

# 郑州宠物服务公司网站建设步骤流程

|      |                                    |
|------|------------------------------------|
| 产品名称 | 郑州宠物服务公司网站建设步骤流程                   |
| 公司名称 | 河南刘贵商务服务有限公司                       |
| 价格   | .00/件                              |
| 规格参数 | 套餐一:2000<br>套餐二:15000<br>套餐三:50000 |
| 公司地址 | 河南省南阳市卧龙区卧龙岗街道卧龙路经纬国际1号楼810（注册地址）  |
| 联系电话 | 13323693821 13140513661            |

## 产品详情

如何制作一个宠物公司网站？其实做网站的基础步骤是类似的，不过要看具体的行业需求来在细节方面做出调整。

下面以宠物行业来例，给大家简单的分析一下吧！

随着养宠物的人越来越多，宠物行业开始兴起，越来越多围绕宠物的业务开始活跃在市场上，如宠物饲料、宠物医疗、宠物美容等。然而借助互联网，建立一个网站可以让你的宠物业务经营更有效率、开发更大的市场。

宠物店如何建立一个网站？

- 1、首先到我们的【建站】工具上免费注册一个账号。
- 2、然后下拉找到海量模板，建站为我们提供了海量精美的网站模板，有小清新的，有浪漫的，有温馨的，还有充满科技感的，总有一款适合你！里面有电脑版和手机版的网站模板任君选择哦。
- 3、选中我们心仪的模板并点击，创建成“我的网站”。我们会发现，网站的大致框架都已经设置好了，我们只需要把鼠标光标移动到我们想要修改的地方，点击编辑或者管理，就可以修改文字、图片以及排版啦！是不是很简单呢~

制作完成后，在上方菜单栏右边的人形图标中就可以找到我们刚刚建好的网站网址。这个网址就可以用浏览器打开查看啦~当然，想要完成自己的网站制作，还需要注册自己网站的专属域名哦，这样就能让客户快速找到你的网站位置啦。

宠物美容店网站建设如何瞄准用户？

宠物用户群体有很多，有年轻的学生族、有中高级白领、更有还有退休的老人，每个群体的消费观、经济水平、对宠物业务的需求是不一样的。

所以在建立宠物美容网站前，要细分用户群体，根据用户的所在区域、年龄、消费水平、行为观念等因素进行细分。如你的网站用户群体是你实体店附近的中高级白领群体。

定位好你的目标群体后，接下来就是用户群体的需求。每个用户群体的宠物业务需求是不一样的这取决于他们的经济能力，观念等因素。

例如上述的例子，若你的网站目标用户是实体店附近的中高级白领群体，这类人群的经济能力不错，对宠物的吃穿用度也比较慷慨，宠物网站可以提供一些较高级的宠物饲料，可以发展宠物美容，平常，这类人群工作比较繁忙，可以提供寄养服务。

以上服务，用户均可以通过在网上进行下单，宠物店的人可以上门服务，所有业务不需要用户亲自去店里。如此，可省去用户很多麻烦，便利性的服务也能有效吸引很多新用户。

宠物上门服务行业如何提升业绩？（案例分析）

他们选择了自制微信小程序+公司官网制作！

遇到节假日，许多主人都有了出行计划，该如何安置家中的毛孩子，就成为了主人們的难题。

寄养吗？又担心宠物不能适应。此时宠物上门服务的出现，可以说是为时常要出差旅行的铲屎官们，解决了燃眉之急。图片

这次分享的案例，是来自广州的一家上门宠物服务品牌，至今为止已服务广州地区超过7,000+个宠物家庭和宠物，30,000+次宠物服务。就让我们一起看看这家公司，是如何通过自制微信小程序+公司官网制作，为用户提供高效的高质服务，从而不断提升品牌口碑迎来业绩攀升的。

## 【1】「官网+小程序」找到精准获客之道

“越来越多在外打拼的年轻人选择饲养宠物，出远门时就只能把宠物寄养在宠物店里。像猫咪比较敏感胆小，突然去到一个陌生的环境，会容易引起应激反应致死。令主人担忧的，还是宠物店里疾病交叉得问题，所以如果有条件能让宠物一直在家，肯定是较好不过的。”该公司负责人说道。在使用在线建站工具搭建的官网顶部banner上，他们放了这么一句话——“没有什么地方比家舒适”。

句子虽短，却足以触碰到客户的软肋。

明黄+黑白灰的配色，使得整体网页自然、活力，与萌宠插图相得益彰。

在过去五年里，他们就接触过上千了宠物家庭，他们发现选择宠物上门服务的主人，都相对有责任心。影响客户成交的决定性因素，主要是机构的服务人员及条款是否正规，对主人和宠物是否都有保障。

为了打消新用户的疑虑，他们在官网中详细提供了服务内容和品牌背景，有益于建立起初步的信任。黄、黑、灰的配色让页面看起来干净且洋溢着生机与活力。

在具体服务描述中，为了方便外国用户阅读，他们使用了hover交互形式展示英文翻译。图片

官网多处，我们都能看到客服的微信二维码，目的就是可以将用户顺利引流到私域中，这么做得原因有二：

一是因为私域流量可被免费、反复的利用。二是因为上门服务的特殊属性，在与客户交流过程中，难免会牵涉到比较隐私的内容交接。所以如今不管是通过网站还是在线下获得的客户，比较贴心的方式都是在微信中跟进。

当客户成功添加客服微信时，客服就会向客户转发小程序，让客户自行浏览，然后再决定是否下单或进一步咨询。

小程序的优点，就是所有服务信息和价格都清楚透明，用户通过指引能轻松完成预约下单的流程。下单后客服再根据订单项目，分配服务人员，指引用户完成交接工作，大大提升了沟通效率。图片

使用轻站小程序中的商业雷达智能名片功能用户可以一目了然的看到专业服务人员的信息，包括宠托师、美容师、护理师、宠物健康管理师的个人简历等。

这样清晰的分类，不仅能方便用户快速判断要找哪个类型的工作人员咨询，还有利于快速与新用户建立起信任感。

## 【2】专业内容运营+趣味互动，提升客户好感度

光展示服务人员的专业仍旧不够，他们的另一剂灵药就是垂直领域的内容运营。在小程序的【宠物资讯】栏目中，除了有公益领养信息，还有专门的宠物健康专栏。

该公司在小程序中上传了数十篇宠物日常护理的知识类文章，并设置了趣味性闯关在线答题，邀请铲屎官在答题中学习正确的护理常识。图片

设置内容专栏的目的，倒不全是期望用户会去认真阅读或者答题，只是想通过这样的举措，侧面去向用户证明：对待宠物，我们是认真的。对待服务，我们是专业周到的。

## 【3】利用客户群体的社交属性，巧用推广员功能

该公司的品牌推广负责人很早就发现了养宠群体的一个共性：“就和父母喜欢互相交流育儿心得一样，你会发现养宠物的人一般都会加入几个宠物社群，平日里除了可以晒宠物，关键时刻也能相互照应，给朋友推荐好的产品或者门店。”

这一特性，意味着他们的客户拥有引起私域裂变的潜能，因此他们在小程序中开启了【推广员】功能。

用户只需点击按钮，即可马上成为推广员。只要成功推荐产品或邀请好友成为推广员，即可获得推广佣金。图片

每当长假来临前夕，各种宠物群每天都不乏上门喂养的求助，如此一来，老客户便有机会将推广链接分享到社群之中，在为品牌裂变新客户的同时，自己也能获得佣金。

这种互惠互利的形式，取得了显著的效果。自推广员功能开通以来，已有近百名用户成为了推广员，较高记录是一人裂变了63个新用户。

## 【4】N次卡+会员积分，提高客单价提升营业额

要想获得更高的营业额，除了拉新之外，其实更重要的是老用户的维护留存，刺激复购。

怎么样才能让用户死心塌地的一直选择你们呢？除了要持续提供高质量的服务，对老用户的优惠激励策略也尤为重要。

「会员积分系统+N次卡」是促进老用户复购的法宝。

会员积分系统，目前一共设置了5个等级，不同会员身份可以享有不同权益，促使用户累计消费追求等级成长，以获得更高折扣。图片

同时，他们还推出了会员专属的N次卡，一是可以让高频用户享有更多优惠，二是可以提升客单价，增加店铺的现金流储备。

回顾该宠物上门服务公司的商业推广模式，可以总结出这三步：

第一步：用在线建站工具建立官方网站，从公域流量池获得精准流量，并实现品牌化的基础建设。第二步：通过私域运营可以有效的维护客情，促进意向用户成交。第三步：利用会员小程序系统的预约管理、客户管理、营销系统，一站式完成拉新-促活-转化-留存闭环。“它经济”在近几年迎来了爆发式的增长，宠物市场正在向规范化、专业化、品牌化的方向发展，他们如今也正在朝这个方向不断努力着。