

Ultraedu  
泰岳教育

中国电子商务协会

大角号

“新媒体运营师”专业技能（水平）评价认证推荐教材



人民邮电教育  
E-Commerce

互联网 + 新媒体营销规划丛书



丛书主编 秋叶 / 谢雄 勾俊伟 编著

# 微信小程序 策划与运营

1 套运营策划  
全流程

4 种营销优势  
攻略

5 种场景推广  
方法

7 种用户传播  
方式

8 大行业典型  
研究

中国工信出版集团

人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

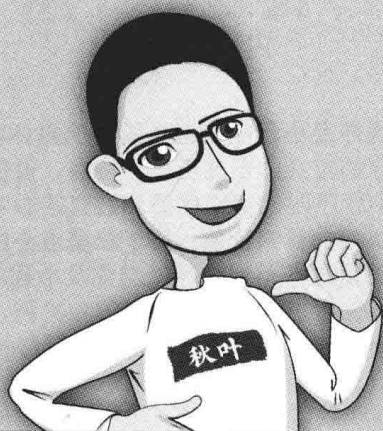
Ultraedu  
泰岳教育

中国电子商务协会 大鱼号

“新媒体运营师”专业技能（水平）评价认证推荐教材

互联网 + 新媒体营销规划丛书

人民邮电教育  
E-Commerce



# 微信小程序 策划与运营

丛书主编 秋叶 / 谢雄 勾俊伟 编著

人民邮电出版社

北京

## 图书在版编目(CIP)数据

微信小程序策划与运营 / 谢雄, 勾俊伟编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2018.5  
(互联网+新媒体营销规划丛书)  
ISBN 978-7-115-48199-3

I. ①微… II. ①谢… ②勾… III. ①移动终端—应用程序—程序设计 IV. ①TN929.53

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第061080号

## 内 容 提 要

本书全面介绍了微信小程序及小程序运营各模块的具体内容。第1章重点介绍小程序到底是什么,其中包括小程序的定义、发展历史、特点、价值及发展趋势;第2章重点介绍小程序营销优势,通过对小程序四大营销优势和它直接影响的五大领域的介绍,引导读者全面了解小程序这一新兴事物的营销价值;第3章重点介绍小程序后台操作,包括小程序后台功能概述、小程序基础设置、小程序功能配置及小程序推广设置等具体操作技巧;第4章重点介绍小程序策划,包括小程序策划的步骤和案例,特别是小程序的运营逻辑和差异化设计;第5章重点介绍小程序运营推广,包括小程序推广要了解的官方规则、小程序的推广场景和小程序的用户传播方式;第6章重点介绍小程序数据分析,包括常规数据分析、自定义数据分析、小程序数据助手和第三方小程序数据分析工具;第7章重点介绍小程序企业应用案例,选取了京东购物、万达电影、链家房屋估价等,利用分析框架帮助读者了解小程序案例的策划与应用的方法和技巧。

本书适合企业营销和新媒体传播实践工作的初学者和从业者使用,也可作为本科院校及职业院校市场营销专业、企业管理专业、商务贸易专业、电子商务专业新媒体运营相关课程的教学用书。

---

◆ 编 著 谢 雄 勾俊伟

责任编辑 古显义

责任印制 马振武

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市祥达印刷包装有限公司印刷

◆ 开本: 720×960 1/16

印张: 11.25

2018年5月第1版

字数: 178千字

2018年5月河北第1次印刷

---

定价: 39.80元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

## 丛书编委会

主 编 秋 叶

副 主 编 哈 默 勾俊伟 萧秋水

成 员 张向南 刘 勇 秦 阳 叶小鱼 梁芷曼

谢 雄 陈道志 乔 辉 麻天骁 葛佳佳

孙 静 韩 放 贾 林

# P

## 前言

# REFACE

随着智能手机的普及和移动互联网的发展，我国网民的上网方式几乎已经全面移动化，各种各样的手机 App 层出不穷。当太多 App 占满用户的手机屏幕和内存时，手机就容易出现内存容量紧张和运行速度变慢的情况，这也是最初小程序得以诞生和发展的原因。

2017 年 1 月 9 日，小程序正式上线。历时一年多来，小程序的功能经过快速的优化迭代，得到了快速的发展，培养了大量用户，目前小程序日活跃用户数已达 1.7 亿户、已上线小程序 58 万个，上线不足一个月的小游戏“跳一跳”累计用户达 3.1 亿户，小程序的火爆程度可见一斑。小程序的爆发也引起了社会各界人士的关注，社会各界纷纷表示这是一次不容错过的流量红利，具备极高的营销价值。对学生而言，学习小程序策划与运营已是增强其运营与营销能力的重要方向。

不过，迎来微信小程序的同时，企业也面临一系列的营销难题：什么是微信小程序、如何策划小程序、如何运营推广小程序……而市面上目前缺乏适合高校使用的、系统讲解小程序运营的实战图书。

本书就是为了迎合市场需求而编写的，具有以下特色。

### 1. 体系完整

本书既讲解了微信小程序的概念、营销优势，又讲解了小程序策划、小程序后台操作、小程序运营推广、小程序数据分析的细节和技巧。

### 2. 实操性强

本书在知识讲解的基础上，更注重案例分析与实操性。

### 3. 注重思考

本书精心设计了大量的课堂讨论与实战训练，旨在引导读者发挥主观能动性，切实提高读者的新媒体运营能力；培养读者的独立思考能力，使读者能够在工作中学以致用。

本书适合作为本科院校、职业院校新媒体运营相关课程的教材。如果选用本书作为教学用书，建议安排 32~48 学时。

### 编者情况

本书由谢雄和勾俊伟合作完成，创作过程中得到了诸多朋友的帮助，在此表示感谢。由于时间仓促，书中疏漏和不妥之处在所难免，欢迎广大读者批评指正。如果对本书有任何意见和建议，请将意见和建议发至邮箱 [xiexiong2014@foxmail.com](mailto:xiexiong2014@foxmail.com)。

编者

2018年3月

# C 目录 CONTENTS

## 01 Chapter 小程序到底是什么

- 1.1 小程序的起源和概念 2
- 1.2 小程序的特点 4
- 1.3 小程序的价值 11
- 1.4 小程序与服务号、App、H5 的区别 16
- 1.5 小程序的注册步骤 21
- 1.6 小程序的发展趋势与瓶颈 23

## 02 Chapter 小程序营销优势

- 2.1 小程序的品牌呈现优势 32
- 2.2 小程序的功能替代优势 37
- 2.3 小程序的用户入口优势 41
- 2.4 小程序的成本结构优势 49
- 2.5 小程序直接影响的领域 53

## 03 Chapter 小程序后台操作

- 3.1 小程序的后台功能模块 63
- 3.2 小程序的基础设置 64
- 3.3 小程序的功能配置 70
- 3.4 小程序的推广设置 77

## 04 Chapter 小程序策划

- 4.1 小程序的运营逻辑 84
- 4.2 小程序运营的需求场景 86
- 4.3 小程序的差异化设计 90
- 4.4 小程序的细节策划 93
- 4.5 小程序的策划案例：国美管家 97

## 05 Chapter 小程序运营推广

- 5.1 小程序推广的整体思路 102
- 5.2 小程序推广的官方规则 105
- 5.3 小程序推广的场景设计 108
- 5.4 小程序的用户传播方式 114

## 06 Chapter 小程序数据分析

- 6.1 小程序数据分析概述 122
- 6.2 小程序常规数据分析 123
- 6.3 小程序自定义分析 132
- 6.4 小程序数据助手 134
- 6.5 第三方小程序数据分析工具 136

## 07 Chapter 小程序企业应用案例

- 7.1 交通类：“车来了精准实时公交”小程序 143
- 7.2 电商类：“京东购物”小程序 147
- 7.3 金融类：“农行微服务”小程序 151
- 7.4 教育类：“天天练口语”小程序 154
- 7.5 餐饮类：“i麦当劳”小程序 158
- 7.6 物流类：“圆通小 App”小程序 162
- 7.7 房产类：“链家房屋估价”小程序 166
- 7.8 生活类：“万达电影+”小程序 169



# 01 Chapter

## 第 1 章 小程序到底是什么

通过阅读本章内容，你将学到：

- 小程序的概念和特点
- 小程序的价值
- 小程序与服务号、App、H5 的区别
- 小程序的注册步骤
- 小程序的发展趋势与瓶颈

## // 1.1 小程序的起源和概念

### 1. 小程序的起源和诞生

截至 2017 年 11 月，我国移动互联网用户总数达到 12.5 亿户，使用手机上网的用户为 11.6 亿户，对移动电话用户的渗透率为 82.1%，我国网民上网方式已经全面移动化。随着 4G 网络的不断发展和更多高性价比智能手机的普及，以及人们对工作、生活、娱乐等多方面的需求日益增长，各种移动应用程序 App（英文全称为 Application）应运而生。据《2017 年 Q4 暨全年移动互联网行业数据研究报告》显示，2017 年第四季度，每个移动网民手机中平均装有 40 个 App。当太多 App 占满用户的手机屏幕和内存时，手机就容易出现内存容量紧张和运行速度变慢的情况。同时，App 的升级和下载本身也在消耗手机带宽和系统资源，致使 App 的日益丰富与手机运行速度之间的矛盾日渐加重。

针对此矛盾，各大移动应用厂商提出了各自的解决方案。2013 年 8 月 22 日，百度正式在百度世界大会上首先提出“轻应用”（Light App）的概念。百度将轻应用定义为一种无须下载、即搜即用的全功能 App，既有媲美本地原生 App（Native App）的用户体验，又具备 Web App 可被检索与智能分发的特性。后续 UC+ 开放平台、支付宝公众平台等类似轻应用平台相继发声。这些平台都是基于 HTML5（超文本标记语言的第五次重大修改，简称 H5）推出的 Web App，但是由于未形成账号体系、不符合用户习惯等，用户使用率较低，活跃度较低，这些平台并没有发展起来。

2016 年，微信之父张小龙意识到微信解决以上问题有重大的潜在商业价值，可以围绕庞大的微信用户人口，构建一个应用生态闭环。2016 年 1 月 11 日，张小龙透露将在订阅号和服务号外新设微信“应用号”。经过一年多的开发，2017 年 1 月 9 日，张小龙在 2017 年微信公开课 Pro 上宣布的小程序正式上线。

自 2016 年 9 月 22 日开始内测到 2018 年年初，在一年多的时间里，小程序的功能经过快速的优化迭代，培养了大量用户。根据 2018 年 1 月 15 日微信公开课数据，目前小程序日活跃用户数已达 1.7 亿户、已上线小程序 58

万个，覆盖 100 万开发者、2 300 个第三方平台。上线不足一个月的小游戏“跳一跳”累计用户达 3.1 亿户，跃居小程序使用榜首，用户次日留存（次日仍然登录使用）率达到 65%。

## 2. 小程序的概念和历史

微信小程序简称小程序，英文名为 Mini Program，是一种不需要下载安装即可使用的应用。

张小龙对小程序的描述：“小程序是一种不需要下载、安装即可使用的应用，它实现了触手可及的梦想，用户扫一扫或者搜一下就能打开应用，也实现了用完即走的理念，用户不用安装太多应用，应用随处可用，但又无须安装、卸载。”

从小程序的定位来看，微信的核心价值是连接一切：订阅号定位连接人与资讯，为微信用户提供优质和丰富的内容；服务号连接人与服务，建立企业和普通用户沟通的桥梁，将企业的产品和服务更好地传达至用户，但服务号由于受限于开发权限与服务频次，无法提供更多的服务；小程序的诞生则弥补了订阅号和服务号的不足，连接了人和应用，企业能够为用户提供更复杂、更个性化的服务体验。

从小程序的本质来看，小程序与早前百度提出的轻应用大体相似，都是以类似 Web App 的形式而存在的，提供无须下载、即搜即用的直达服务，通过开放更多应用程序接口（Application Programming Interface, API）及微信入口，为用户提供更多服务。但是小程序又不同于 Web App，因为二者的开发逻辑与开发语言完全不一样。

总之，小程序就是在微信内部运行的应用，不用像 App 那样需要到手机应用市场下载、安装、注册、卸载，它只能在微信内部打开，但能拥有不输 App 的用户体验。

从 2016 年 9 月内测到现在，小程序的发展阶段分为内测期、种子期、发展期、爆发期，如表 1-1 所示。

表 1-1 小程序的发展阶段

时间	阶段	关键事件
2016 年 9 月— 2017 年 1 月	内测期	2016 年 9 月 22 日凌晨，微信公众平台开始陆续对外发送小程序内测邀请

续表

时间	阶段	关键事件
2017年1月— 2017年3月	种子期	2017年1月9日7点04分，微信公开课发布“你好，我是小程序”，微信小程序正式上线。但小程序上线后，更新缓慢，受到市场的质疑和观望
2017年3月— 2017年10月	发展期	微信小程序在此段时间内快速更新迭代，开放更多入口，几乎每周都有较大迭代更新
2017年10月— 2018年1月	爆发期	“双十一”之前，电商小程序爆发，综合、衣装、拼团、母婴、生鲜类等大批电商程序诞生。2017年12月28日，微信更新的6.6.1版本开放了小游戏类小程序

课堂  
讨论

最近你使用过哪一款微信小程序？使用体验怎么样？

## // 1.2 小程序的特点

### 1. 从产品角度看

从产品角度看，小程序具备以下4个特点。

#### (1) 无须安装和卸载

小程序的第一个特性就是免去安装和卸载的过程，用户可以直接使用。

例如，小A同学在微信中收到老师的一条消息，被临时委派去北京参加演讲比赛。由于演讲比赛为期2天，需要提前订机票、酒店，但组委会没有统一预订购买，需要演讲参赛者自行解决，所以小A需要自己订机票、酒店，可以采用以下任意一个方案。

方案一：使用去哪儿旅行App订机票、酒店，大约需要10步完成，如图1-1所示。

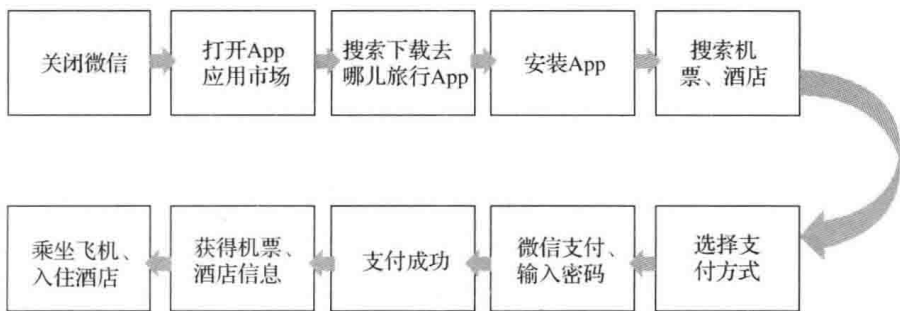


图 1-1

方案二：使用去哪儿小程序，大约需要 7 步即可完成，如图 1-2 所示。

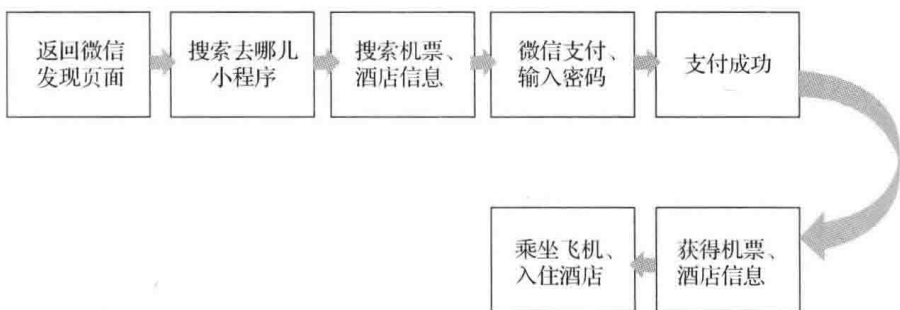


图 1-2

对比两个方案，可以看出小程序体现了无须下载安装即可媲美 App 使用的用户体验。实际上，用户在使用完小程序后直接退出就好，并不需要其他程序管理器去管理它，没有卸载的过程。

## （2）触手可及，用完即走

小程序的第二个特性是触手可及，用完即走。小程序的出现，让用户获取信息更加简单。其实，用户可以通过智能手机直接获得周边信息，通过手机扫描功能和周边产生互动，如在博物馆里，扫一下二维码就可以获知当前物体的背后信息。

在微信与好友聊天时，用户会发送一些表情包，有时为了表示亲近，可能还会发一些定制表情包。以前用户为了制作一个定制的表情包，可能需要运用 Photoshop 软件操作，或者下载 App 进行制作，操作成本较高，但是现在可以利用相关的小程序定制好友表情包（见图 1-3），制作非常方便，表情包触手可及。



图 1-3

当用户使用小程序完成一个任务之后，并不需要卸载小程序，可以当它不存在，直接退出，做到用完即走。例如，小明聊天时利用小程序给好友发送完定制表情包，直接和好友继续聊天即可，不用再对小程序进行其他设置。因此，小程序非常适用于既刚需使用频率又不高的应用场景，如订机票、火车票、查询违章等。

### （3）内存小、运行快，操作便利快捷

微信官方定义小程序是不需要下载安装的小应用，实际上严格来讲，小程序也是需要下载安装的。只是由于官方规定小程序开发打包容量不得超过1MB及技术实现方案使下载和安装（部署）过程极快，用户在打开使用的过程中感受不到它在下载安装而已。因此，对用户而言，即使使用一些配置较低的手机，也能相对流畅地运行小程序。

由于小程序小，加载速度快，不用下载安装，只要点击打开即可使用，而传统普通的App则需要先下载再安装和注册才可以使用。用户使用小程

序，只需要在微信中搜索对应的小程序即可。不论是查找还是使用，操作小程序都非常便利快捷。

例如，以前用户为了骑摩拜单车，可能需要专门下载一个 App，现在打开微信的小程序“摩拜单车”，直接扫码开车，非常方便，如图 1-4 所示。



图 1-4

#### （4）容易部署，具有丰富的延展性

小程序是可以轻松使用的跨平台技术，将最新的前端技术与微信业务进行完美的结合，在微信环境中可以轻松开发出媲美原生体验的应用。开发者可以轻松部署接入方式，提供不输原生 App 的用户体验，从此企业和创业者无须开发 App，只需要专心构建功能和服务。如在携程旅游的小程序上，订酒店、订机票、订景点门票等各种核心功能服务，都已经完全实现。

另外，随着小程序的快速更新迭代和更全面地放开，小程序有了更多的入口、更多的互动形式和展现形式，如录音、视频等。因此，小程序有更好的延展性，企业或创业者可以开发出更多、更有趣的小程序。同时小程序增加了用户之间的互动和联系，如使用“QQ 音乐小电台”小程序听歌，使用“鲸打卡”小程序完成任务打卡，使用“包你说”小程序通过趣味口令抢红包等。

## 2. 从平台分发角度看

从平台分发的角度看，小程序具备以下 3 个特点。

### (1) 去中心化

运营者只有了解小程序的分发特点，才能更好地运营和推广小程序。小程序的分发类似于微信公众号，都是去中心化的平台分发方式，也就是说微信平台不会提供一个中心化的流量入口给所有的小程序运营者。然而微博有更强烈的传播和媒体属性，微博官方其实会主动扶持平台“大V”，并且通过信息流、推荐关注、制作排行榜等手段帮助微博用户积累粉丝，而微信官方不会主动扶持某个第三方小程序，小程序的运营者需要靠自己的努力去运营推广小程序，从而获得更多用户和流量。

### (2) 多推广入口

虽然微信目前是去中心化的平台分发方式，但微信官方已经开放多个推广入口，包括微信底部“发现”、搜索入口、公众号入口、二维码入口、附近的小程序入口等。小程序运营者可以利用这些推广入口，对其小程序进行运营推广。

例如，小程序“新世相读书会”曾在推广其新上线的付费课程《成为不可替代的人——同事都怕你上的职场课》时，利用分享好友购买课程可以获得现金奖励的活动方式，使很多用户自发地在朋友圈、微信群内分享小程序“新世相读书会”，如图 1-5 所示。



图 1-5



### (3) 无分类和专题展示

不论是 PC 时代的网站，还是移动端的 App，为了方便用户查找和使用，平台几乎都会采用分类和专题的形式来展示。例如，在 PC 互联网时代，hao123 等导航网址会将常用网站通过分类合辑的形式展示，如图 1-6 所示。



图 1-6

在移动互联网时代，用户如果了解最新或好玩的 App，可以在各大应用市场查找和下载自己喜欢的 App。例如，在华为应用市场，用户可以查看到游戏、影音娱乐、社交等十多个分类的 App，如图 1-7 所示。



图 1-7