

# 2023年视频号应该如何玩？微三云·视频号电商+零售数字经营+视频号营销系统源码搭建，微三云云平台

产品名称	2023年视频号应该如何玩？微三云·视频号电商+零售数字经营+视频号营销系统源码搭建，微三云云平台
公司名称	深圳市微三云信息技术有限公司
价格	.00/件
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

2023年视频号应该如何玩？微三云·视频号电商+零售数字经营+视频号营销系统源码搭建，微三云云平台

### 前言引文：

微三云软件开发团队提供 UI/UX 交互设计 UI 设计包括 Web 系统页面设计，网站页面设计，H5 页面设计。UX 交互设计包括业务流程设计，系统交互设计，用户体验设计等全流程服务。CMS 集群网站开发基于 Java/PHP 技术框架为企业开发制作各类网站应用，包括企业官/网、品牌官/网设计、行业门户网站、电商网站、营销型网站、集团网站、多语言网站等。微信应用开发为各类企业定制微信订阅号、微信小程序、企业号、服务号端应用，包括微官/网、微商城、微信支付功能、微分销系统、业务系统微信扩展等开发服务。分销裂变的条件是有“人”，很多人会有这样的心理，我这个模式这么好以为做出来就会自动爆炸式地去裂变粉丝。其实不然这里要考虑几个问题：如何找人？到哪里可以找到第一批肯去做分销裂变的这些人？即时找到这批人了有没有一套成熟的培训体系，有没有教他们怎么做管理拓展团队，他们为什么要做团队；有没有教他们怎么去卖你的产品，你的产品亮点在哪里；产品内容输出，这些是打仗的工具，可以给到推广员一键复制的。仔细留意一下我们会发现，分销做得好的平台他们都会拉很多会员群，而且群会分类型，有普通粉丝群、会员群、核心会员、团长等等，会员专门的导师团队在群里授课，不同的群输出不同的内容，社群+移动电商，还鼓励核心团队组建自己的粉丝群，统一输出讲师和内容。搭建自己平台的商学院系统是必须的。建立自己商学院体系，用商学院来发展裂变社群 <https://wsyguanyun.com> 或 <https://gy.32wsy.com> 或 <https://32wsy.com>

小编介绍:微三云麦超，微三云营销总监、商业模式总监，商学院院长，首席商业模式策划导师，在软件开发和商业模式策划行业至今已经超过10年，截止到2023年1月累计亲自服务1557个平台客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（莞云）

旗下子公司：微三云信息/微三云大数据/莞云/鸿云/商二/商六/莞带/莞链/达丰云

晶抖云（微三云）云平台开放平台开发者：星电/尾音/云前/超越网络

公司规模：公司经营已超10年，独享整栋5000平方写字楼，年营业额8000万到2个亿，全职员工300人（全职开发技术180人），服务过百亿级生态模式平台超过30家，服务过上市公司国企超过10家，服务过电商模式创业平台超过20万家。

资质：双软认证企业，省高新技术企业，自主专利30多项，软著300多个

地址：东莞市石排镇瑞和路1号松山湖高新技术创新园B座整栋

联系：麦总监（负一层电梯直上504）

备注：加微信免费领取数十位平台操盘手和商学院导师联手整理的《分销商城百亿级平台运营合规方案及推广秘诀2023年版》，来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式，有需要进一步联系，可以关注公众号“微三云信息”咨询任意内容或者直接百度“微三云麦超”即可获得小编联系方式！

视频号营销系统源码，微信公开课启示之视频号营销系统新蓝海  
导读：微信公开课PRO全场重点，微三云为你圈好了

2022年视频号原创内容播放量同比提升350%，直播看播规模增长300%；

视频号直播商业潜力持续释放，2022年直播带货销售额同比增长超8倍；

微信搜一搜月活增长至8亿，搜索量同比增长54%；

自2020年以来，小程序在景区、酒店、航空等领域应用广泛，小程序数量增长183%

.....

2023微信公开课PRO直播上线，分享了各自行业的进展，以及对2023年的行业展望。

过去一年，不少行业，尤其是线下实体行业承受了来自外部环境的巨大压力，在此过程中，很多企业保持了极强的韧性，通过各种方式积极

突围，数字化也成了很多企业的选择。迈入新的一年，也有不少行业表现亮眼，迸发了复苏的潜力。微信生态的各个工具，也在与实体行业

的融合中，为行业发展提供助力。

## 第/一部分：2023微信公开课PRO内容回顾总结

### Part.1在深耕：视频号原子化组件角色深入，内容生态持续丰富

作为微信生态内的原子化内容组件，过去一年，视频号为用户和创作者提供了更加流畅和便捷的体验，短视频+直播的功能也在不断完善。通

过持续的产品能力创新和对创作者的不断激励，越来越多不同身份背景的创作者入驻，视频号正在成为内容丰富、多元、共生的平台。

### 短视频：创作激励持续优化，人人有冷启

过去一年，视频号的内容生态日渐繁荣，视频号用户消费时长也正在逐渐接近朋友圈。其中，基于推荐算法的视频播放量同比增长超过

400%。

为了提供更全面的作者服务，视频号进一步升级创作者流量和荣誉激励，上线内容加热、视频商品分享、视频变现任务等新产品能力，提供

更多变现工具，助力每一个创作者在视频号可以获得更好的成长与回报。

在“越来越大的蛋糕”面前，每个创作者都有更多被看到的机会，所有创作者都会有冷启动流量。2022年，日活跃创作者数和日均视频上传视

频量同比涨幅均超过百分百，万粉及以上的创作者数量增长308%，点赞10w+的爆款内容增长186%。

原创生态是保证平台健康持久发展的基石，2022年，视频号对搬运账号进行了更严格的生态管控，同时上线了原创声明能力以保护原创作者

的创作体验，2022年，平台原创内容播放量较去年提升350%。

直播：将投入50亿流量激励

过去一年，从热点事件到日常资讯沟通，从名人演讲到在线演唱会，从辞旧迎新直播到泛娱乐内容直播，视频号直播已经融入用户社会生活

的方方面面。具体到数据，2022年视频号看播规模增长300%，看播时长增长156%，优质开播增长614%，开播时长增加83%。

在这背后，是视频号直播始终秉承“每一个个体都可以拿起手机开播展示自己”的理念，鼓励多元内容、精品内容的产出跟沉淀，也鼓励用户

在内容形式上有所发挥，最终进一步丰富了视频号直播生态。

在视频号的系列“组合拳”下，2022年有收入主播规模增长101%，主播总收入增长447%。未来，视频号直播也将投入50亿流量和更为丰富完善

的变现工具和激励政策，帮助认真开播的每一个个体有冷启、有成长、有收入。

你不知道的线上线下快速引流吸/粉技巧

直播带货：

销售额同比增长超8倍，品牌商家激励计划将发布

随着视频号生态的不断完善，视频号直播的商业潜力也持续释放，2022年视频号直播带货规模保持高速增长，销售额同比增长超8倍，平台公

域购买转化率提升超过百分百，客单价超200元。其中，消费前三大类目被服饰、食品和美妆类目包揽。

视频号小店的推出，为商家提供了更便捷高效的经营工具。视频号团队表示，目前来自视频号小店的销售额占比已经超过90%。在服务商生

态中，视频号直播带货已经连接了超过1000家服务商，这些服务商为视频号贡献了超过30%的销售额。

视频号团队透露，为了更好支持品牌商家经营，视频号将在近期发布品牌商家激励计划，对入驻视频号小店的品牌商家，提供包括流量冷

启、品牌标识、专享服务等在内的各项权益，助力品牌商家经营。视频号也将继续加大对服务商的支持力度，在身份认证、流量激励、运营

工具等方面持续重点投入，在流量激励上做到翻番。

## Part.2在破局：零售数字经济迎复苏新声

### 线上经营+有温度的连接，助实体零售转型

“疫情之前的2018、2019年，大家说数字化非常多，去年一年反而少了很多，说得少并不代表没有做，恰恰相反，大家把数字化落得非常

实。”中国连锁经营协会（CCFA）常务副秘书长在零售专场圆桌讨论分享到。

零售数字化实践中，完善数字化基础设施，提高企业内外协作效率，强化自营能力、提升私域运营质量成为了零售企业的共识。

例如，小程序云店模式融合打通渠道、门店与用户数字化，B2b帮助商家实现全流程数字化与降本增效；同时，品牌商家在小程序搭建自主经

营阵地，并提供小程序收银、线上导购等数字化工具，实现品牌与消费者的直连。过去一年，家装家居、商场百货、鞋服/运动、免税类小程

序交易额均保持47%以上的高速增长。

2022年，逆势经历高速增长的爱克飞盘，在面对数十倍增长的订单时，用企业微信的在线文档和工厂对接，将过去散落在不同员工电脑中的

表格，变成数十人可同时在线编辑、实时更新的在线表格，极大提高了生产效率，应对了订单飞涨带来的考验。

天虹的数字化探索则在不断完善，天虹购百数字化产品运营总经理、天虹股份灵智数科副总经理罗晴分享：2022年是天虹夯实零售数字化基

建的一年，天虹已经通过企业微信连接了1700万私域用户，未来的重点，将是赋能一线导购，提升私域运营质量。

京东到家则创新了私域运营新模式，与宝洁、线下商超共同发起“智慧促销员云店”项目，宝洁在线下门店里的数千位促销员和导购，在客户

进店后，通过企业微信添加客户微信，与消费者建立长久的连接，通过信任关系提供有温度的服务。之后，可通过一对一聊天、社群等方

式，发送优惠信息、产品信息等，并附加京东到家小程序链接，方便消费者直接购买，半小时送达。该模式下，用户产生交易翻了30倍，客

单价也有大幅提升。

面对已经到来的2023年和零售行业的发展展望，腾讯企业微信行业拓展总经理陆昊则表示，“2023年实体零售行业将迎来稳健的复苏，在这

三年中锻炼好数字化内功的企业将会迎来释放巨大能量的机会，尚未数字化的企业也可以尽早进行数字化积蓄迎接复苏的能量”。

Part.3在分享：微信生态能力悉数“在场”，带来数字生活新体验

作为微信生态的连接器，随着微信生态提供的内容和服务日渐丰富，用户已养成在微信里高频搜索的习惯，需求表达也越来越多元化。

微信搜一搜推出的“数据看板”功能——搜一搜数据助手，通过细粒度的数据洞察，助力公众号创作者、小程序开发者等实现精细化运营，让优

质内容和服务“更容易被搜得到”。

2022年是微信小游戏诞生的第五年，经历了爆发和沉淀之后，小游戏生态达到了新的高度，为更多用户带去独特乐趣。在落实合规运营和未

成年人保护的基础上，小游戏团队升级关于“生产力、商业力、创造力”的一系列能力与政策，打造更高效的用户获取和变现循环，助力开发

者创造更大价值。

2022年，微信AI团队也在完善微信对话开放平台，联合企业微信，推出企业微信原生“对话机器人”服务，通过和企业微信的原生集成，在客服

场景让机器人和人工客服链接的更紧密自然，让企业更高效地服务用户。

随着物联网、IoT的进一步发展，“万物互联”的愿景逐渐成为现实。但在实际发展中，物联网也遇到不少难题，比如要下载单独APP，配网和

控制流程较为复杂等。小程序IoT团队，则致力于解决这些问题。现在，一套代码可运行在多种带屏终端上的方案，在车机、音箱、手表等领

域有很大的拓展空间，而硬件直接拨打至微信的体验，也极大提升了通话触达率。

一年一度的微信公开课PRO已经落下帷幕，感谢你的一直“在场”。未来，微信团队也将持续对视频号、小程序、搜一搜、微信支付、企业微信

等生态能力进行迭代，助力品牌商家把握实体经济发展的新场景与机遇，也为广大用户提供更加便利的数字工具体验。第二部分：微三云视频号分销营销矩阵介绍

微三云视频号又推出了一个分享员的功能，推广员推广的视频号直播进入小程序购买商品，可以获得奖励，内容创作者也可以获得佣金。

视频号直播间分享员，是一个小程序商家联动视频号的能力。

小程序商家可以自主添加分享员，分享员会收到邀请通知，需确认同意后才正式成为该小程序的分享员。

一个微信号多能成为5个小程序的分享员。

分享员分享关联小程序的直播间后，小程序商家与分享员均能获得由分享员分享产生的直播间内交易数据。

分享员的权限

分享员可在「带货中心」小程序内查看可分享的直播间（可分享的直播间为所属小程序关联的视频号的直播间），可查看自己分享后的带货数据。

分享员可以自行解除与小程序的关系。

分享员如何查看数据

分享员将可以进入「带货中心」小程序，查看自己可分享的直播间与分享后的数据。

(非分享员角色的用户进入带货中心小程序，看不到相关入口)

分享员可通过此数据，与小程序开发者对账。微三云视频号：领取优惠券并输入主播推广码，主播与用户绑定关系

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：领取优惠券并输入主播推广码，主播与用户绑定关系

微三云——视频号电商解决方案亮点

微信生态完美闭环

视频号+小程序+微信私域&公域流量入口，粉丝可直接在微信闭环生态内一站式跳转，完成边看边买的流畅操作。

强大电商功能支撑

结合【云平台】系统完善的社交电商功能，为企业的视频号电商运营提供强大的“直播/短视频+电商”变现支撑。

分销带货激励主播

首创【主播推广码】功能，让主播与粉丝可以轻松建立销售关系，并结合【云平台】丰富的奖励机制，实现分销带货。

带货业绩清晰明了

通过主播与粉丝建立的销售关系，主播可清晰明了的知道自己的带货业绩，同时也方便平台对多个主播带货情况的考核

第三：为什么选择微三云

结合云平台

丰富的社交电商功能，为企业营销卖货提供实力支撑。

建生态体系

可打通微三云各大应用体系，便于建生态，拓展产业链。

多用户端口

可打通公众号、小程序、APP、H5等端口，灵活布控市场。

关系可共享

40+应用可灵活搭配，且用户关系可互通，快速裂变。

结合超级云APP

平台营销活动引流的用户可以长期的留存、沉淀并二次转化。

给解决方案

免费为企业提供诊断咨询，并输出完整的就解决方案。

多销售模式

支持源码和SaaS销售模式，企业可灵活招商，掌控大数据。

运营有保障

百人运营团队做后盾，扶持应用快速上线，免费迭代升级。

拓展阅读：微三云公司怎么样？一：微三云现在主要做的产品大类有以下 5

种：云平台系统供应链系统区/块/链系统云视商系统超级 APP 系统以上五类系统可以组合匹配出各种解决方案：新零售解决方案，移动分销解决方案，多商户商城解决方案，农村电商解决方案，直播带货解决方案，积分商城解决方案，综合电商解决方案，会员制解决方案，社区团购解决方案，直销企业电商解决方案，跨境电商解决方案，传统商家线上线下解决方案，教育行业解决方案.....等等二：微三云在 2021 年这一年都做了什么？云平台系统：过去 1 年更新了 290 个版本，新增应用数 95 个超级 APP

系统：过去 1 年更新了 14 个版本供应链系统：过去 1 年更新了 10 个版本区/块/链系统：过去 1 年更新了 17 个版本云视商系统：过去 1 年更新了 9 个版本微三云开放平台：过去 1 年帮助商家个性化定制了 71

个应用云平台公共底层关键能力迭代：底层能力及系统安全措施 29 次更新三：微三云 2022 有哪些新的变化风口在哪流量就在哪，营销应用至上私域池子太多，依然看好微信生态元宇宙与 web3.0

每个行业都有可能元宇宙中找到合适形态的商业机会微三云软件认证  
高新技术证书：GR201744005996 区/块/链系统备案：44191813030-00001 软件企业证书：粤 RQ-2017-0268 增值电信业务经营许可证：粤 B2-20170488 专利号：ZL201821508773.0 知识产权认证：GB/T 29490-2013 著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处。

分享更多：<https://wsyguanyun.com> 或 <https://32wsy.com> 或 <https://gy.32wsy.com>