

# 微三云视频号电商：区域奖励+活码+短视频小程序+门店自提+礼包+拼团

|      |                                    |
|------|------------------------------------|
| 产品名称 | 微三云视频号电商：区域奖励+活码+短视频小程序+门店自提+礼包+拼团 |
| 公司名称 | 深圳市微二云信息技术有限公司                     |
| 价格   | .00/个                              |
| 规格参数 |                                    |
| 公司地址 | 广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层   |
| 联系电话 | 13929266321 13929266321            |

## 产品详情

微三云视频号电商：区域奖励+活码+短视频小程序+门店自提+礼包+拼团

导读：

- 一、微三云视频号电商方案
- 二、视频号的趋势与商机
- 三、微三云视频号招商政策
- 四、套餐产品特点与服务

正文：

- 一、微三云视频号电商方案

私域直播/短视频，“裂变”是核心

【微三云·视频号电商】主播与用户绑定销售关系，有效完成获客、留存及转化

视频号+云平台，解决商家从获客到自传播的难题

强大的社交电商营销系统支撑

操作流程：主播关联分销关系流程

1. 主播先注册小程序商城会员，平台将其升级到某个推广员代理级别身份，成为小程序商城【推广员】获得主播推广码
2. 主播入驻视频号并直播创作，直播关联小程序商城，并告知会员领取优惠券享受优惠，领取页面需要输入主播推广码
3. 用户观看直播，点击小程序领券，自动跳转领取优惠券并输入主播推广码，主播与用户绑定关系，用户下单，主播享受分销奖励

主播与用户绑定关系用户下单，主播享受分销奖励

微三云视频号电商：区域奖励+活码+短视频小程序+门店自提+礼包+拼团

## 二、视频号的趋势与商机

微三云视频号电商：区域奖励+活码+短视频小程序+门店自提+礼包+拼团

微信的三次商业机会，你抓住了几次？

2012年微信公众号——自媒体人进行内容创作和变现，开启品牌升级

2016年微信小程序——品牌上架入局社交电商，进行私域运营。

2019年微信视频号——战略布局短视频领域，并首次开放微信公域流量，让所有人有机会享受流量红利。

【视频号】是微信生态战略级产品，是连接内容与交易的重要窗口！

【2021年】视频号数量将超1亿

【2021年】视频号日活将达到5亿

从黄金位置一级入口到私域/公域全开放：附近的直播和人/微信聊天对话框/公众号/

关注及朋友/看一看/发现页/微信视频号/搜一搜/朋友圈/话题标签/名片页/推荐/微信群

【视频号】将成为微信生态重要的链接版块

打通视频号/公众号/小程序三大生态，相互链接导流，形成以视频号为核心更强大的生态体系，为短视频/直播行业带来新一波的红利！

### 三、微三云视频号招商政策——视频号源码代理套餐

现招募视频号源码代理，具有独立品牌、自由拓展、利润可控等优势。

#### 1.基础版：功能包括分销商城+官/网+微信直播小程序

账号个数：100个

加盟费：3.8万

成本折算：380元/个

建议零售价：3800元/个·年

预期盈利：34.28万

#### 2、初级版：【基础套餐】功能+高级奖励+店铺奖励+积分商城+刮刮卡+砸金蛋

加盟费：6.8万

账号个数：500个

成本折算：136元/个

建议零售价：6800元/个·年

预期盈利：333.28万

#### 3、中级版：【初级套餐】功能+区域奖励+微官/网+活码+短视频小程序+门店自提+礼包+拼团

加盟费：9.8万

账号个数：2000个

成本折算：49元/个

建议零售价：12800元/个·年

预期盈利：2550.2万

#### 4、高级版：【中级套餐】功能+秒杀

账号个数：10000个

加盟费：13.8万

成本折算：13.8元/个

预期盈利：1.27亿

备注1：

以上4个套餐都是源码含公众号端、小程序端、视频号端，赠送一年售后服务，到期后按备注购买套餐原价的20%续费方可继续使用；源码套餐，涉及到的服务器需用户提供。

备注2：

除【账号盈利】外，还可以【终端盈利】，即为终端客户提供商城/小程序等装修服务（按每个3000元算），以及日常维护服务（每个1000元/月算）。

#### 四、套餐产品特点与服务

1. 宣传官/网搭建：提供宣传官/网，助力市场开拓
2. 免流量费用：微信直播免费提供直播流量
3. 培训/物料支持，全方位产品培训和相关物料支持
4. 免直播资质，无需申请网络文化许可证
5. 7\*12h技术支持，针对代理商提供坚实技术服务报障
6. 营销功能丰富，丰富应用助力商家快速变现
7. 独立源码，独立数据，代理商掌控数据，客户也可迁出代理商
8. 独立品牌/域名，可拥有独立品牌和域名

重点资讯：

被无数次改版的视频号终于终于火了。

根据mob研究院发布的《2020年中国移动互联网大报告》，在疫情的推动下，视频用户规模首次突破7.3亿大关，短视频无论是用户规模还是用户时长都跑赢长视频。

2020年5月，短视频MAU较去年同期增长13.3%，而长视频MAU较去年同期下降17.7%。

视频号刚上线时《视频号大量开放!为什么很多人拼命在做视频号?》，其实雷声大雨点小，不温不火。

但是!在推出了5个月后(截止到今年6月份)，因为背靠微信，视频号日活达到了2亿。

虽然数据还不如抖音快手，但是抖音创办了4年多时间，日活也“仅”6亿。抖音因为受众群体偏向一二线城市，现在用户已经趋向饱和，而视频号面向所有年龄段群体，还在蓬勃发展。

现在，随手在朋友圈刷几下，就能看到一些好友发布的视频号内容。打开后，直接能跳转进去观看，关注一下好友。

这种操作体验感和权限级别，远超微信其他功能。例如曾经的“微信圈子”、“朋友动态”、“微视”等都是微信扶不起的阿斗。

在市场上，一款产品有人用，有人看，持续有UGC内容产出时，生产者能盈利，形成商业上的闭环，就已经逐渐走向成功了。

在观察大量的案例后，结合目前自己做短视频的经验。我发现，做短视频的时间成本和门槛，比做图文内容低太多了。

拍摄一条60秒的短视频只需要几分钟时间，稍微剪辑一下就能发布。由于短视频的算法推荐机制，只要点赞就有更多人看到，都不用转发。

而写一篇2000字的文章，却需要2个小时。如果是深度文章，需要一天甚至几天时间。发布出去后，没人转发就没人看。短时间内，投入和产出不成正比。

对普通人而言，做视频，把它当做业余副业或许是条很好的出路。现在，身边很多朋友都或多或少的发布了视频，到未来，要是没开通视频号，总会觉得落后别人一步。

讲个笑话，连抖音官方都在做视频号了

视频号作为1分钟以下的短视频，又在两个月前开通了直播功能，配备了视频生态的必要因素。

比如，视频号主播李政霖在12月13日晚至14日的凌晨，开启了一场双子座流星雨的直播。而这场直播也成为视频号正式开通直播后，首场观看人数破百万的直播。

数据显示，同时在线人数最高时达到1.5万人，累计观看超百万人，点赞超230万，评论17.9万，分享数12.7万。

不仅如此，有些自媒体账号采访时，李政霖表示，从直播结束后就不断有人申请添加微信好友，但是申请好友过多，根本看不过来，私信也同样如此，根本看不完。

从这点可以看出，视频号拥有和抖音号同样强大的私域引流流量，并且由于天然的微信社交属性，视频号引流更加便捷。

直播后，他的粉丝涨了3万，还拉动了以往视频的点赞量。这场直播也让李政霖正式出圈。

这并不是偶然，在直播之前，李政霖就为此做了很多预热。首先是在视频号为这次的直播预热。

看流星雨许愿是个极为浪漫的事，更何况是在还有半个月就进入2021年的时候，把对来年的美好憧憬对着流星许愿，这是很抓人的一个点。

各个平台上的自媒体也为这场流星雨做了推广，包括央视。拍流星的视频有很多，但这次是以直播的形式出现，这种实时性更容易引来流量，视频号官方还为这场直播做了推流。

李政霖作为一名摄影师有对流星雨还有丰富的经验。这些因素相叠加，最终促成了第一场视频号破百万的直播。

破百万的观看人数对其他平台来说，不值一提。但是作为仅仅开通直播功能两个月的视频号来说，能让人看出视频号的无限潜力。

下面我们来聊一聊，视频号对新入场的博主/自媒体有哪些优势？

## 1. 背靠大树的视频号

首先视频号最大的优势，就是依附于微信。

在抖音日活突破6亿，快手日活超3亿的时候。微信已经超12亿的日活，微信的日活甚至是抖音的两倍。

在引入流量方面，视频号得益于此。微信团队还进一步打通了视频号与其他各个流量场景。

### 1) 和公众号关联

比如公众号编辑页中出现了视频号按钮。

点击视频号按钮，就可以插入任意视频号动态，搜索视频号账号名称或动态描述，两种模式都可搜索到相关视频。

例如搜索「运营公举小磊磊」，就可以插入我视频号中的视频。而且不仅可以单选一个视频，还可以多选视频，最多可选择10条视频动态。

公众号作为微信最大的流量池，虽然一直在被唱衰，但它的力量始终不可小觑，尤其是拥有公众号的运营者。

众所周知，在业内有串金句“大号带小号”，用公众号给视频号直接导流粉丝/流量/点赞，有先天性优势。

双号合作，互相导流，相辅相成，妙啊!

就我自己的号而言，最近也在发布短视频，通过公众号非头条导流，确实能增加一定的流量。

## 2) 微信游戏推荐页出现视频号热门

在微信发现页的游戏中，「微信游戏」的首页推荐页面，会时不时出现视频号热门。这对游戏类视频号主播来说，又是一个流量入口。

## 3) 话题标签的添加

比如李政霖的视频下就添加了「双子座流星雨」的标签，这个标签下现在已经有780个动态了。

不仅是视频号下有标签，发朋友圈。也可以添加标签，在朋友圈点击标签，还可以看到视频号相关标签动态，这无疑是在为视频号引流。

## 4) 自由分享给好友，或分享到朋友圈，甚至都不需要跳转

朋友圈消息中最下端还会显示视频来源，这也同样会为视频号带来流量。不过有个小小缺点，PC端还无法直接看分享的视频，后续微信团队应该会改进。

## 5) 被提到功能

被提到是指，有人在视频号发布视频后，@了你的账号，那么在被提到中就会显示出@你的那条视频，这也是一个双向导流的功能。

在视频下@你的账号，看到这条视频的人就有可能点击你的账号，查看你的视频号主页，

查看你主页的人，有可能会在被提到中看到别人的视频，点击查看，就能给别人的视频增加流量。

## 6) 附近功能，带动视频号直播

附近功能中，不仅有附近人发的视频，还有看到附近正在开通的直播。

## 7) 朋友在看的直播会置顶

这简直是视频号的大杀器，只要视频被人看了，就可能出现在别人的朋友圈地顶部，想不被点击都难。借助朋友圈的流量，视频很容易收获流量。

## 2. 视频号变现优势

1)在视频下方挂链接，为公众号或观看广告导流进行盈利。

在视频下方可以挂公众号图文链接，比如上面几个案例，点击链接后，都是一篇公众号文章。

在公众号文章中插入二维码，添加微信号，直接进入小程序，进入网页购买商品。

有的视频号博主会接平台推广。

比如，点击链接可观看完整版视频，点击视频下方的链接时，会在开头出现30秒的广告。广告后才会播放视频，用户观看广告，视频号主就会有收入。

2)视频号开通了直播，与微信小商店相关联，开启直播带货模式。

从视频号的变现来看，视频号开通直播后，与微信小商店小程序相关联《视频号能开店卖货了!自媒体新变现模式来了》

形成直播带货的商业变现模式，对商家和微信本身来说会形成双方互利互惠的优势。

当然，直播带货也有劣势，那就是入口太深，需要从微信的「发现」页面进入「视频号」，再从视频号中找到在直播的账号，点击账号主体，才能进入直播页面。

视频号后续还有可能打通直播打赏功能，那么未来，视频号的直播间也会和抖音直播一样，不仅有电商直播还有秀场直播，这两种主流直播模式都将共存。

## 3. 总结

在短视频炙手可热的现在，短视频的消费欲和创作欲都在增加。

因此，视频号的开通也是搭上短视频的这艘大船。不仅如此，微信团队，也是不断依据趋势做出更有利的变化。

比如打通微信内各个流量场景，基于微信的社交生态，开通视频直播功能，将微信小商店与视频直播相结合，做出直播带货的电商模式。

最初的一分钟小视频，到可发长视频，再打通微信内各个流量场景，增添直播功能，基于小程序的4亿日活，做出微信小商店小程序，再加上视频号与小商店的联动，这些都是视频号的一步步尝试。

基于这些越来越完善的改版和内容，微信的12亿日活，小程序的4亿日活，并且微信的用户黏性也更强。这些产品都在帮衬视频号，所以我们也有理由相信，微信的视频号正在成为下一个风口。

---

微三云视频号电商：区域奖励+活码+短视频小程序+门店自提+礼包+拼团