怎么设置优惠券？

- ① **店铺11.11策划满88元送10元优惠活动，以促成销量。**创建一个“11.11优惠码”活动，选择一卡一码，设置基础信息；将生成的链接或URL二维码，展示给潜在买家，便于对方领取；通过后台查看活动优惠码被领取、使用、过期等详细信息，便于管理和查看。
- ③ **设置券的使用门槛，大部分行业商家按照客单价提高10%左右即可。**比如你店铺的客单价是90元左右，那优惠券活动设为“消费满100送10元”是比较合适的。
- ⑤ **一般大促店铺会设置三个档次的优惠券，领取门槛依次递增。**设置多级优惠券，根据一段时间内的订单金额去设置门槛，按照订单金额区间数量最多的三个去提升10%左右，一般不建议设置超过3级门槛优惠券。
- ⑦ **根据用户模型，对不同层级的用户发放不同力度的优惠券。**商家可定向推送专门的中等面额无门槛优惠券，针对物流维权发生问题的用户，发放优惠券安抚。
- ⑧ **顾客对面值的关注度高于领取门槛，大额度高门槛券比低额度低门槛券更有吸引力。**同时将商品单价提升10%，同时利用价格错觉。99的门槛比100的门槛感觉低很多，149比150感觉更低。大额度券用来拉新会很有用，商品可以适当涨价，原有会员通过发放正常额度券，或者会员折扣，来降低涨价的影响。
- ⑩ **裂变券更适合高频次，刚需或者品牌商品，比如外卖，食品，日用品。**适当的使用限量抢券的模式，去提高关注度，刺激用户活跃。店铺首页可以适当放一些日常券，提升转化。

百万小程序运营第四招：成交——优惠码

优惠码怎么用？

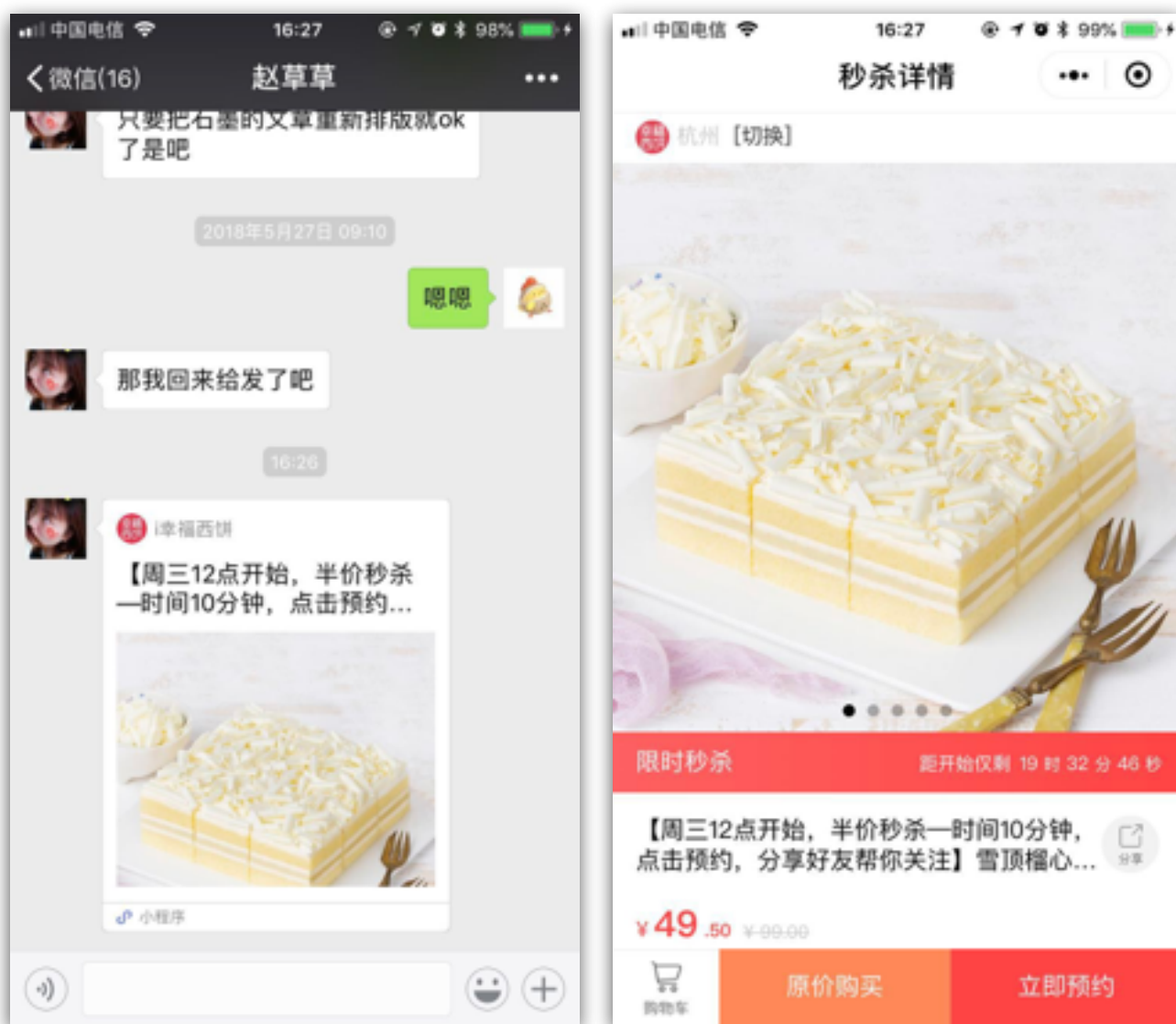
优惠码属于一串数字字母优惠，商家可批量生成一批，线下制作一批优惠码卡片进行推广宣传，买家刮开涂层才能获得优惠码。扫描卡片上的带参数二维码，直接进店购买，结算时，填入“优惠码”直接享受优惠。



NO2. 十万商家都在用的神器：秒杀

有赞“秒杀”是一款针对商品的营销应用工具，商家通过使用该款营销工具，可以用超低的价格，吸引更多的会员，带动店铺的整体销量。

👉 查看详情 [《秒杀使用教程》](#)



注意要点：用超低价格，吸引会员进店抢购，带动店铺的整体销量。

- 做秒杀活动一定要做到：**限时+限量+限价**。
- 秒杀时间一定要让买家提前知道，并且约好的时间不要随意更改。
- 秒杀商品数量要有限制，但是又不能太少，不然会让人觉得抢不到，从而对活动失去兴趣
- 秒杀商品价格一定要有吸引力，这个特价商品就是我们的诱饵。但并不是价格越低越好，或者低于成本价，而是要低于消费者的预期。

百万小程序运营第四招：成交——秒杀

客户如何预约秒杀活动？

商家还可以设置秒杀预约提醒，如设置“活动开始前10分钟通知买家参与活动”，顾客预约秒杀后，在活动开始前10分钟可收到公众号推送的提醒消息，让顾客准时参与秒杀。

操作路径：有赞店铺后台-营销-营销玩法-秒杀-新建秒杀-秒杀预约设置



点击“立即预约”

填写手机号码

回答问题

预约成功

[秒杀6项必备技能]

- ① **新店必读**，秒杀商品不要选择低点击量低流量的宝贝，最好选当季时令性或者购买人群目标比较大的商品，否则很难激起买家的购买欲望。
- ② **老店必读**，尽量选择新款或者改款，稍微回避一下爆款。老客户对店铺都有一定的认知，熟悉商品价格，出新品时偶尔做秒杀，会觉得被照顾。如果用爆款的话，会发觉原来自己买的东西别人很便宜就能买到了，伤感情哟。
- ③ **如何用好秒杀流量？** 活动开始前，买家势必会去浏览商品详情页，你可以在详情页里面搭配一些推荐商品，提高其他商品的曝光率和展示效果。
- ④ **针对没抢到的用户**，系统会提醒他去店铺里逛逛，这个时候可以在店铺首页展示一些活动，如限时折扣、多人拼团，或者突出爆款，让这部分买家也能转化下单。
- ⑤ 配合“秒杀”活动，商家可以使用秒杀组件，搭建秒杀专题活动页，营造气氛，而且秒杀价格可以在前端展示，是不是超棒呢？

✓ 百万小程序运营第四招：成交——发券宝 / 限时折扣

NO3.成交转化神器：发券宝

这款基于优惠券的精准营销工具“发券宝”，满足广大商家新客定向优惠促转化、老客定向优惠促回购、老客传播拓新客、节日大促定向优惠、老客关怀、售后维权定向发券、新品体验定向发券等业务场景的需求。👉 查看详情 [《发券宝使用教程》](#)



进店有礼：系统自动识别新老客户，新客进店主动推送优惠券礼包，拉新有的放矢

NO4.成交转化神器：限时折扣

小程序支持选择一批商品设定限时折扣，通过商品页面的倒计时提醒促进下单。支持按折扣率打折，也支持单个商品直接减价打折。👉 查看详情 [《限时折扣使用教程》](#)



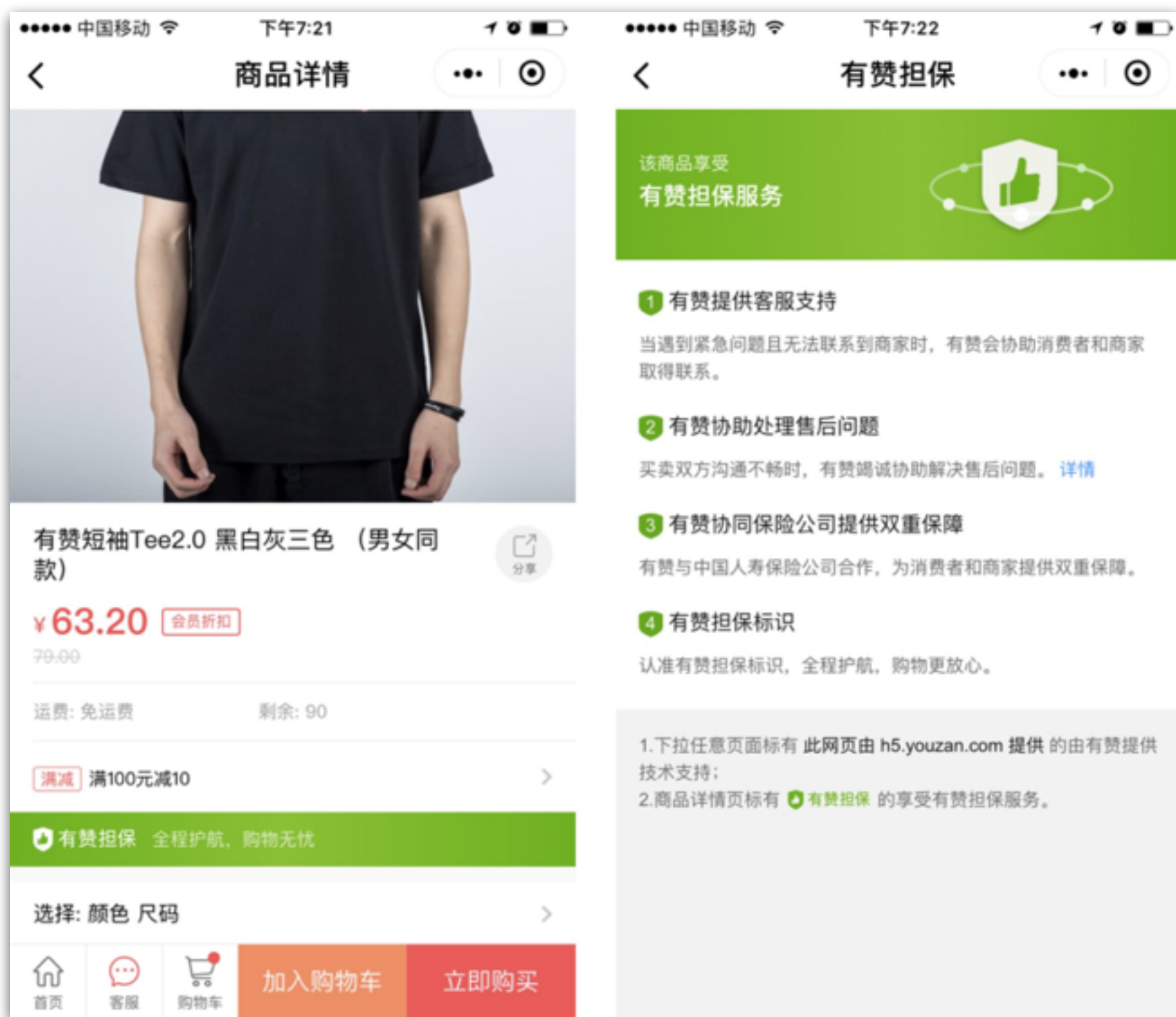
衍生玩法：

- 1、前N件优惠，打折更灵活。例如，烘焙店月饼8折活动，每位顾客不限制购买份数，但最多5盒可以8折优惠，超出部分原价购买。
- 2、按周期重复，例如11.11期间每天限时限量（比如活动是10天，每天10点-12点打折，当天活动结束后，要第二天10点再开始），可以让客户每天都来关注一下！

NO5.实力背书，提升客户信任度：有赞担保

社交生态信用体系薄弱，导致陌生购买转化率低，通常粉丝转化率20%~40%，非粉丝转化率却不足1%。有些买家会因为担心商品品质、售后维权等问题不敢买。

为创造安全放心的移动购物环境，有赞于2018年3月13日起推出“有赞担保”服务，从“有赞担保品牌背书”、“保险公司双重保障”、“在线客服工具”、“协助处理售后问题”四个维度帮助买卖双方建立安全放心的购物环境，切实帮助商家提高购买转化率。



百万小程序运营第四招：留存——关注送礼

	解决方案	工具
成交	关注送礼： 可以在包裹里面附带卡片，客户扫码关注后可得到现金红包或其它额外奖励。	优惠券 + 优惠码 + 卡片物料
	送积分： 积分商城的活动基于粉丝在店铺中积累的积分，鼓励买家使用积分兑换特定商品。	积分商城
	售后服务 + 客情维护： 对于新客而言，做好第一次的服务体验，包含：客户服务、发货流程、包裹体验、售后使用指导等，持续优化这几个环节，直接关系到新客的口碑及再次回购。	客服系统 + 客服人员

—— 关注送礼

可以在包裹里面附带卡片，客户扫码关注后可得到现金红包或其它额外奖励。也可以在商品详情页带上老板的微信二维码，引导客户加老板微信。先把客户沉淀下来，建立客户触点，后续运营就好办了。



设计制作涂层卡片



刮开涂层



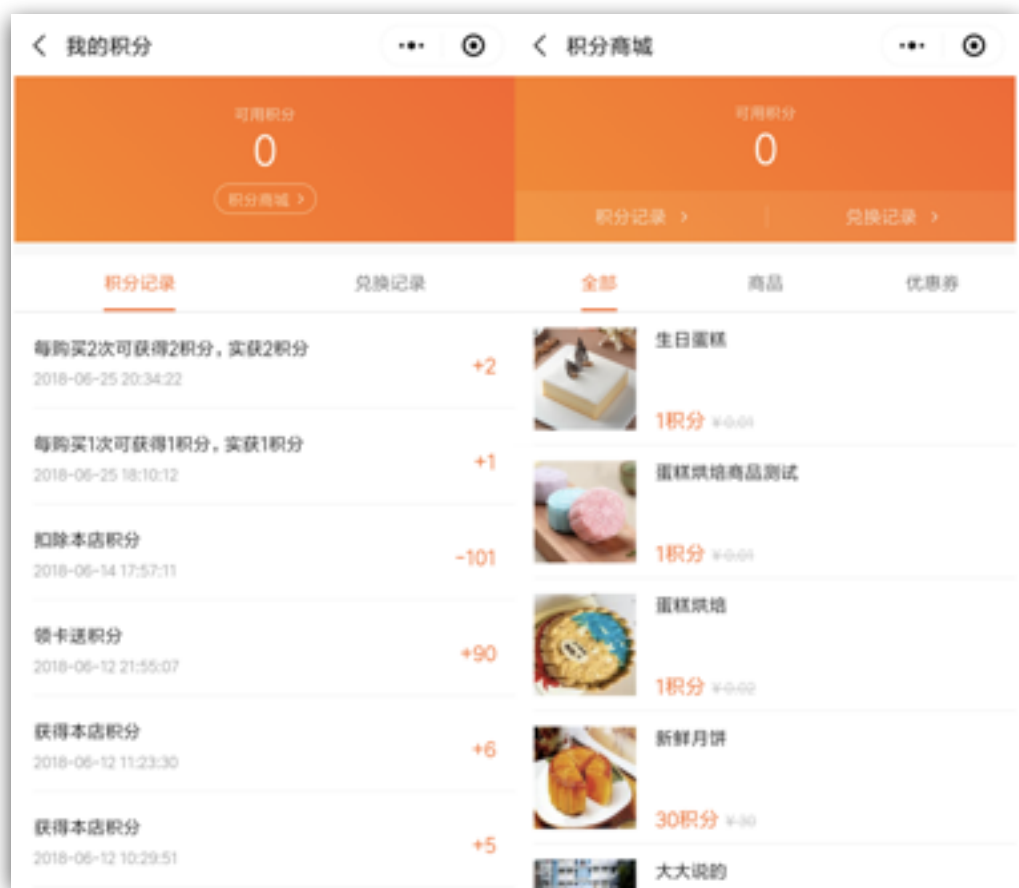
输入口令



领取红包

——送积分

积分商城的活动基于粉丝在店铺中积累的积分，鼓励买家使用积分兑换特定商品，以增加成交，增加粉丝粘性，给店铺带来更高的粉丝活跃度。



商家给予粉丝积分的途径：

- 1、人工给粉丝加积分；
- 2、关注送积分；
- 3、营销游戏送积分（刮刮卡，幸运大转盘，疯狂猜，生肖翻翻看）；
- 4、签到送积分；
- 5、购物送积分（下单送、满就送）；
- 6、参与投票调查送积分；

运营大咖总结的积分商城运营指南

① 粉丝积分情况摸底

在做积分兑换的时候，利用积分排序功能，大致了解粉丝积分的分布，再去设置积分兑换商品会比较合理一些。步骤： a、先判断成本预算及兑换商品价值； b、判断粉丝积分分布； c、根据粉丝积分分布情况，设计奖品的兑换等级。

② 核心点：

- 考虑“积分等级”与“商品价值”两者关系；
- 预告兑换数量，根据积分分布来做，一般情况下，预估会比实际情况要高；
- 一定要做预告，做兑换的限量，每个月可以固定一个兑换日，培养粉丝定期来店铺逛一逛的习惯，增加复购率和活跃度。；
- 结合店铺活动做会员福利兑换，如每周上新日的时候，做积分兑换活动，兑换率会更高。

③ 兑换礼品选品技巧

- **大促活动：**选择用积分兑换礼品的时候，需根据自己的用户群体特征来选，若你的用户是追求生活品质的年轻女性，那可以赠送一些自拍杆，保温杯等。
- **常规活动：**选口碑不错、复购率相对高的商品，也可以找些赠品、纪念款等来兑换。
- **原则：**结合用户本身特征来选，客户感知比较大，礼品类的一定要让他们觉得有价值。

④ 打造属于自己店铺的积分商城页面

可以使用微页面做一个积分商城页，将其放在微信公众号自定义菜单或店铺导航栏上，引导粉丝了解积分。页面包含：积分获取途径、积分兑换规则、积分抽奖游戏、积分兑换商品等。

⑥ 积分商城+虚拟商品在线下的运用

线下商家将线下客户转化成粉丝，在微信公众号中与粉丝建立联系，保持互动，再通过积分商城兑换将其导回门店消费。

示例：某 KTV 在门店引导客户关注公众号，通过一系列积分规则：签到、游戏等与粉丝保持互动，给予粉丝积分。粉丝攒够一定积分后，可兑换门店服务，如2000积分兑换KTV包厢6小时。

—— 售后服务 + 客情维护

对于新客而言，做好第一次的服务体验，包含：客户服务、发货流程、包裹体验、售后使用指导等，持续优化这几个环节，直接关系到新客的口碑及再次回购。而有些商家只管卖货，忽视售后服务，无异于丢了西瓜捡了芝麻，一路捡一路丢，最终得不偿失。

老司机手把手教你玩微信

第一步：建立信任

首先把自己的朋友圈封面图换成你们的品牌banner，把头像换成一个比较真实的漂亮女生或帅气男生，微信昵称改成“XX品牌-XX”，个性签名千万不要写主营什么的，要写一些鸡汤文，比如我所爱的，就是这样的生活，越矫情越好。

第二步：主动建联

在买家下单后先给对方打一个电话，确认一下订单信息（为什么要打电话呢，因为这样更容易让买家感受到你的服务，为后面加你好友做铺垫），然后建议买家加你这个电话的微信，有什么售后问题可以找你解决，你们也会不定期的送一些小礼物，如果买家不加你，你就去加他。

第三步：促进转化

通过好友之后，不要急着营销，先把当前订单的问题解决了，每天下班前把还未确认收货的订单找出来看看哪些是已经收到的，给买家一个微信消息问下，比如满不满意啊之类的。如果回答不满意或负面回答，做好安抚，发红包求原谅。

只要客户关系建立，后面逢年过节季度末，撒娇卖萌求大家照顾生意，就是营销的事了。

——拴住老客户的三个方法

一、付费会员卡

越来越多的电商卖家把付费会员卡搬到线上，目的就是绑定用户。包括亚马逊的primeair、京东的京东plus、小红的黑卡等都是为了形成用户对商家的依赖。

实操案例：以“黎贝卡”为例，用户的痛点之一是有钱，但买不到货。为了解决用户的难题，春节期间黎贝卡推出了付费会员卡业务，每张会员卡售价288元。不同于其他会员卡，这张会员卡并没有设立积分、折扣等功能。而是根据用户痛点，设置了独有的会员权益（包括「上新提前专场抢购」+「全年包邮」+「退货免邮费」+「一对一专属服务」）



黎贝卡还赋予了会员卡一种“稀缺性”。第一批会员卡只有30张，售完即止。用户今后在黎贝卡消费的同时，还增加了身为会员的优越感，使得会员卡一上架就在几秒钟之内售罄。

二、搭建会员体系

一套好的会员体系可以帮助商家留住客户，形成良性消费循环。会员等级设置比例通常遵循“二八”原则，即普通会员占80%，其它会员占20%，例如：普通会员80%；高级：16%；VIP：3.2%；至尊：0.8%。

实操案例：在“植观”2周年庆活动中，客复购占比超50%，优质的会员体系功不可没。考虑到既要给新用户低门槛加入会员，又需要根据2 / 8定律，重点维护核心用户，植观共设定了4个会员等级，其中3个等级为20%的核心会员设定，让高价值活跃用户既有往上升的空间，又能通过适当的等级设定权益区分。

☑ 百万小程序运营第四招：复购——拴住老客户的3个方法

等级	条件	生日礼券	会员日秒杀特权	新品试用
普通会员	满99元或交易2次	10元无门槛券	29.9元	优先体验
高级会员	满799元或交易4次	20元无门槛券	19.9元	优先体验
VIP会员	满1999元或交易8次	20元无门槛券	19.9元	免费赠送
至尊会员	满2999元或交易16次	50元无门槛券	19.9元	免费赠送

三、高复购会员养成秘籍

米马杂货是一个有格调、有情怀、有品质的一站式生活服务体验品牌。通过会员制运营，抓住自己的核心消费者，提升顾客复购的频次和购买商品金额。

① 等级数量

升级式的会员体制一般设置为3-5级，等级不宜过多，过多会导致消费者对于各个等级的权益认知不清晰，没有会员成就达成的目标感。

② 等级条件设置

升级式的会员制一般是以顾客累计消费金额或购买次数来设置的，米马巧妙的将两者结合，公式如下：

- 高等级会员消费条件=平均销售客单价*顾客消费的次数

一般情况：消费1次为新客，3次及以上成为老客，10次以上成为忠实顾客

③ 等级数量

- 权益要有差异化，某个会员等级享受该等级专属的福利（如会员专享款、专享价等等）
- 权益要向顾客进行展示和强化。可以在公众号菜单栏、商品详情下方、售后消息推送等渠道露出会员权益。

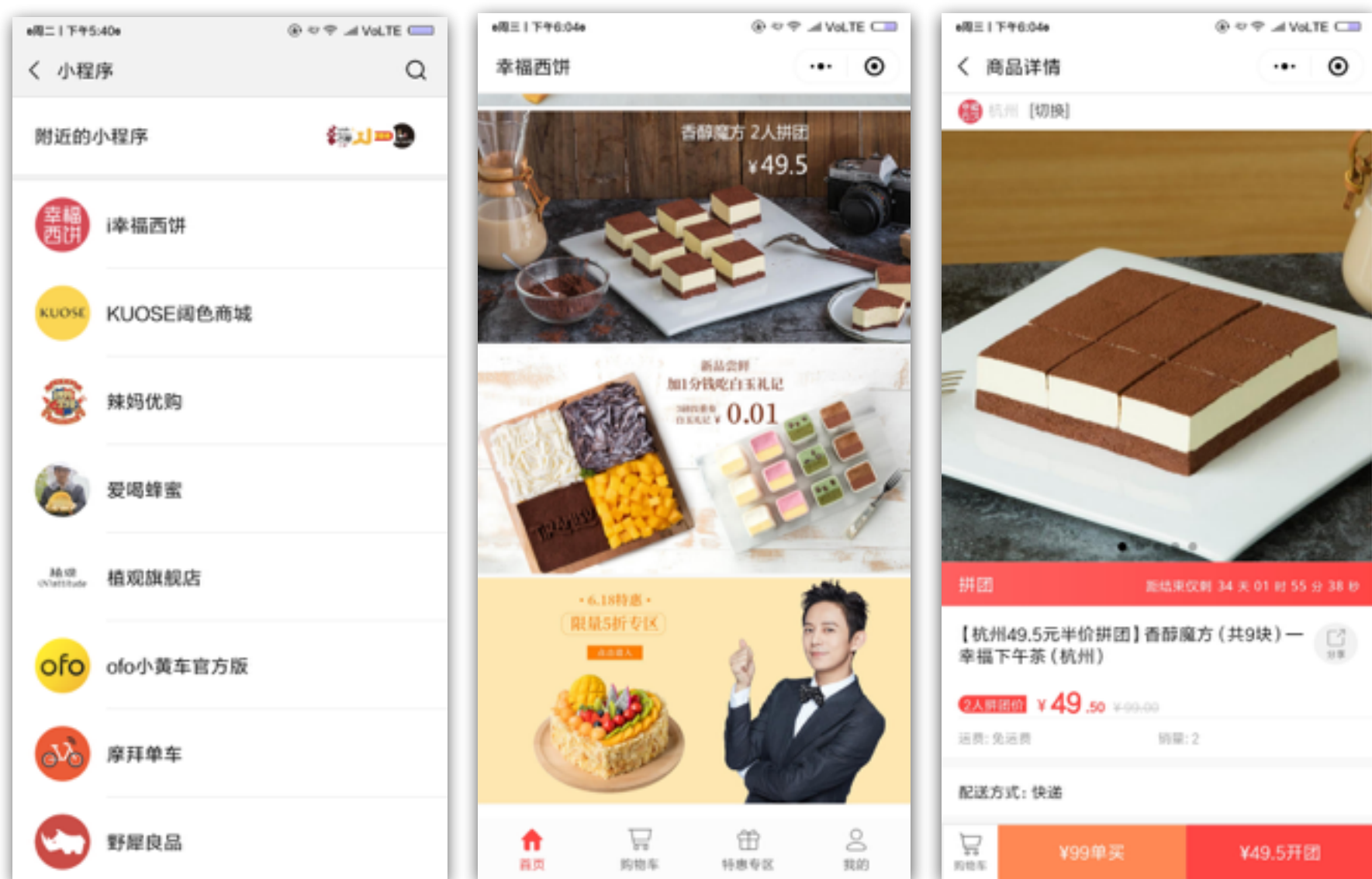
案例分析篇

通过这个篇章，你将了解大咖们如何玩转“小程序”

- ☑ 幸福西饼——通过小程序获取流量和交易，充分享受流量红利
- ☑ 植观——瓜分券活动开启用户分享热潮
- ☑ 黎贝卡：微信绑定小程序，一分钟交易破百万
- ☑ 阔色——「0元拼团」引爆微信群裂变，解决开店初期流量难题
- ☑ 鲜丰水果——多网点+拼团+到店自提，线下门店批量引流

☑ 幸福西饼——通过小程序获取流量和交易，充分享受流量红利

概况：幸福西饼（Bliss Cake）2008年创立于深圳，经过多年发展成为国内知名O2O蛋糕品牌，业务覆盖全国200多个城市，全国2~5小时免费送达。利用有赞的“一键生成小程序”功能，幸福西饼轻松拥有了自己的小程序，并且也充分享受到了小程序带来的流量红利。

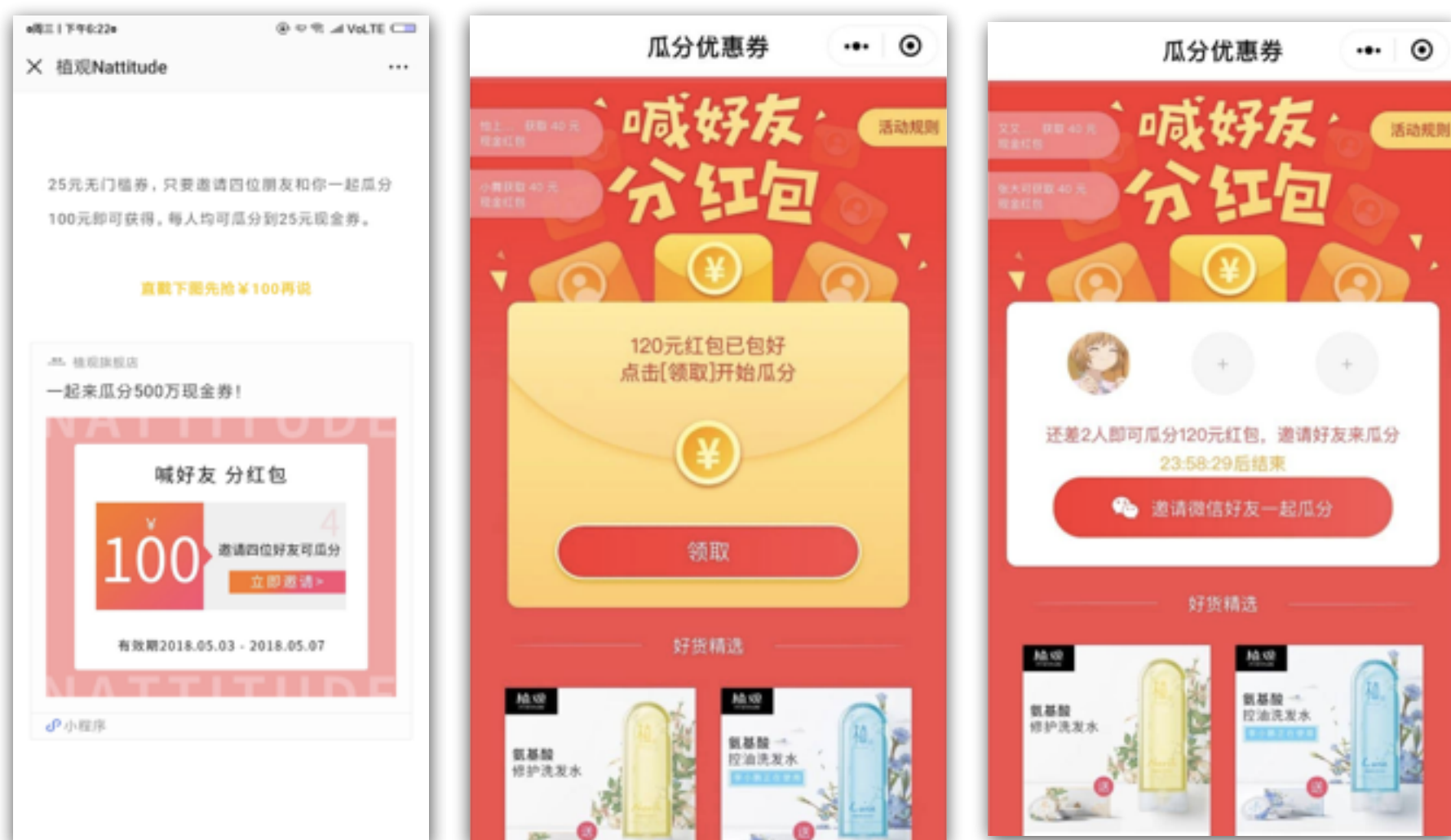


幸福西饼小程序玩法：

- ◆ 在通过有赞生成小程序后，幸福西饼给200多个城市的190多个卫星工厂都登记了位置信息，附近的微信用户通过“附近的小程序”直接查看使用，小程序新增用户倍增。
- ◆ 在通过“附近小程序”吸引用户进入后，幸福西饼特别在小程序里设置了“下午茶”等专区，匹配线下快速消费场景，结合拼团、优惠券、限时折扣等营销功能，促进传播与成交。微信用户通过幸福西饼小程序下单后，订单同步到有赞微商城后台，发货、售后统一处理，方便一体化经营。

☑️植观：瓜分券活动开启用户分享热潮

概况：植观2015年创立，主营绿色、健康、环保的植物氨基酸洗护发产品。利用有赞小程序的「瓜分券」功能，植观开启了瓜分券活动。活动两天，通过微信公众号推文引流与微信社群渠道放送，植观微信旗舰店的销售额获得了3倍增长。《[瓜分券使用教程](#)》



优惠券档位：三档瓜分券——5人瓜分500元；3人瓜分120元；4人瓜分100元。

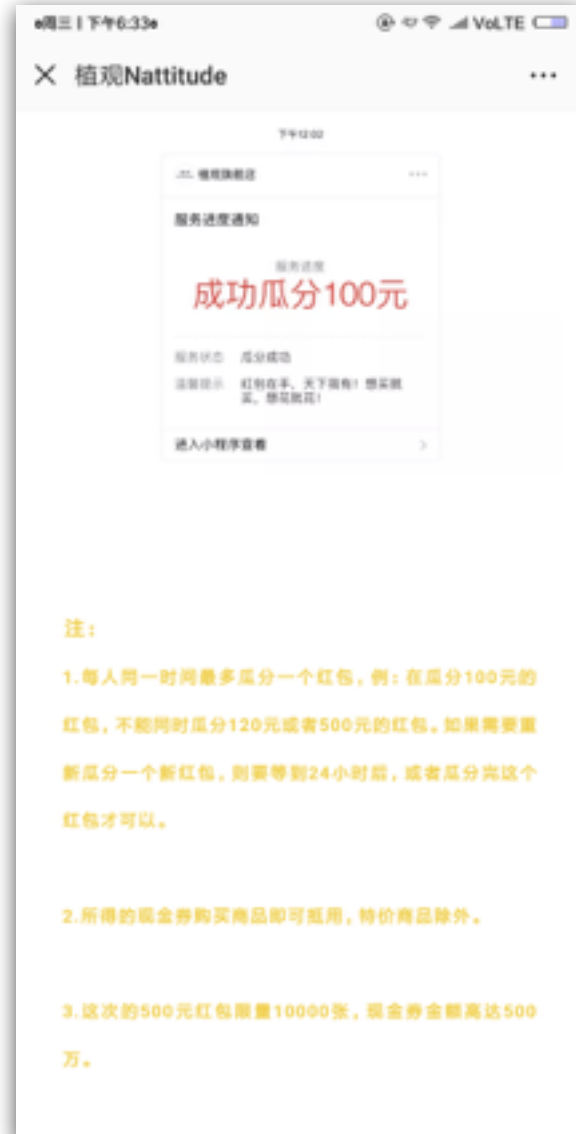
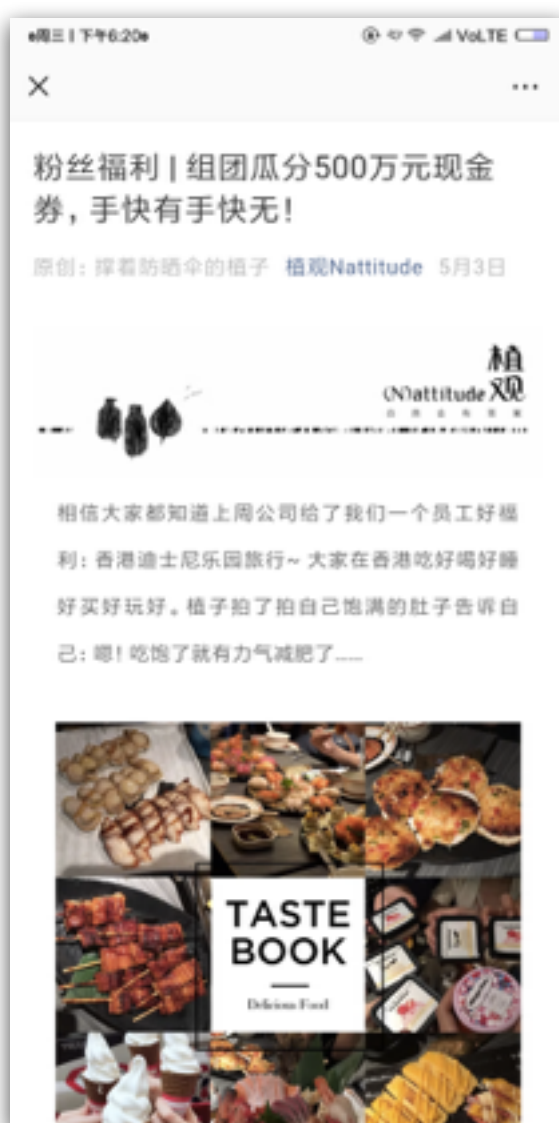
文案设置：植观将瓜分券活动名设置为“500万元现金券福利派送”，其中“500万元”、“现金”两个词，前者给人品牌大放血的感觉，后者“现金”明显比“优惠券/瓜分券”之类的词语更直接戳中用户心理。

推文标题：“粉丝福利|组团瓜分500万现金券，手快有手慢无！”突出福利金额之大，现金券给人以能直接抢到现金的错觉，后半句制造紧张感。

☑ 植观：瓜分券活动开启用户分享热潮

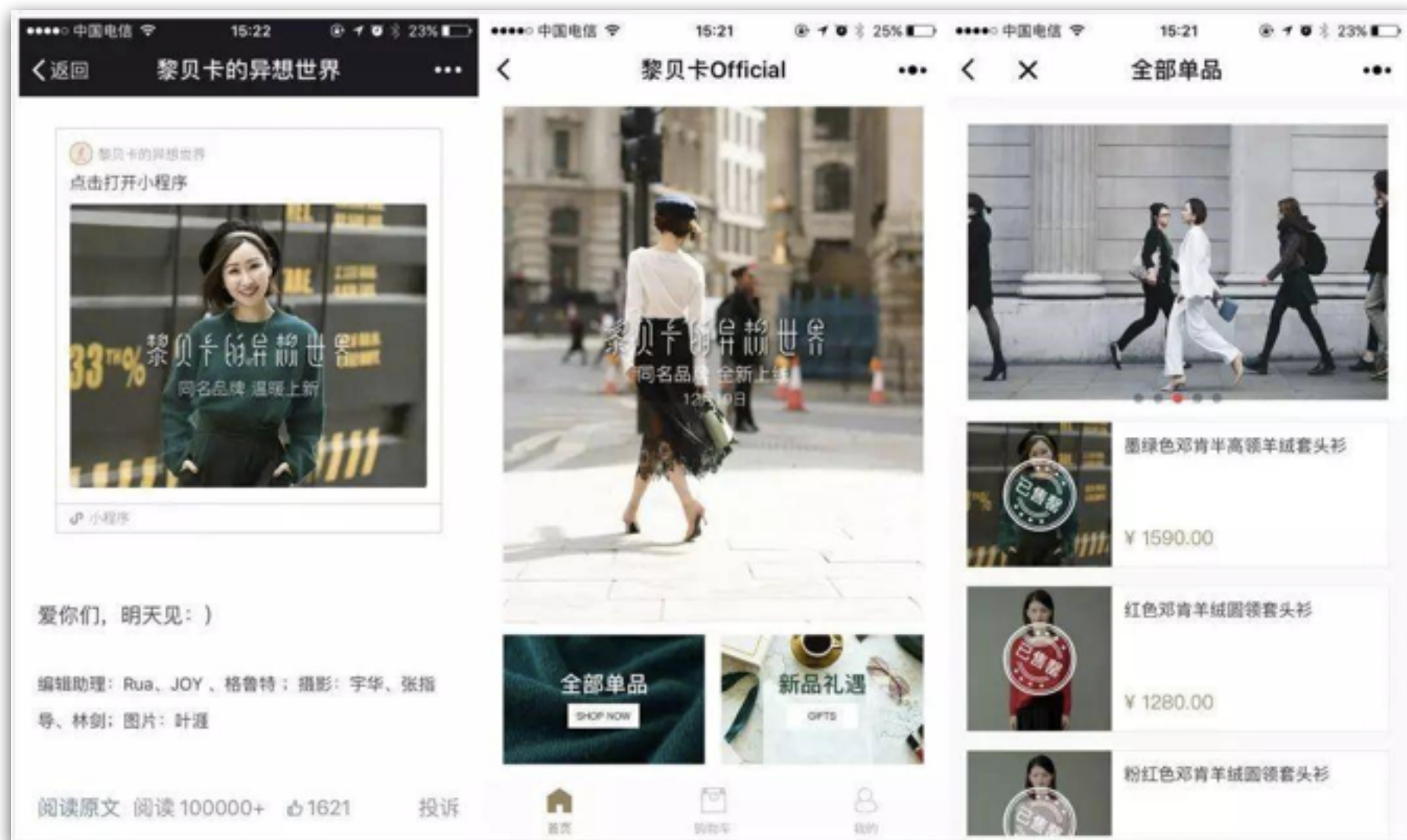
瓜分教程：植观在活动推文中详细介绍了瓜分教程，手把手教用户分享瓜分券。

产品推荐：在瓜分券活动页面，植观做了洗发水单品推荐，价格99元。瓜分到的红包可以优惠将近一半的价格，会让消费者更有欲望进入产品详情页加购。



☑黎贝卡：绑定小程序，一分钟交易破百万

概况：博主黎贝卡同名自主品牌通过有赞小程序「黎贝卡official」正式开售，1分钟交易破百万，而黎贝卡对小程序入口的灵活运用，是促成其销售暴涨的关键因素。



黎贝卡小程序玩法：

- ◆ 发售前在公众号绑定自己的小程序，粉丝第一时间收到绑定通知；
- ◆ 微信推文插入小程序卡片，引导粉丝购买，符合粉丝阅读体验，流失率低；
- ◆ 小程序结构设计简约，首次上新以基本款为主，匹配其”利用率超高的完美衣橱的方案”的品牌定位。

☑ 阔色：「0元拼团」引爆微信群裂变，解决开店初期流量难题

概况：「阔色KUOSE」于2013年创立，是主打快时尚少女风格的服装品牌，目标客户为18~25岁的女性。2018年，阔色用有赞小程序搭建小程序商城，利用「0元拼团」活动迅速给商城引流，轻松解决了开店初期的流量难题。



0元拼团之「买则送一」活动规则：

- ① 8人成团，拼团发起人为团长；
- ② 拼团成功后，仅有团长有免费领取对应产品的资格；
- ③ 获得免费领取资格后，需在店铺再下一单（不包括拼团产品）才可领取；
- ④ 团员可领取10元无门槛优惠券；
- ⑤ 一人只能当一次团长；
- ⑥ 拼团限时24小时。

活动流程：

- ① 客户领取0.01元优惠券；
- ② 客户点击“去开团”进入拼团购买页面，点击“0.01元开团”后使用优惠券0元购买；
- ③ 支付成功后，跳出邀请页面，点击“邀请好友拼团”，将拼团分享给好友或微信群；
- ④ 好友点击分享卡片，进入小程序购买拼团商品；
- ⑤ 团长邀请7人下单即拼团成功；
- ⑥ 团长将购买的产品和拼团产品的实物链接加入购物车，一起提交订单后找客服减掉拼团成功的产品价格；
- ⑦ 团员可找客服领取10元优惠券，也可发起新拼团。

活动选品：

- ① 因为客户主要是从其他平台过来的，所以选品会参考平台店铺的爆款；
- ② 考虑到活动成本，选品尽量控制在中低价位；

活动效果：

平均每天小程序的总用户是3000+，从公众号进入小程序商城的流量是1000左右，平均1个老用户至少可带来2个新用户。

☑ 阔色：「0元拼团」引爆微信群裂变，解决开店初期流量难题

0元拼团之「拼团红包」活动规则：

- ① 拼团发起人为团长，根据优惠券数额不同，设置了4个梯度：20元5人成团，25元8人成团，30元12人成团，50元25人成团；
- ② 拼团成功后，仅有团长有免费领取对应无门槛优惠券的资格；
- ③ 团员可领取5元无门槛优惠券；
- ④ 一人只能当一次团长；
- ⑤ 拼团限时35天。

活动流程：

同【买则赠一】，不同的是拼团成功后，团长需找客服领取对应优惠券。

活动关键点：

- ① 根据店铺商品单价设置优惠券数额，低数额优惠券保住利润，高数额优惠券保住成本；
- ② 设置好拼团人数，不同额度优惠券设置不同拼团人数，建议事先测试确定拼团人数。



鲜丰水果：多网点+拼团+到店自提，线下门店批量引流

概况：鲜丰水果成立于1997年，目前在全国已拥有1100+家门店，近300个全球合作种植基地。鲜丰水果利用有赞小程序开启了「多网点」功能，并通过开展「限时拼团+到店自提」活动，将顾客引流到线下门店，带动线下门店的销售。



多网点系统能帮助鲜丰水果统计订单，把从活动来的自提单分配到每个门店，顾客拿着二维码直接去门店就行。

鲜丰水果每次会在小程序商城推9~12款限时特价的水果，顾客在线购买，到店自提，一般下单时间设置在6天内，提货时间3~4天。这样一来，省去配送成本的同时顾客也获得了实惠，继而带动线下门店的流量，一举三得。

☑ 他们都在用有赞小程序

自媒体



黎贝卡



凯叔讲故事



小羽私厨



差评

电商卖家



张大奕



润微内衣



良品铺子



雪梨

连锁门店



世纪联华



百果园



幸福西饼



百盛百货

知名品牌



好想你



戴尔



杜蕾斯



泸州老窖



扫码了解更多小程序商家