

小程序使用指南

一份最最全面的小程序推广手册送给大家，助您成为企业赢家。

1. 发传单地推（传单、海报、易拉宝等）

线下扫码是小程序最基础的获客方式之一，用户通过微信扫小程序码即可打开小程序。商家可以将小程序码与营销活动相结合，比如发传单、印海报、在店面门口展示易拉宝等，以利益吸引用户主动扫码进入小程序。

2. 线下活动推广

活动推广是营销的重要方式之一。商家可以通过举办一些线下活动来推广自己的小程序，比如在商场、商业街等人流量多的地方举办活动，比如在店面举办「用小程序下单送 XXX」等让利活动等。

3. 抢占小程序名称

我们微信搜索是小程序一个很重要的入口，甚至在张小龙的计划中，搜索会成为微信小程序的主要入口，所以这么重要的“地方”我们不能不抢占啊。而且小程序的名称具有唯一性，一个好用的名字被别人抢注了就没了。所以，尽早注册符合自己的行业、用户习惯、产品特性的小程序很有必要。

4. 小程序名称搜索优化

微信搜索支持关键词模糊匹配与搜索，所以自定义关键字也会影响到小程序的排名，在设置关键词时，可借鉴百度推广的投放技巧，结合微信指数进行考量，确保关键词符合微信使用场景。关键词挑选：地域词、品牌词、人群词、产品词、行业词，

且与主营业务相关等。需要注意的是，关键词应尽量选择短词、热词等。建议根据数据反馈每周进行关键词优化。

5. 附近的小程序入口

我们都知道，微信小程序和支付宝小程序都有“附近的小程序”功能，当你的小程序展示在“附近的小程序”的时候，小程序自动展示给 5 公里范围内的所有微信用户。还有，针对线下连锁门店，小程序支持 10 个地理位置展示，你想想看，10 个地理位置，每个半径 5 公里，几乎整个城市都有你的小程序。

6. 卡券入口

卡券是微信为线下商家推出的功能之一，在卡券界面中，我们可以点击相应的优惠券、会员卡等进入相应的小程序。人具有贪小便宜的本性，所以我们在推广小程序的时候，不妨多送一些优惠券，以提高转化率。

7. 关联公众号

公众号是最目前常规推广中涨粉最快、最稳定的一种方式。小程序与公众号关联后，小程序可以嵌入公众号自定义菜单中，也可以插入推文中，同时在公众号资料页也有展示。

8. 公众号内容跳转小程序

商家可在公众号推文内插入文字、图片、小程序卡片，用户点击直接跳转小程序。这种方式推广，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“边看便买”的购物场景，实现内容到购买的转化。所以，如果你没有公众号，可以找一些调性差不多的公众号，付费关联做点推广，将公众号的粉丝引导到小程序中。

9. 小程序跳转小程序

小程序之间的相互跳转，不仅是企业服务的互补和完善，也让企业间的小程序得到传播，将每个产品线各做一个小程序，绑定在同一个公众号主体上，互相跳转，互相倒流。像此前大火的成语猜猜猜和猜歌达人，两者就是通过「小程序跳转小程序」实现了流量共享，两者都进入小程序排行 TOP10。

10. 模板消息

模板消息是小程序在微信内部对每个用户生成的推送。内容类可以用它提示更新，电商类可以用它提示促销或未付款，工具类可以用它提示完成日常目标。每一次推送都在让用户逐渐形成对小程序的依赖。其实，模板消息最大的好处是唤醒用户，实现流量召回。

11. 支付后入口

消费者使用微信支付付款后，会收到微信支付推送的支付成功通知，点击“进入商家小程序”，即可进入小程序，形成二次触达。

12. 传统广告推广

传统广告可以在一段时间内获得品牌曝光，如果需要快速曝光，商户可以在地铁，人流集中地寻找优质广告位，进行投放，广告上可加入小程序码，引导线下流量直接扫码转化。

13. 公众号 profile 页绑定相关小程序

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。

14. 公众号关联小程序推送信息

商户在进行公众号关联小程序时，可选择将关联信息推送给公众号粉丝，粉丝将收到公众号关联小程序通知，点击即可进入关联的小程序。

15. APP 分享到微信

将 App 的内容分享到微信时，会自动转为小程序卡片，点击即可进入小程序。比如：从腾讯视频 app/腾讯视频网站分享视频给微信好友时，好友点击卡片后会直接跳转到腾讯视频小程序。

16. 微信群推广输入标题

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。

17. 聊天小程序

转发在群内的小程序都会存留在聊天小程序中，方便下次打开，针对行业群，可以将自己的行业小程序放置其中，便于打开和被发现。

18. 朋友圈小程序码海报

目前，小程序还不能分享到朋友圈，但朋友圈巨大的“熟人流量”仍然是社交分享的最佳阵地。而商家可以将标小序小程序码放在设计精美的海报上，分享到朋友圈，通过吸引人的活动或者设计感的内容进行推广引流。

19. 拼团等小程序社交营销

商家可通过拼团、砍价等优惠活动，激发消费者购买欲望，实现快速裂变。基于社交的营销玩法，能在较短时间内，积累出庞大的精准用户，后期商家可借此进行精准营销。

20. 裂变优惠券推广

顾客完成购买后可获得裂变优惠券，分享给好友，推荐好友购买。商户可通过裂变优惠券快速获得新客。

21. 荐客有礼小程序推广

通过荐客有礼功能，顾客可以通过推荐顾客、会员的形式，获取积分、余额、优惠券等福利，从而实现商家的社交裂变拓客。如用户推荐成功一名会员，即可获得 1 元余额。

22. 社交立减金

通过微信的社交立减金功能，用户在小程序内购物后，会获得“立减金”，将“立减金”分享给好友/微信群的同时，自己也完成了领取。好友在领取“立减金”后，也可通过快速入口完成新的交易。通过社交裂变，带来新的流量。

23. 新媒体软文推广

借助 KOL 的粉丝号召力推广小程序，不失为新媒体时代的一大主流推广方式。商家想进行精准性的推广，可以寻找行业内媒体人或 KOL 进行推广传播，如餐饮行业可寻找美食博主，通过优质的软文广告，获得精准用户。

24. 异业流量互推

拥有小程序的商家可以选择相似目标客群，不同产品或服务的商户进行流量互推，如女装商户可以与美妆商户合作，在线上公众号，微信社群等渠道，互相推广小程序，实现流量共享。

25. 线上小程序异业互推

同样，通过小程序跳转小程序功能，异业合作的商户只需将小程序绑定在同一公众号上，即可实现小程序间的互相跳转推广。

26. 线下异业合作

线下的商家也可选择服务类型互补的商户进行店内互推，如在大型商场内，餐厅可推送顶楼的电影院小程序，进行引流，而在电影票上也可放上楼下餐厅的小程序优惠活动，互相倒流，实现共赢。

27. 公众号底部广告

通过小程序公众号底部广告，电商商户将构建更多消费场景，加速商业变现。商户可以将自己的电商小程序投放公众号底部广告，点击广告外层图片直接跳转指定小程序落地页。

28. 附近的小程序广告

附近的小程序打通的线上线下，对于门店来说，附近的小程序广告位将是抢占线上流量的最佳路径，通过投放附近的小程序广告，可以将自己的小程序展示。

29. 公众号文中广告

据统计，微信公众号内容的日总阅读次数已经超过百度的日搜索次数，微信的内

容已成为重要流量入口。“公众号文中广告”出现在文章中间，且广告内容与文章有关联，容易与粉丝互动，属于服务用户的广告形式，用户更易于接受。

30. 关键词搜索广告(内测)

搜索是小程序的关键入口，将内容、服务与用户连接起来，让用户直通服务。通过关键词搜索广告的投放，线上用户将更容易触达小程序。

31. 朋友圈广告

小程序朋友圈广告万众期待已久，通过精准人群定位和朋友圈的传播，可以最大程度的实现精准推送，朋友之间可以在广告下留言互动，形成品牌的二次热点，而点击朋友圈广告直达小程序，缩短了转化路径，形成高效转化。

32. 微信钱包入口广告位

微信钱包可以为商户小程序带来巨大流量。但虽然同为付费推广，但也只有深度合作的企业才能有资格进入九宫格。

33. 小程序流量主广告

前不久，刚曝出小程序页内嵌入了流量主广告，点击之后可直接到达品牌的广告落地页面。商家可以通过小程序投放小程序的广告了。

34. 小游戏广告

自小程序发布小游戏功能之后，微信中吹起了一股游戏风，跳一跳成为了朋友之间的热议话题。微信“跳一跳”小游戏继春节与麦当劳合作推出第一个“广告”后，耐克植入“跳一跳”，微信小游戏“跳一跳”商业化之路开始运作。

35. 小程序【功能直达】入口(内测)

用户在发现 - 小程序 - 搜索中输入关键词，可直接获取服务。如输入“火车票”，可以直接跳转到“火车票服务”，还能点击“更换”自由选择同程或携程来提供服务。

这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代。有人选择了无视变化，得过且过；有人选择了抱怨，躺在床上什么都不做，责怪整个社会不给他机会。而有一些人，他们看到了社会的转变，努力赶超时代的步伐，最终自我实现！（联系 baotang2014 微信交流）。