

成都电商小程序定制开发，搭建小程序电商营销工具全

产品名称	成都电商小程序定制开发，搭建小程序电商营销工具全
公司名称	四川初心不二科技有限公司
价格	666.00/个
规格参数	
公司地址	四川省成都市武侯区吉泰五路88号 香年广场T3栋19楼1902A号
联系电话	18328754010

产品详情

成都电商小程序定制开发，搭建小程序电商营销工具有哪些，今天小编就来给大家分享最全的小程序电商玩法。

小程序电商风头正劲，大有抢占平台电商的势头。面对流量红利，商家该如何抢占微信的社交流量，如何玩转小程序电商？本文将从裂变拉新，转化，留存 3 个角度共 36 个招式盘点最全的小程序电商营销工具，助你玩转小程序电商。如果您想把您的电商做好，请认真看完，如果您也想开发这样一套电商小程序请联系小编，给您一个性价比高的定制开发服务。

1.积分策略

如何做小程序的留存，让粉丝不断购买？商城的积分策略十分重要，商家可设定购买商品即享受相应的积分，如购买 100 元即可得 100 积分，同时下次购买时，可通过积分抵现，如 10 积分 = 1 元，引导会员使用积分，同时，会员中心内可通过积分商城进行积分消耗并促使会员二次购买，如 1000 积分可兑换一个小礼品，或者通过积分+现金的形式购买商品。

2.花式拼团

拼团指必须邀请指定数量好友一起购买，才可享受优惠或福利的一种营销玩法，是常见的社交电商玩法。因此拼团跟小程序的结合将会把拼团拉新的价值进一步放大。

拼团又可分为普通拼团、抽奖团、团长免单团、预售团等不同的玩法形式，更适用于高频低客单价的商品，如坚果零食等行业。

抽奖团（商城引流）：抽奖团就是在成团人群中随机抽取幸运者以团购价获取商品，而未中奖粉丝可以获得店铺优惠券等「鼓励奖」，引流店铺，提升销量。

预售团（新品预告）：对于生鲜等季节性商品，商家可进行预售团，提前锁定顾客，并可通过成团数进行仓储备货，以销定产，降低库存及损耗的成本。

百人团（打造品牌影响力）：商家需要大批量售卖商品并且一定范围内造成影响，可以设置满 100 人成团，带动成团人去分享推荐

以百草味为例，试水小程序后，不断通过普通拼团和抽奖团进行拉新并提升销量，其小程序转化率较微信内的其他渠道高出 2 倍。

3. 优惠券

通过发券宝，商家可为进入小程序商城的客户发放券礼包，促进转化。优惠券可针对不同人群进行发放，如新客、老客等，进行区别化的精准营销，提升小程序商城的销量。

新客专享礼包：如设置 300 元新人礼包，分多张发放，如满 200 - 20，满 500 - 50 等，从而提高首单下单率。

粉丝专属礼包：商户可设置仅针对公众号粉丝发放优惠券，客户只有关注公众号后才有资格被发放，增加粉丝的关注。

会员专享礼包：商户可针对会员进行发放礼包，可以发放较大数额的优惠券礼包，如 300 元专享礼包，促进会员复购。

4. 砍价

小程序砍价指通过分享，邀请好友帮忙砍价，即可享受优惠的玩法。正所谓赠人玫瑰，手留余香。通过利益刺激用户分享传播，而对于被分享的好友而言，这是一种低成本的举手之劳。砍价活动更适用于高客单价，让利较高的商品，如小家电、珠宝等。

爆款商品砍价：商家可定期设置砍价活动（价格要足够惊爆），通过参与者的分享，实现快速传播，同时增加粉丝，提升店铺销量与品牌知名度。

折扣券砍价：商家可将大型活动优惠券、折扣券等作为砍价商品，提前增加活动关注度、推广度与粉丝参与度，为活动的正式推出做预热，同时也能提前锁定客户。

一知名生鲜品牌鲜果店，通过低价 9.9 元砍原价 128 元的榴莲，实现 2 个月粉丝增长 30000 多名，商城

PV 超 30 万。

5. 分销

社交的力量十分强大，有效利用身边的朋友圈进行卖货吸粉，能帮助商家快速提升转化，分销即是通过朋友间的推荐，实现销量、粉丝的指数级增长。商户可通过招募微客吸引用户注册、购买，利用现金、积分、储值余额的奖励方式刺激粉丝进行推广，提高店铺转化率。粉丝可将商品或活动的小程序分享给朋友或者发送到微信群，引导好友关注或购买。商家还可以通过微客等级刺激微客多多推广，等级越高，所获得的奖励越多。

快速裂变：商户可长期设置微客，设定分销商品，并设定佣金比例，激励微客快速推广，裂变出新客。

员工微客：商户可以设置店内销售人员为推客，激励店员进行线上推广，同时以月为单位进行核算发放佣金。

6. 满减满折

满减满折是电商最基础的营销功能，但结合不同的场景也可玩出不一样的效果。

新店开业：可以做大力度的满减活动，如「全场满 200 减 50 元」的活动，有效活跃整场活动气氛，吸引顾客下单购买。

清库存：商户可以对需要清库存的商品设置满减满折及满包邮活动，例如「满 2 件打五折，江浙沪包邮」，刺激顾客搭配购买，既提高了客单价，也清理了库存。

7. 荐客有礼

荐客有礼活动是粉丝推荐会员或小程序访客达到一定数量时，即可获得积分、余额、优惠券等奖励，通过新老顾客推荐拉新，奖励条件可分为最高层奖励、阶梯奖励、单条件奖励。

店铺引流：商家可长期设置荐客有礼活动，结合拼团、砍价等活动不断裂变拓客，增加粉丝、会员数量，提升销量与品牌知名度。

新品推广：可设置新品推荐链接，引导顾客分享，为新品上市拓宽宣传渠道，提高整体销量。

促进复购：可将奖励设为满减优惠券，如 100 ~ 20，通过老会员拉新的同时，也可以促进其进行复购。

8. 拆礼盒

拆礼盒更应景于节日营销，商户设置一个礼盒，需要粉丝邀请指定的帮拆人数，如需要 3 人打开才能获得礼物，不同的帮拆人数，对应的奖品可以不同，形成裂变营销。

节日促销：如「三八女神节」期间，粉丝可领取一个价值 120 元的女性呵护大礼盒，需要 38 个人拆礼盒，利用这个女性购物比较热的时段，吸引女性传播和参与，快速裂变并形成品牌热度。

9. 集卡裂变

还记得支付宝每年过年时的集五福活动吗？集卡让你可以延续这种疯狂。

粉丝通过邀请好友来点亮灯笼，当达到奖品的兑换规则时即可兑换相应奖品，如点亮不同个数的灯笼获得不一样的奖品，当然点亮概率商家可在后台设置，通过集卡活动，商家可快速裂变吸粉，也可通过推送优惠券进行转化。

10. 朋友圈广告

朋友圈是个人微信中最为私密的空间，其流量也更为优质，朋友圈广告即出现在微信的朋友圈中，形式更为原生。小程序商城可以作为朋友圈广告的落地页，为商城带来直接的转化。

如新兴服装电商品牌 MatchU 轻定制瞄准微信带来的社交红利和流量价值，采取「定位、抢位、切位、卡位」四位一体营销打法，打造单品爆款「白衬衫」，通过朋友圈广告 + 小程序的投放，广告点击率达到 1.5%，销售额超 1000 万。

11. 小程序广告

商家还可以投放小程序广告，通过高流量的小程序为自己的小程序引流。可以挑选目标人群相识的非同行小程序进行引流推广，如时尚女装行业可以投放美妆行业的小程序，进行引流。

12. 公众号底部广告

公众号底部广告，即是公众号文章的最底部的广告位，点击广告位即可进入商家的小程序商城。

13. 公众号文中广告

公众号文中广告，是插在公众号文章内的广告，用户在阅读过程中，点击可进入商家的小程序商城。

14. 线下引流拉新

线下扫码是小程序最基础的获客方式之一，通过微信扫描二维码或小程序码，即可进入小程序，商家可以将小程序码与营销活动结合，通过易拉宝展示，吸引用户主动扫码参与活动。除了门店推广外，商家还可制作单页及易拉宝在门店附近进行地推，同样可以通过具有吸引力的营销活动，或者门店的特色服务，吸引用户扫码进入小程序，为门店引流。

15. 配置附近的小程序

在「附近的小程序」中，小程序会自动展现给周边用户。用户可以通过小程序就能直接购买服务，或者导航到门店。多家门店的商户，一个小程序可以添加 10 个地理位置，增加小程序的曝光。

16. 关联公众号

商户可进行公众号与小程序关联，并将小程序显示在公众号 profile 页。当用户关注公众号时，就能看到位于显眼位置的「相关小程序」，点击可直接跳转到小程序。同时，关联时，可选择同步粉丝，粉丝可一键点击进入小程序，为商城引流。

17. 绑定自定义菜单

商户可以将小程序放置在公众号菜单栏内，方便公众号粉丝随时进入小程序。

18. 限时折扣

通过设定高优惠的限时折扣活动吸引粉丝进行快速转化，实现新品推广，清库存等目的。

清库存：商户可以针对换季清库存的商品设置限时折扣活动，例如「限时5折回馈顾客」，刺激顾客购买，清理库存。

新品推广：新品上市时，可以通过折扣价进行首次营销推广，了解市场对新品的接受程度，以便安排后续的其他促销活动。

19. 直播

小程序直播更适合随时随地观看购买的场景。商户可以通过手机跟粉丝直播互动，让商户更亲民的进行品牌宣传、产品售卖、客户关系维护，为商户打开视频营销的流量入口。

直播 + 商品推送：主播推荐商品时，可结合店铺活动，提升直播时的转化，如服装主播在试穿展示后，发起试穿商品的限时抢购活动，并告知观看粉丝低价限时1小时，迅速引爆销量。

直播 +

优惠券推送：直播过程中，主播可为粉丝推送优惠券。美妆主播进行化妆品推荐演示后，可投放满200减20的主播专享券，促使粉丝即刻进行购买，提升销售转化。

20. 支付推广

如何提升小程序商城的复购，让用户买了再买？支付推广的设置可以让消费者在购买完商品后弹出优惠券或其他活动，促使其进行二次购买。

促复购：消费者在支付订单后，向其推送店铺优惠券，促进其再次购买，形成复购。

裂变吸粉：消费者在支付订单后，向其推送拆礼盒、拼团等裂变活动，促使请进行分享，形成裂变吸粉。

购买返利：商家可进行购买返利活动，如购买商品后随即返利现金，消费者在支付订到后，即可活动奖励。

21. 优惠套装

组合套装更适合搭配售卖的行业，如服装行业，商家可帮消费者搭配好衣服裤子，通过小程序的套装组合进行打包出售，并通过优惠价格吸引消费者购买，提升转化和客单价。

22. 到店自提

商家可支持线上小程序购买，门店提货的模式，也可结合营销活动，如拼团砍价等，将线上用户引流到门店，同时通过门店自有的活动及店员引导促进其二次购买。

23. 周期购

对于周期性产品如鲜花、牛奶等，可通过周期购进行销售，一次下单多次配送的商品，如订购一个月的牛奶，购买每周的鲜花等，可以帮助商家提前锁定客户，只需按时配送即可。

24. 特权价

如何实现小程序商城的差异化营销？特权价能够帮助商户实现特定人群的特定营销，粉丝只能通过商家分享的二维码或链接才能访问和购买特价商品。

社群精准营销：商户可为某一部分粉丝设置特定价格商品，提升粉丝活跃度，如VIP社群和设置VIP特权价，进行VIP维护和转化。

节日促销：如水果店的「三八女神节」活动，为女粉丝设置特价活动水果组合。

25. 大转盘

大转盘适合于商城主题活动或节日营销，随机中奖的游戏更受消费者喜爱。记住，将中奖概率为100%中奖，更能充分调动粉丝参与积极性，也能更好的形成扩散，可以将奖品设置成商城的商品及商城优惠券，加以现金奖励，可以吸引更多人参与。而商城的优惠券可以小程序进行引流，提升转化。

26. 砸金蛋

砸金蛋与大转盘有异曲同工之处，更加简单粗暴，但却能一击即中。

27. 刮刮卡

刮刮卡也是如此，和大转盘砸金蛋一样，只是形式不同，用户的游戏体验不同。

28. 满包邮

根据电商数据统计，满包邮虽然看似其活动力度一般，但其效果可为十分明显，小程序商城也是如此。商家可设置长期的满包邮活动，如满69包邮，当消费者购买金额低于69或差一点时，往往会选择拼单，从而提升了商城的客单价。

29. 优惠券 / 优惠码

优惠券又可分为代金券、折扣券、兑换券不同形式，通过优惠券的刺激提升店铺的销量和转化。

清库存：商家可以设置如「全场满30减10元，同时送2张优惠券」（1张是10元全场通用优惠券，1张是指定商品可用的20元优惠券）的满减送活动，带动滞销商品出货，同时增加复购。

专属码 +

品宣物流推广：品牌的物料是优惠码最好的宣传途径，发货单里、售后维权提示单、主推活动宣传DM

页都加上优惠券二维码，也可以引导微信公众号关注后即领优惠金券。

30. 积分策略

如何做小程序的留存，让粉丝不断购买？商城的积分策略十分重要，商家可设定购买商品即享受相应的积分，如购买 100 元即可得 100 积分，同时下次购买时，可通过积分抵现，如 10 积分 = 1 元，引导会员使用积分，同时，会员中心内可通过积分商城进行积分消耗并促使会员二次购买，如 1000 积分可兑换一个小礼品，或者通过积分+现金的形式购买商品。

31. 会员等级

商家可以设定会员等级，通过不同等级享受不一样的权益，促使用户形成购买等行为，也能帮小程序商城更好的留住会员，如可设定普通会员可享受购物 9.5 折活动，购物满 500 - 1000 元为银卡会员，可享 9 折，购物满 3000 为金卡会员，购物享 8.5 折，等级越高享受的权益越有吸引力，促进会员不断复购，提升销量。

32. 储值卡

通过优惠的储值卡可以锁住会员，并提前锁定现金流，如商家可进行充值 1000 送 200 的活动，其实是变相折扣，不仅能锁住会员，而且能促进其进行复购。

33. 数据分析

数据分析是提升小程序商城运营的最好方式，通过数据的分析，进行下一步运营策略的调整，从而高效提升商城的销量。商家可进行店铺的数据分析，如客流分析、客群分析，营销分析等，针对会员，可进行用户画像的制作，如性别，年龄，喜好等，并为会员进行标签化的管理。

34. RFM 模型精准营销

商家可通过用户在小程序商城的最近一次消费（R）、消费频率（F）、消费金额（M），筛选出活跃会员、沉睡会员等，并针对不同群体可进行精准营销，如活跃会员可对其进行新品的推送，而沉睡会员则可向其推送小程序商城的优惠券，进行会员召回。

35. 社群 + 小程序

社群是商家维护粉丝，进行互动沟通的最好阵地。商家可在粉丝群内推送小程序，让粉丝自主扩散。可引导粉丝分享，然后凭截图领取小礼物，逐步将流量引到小程序。

36. 内容 + 小程序

商家可在公众号推文内插入文字、图片、小程序卡片，点击直接跳转小程序。此种方式，可以通过符合品牌调性的优质内容引导用户点击小程序，形成「边看边买」的购物场景，实现内容到购买的转化。

关于小程序电商营销工具就分享到这，基本已经涵盖的小程序电商玩法的所有招式，小程序电商营销工

具，成都电商小程序定制，成都电商小程序开发，成都电商小程序搭建欢迎致电小编。