

视频号店铺-私域激励计划，需要找我

产品名称	视频号店铺-私域激励计划，需要找我
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

产品详情

为助力视频号小店商家tisheng精细化运营能力，微信视频号（以下简称“平台”）于【2024】年【04】月【01】日起升级视频号小店-私域激励计划（以下简称“本计划”）。

升级后，符合要求的商家达成的符合本计划规定的特定场景来源直接成交的订单，平台将根据售后期结束后用户未申请退款的实际结算订单金额，对技术服务费进行优惠，优惠部分将以renqi卡的形式发放给商家。商家可以在有效期内使用renqi卡，使用后平台将会向一定数量的视频号的用户优先推荐该商家直播间。

3.1 分享场景

- （1）激励对象：该商家店铺绑定的分享员分享下列内容至下列范围而直接产生的结算订单。
- （2）分享内容：视频号带货直播间、带商品卡的短视频、商品卡、视频号主页橱窗。
- （3）分享范围：微信群（包括企微互通群）、单聊、朋友圈。
- （4）计算逻辑：商品成交的最近一次来源，是用户点击分享员分享到上述范围的上述内容。

3.2 服务通知场景

- （1）激励对象：下发服务通知-预约的直播当次产生的结算订单。
- （2）场景范围：商家设置直播预约预告，用户预约后平台通过服务通知下发直播间开播提醒。
- （3）计算逻辑：商品成交的最近一次来源，是用户通过直播间下发的服务通知-预约入口进入直播间。

3.3 公众号场景

- (1) 激励对象：从以下公众号场景跳转至带货直播间、带商品卡短视频、商品卡并直接产生的结算订单。
- (2) 场景范围：公众号直播bar、常读bar、公众号文章、公众号profile页、服务号消息推送直播卡片。
- (3) 计算逻辑：商品成交的最近一次来源，是用户从公众号场景跳转至上述页面。

3.4 小程序场景

- (1) 激励对象：从小程序跳转进入同主体的直播间直接产生的结算订单。
- (2) 场景范围：从小程序跳转进入同主体的直播间。
- (3) 计算逻辑：商品成交的最近一次来源，是用户从小程序跳转至上述直播间。

注：所有“场景示意”图片仅为举例说明场景范围及位置，不代表平台对图片中的具体商家、产品、内容进行推荐、保证或激励。

四、激励发放说明

4.1 激励发放条件

- (1) 对于符合本计划规定的特定场景来源直接成交的订单，平台将根据售后期结束后用户未申请退款的实际结算订单金额，对技术服务费进行优惠，优惠部分将以renqi卡的形式发放给商家。
- (2) 若用户通过特定场景进入相应页面后当次并未成交，退出相应页面后（包括点击至其他页面）再通过其他非特定场景的入口进入相应页面并成交，则该成交订单不计入本计划。
- (3) 若用户对一笔订单申请部分退款，则该订单中退款的金额不计入本计划。
- (4) 一级类目文玩、一级类目珠宝首饰（不包括其项下的二级类目黄金、珍珠）的订单，以及业务类型为本地生活的商家暂不参与本计划。

4.2 激励计算方式

分享场景

预约通知场景

公众号场景

小程序场景

注：公众号和小程序场景的具体renqi卡返还比例可能受到不同类目以及不时发布的其他平台政策影响，以实际发放的为准。

4.3 激励发放方式

- (1) 激励将以renqi卡形式发放至符合激励条件的订单所来源的商家绑定的超级管理员的视频号账号下。
- (2) 激励按周发放，每周发放上一周累计的激励额度。单次发放额度需 500流量点，若所获激励额度未达到500流量点，将累计至激励额度达到500流量点后的下一周一并发放。

(3) 单个商家单周所获激励额度上限为150万流量点（以符合激励条件的订单结算时间为准，不以发放时间为准），若按上述计算方式得出的激励额度超出该上限，超出的部分不予发放。