

微信小程序 营销与运营实战 从入门到精通

谭静◎编著

如何设计、营销、运营小程序，提高转发率，促进自传播？
如何连接线上与线下，实现流量变现？

知识掌握线 + 技巧学习线 + 案例实战线
三位一体，全面剖析小程序营销与运营



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

微信小程序 营销与运营实战 从入门到精通

谭静◎编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

微信小程序营销与运营实战从入门到精通 / 谭静编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2018.9
ISBN 978-7-115-48514-4

I. ①微… II. ①谭… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第108220号

内 容 提 要

本书通过解析微信小程序营销与运营的技巧和案例,帮助读者快速成为运营高手。

全书从三条主线展开。知识掌握线介绍小程序的基础知识,包括注册步骤、功能、适用领域及使用场景;技巧学习线解读小程序营销的方法与技巧,包括内容营销、社群营销、用户营销、软文营销、视频营销、H5营销、活动营销、搜索营销、场景营销等;案例实战线剖析出行、电商、医疗、娱乐、教育、旅游、媒体、投资、服务等多个行业的小程序营销与运营案例。

本书适合于想利用小程序做营销推广的创业者、管理者,以及小程序营销与运营从业人员阅读。

◆ 编 著 谭 静

责任编辑 恭竟平

责任印制 周昇亮

◆ 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>

天津翔远印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 15.25

2018年9月第1版

字数: 298千字

2018年9月天津第1次印刷

定价: 59.80元

读者服务热线: (010)81055296 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

前言

腾讯微信全面开放第三方开发接口，对传统企业意味着什么？美团、滴滴、京东这些电商企业的转型探索，带给我们哪些启示？未来 10 年，是中国商业领域大规模跨界的 10 年。不是互联网企业淘汰传统企业，也不是传统企业淘汰传统企业，而是新商业淘汰旧商业。

在笔者看来，互联网营销上半场争抢的是线上流量，随着线上用户增长红利趋于饱和，“战争”基本结束。而下半场则是线下用户之争，想象空间巨大。小程序作为一个新的“物种”，它的价值更多的是借助微信的海量用户，作为工具连接线上和线下，提升线下商家的生产效率和服务能力，而微信因此也将自身的业务和生态延伸至线下。

上半场营销更多的是利用互联网，将移动互联网技术嫁接到各种传统行业上；下半场营销是利用移动互联网，是传统行业积极地利用互联网基础设施和工具，提升生产力和生命力。2016 年是传统行业反向深度融合互联网之年，小程序开启的全新生态，给各行各业带来了机遇，新一轮创业浪潮随之而来。

2007 年 1 月 9 日，伴随着乔布斯的“Let there be an iPhone”，第一代苹果手机产生，随之而来的是人们对手机认知的不断刷新。10 年后的 2017 年 1 月 9 日，微信小程序在人们翘首期盼下正式上线。

微信小程序能否成为又一个“苹果”仍未可知，但是，不可否认的一点是，依托微信的千亿级红利，小程序这座矿藏势必会成为互联网营销的又一重要渠道。因此，越来越多的人希望通过这个新生事物挣得人生的第一桶金。

身边有想学微信小程序运营的人，建议笔者直接出本书，写写小程序运营的心得，但因为工作忙，迟迟没有付诸实践，好在最近闲下来了，于是编写了这本书，将平常的小程序运营方法和技巧，进行了汇集、总结，分享给广大读者。

笔者一直认为，理论的知识只能供大家借鉴、参考，包括我的这本书也一样，终究“实践才能出真知”。因为本书是定位给刚接触小程序的读者看的，所以内容必须从零开始讲起，循序渐进，再慢慢讲一些高深的知识，否则会出现“老师觉得很简单，而学生觉得很难”的尴尬。

所以这本书，内容定位就是给初学小程序运营的人看的，笔者希望本书能有以下作用：

一是“速查”，书中安排了由浅入深的 100 多个知识点，包括认识小程序、了解操作及注册步骤、关键点和优势分析、新功能解读、适合领域和实用场景分析等，如果你刚接触小程序，遇到不懂的，可以立马去查询。

二是“速成”，这本书侧重对小程序的营销及运营进行解读，包括资金来源、页面设计、营销方式、推广创新、搜索排名提高、流量入口抢占、案例分析等小程序运营的方方面面，让读者学有所成。

本书内容虽然包含的知识点多，但结构非常清晰，语言非常简洁。对于整本书的内容，我用一张图来展示，一目了然。



拥有近 9 亿月活跃用户的微信，正在快速迭代小程序的产品形态和功能。用户在哪里，服务就应该在哪里，或许每一家企业都应该有一个小程序。

很多人依然低估了微信小程序这一里程碑产品的意义和机遇，对小程序知之甚少。我们希望本书能够帮助运营者快人一步理解和使用小程序。

本书由谭静编著，参与编写的人员还有高彪、胡杨、苏高等人，在此表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系邮箱 157075539@qq.com。

目录 Contents

第1章 微信小程序开启新移动智能时代

1.1 认识微信小程序 / 2

- 1.1.1 小程序是什么 / 2
- 1.1.2 微信想干什么 / 3
- 1.1.3 小程序需要开发吗 / 3
- 1.1.4 小程序有应用商店吗 / 4
- 1.1.5 小程序的安全性分析 / 5

1.2 微信小程序的相关操作 / 5

- 1.2.1 小程序入口在哪 / 5
- 1.2.2 激活小程序 / 5
- 1.2.3 如何搜索到小程序 / 9
- 1.2.4 小程序的页面体验 / 10
- 1.2.5 选择性删除小程序 / 11
- 1.2.6 朋友互推或群推荐 / 12
- 1.2.7 聊天、查看小程序两不误 / 13
- 1.2.8 查看附近的小程序 / 14
- 1.2.9 公众号关联不同主体的小程序 / 15

1.3 微信小程序的注册指南 / 16

- 1.3.1 注册范围 / 17
- 1.3.2 两种入口 / 17
- 1.3.3 注册步骤 / 20
- 1.3.4 名称填写 / 24
- 1.3.5 头像设置 / 25
- 1.3.6 介绍信息 / 26
- 1.3.7 服务范围 / 26

1.4 高频使用的小程序案例欣赏 / 27

- 1.4.1 【案例】“车来了” / 27

- 1.4.2 【案例】“美团外卖+” / 29
- 1.4.3 【案例】“大众点评” / 30
- 1.4.4 【案例】“京东购物” / 32
- 1.4.5 【案例】“摩拜单车” / 34
- 1.4.6 【案例】“滴滴出行” / 35

第2章 微信小程序凭什么获得青睐

2.1 微信小程序的4个关键点 / 37

- 2.1.1 小程序不需要安装 / 37
- 2.1.2 小程序不需要卸载 / 39
- 2.1.3 小程序没有订阅数量 / 39
- 2.1.4 小程序不能向用户推送信息 / 42

2.2 微信小程序的10个优势 / 44

- 2.2.1 深挖长尾需求 / 44
- 2.2.2 市场潜力巨大 / 45
- 2.2.3 退出记忆返回 / 46
- 2.2.4 开发技术简单 / 47
- 2.2.5 获取方式简便 / 48
- 2.2.6 成本相对较低 / 51
- 2.2.7 用户体验较好 / 51
- 2.2.8 媲美原生APP / 52
- 2.2.9 “体积”相对较小 / 54
- 2.2.10 直接与商业联系 / 56

第3章 微信小程序会取代手机APP吗

3.1 小程序是对服务号的补充 / 58

3.2 小程序将会带来哪些行业变化 / 60

- 3.2.1 开拓电商购物新渠道 / 61
- 3.2.2 催生产品广告新玩法 / 62
- 3.2.3 促使商家生产轻应用 / 65

3.3 微信增加资讯推荐和主动搜索功能 / 66

- 3.3.1 看一看：提供个性化阅读体验 / 66

3.3.2 搜一搜：满足用户的搜索需求 / 69

3.4 小程序给哪些人群带来了发展契机 / 71

3.4.1 程序员 / 72

3.4.2 培训机构 / 72

3.4.3 外包公司 / 74

3.4.4 第三方平台 / 75

3.4.5 普通创业者 / 79

第 4 章 人人都能拥有自己的微信小程序

4.1 小程序开放的 9 大新能力 / 82

4.1.1 个人可注册和开发小程序 / 82

4.1.2 公众号菜单栏可跳转小程序 / 83

4.1.3 公众号图文消息可打开小程序 / 84

4.1.4 公众号可发送关联小程序的通知 / 86

4.1.5 同一账号 APP 可分享小程序页面 / 87

4.1.6 非小程序二维码也可打开小程序 / 87

4.1.7 可授权第三方平台托管小程序 / 88

4.1.8 增加小程序数据分析接口 / 89

4.1.9 代码包限制扩大至 2MB / 89

4.2 哪些领域适合注册小程序 / 90

4.2.1 旅游出行 / 90

4.2.2 电商购物 / 91

4.2.3 健康医疗 / 92

4.2.4 休闲娱乐 / 93

4.2.5 影音媒体 / 94

4.2.6 实用工具 / 95

4.2.7 教育领域 / 96

4.2.8 投资理财 / 98

4.2.9 其他领域 / 98

4.3 小程序的主要应用场景 / 100

4.3.1 电商场景 / 100

4.3.2 O2O 场景 / 101

4.3.3 媒体类场景 / 101

4.3.4 工具类场景 / 101

4.3.5 服务类场景 / 102

第5章 运营微信小程序需要考虑的问题

5.1 资金来源 / 104

5.1.1 股权众筹 / 104

5.1.2 银行贷款 / 106

5.1.3 战略性合作 / 111

5.1.4 其他融资方式 / 111

5.2 设计须知 / 112

5.2.1 产品定位 / 112

5.2.2 需求考量 / 113

5.2.3 产品专业 / 115

5.2.4 服务专注 / 116

5.2.5 切入点寻找 / 117

5.2.6 开发平台选取 / 120

5.2.7 开发实例详解 / 124

第6章 微信小程序的营销方式探讨

6.1 营销理念 / 128

6.1.1 构建场景 / 128

6.1.2 打造品牌 / 129

6.1.3 基于战略 / 131

6.1.4 符合规则 / 132

6.2 营销类别 / 133

6.2.1 内容营销 / 133

6.2.2 社群营销 / 135

6.2.3 用户营销 / 137

6.3 常用方式 / 138

6.3.1 H5 营销 / 139

6.3.2 文案营销 / 141

6.3.3 视频营销 / 142

6.3.4 活动营销 / 143

6.3.5 品牌营销 / 144

第7章 通过自身努力运营微信小程序

7.1 产品设计考量 / 148

- 7.1.1 优化默认界面 / 149
- 7.1.2 提升软件性能 / 150
- 7.1.3 完善设计细节 / 152
- 7.1.4 结合 O2O 模式 / 153
- 7.1.5 内容围绕业务 / 155
- 7.1.6 用好网络资源 / 156
- 7.1.7 更新内容设计 / 157
- 7.1.8 管理后台数据 / 157
- 7.1.9 设计虚拟试用 / 159
- 7.1.10 提高用户参与度 / 160

7.2 创新推广方式 / 161

- 7.2.1 进行扫码线下推广 / 161
- 7.2.2 提供特定使用场景 / 162
- 7.2.3 鼓励用户分享转发 / 163
- 7.2.4 利用微信群进行推广 / 164

7.3 其他运营策略 / 166

- 7.3.1 尽早发布并认证 / 166
- 7.3.2 通过平台连接用户 / 171

第8章 借助外力运营微信小程序

8.1 利用好“搜索”栏 / 174

- 8.1.1 确定合适的关键词 / 174
- 8.1.2 掌握关键词运营技巧 / 175
- 8.1.3 提高关键词搜索排名 / 180

8.2 抢占新媒体入口 / 182

- 8.2.1 微信平台 / 182
- 8.2.2 微博平台 / 182

- 8.2.3 百科平台 / 185
- 8.2.4 问答平台 / 187
- 8.2.5 直播平台 / 188
- 8.2.6 视频平台 / 189
- 8.2.7 音频平台 / 190
- 8.2.8 论坛平台 / 192
- 8.2.9 网站平台 / 193

8.3 其他运营策略 / 193

- 8.3.1 小程序应用市场引流 / 194
- 8.3.2 关注“小程序数据助手” / 195
- 8.3.3 将小程序与公众号关联 / 197

第9章 小程序营销及运营案例分析

9.1 旅游出行类小程序案例分析 / 200

- 9.1.1 交通出行类——“滴滴公交查询” / 200
- 9.1.2 旅行服务类——“驴妈妈门票预订” / 201
- 9.1.3 天气查询类——“智慧气象服务” / 203

9.2 电商购物类小程序案例分析 / 204

- 9.2.1 零售电商类——“当当购物” / 204
- 9.2.2 汽车电商类——“汽车之家” / 206
- 9.2.3 O2O 电商类——“余票儿” / 207

9.3 健康医疗类小程序案例分析 / / 208

- 9.3.1 健康类——“体质自测” / 209
- 9.3.2 母婴类——“孕期提醒” / 210

9.4 休闲娱乐类小程序案例分析 / 211

- 9.4.1 图片类——“名画滤镜 APP” / 212
- 9.4.2 阅读类——“今日头条” / 213
- 9.4.3 游戏类——“王者荣耀赛事” / 213

9.5 影音媒体类小程序案例分析 / 215

- 9.5.1 视频类——“腾讯视频” / 215
- 9.5.2 音频类——“蜻蜓 FM” / 216
- 9.5.3 自媒体类——“吴晓波频道会员” / 216

9.6 实用工具类小程序案例分析 / 217

9.6.1 特色工具——“艺术签名助手” / 217

9.6.2 生活工具——“100 房贷助手” / 219

9.6.3 查询工具——“快递 100 小助手” / 220

9.7 教育领域小程序案例分析 / 221

9.7.1 教育培训——“微信公开课+” / 222

9.7.2 兴趣爱好——“钢琴优课” / 223

9.7.3 学习工具——“人人词典” / 223

9.7.4 日记工具——“蚂蚁微日记” / 225

9.8 投资理财类小程序案例分析 / 225

9.8.1 计算工具类——“我的计算器” / 226

9.8.2 记账工具类——“账簿” / 227

9.8.3 投资工具类——“股票灯塔” / 227

9.9 其他领域小程序案例分析 / 229

9.9.1 美食类——“美食台” / 229

9.9.2 美妆类——“美妆口碑” / 231

9.9.3 社交类——“做伴儿” / 231

第 1 章

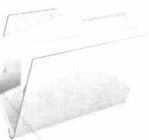
微信小程序开启新移动智能时代



学
前
提
示

移动 APP 在不断地连接“人”，创造一个个新的基于人的应用场景。微信小程序可以说是一种极度轻化的 APP，具有“即用即走，随手可得”的特点，使之成为用户的焦点，同时也是企业的流量源泉，开启了一个全新的移动智能时代。

要点展示



- ❖ 认识微信小程序
- ❖ 微信小程序的相关操作
- ❖ 微信小程序的注册指南
- ❖ 高频使用的小程序案例欣赏

1.1 认识微信小程序

创新在任何时代都是非常难的一件事情，尤其是在服务上做出创新。不知道你有没有发现，移动应用虽多，但真正好玩的、耐玩的没有几款，而且只要一出现“大家都在玩”的新应用，下一秒就会有类似的应用推出来，可以说，这种对创意的抄袭、对创新的抄袭在这个时代将达到顶峰。

当腾讯大胆地提出应用号的概念，想要解决用户无法直接获得移动互联网内容和服务的痛点时，笔者似乎看到了这个时代又一个新起点和新入口。

2016年12月易观数据统计的移动应用排行榜前20名显示，腾讯的移动应用占了30%，其中，微信位居榜首、QQ第二，前5名如图1-1所示。

排名	APP名称	月活跃人数(万人)	环比增幅%
1	微信	75,616.5	0.69%
2	QQ	55,216.7	0.55%
3	支付宝	33,146.8	5.53%
4	淘宝	29,807.4	7.46%
5	QQ浏览器	22,438.6	9.24%

▲ 图 1-1 2016年12月移动应用排行榜前5名

上图的排名可以看出腾讯应用很受移动用户青睐，为了给用户更好的应用体验，腾讯推出微信应用号，即微信小程序，同时也助力微信搜索，下面对微信小程序进行介绍。



专家提醒

商家如果想知道目前有哪些小程序，可以在微信文章搜索中输入“微信小程序名单大全”这个关键词进行搜索。

1.1.1 小程序是什么

2017年1月9日，微信小程序正式上线，如图1-2所示。腾讯创始人在2017微信公开课中首次公开阐述微信小程序，表示小程序是微信的一种新应用形态，重在给优质服务提供一个开放的平台。

简单来说，微信小程序就是将用户手机上的各种APP集成到微信中去，不用下载，也不用安装，直接点开即可使用。

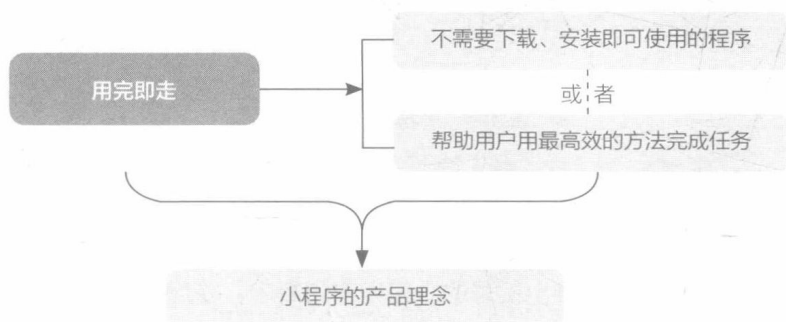


▲ 图 1-2 小程序界面

1.1.2 微信想干什么

微信方面强调，小程序的推出不存在替代一说，微信的订阅号、服务号、企业号和小程序目前是并行的体系，微信不应该只是停留在微信公众平台，停留在订阅和推送上，而应跳开微信公众号，能够提供更多新的服务，而这种新的能力更像是应用程序的能力，但又不是应用 APP。

所以，微信小程序就有了“不需要下载、安装即可使用应用”的产品理念，即用完即走，下面以图解形式进行分析，如图 1-3 所示。



▲ 图 1-3 小程序产品理念的图解分析



专家提醒

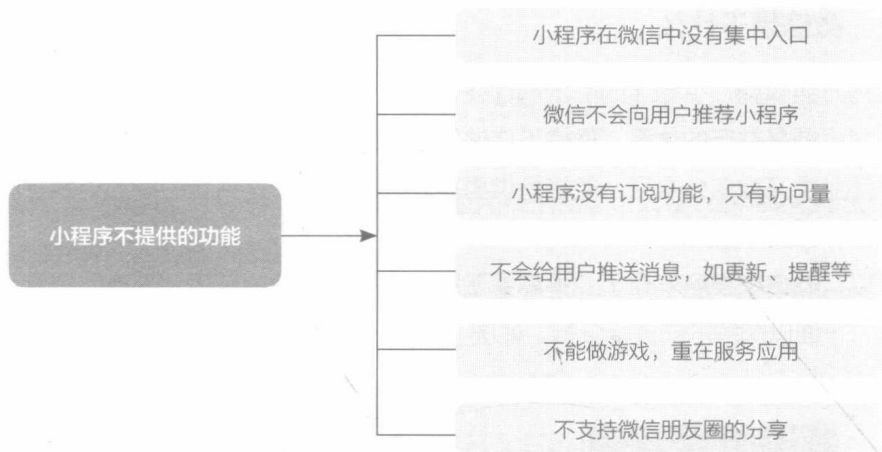
微信小程序的出现实际上是微信颠覆整个网络应用的一种尝试。它的出现使网站、APP、实体商店，都变成了一个即用即走、无须访问网站、无须下载软件的小程序，从而给人们带来更加便捷的上网体验。

只是小程序要想完全取代甚至超过 APP，还需要商家和顾客的配合。因为只有商家开通了微信小程序，顾客愿意通过扫码进入小程序，小程序才能获得足够的流量，获得发展的动力。

1.1.3 小程序需要开发吗

小程序的开发可以说是一个技术活，如果没有专门的 HTML5 开发人员，单靠个人摸索是很难完成开发的。虽然这从一定程度上提高了小程序的准入门槛，但是随着小程序的发展，将来市场上前端工程师也会有很多。

另外，商家想开发小程序，还需要了解小程序不提供哪些功能，如图 1-4 所示。



▲ 图 1-4 小程序不提供的功能

1.1.4 小程序有应用商店吗

目前, 微信官方还没有推出相关的小程序应用商店, 并且在极力限制想要第一批吃螃蟹的第三方, 但还是有人做了。比如科技媒体爱范儿在微信小程序正式发布前便推出了“知晓程序”。与此同时, 知晓程序还顺势打造了微信小程序应用商店, 如图 1-5 所示。



▲ 图 1-5 小程序应用商店

1.1.5 小程序的安全性分析

小程序作为微信的一个部分，受到微信的严格控制，一家公司要想成功开发小程序，就必须保证其制作符合微信的相关规范，并且小程序在上线之前还会面临微信的审核。

从信息保护的角度来看，开发商能拿到的信息仅仅为登录小程序者的昵称、头像、性别等公开资料，至于微信账号和密码等私密信息，开发商是无法获知的。另外，小程序不允许放链接，即无法实现小程序与其他网页的跳转。正是因为这些因素的保障，小程序的安全系数相对来说是比较高的。

1.2 微信小程序的相关操作

2007年1月9日，伴随着乔布斯的“Let there be an iPhone”，第一代苹果手机产生了，而随着苹果手机的不断更新换代，人们对手机的定义也发生了重大变化。正好是10年后的2017年1月9日，微信小程序在众人翘首期盼之下上线了。

因为时间正好相差10年，许多人都在猜测：微信小程序会不会成为下一个“苹果”手机呢？虽然这个猜测现在还无法下定论，但是如果运营者要运营好小程序，了解微信小程序的相关操作一定是当务之急。

1.2.1 小程序入口在哪

在成功激活小程序的情况下，小程序的入口会出现在微信的“发现”界面，但是如果用户没有订阅任何小程序，那么即使进入微信的“发现”界面，也看不到小程序的入口，如图1-6所示。

1.2.2 激活小程序

上一节已经提到在没有订阅小程序的情况下，微信小程序是不会出现入口的，那么，如何才能让小程序的入口出现在微信的“发现”界面呢？用户需要先将微信更新至最新版本，然后搜索或者随便点开朋友分享的任一小程序，进入后再次退出时，即可发现在“发现”界面下面出现了小程序入口，具体方法如下。

步骤 1 登录微信，点击下方的“我”按钮，进入“我”界面，点击页面中的“设置”按钮，如图1-7所示。



▲ 图 1-6 没有小程序入口