

枫页小店商家运营经验分享

2022.06/zixuanbai/渠道赋能三组

目标

目标学员

- 区域服务商伙伴

课程目标

- 帮助服务商伙伴掌握枫页小店的开店流程与快速开店技巧
- 掌握枫页小店的店铺装修页、商品详情页与推广页的设计/使用技巧
- 掌握枫页小店营销功能的使用场景与使用方法

1 店铺入驻经验

2 店铺优化建议

3 链路场景模拟

4 优质店铺案例



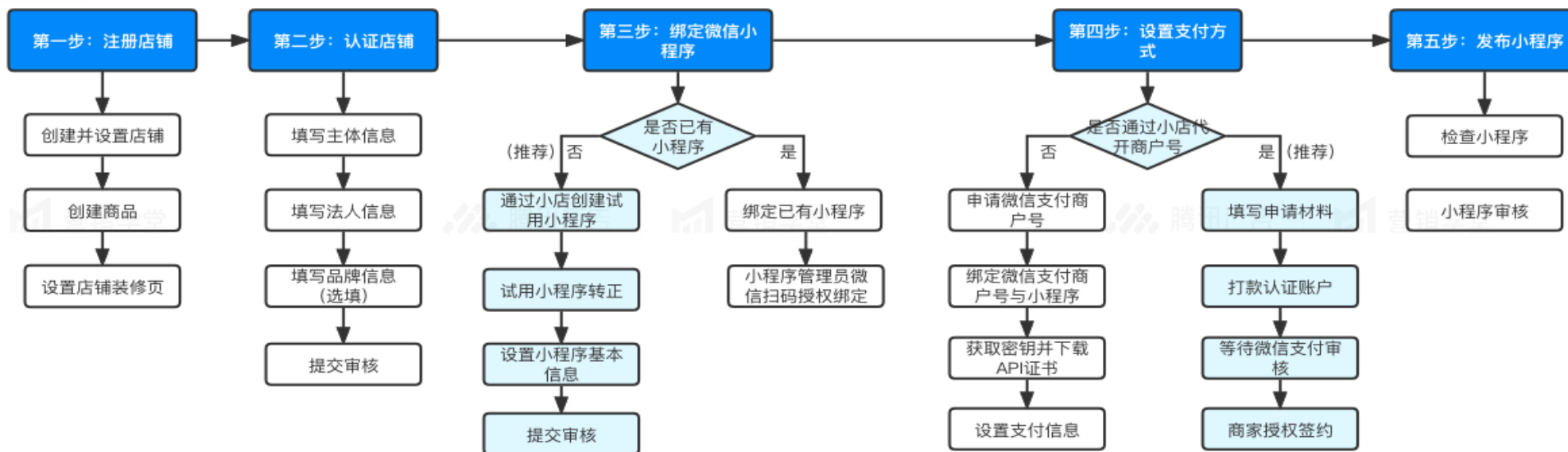


店铺入驻经验

注册店铺、认证店铺、创建&绑定小程序、创建&绑定商户号、发布小程序

小店开店流程回顾

开店流程



注意事项

- 建议提前准备商品与店铺素材
- 使用[腾讯广告账号](#)登录枫页小店

- 建议提前准备资料

- 若广告主没有小程序，建议通过[小店代开小程序](#)。
- 代开小程序转正时，暂时只支持[法人人脸识别](#)认证，请提前协调时间。

- 若已有小程序，可直接绑定，耗时约1h。该[小程序需无第三方授权](#)、且未使用。
- 若自主申请小程序并绑定，耗时约1-2天

- 若已有商户号，可直接绑定，耗时约1h。
- 自主申请商户号并绑定，耗时约1-3天

若广告主没有商户号，建议通过[小店代开商户号](#)

小程序提审前注意检查[商品创建](#)、[店铺装修页](#)是否完整

预计耗时

0.5天

0.5-1天

0.5天

1-2天

1-3天

0.5-1.5天

1-3天

切记按照顺序开店，不要跳步骤，最快3-5天即可完成开店 [需提前准备小程序与商户号]

第一步：注册店铺

〔一〕账号注册环节：

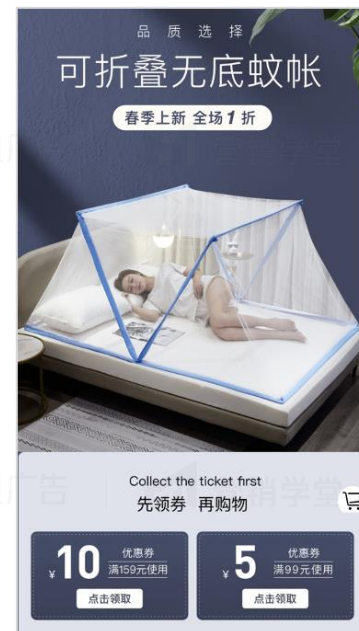
- 直接使用腾讯广告账户登录枫叶小店，免去广告账号绑定环节

〔二〕创建商品-填写商品催审在线文档

- 提前准备好相关商品的图片/视频，图文信息，让商品创建更快捷。详细商品创建与案例参考：[【枫叶小店】商品创建](#)

〔三〕装修店铺主页-提前准备素材

- 提前准备好相关店铺主页的图片/视频，图文信息，让店铺装修更快捷。详细装修组件指引与案例参考：[【枫叶小店】店铺页面装修指引手册](#)



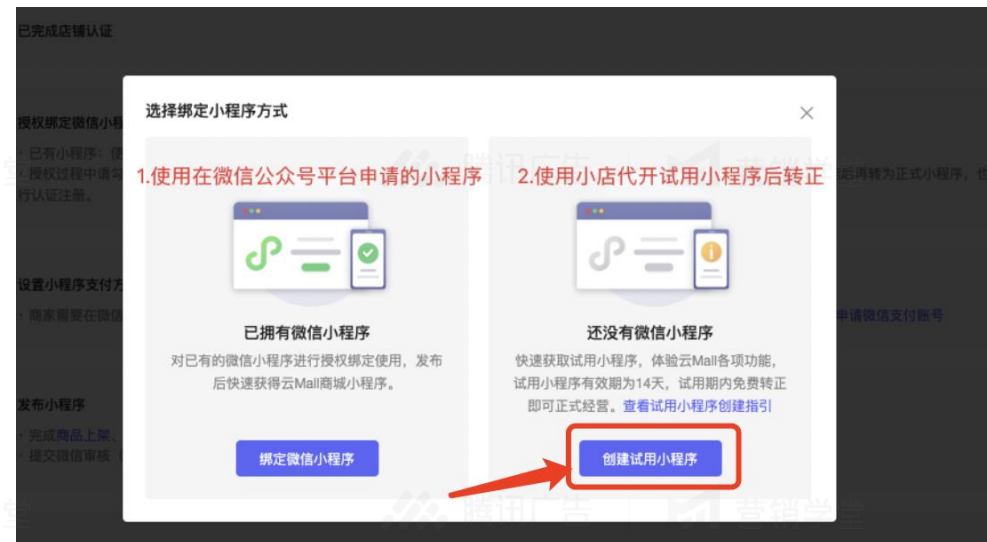
第二步：认证店铺

提前准备认证资料信息，如**企业营业执照照片**、**组织机构代码证照片**及**法人身份证双面照片**等

第三步：绑定小程序

- 绑定时间对比：
 - 已有小程序并直接绑定，耗时约**1h**
 - 自主申请小程序并绑定，耗时约**1-2天**
 - 使用小店代开小程序，耗时约**0.5天**
- 推荐使用通过**小店代开小程序**的方式，可以快速完成创建&绑定小程序。

注：代开小程序转正时，暂时**只支持法人人脸识别**认证，请提前协调时间



第四步：设置支付方式

• 绑定时间对比：

- 已有商户号并直接绑定，耗时约1h
- 自主申请商户号并绑定，耗时约1-3天
- 使用小店代开商户号，耗时约0.5-1.5天

• 资金周转周期对比：

- 小店代开模式有资金中转周期，结算周期： $T+n$ [T 为交易完成时间， n 为可售后天数]
- 自主申请并接入的结算周期为： $T+1$ [T 为交易完成时间]

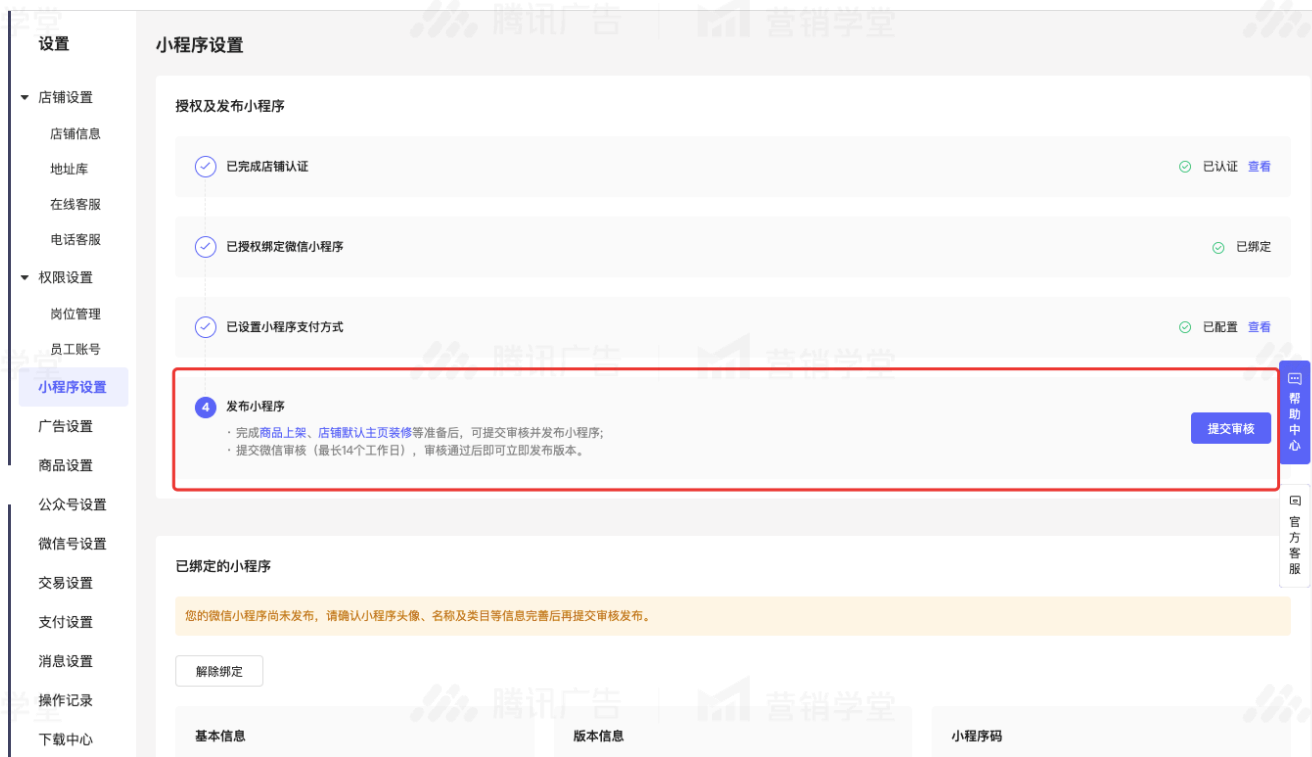
- 推荐使用通过小店代开商户号，相较于自主申请，可以节省一半以上的时间，大大提高入驻效率。使用小店代开商户号前，请联系您的腾讯渠道经理，在此表格登记：[【枫页小店】代开商户号白名单提报](#)

模块	微信支付商户号平台申请	通过枫页小店后台开通 ^{new}
申请相关	需要上传营业执照、资质等信息	直接复用店铺认证的材料
小程序绑定支付	需要操作与小程序进行绑定	无需商家操作绑定小程序
小店绑定支付	需要将商户号相关信息填写绑定至枫页小店	无需商家操作绑定
基础信息管理	查看&修改商户号银行卡信息需要到登录微信支付商户后台	可直接在小店后台查看或修改银行卡信息

商户号小店代开的优势速览

第五步：发布小程序

小程序提审需要在[创建商品&装修店铺主页](#)完成后提交审核，微信审核侧会对小程序的整体运营功能进行审核，无具体内容则审核不通过。



小店开店流程

营销学堂

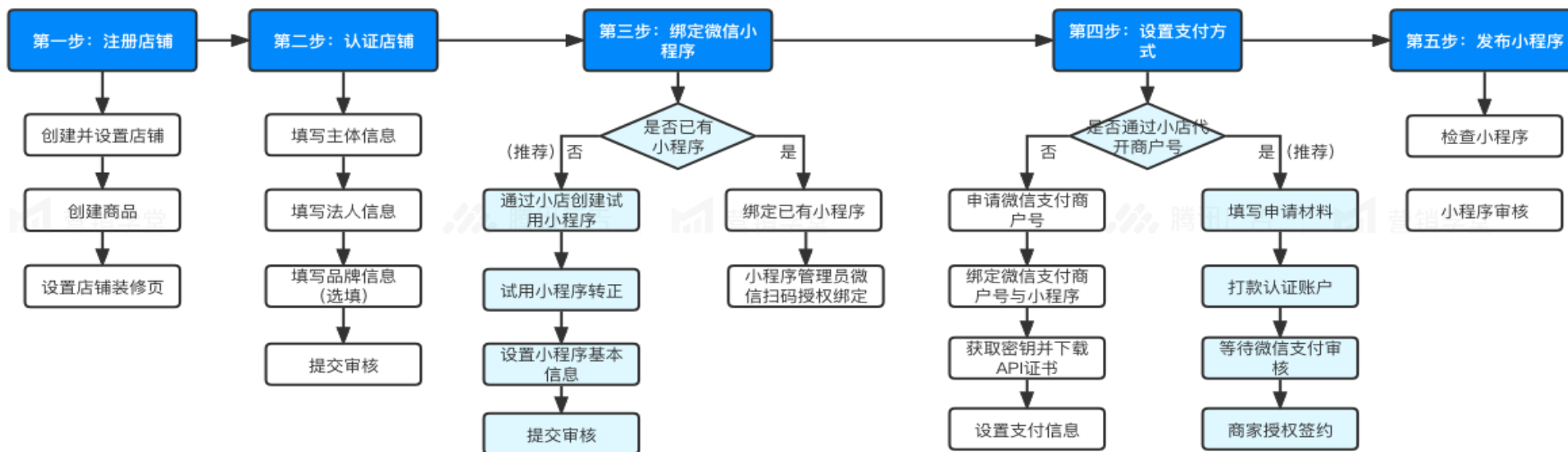
腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

开店流程



注意事项

- 建议提前准备商品与店铺素材
- 使用[腾讯广告账号](#)登录枫页小店

- 建议提前准备资料

- 若广告主没有小程序，建议通过[小店代开小程序](#)。
- 代开小程序转正时，暂时只支持[法人人脸识别](#)认证，请提前协调时间。

- 若已有小程序，可直接绑定，耗时约1h。该[小程序需无第三方授权](#)、且未使用。
- 若自主申请小程序并绑定，耗时约1-2天

- 若已有商户号，可直接绑定，耗时约1h。
- 自主申请商户号并绑定，耗时约1-3天

若广告主没有商户号，建议通过[小店代开商户号](#)

小程序提审前注意检查[商品创建](#)、[店铺装修页](#)是否完整

预计耗时

0.5天

0.5-1天

0.5天

1-2天

1-3天

0.5-1.5天

1-3天

切记按照顺序开店，不要跳步骤，最快3-5天即可完成开店 [需提前准备小程序与商户号]

2

店铺优化建议

店铺首页设计、商品建议与优化、推广页优化

一、店铺首页设计建议

店铺首页装修指的是用户通过微信各流量渠道进入到小程序店铺时看到的店铺内容，**丰富生动的店铺装修首页往往能够带来用户的浏览和购买**，特别是在广告场景，能够更好地承接从广告带来的流量，**提高整体的广告ROI**，首页建议如下：

- 店铺头像及小程序头像建议采用**清晰度高的、能够传递店铺特色**
- 首页长度建议在3-5屏；
- 首页元素包含**店铺海报、主打活动[大额券、秒杀等]、主推款商品[1-3款]**、其他商品列表；
- 首页案例：



美观大方，有格调，符合行业特点



首页重点突出，结构鲜明。



二、商品建议：商品陈列

- 当店内商品数量较多时，建议使用**分类模板**来排列店内商品，使店内排列更整洁。
- 对于SKU较多的店铺〔常见于服饰日用百货类、美妆护肤类客户〕，可以设置**商品组合套装**打包售卖，主要可以提高客单价，提供更大的广告出价空间



商品数量多且杂，
无法快速找到想
要的商品

✗ BAD CASE ✗



店铺内商品陈列整齐，
方便消费者选择

☑ GOOD CASE ☑



以多瓶优惠
品打包售卖

商品组合套装

二、商品建议：商品定价

- 定价时建议结合优惠券、N元任选等营销玩法
- 小程序消费者目前对1折促销较为麻木，转化率较高的营销定价为5-7折，更符合常识



商品折扣定价不合理、缺乏营销活动搭配

✗ BAD CASE ✗



店铺首页优惠提醒



商品详情页标题提示



营销玩法详情页

搭配优惠券等营销玩法、商品折扣价格设置合理

☑ GOOD CASE ☑

二、商品建议：商品详情页

- 尽量生动形象，多用视频或Gif动图进行介绍

对于有商品介绍/使用视频的情况，建议增加**视频 [1个就够] + 图片**的介绍方式，有利于用户更全面地了解商品



✗ BAD CASE ✗



☑ GOOD CASE ☑

三、推广页优化建议：推广页模板选择

目前直购链路中，主要有**基础图文落地页模板**和**沉浸式视频落地页模板**（即点击进入落地页是个竖版视频）

落地页模板选择：

- 微信流量场景下，建议优先使用沉浸视频落地页模板，其次选择图文落地页；沉浸式视频落地页模板拥有**更丰富的转化相关功能，更好的转化效果**
- 非微信场景下，建议选择H5版本的基础图文落地页，更适用**微信外流量场景**
- 注：沉浸式视频落地页模板只支持生成小程序版本落地页，基础图文落地页模板可生成小程序版本与H5版本落地页



沉浸式视频落地页



落地页详情

视频模板示例
相较图文落地页有**12.6%的转化率提升**

三、推广页优化建议：转化组件使用建议

常用营销组件：跑马灯、精选评价、互动优惠券，**建议全部开启**



点击直达表单组件

跑马灯
预估转化可以**提升10%**



精选评价



互动优惠券

三、推广页优化建议：服务标识使用建议

常用服务标识组件均对标友商，可帮助提高用户信任，提高转化率。**建议全部开启**



腾讯广告



营销学堂



服务保障

品牌 【强根防脱】BodyAid生姜防脱洗发水，养发！强根！4瓶超 品质优选

绿色营销icon



品牌icon



保障icon

VS



服务说明

- 24小时发货
若未在24小时内发货，消费者将会收到至少3元无门槛代金券
- 退货包运费
订单发货后90天内如果申请退货退款或换货，拼多多将补贴退货运费
- 全场包邮
所有商品包邮
- 7天无理由退货
满足相应条件时，消费者可申请“7天无理由退货”
- 极速退款
拼单成功6小时内，待发货状态下，提交退款申请将立即退款



1人在拼单，可直接参与



还差1人拼成
剩余23:57:59.0

去拼单



正品发票 · 全国联保 · 退货包运费 · 闪电退货

品质险由中国人保财险承保

「炸锅好评榜」第9名

商品评价(3万)

查看全部

某友商页面

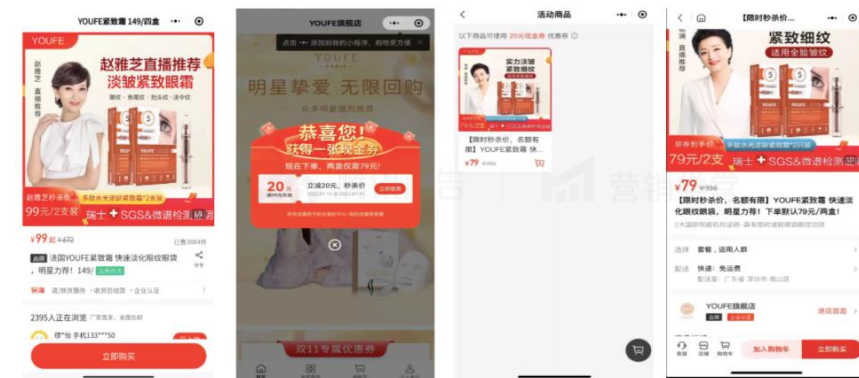
三、推广页优化建议：营销功能使用建议

以下功能已经经过客户验证，能够提高整体店铺GMV，对提高整体ROI有明显效果，建议全部开启

1、推广页退出返回店铺页

- 说明：用户点击进入推广页浏览后退出时不直接关闭，而是**返回小程序店铺首页**；
- 利益点：将退出用户引流至店铺首页，有机会促使用户购买其他商品

[目前使用需要开白，未来将全量开放]



2、推广页领券授权客资

- 说明：针对进入推广页的消费者，在领券环节可**增设授权客资** [主要为手机号]；
- 利益点：一般来说，领券用户不一定会购买，在领券时引导用户授权手机号可用于后续添加用户手机号，通过私域运营引导转化



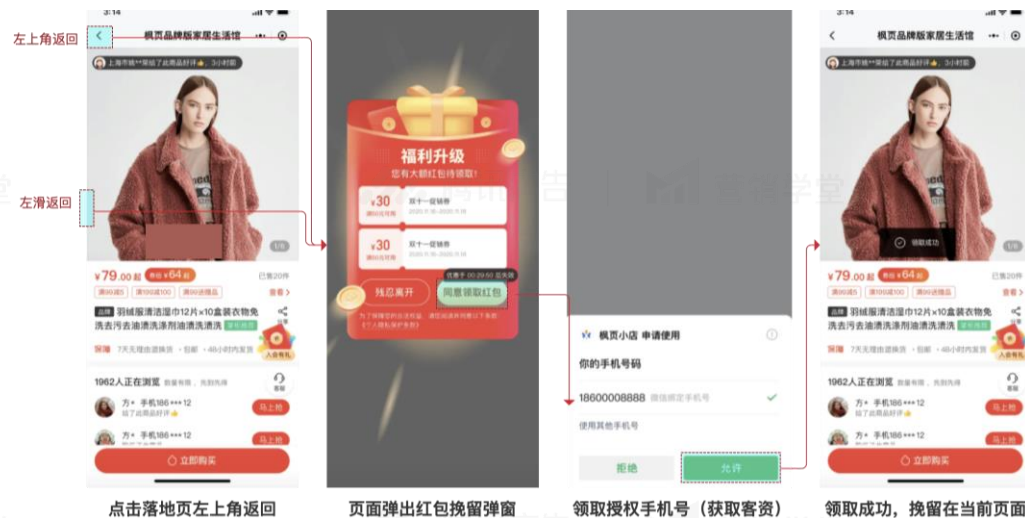
三、推广页优化建议：营销功能使用建议

以下功能已经经过客户验证，能够提高整体店铺GMV，对提高整体ROI有明显效果，建议全部开启

3、定向弹窗

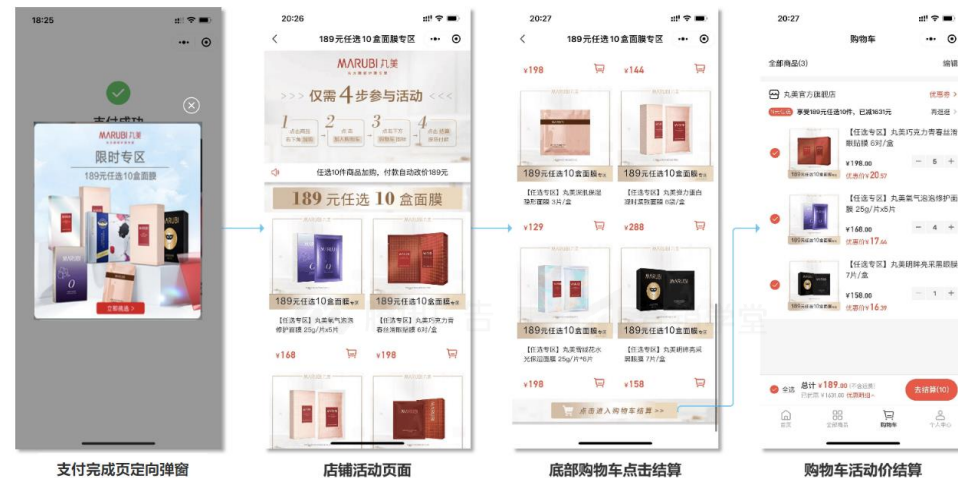
场景一：推广页退出弹出挽留弹窗

- 说明：用户点击进入推广页浏览后退出时弹出挽留弹窗（仅文字或者优惠券刺激挽留）；
- 利益点：针对退出推广页当下触发弹窗提示优惠，能够有效挽回部分即将流失客户成交



场景二：支付后弹窗（加粉/其他商品）

- 说明：主要是通过弹窗方式承载，并引导用户点击大成功营销目的，广泛用于店铺首页、营销活动页、支付完成页；
- 利益点：在用户支付后关联弹窗，可面向此高意向用户推荐更多商品/营销活动，促成更进一步的成交



三、推广页优化建议：营销功能使用建议



腾讯广告



营销学堂

以下功能已经经过客户验证，能够提高整体店铺GMV，对提高整体ROI有明显效果，建议全部开启

5、商品推荐/进入店铺

- 利益点：在推广页开启商品推荐&店铺入口，可以有效引流消费者购买其他商品〔当对当前页面商品不感兴趣时〕

6、ROI加强策略

- 说明：ROI加强策略适用于在小店〔含历史在枫页H5的订单〕投放有较高累积单量的阶段〔一般累计单量要有1w+〕；
- 利益点：ROI增强策略是基于电商用户LTV模型训练结果对核心人群智能调整出价，锁定高价值转化人群。根据A/B实验效果，**该策略平均提升ROI 5%~10%**



商品详情

腾讯广告

三、推广页优化建议：营销功能使用建议

枫叶小店还拥有其他**丰富的营销功能**，可以根据商家的需要自行使用。功能的简述与使用方法如下所示：

工具	功能简述	操作指引〔图文〕
优惠券	支持多种形式的优惠券：折扣、满减、运费、礼品券，适合日常活动	【枫叶小店】优惠券组件-使用手册
满减满折	满金额减或者打折，提高客单，促转化	【枫叶小店】满减满折券设置
满赠	支持设置满一定金额送赠品	枫叶小店满赠营销工具-操作手册
限时优惠	设置商品限时打折优惠，在一段时间内以设置的优惠折扣出售	【枫叶小店】落地页支持限时优惠活动
∏元任选	提供设置一定金额可指定购买参与活动商品∏件，在服饰美妆品类中比较常见，适合有较多单品的店铺，可以提高客单价，配合装修页设计同时可用于推广。	【枫叶小店】∏元任选设置
新人礼包	将多张优惠券打包成优惠礼包，当新客〔没有购买记录的用户〕进入店铺首页自动发放新人礼包，有效促进新客的成交转化	【枫叶小店】新人礼包&开屏礼包-使用手册
开屏礼包	将多张优惠券打包成优惠礼包，用户可以一次领取多张优惠券，当用户进入店铺首页时，自动弹出礼包提示用户领取，促进用户的成交转化	
换购	满足指定条件可加∏元换购指定商品	【枫叶小店】换购活动使用手册

店铺首页建议

- 店铺与小程序头像
- 页面长度
- 首页元素
- 首页案例

商品优化建议

- 商品陈列
- 商品定价
- 商品详情页

推广页优化建议

- 模板选择
- 转化组件
- 服务标识
- 营销功能

3

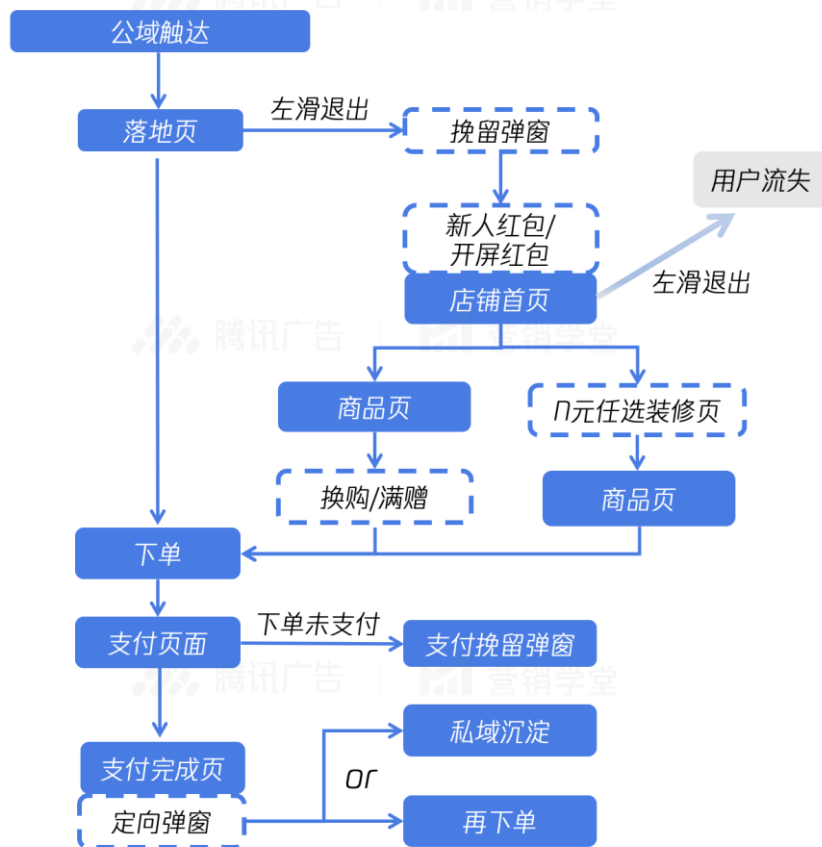
链路场景模拟

直购链路、加粉链路

一、直购链路场景模拟

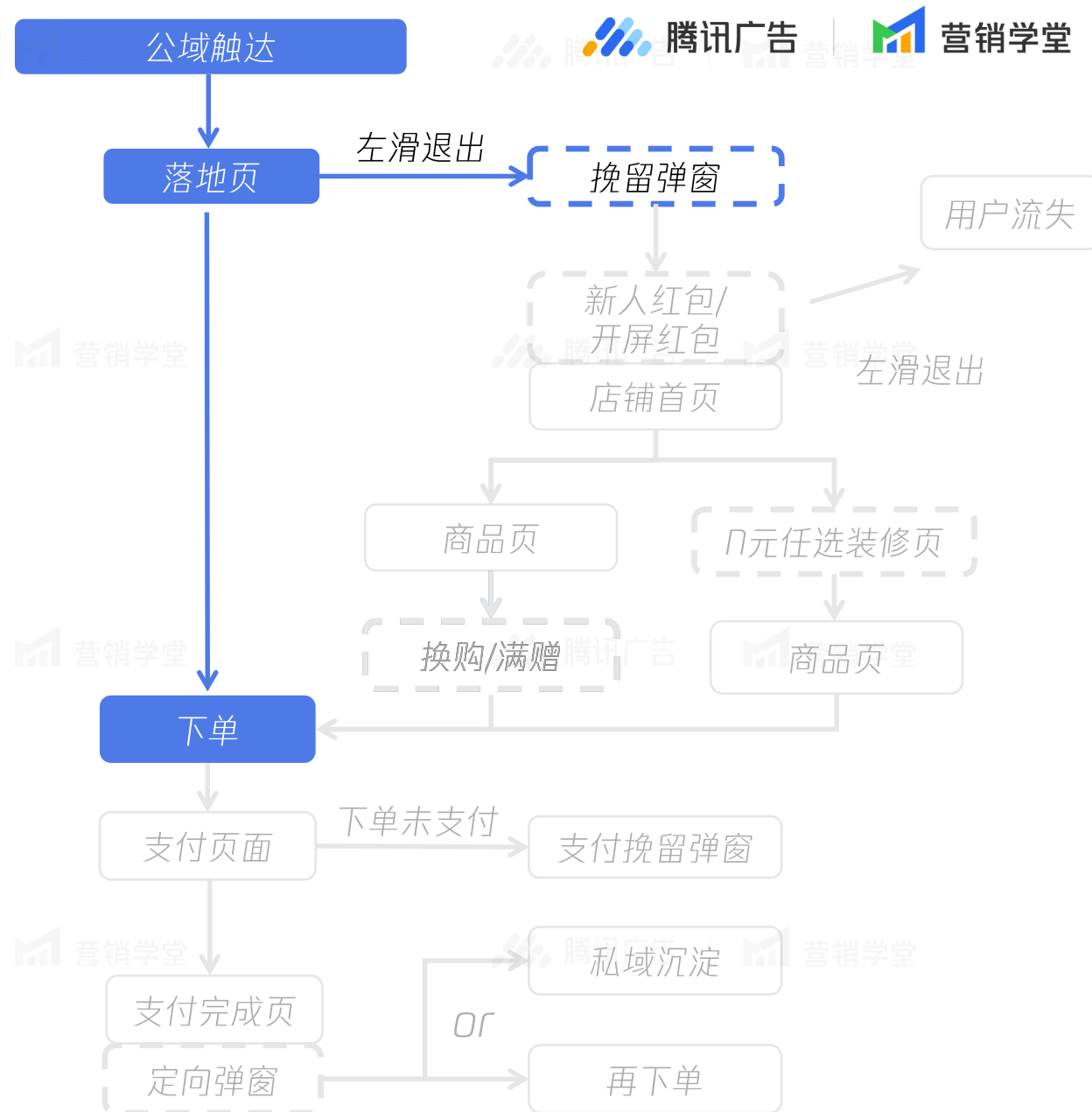
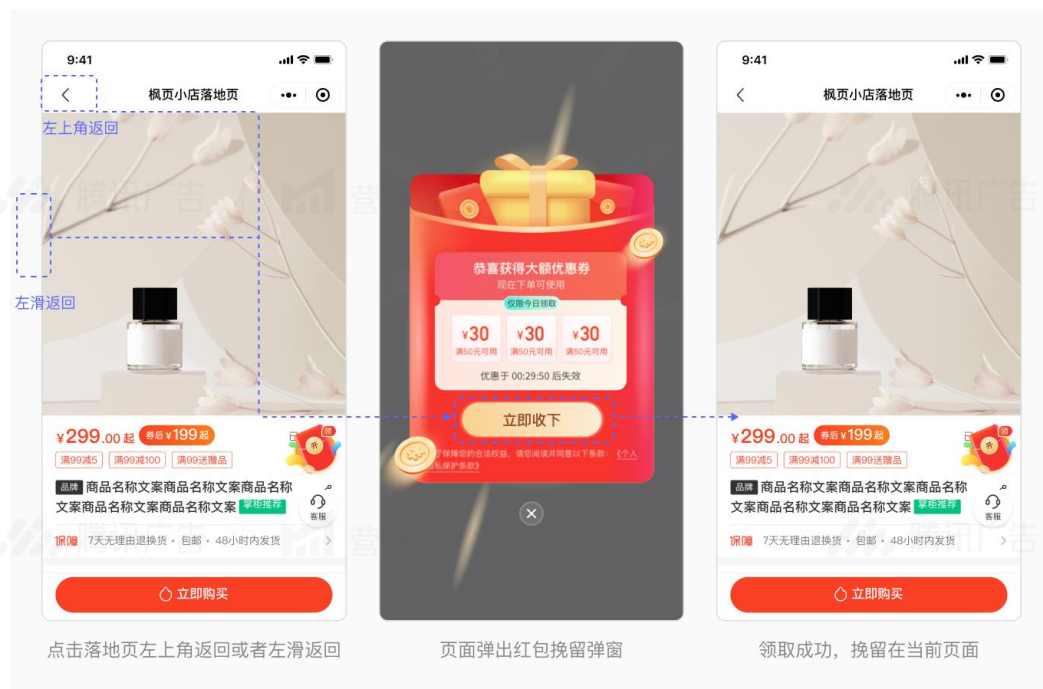
当广告主投放链路为直购链路，营销目标为提高商品销售额时，如何利用涌入店铺的流量来为整个店铺创造更多的销售额呢？下面将分步介绍可以用枫叶小店的哪些功能来提高店铺整体销售额。

用户经由直购链路的路径图大致如下：



一、直购链路场景模拟

- 功能名称：挽留弹窗
- 功能说明：在用户浏览落地页未下单，而退出页面时，可设置弹窗挽留用户；此外红包挽留弹窗还支持设置为领取授权客资，商家可用客资信息再营销。
- 操作路径：推广->创建页面->页面挽留弹窗组件
- 配置方法：详见[页面挽留弹窗组件方法](#)

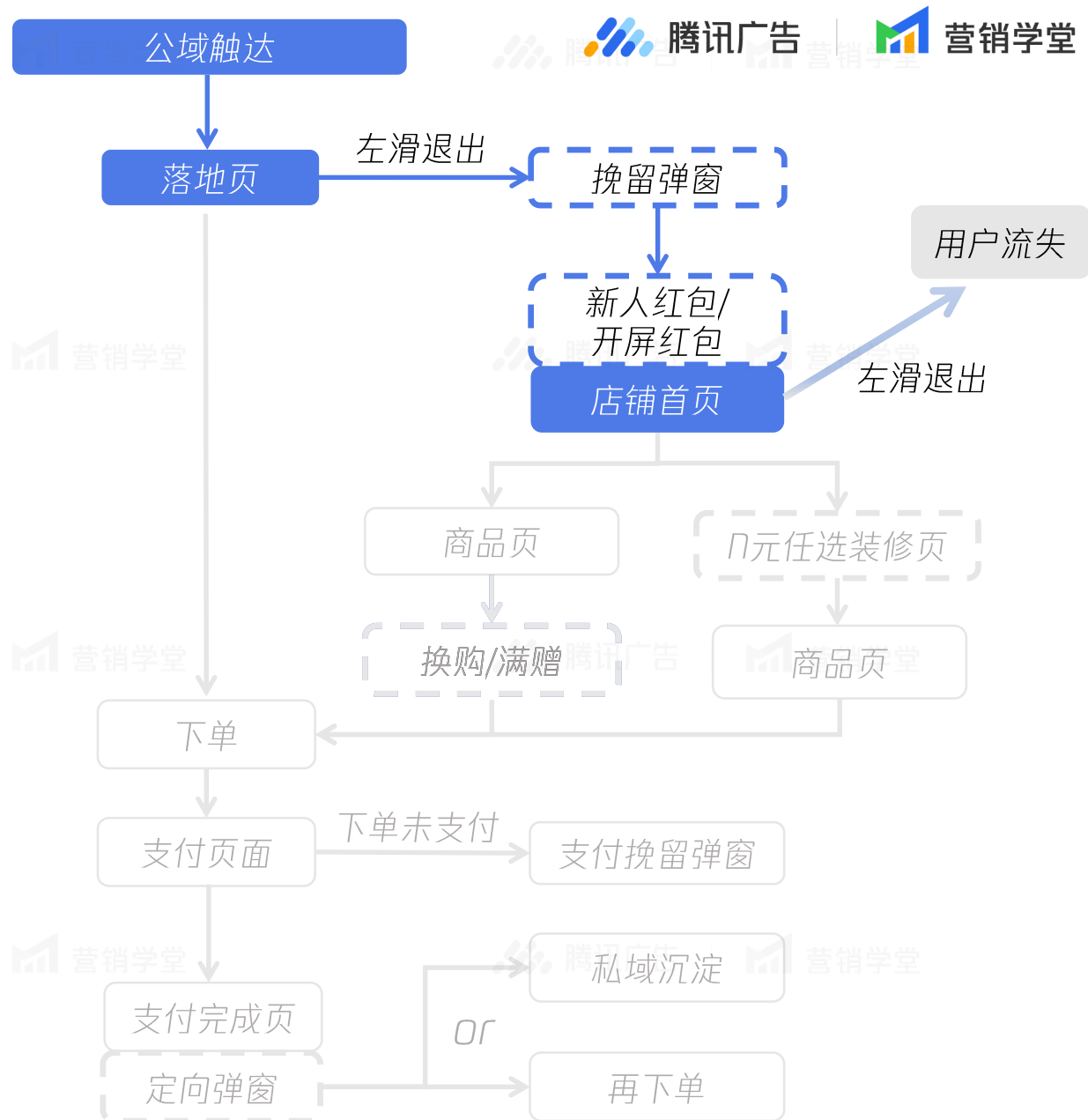


一、直购链路场景模拟

- 功能名称：新人红包/开屏红包
- 功能说明：当新客〔没有购买记录的用户〕进入店铺首页自动发放新人礼包，有效促进新客的成交转化。
- 操作路径：营销->新人礼包->新建活动
- 配置方法：详见[新人礼包&开屏礼包-使用手册](#)

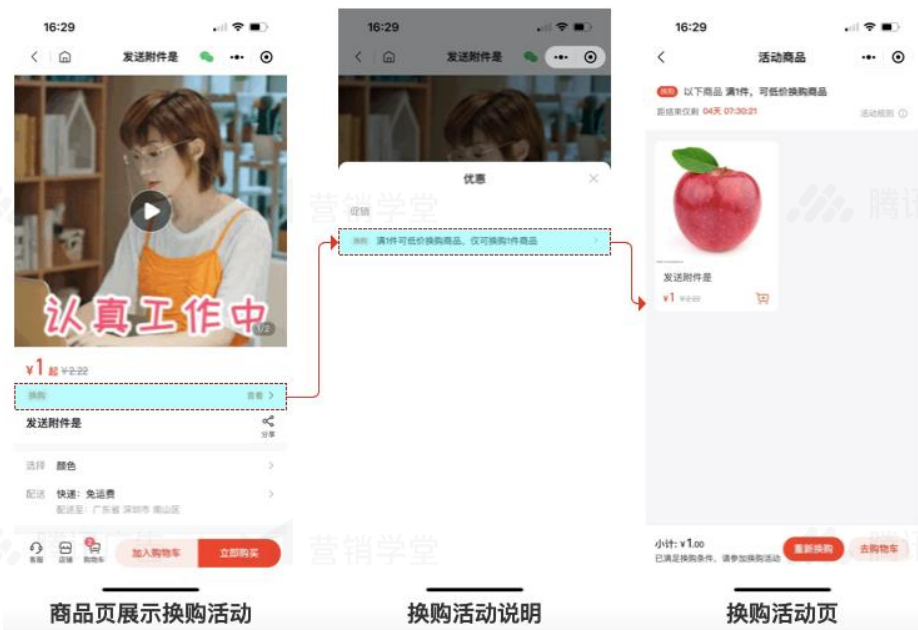


店铺首页

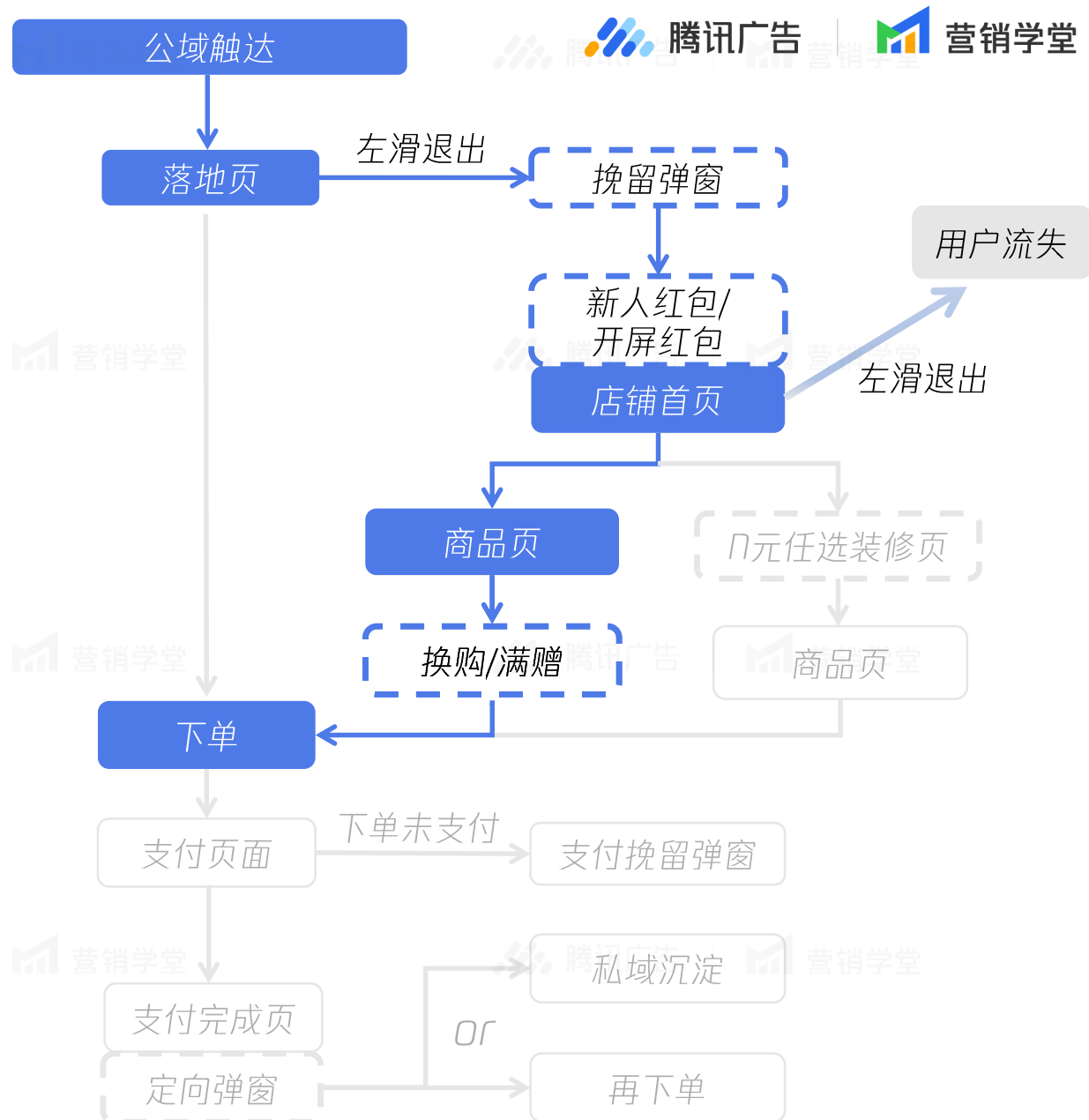


一、直购链路场景模拟

- 功能名称：换购
- 功能说明：即订单满足一定的商品数量或一定的金额，可以优惠价换购指定商品；帮助商家清理库存，提升销量，同时带来客单价的提升。
- 操作路径：枫页小店后台->营销->换购
- 配置方法：详见[【枫页小店】换购活动使用手册](#)



商品页浏览换购活动



一、直购链路场景模拟

- 功能名称：满赠
- 操作路径：枫页小店后台->营销->满赠
- 配置方法：详见[枫页小店满赠营销工具-操作手册](#)



商品详情页

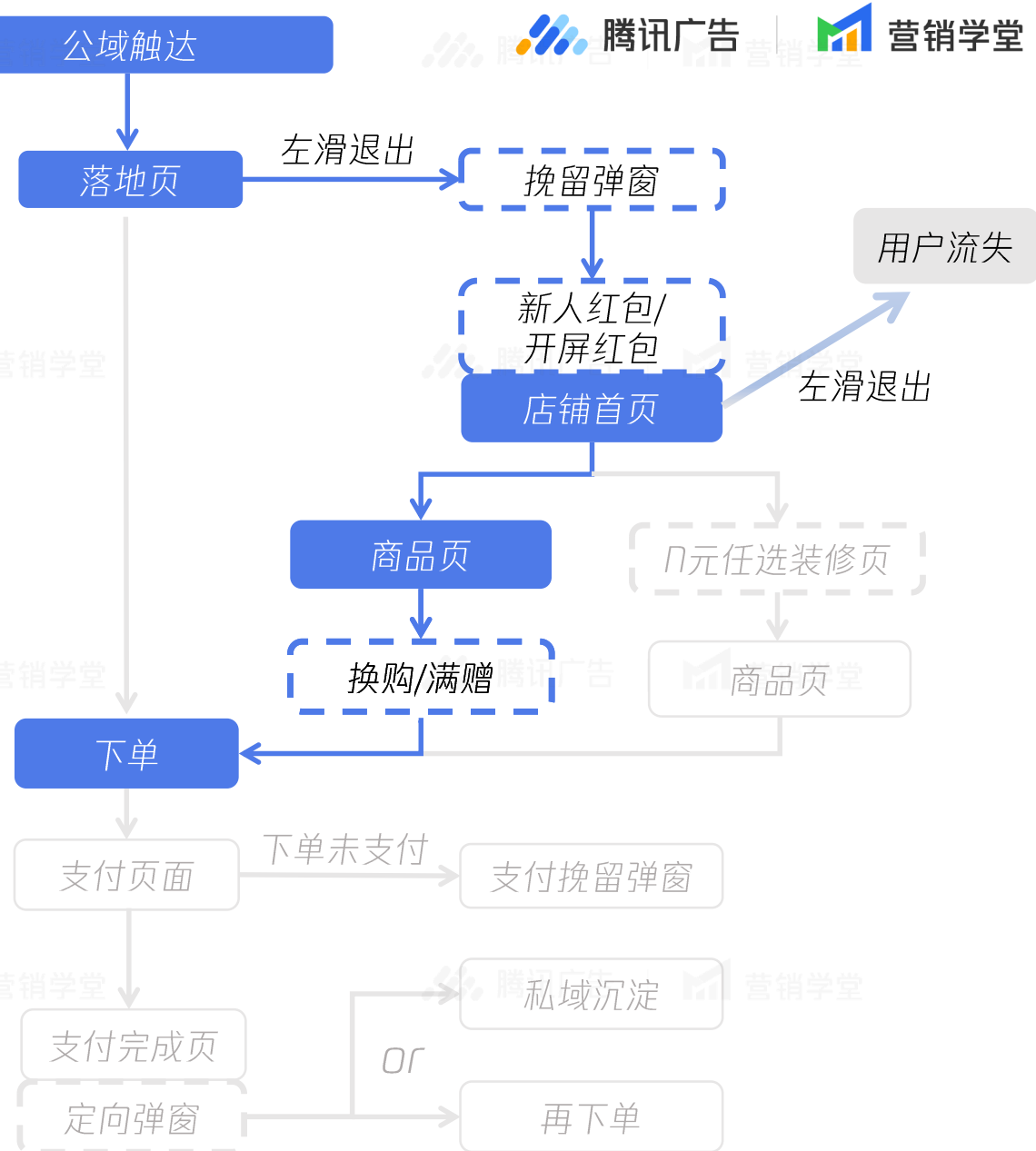


订单结算页



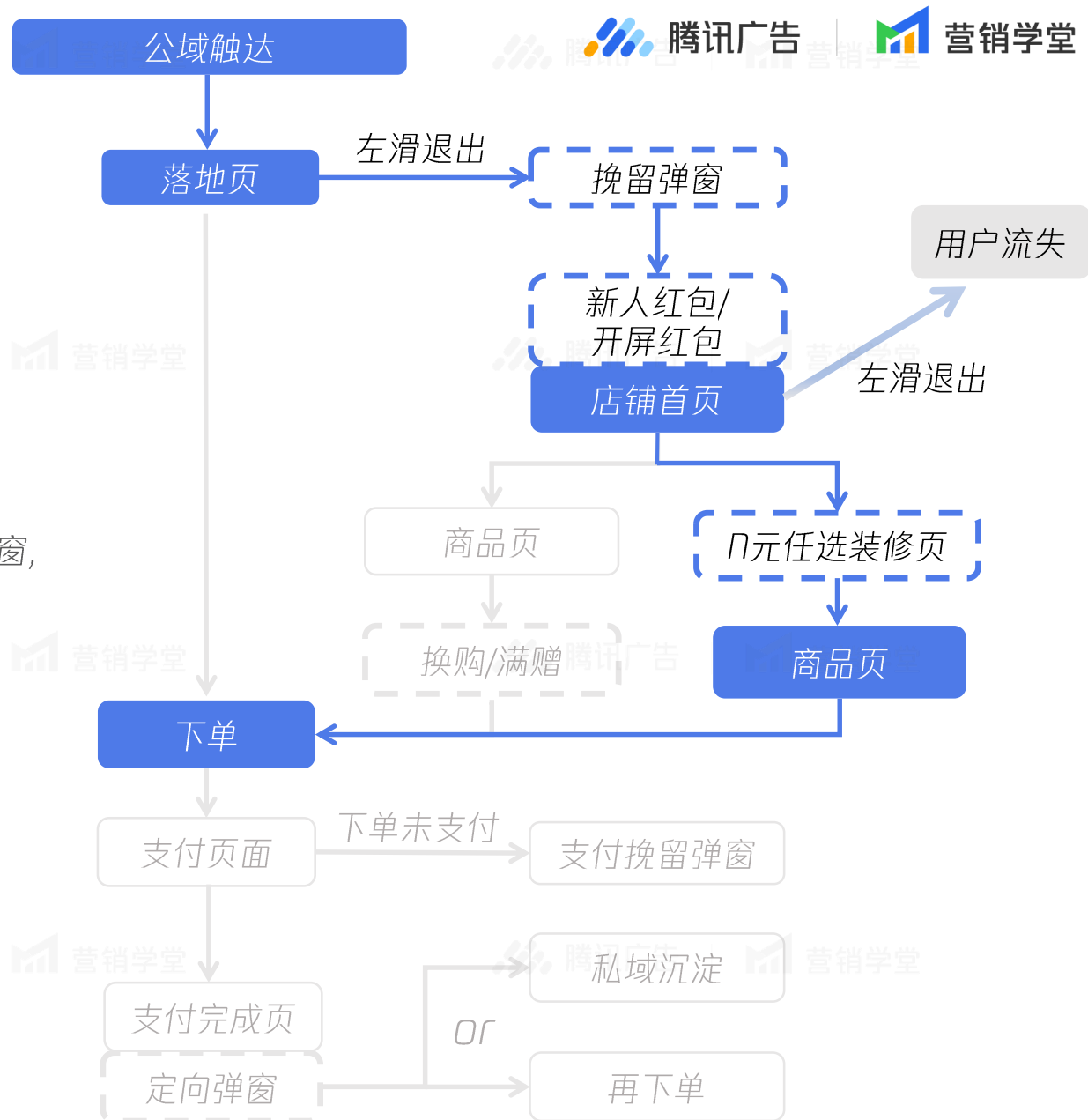
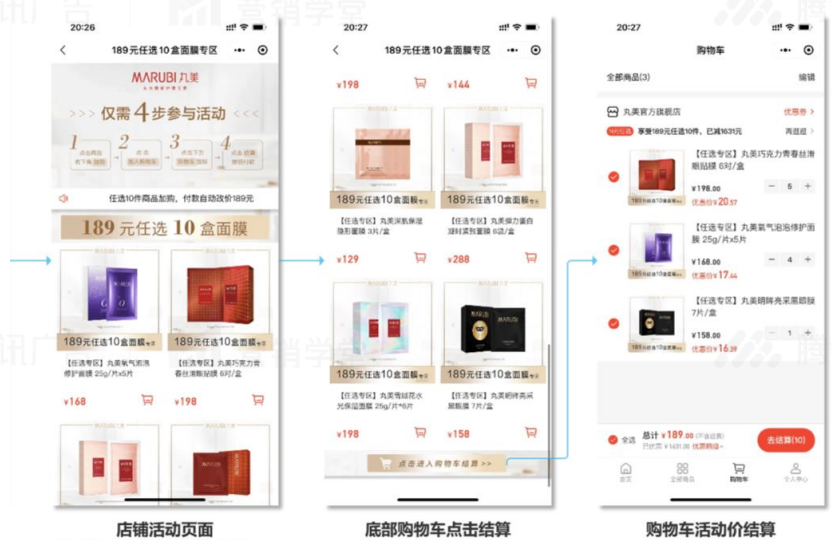
订单详情页

商品页满赠活动



一、直购链路场景模拟

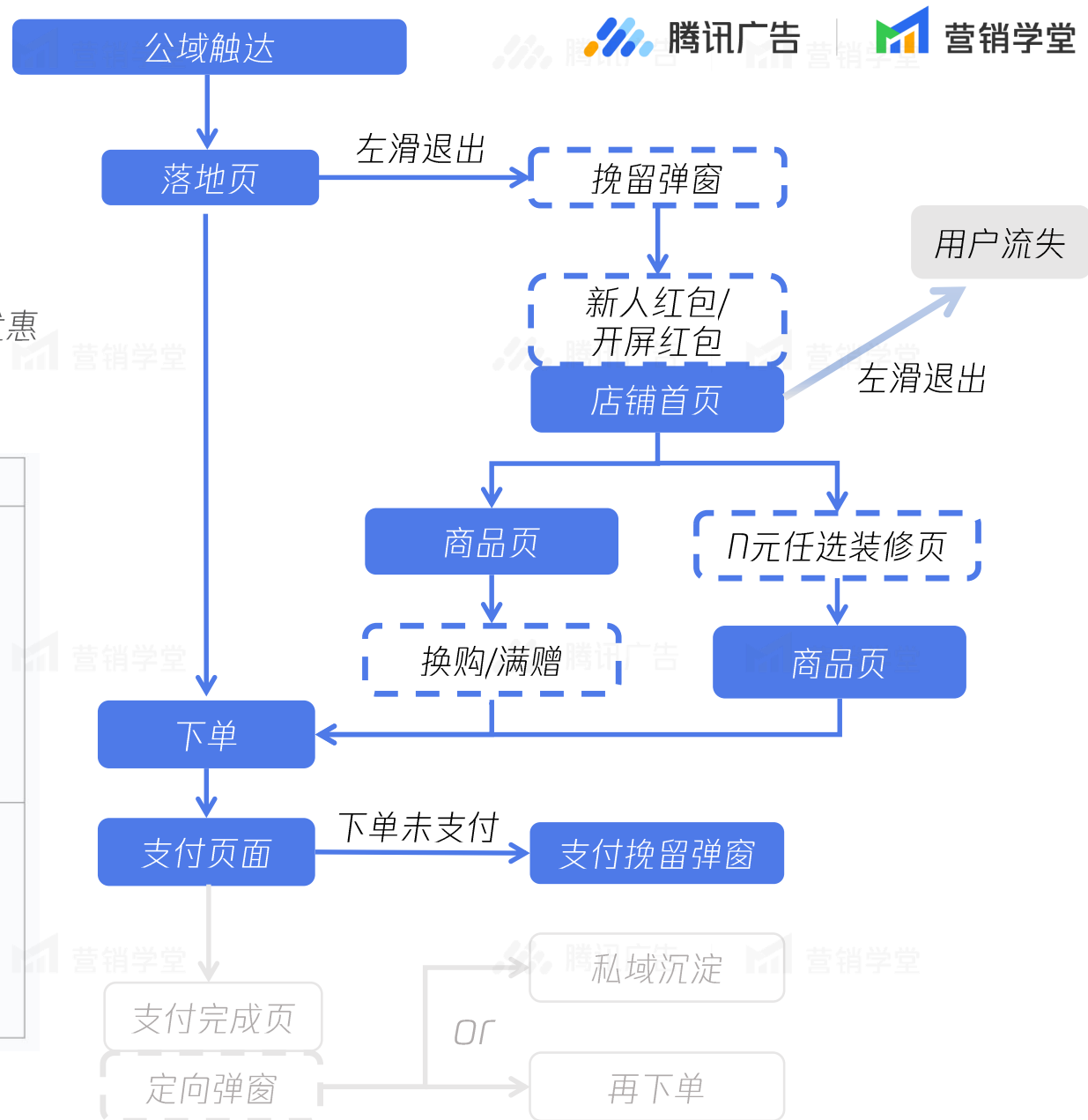
- 功能名称：N元任选
- 操作路径：枫页小店后台->营销->N元任选
- 配置方法：
 - 创建N元任选专题页，设置方法：[店铺页面装修指引手册](#)
 - 新建N元活动，并完成配置。详见：[N元任选设置](#)
- 运营建议：
 - N元任选活动可以独立推广
 - 也可以与定向弹窗功能结合在首页、订单支付页面向用户弹窗，
 - 还可以嵌入在首页，作为专题活动



一、直购链路场景模拟

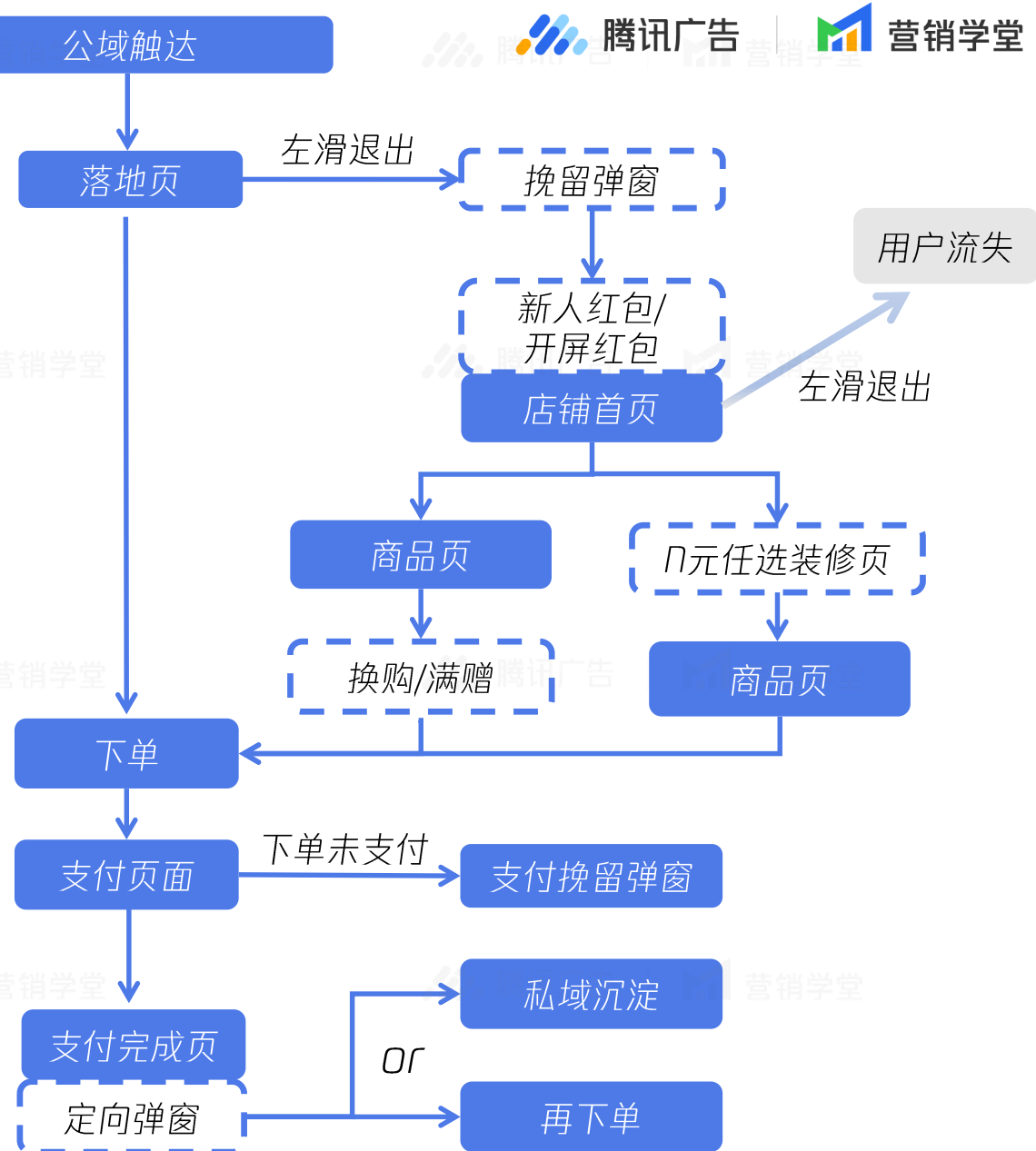
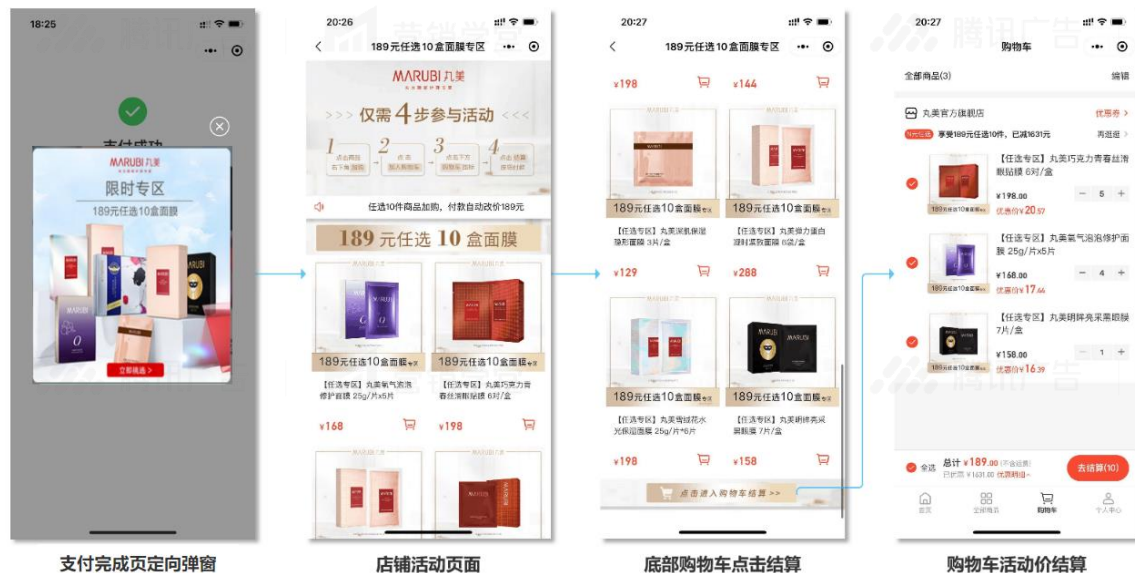
- 功能名称：支付挽留弹窗
- 操作路径：系统已默认配置，无需额外设置
- 功能说明：
 - 支持以下四种类型的自动弹出，弹窗信息展示优先级：限时优惠>优惠券>好评>销量>固定文案

弹窗信息	弹窗样式	弹窗信息	弹窗样式
限时优惠		优惠券	
好评		销量	



一、直购链路场景模拟

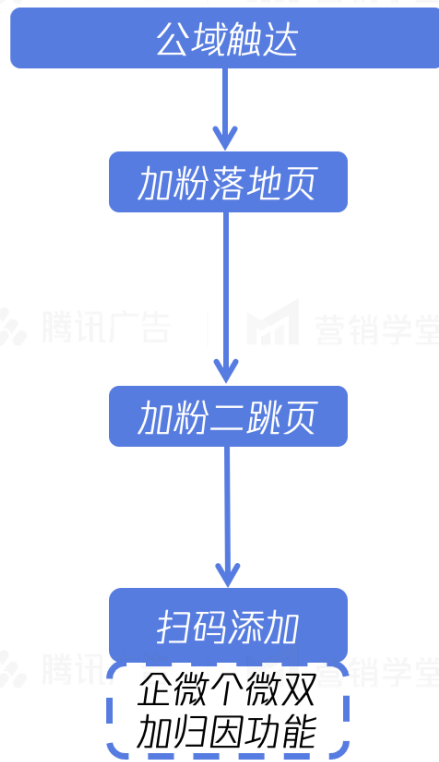
- 功能名称：定向弹窗
- 功能说明：使用此功能可以在多场景弹窗引导复购/二次购买，可以有效提高店铺整体GMV
 - 弹窗位置：首页&下单成功页、装修页
 - 弹窗内容：图片、跳转链接、装修页等等
 - 弹窗类型：支持通用弹窗和精准弹窗两种
- 操作路径：枫页小店后台->营销-定向弹窗-小程序
- 配置方法：如右图，详见【[枫页小店](#)】定向弹窗-操作手册



二、加粉链路场景模拟

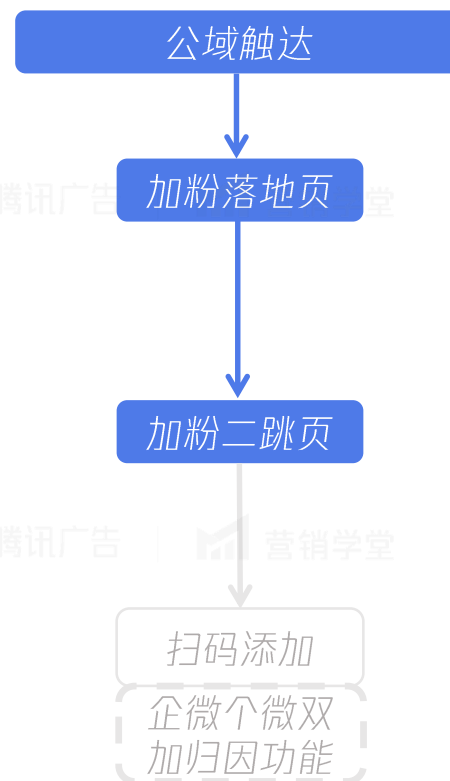
当广告主投放链路为加粉链路时，下面将分步介绍可以用枫页小店的哪些功能来提高加粉效率。

用户经由加粉链路的路径图大致如下：



二、加粉链路场景模拟

- 功能名称：加粉落地页
- 功能说明：为提升客户的加粉广告制作效率、优化加粉广告效果，枫页团队为加粉客户提供了全链路的加粉解决方案，支持全流量加粉广告投放〔一跳加粉页，二跳小程序活码加粉页识别二维码〕，实现个微涨粉目标。
- 运营建议：
 - 投放微信流量建议一跳投放小程序落地页，投放非微信流量建议一跳投放H5落地页。
 - 加粉推广页为一跳页面，由于审核侧规则限制，此页面请不要出现“添加微信”等引导加粉的字眼，否则会被审核驳回
- 配置方法：详见[【枫页小店】加粉投放操作指引](#)



二、加粉链路场景模拟

- 功能名称：企微个微双加归因功能
- 功能说明：通过企微互联互通的能力，当用户添加个人微信导购时，客户导购人员通过手机操作，可以分别在企微、个微端通过两次用户好友申请。从C端用户视角看，加粉链路不变〔扫描一次二维码〕，但一次性添加了两个相同身份的导购人员〔企微、个微各1个〕。
- 需要广告主准备的信息为：
 - 开通企业微信
 - 开通与企业微信主体一致的公众号：微信公众平台
 - 具备AMS广告账户〔如历史已有账户无需新增，且主体可以与企微/公众号主体不一致〕
- 配置方法：详见【[枫页小店](#)】[个微x企微双加归因工具](#)

C端加粉用户添加个微操作流程

① 朋友圈/公众号外层广告素材



② 一跳：枫页加粉页



③ 二跳：枫页活码加粉页



④ 添加导购个人微信



⑤ 通过后会上加个微和企微两个好友



公域触达

加粉落地页

加粉二跳页

扫码添加

企微个微双
加归因功能

4

优质店铺案例

以某日用百货类与护肤美妆类店铺为例

案例一：日用百货类

该店铺本期DSR评分**高于平均值**。主要经营**紫砂壶产品**：

①店铺：

- 首页装修风格**简朴**，符合购买人群审美
- 头像设计**有特点**，令人印象深刻

②推广页：

- 整体设计风格：**简洁好看**，符合购买人群审美
- 营销组件：开启了跑马灯、商品推荐、**互动式优惠券**等营销组件，提高了页面转化率
- 服务标识**完整**：绿色营销icon与企业认证提高了消费者信任度



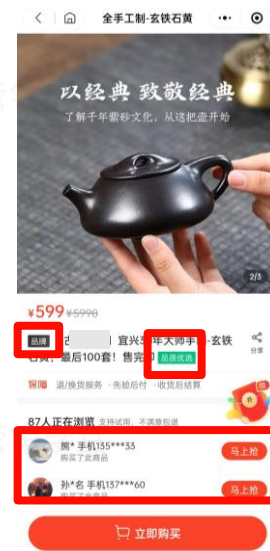
店铺首页



商品推荐/营销标识



互动式优惠券



跑马灯/服务标识



推广页



推广页

案例二：护肤美妆类

该店铺本期DSR评分高于平均值。主要经营美妆产品：

①店铺：

- 店铺首页活动显眼，吸引人，有利于提高用户的转化效率
- 商品分类清晰，利用了**二级分类**进行分组，提高了展示效率
- 主要使用了**N元任选**等营销功能，符合美妆品类特点，有利于提升客单价与转化率

②商品详情页

- 商品标题、icon处处提示“**N元任选**”活动，利于提高用户的客单价；
- 整体商品详情页**设计感十足**，符合售卖品类调性；
- 商品详情页除了展示产品效果，还展示了**检验报告、备案证明**等信息，提高了展示内容的说服力

③推广页

- 使用了**服务保障标识**，利于增强用户信任度，提高转化可能；
- 开启**挽留弹窗功能**，有利于提高转化，减少用户的流失



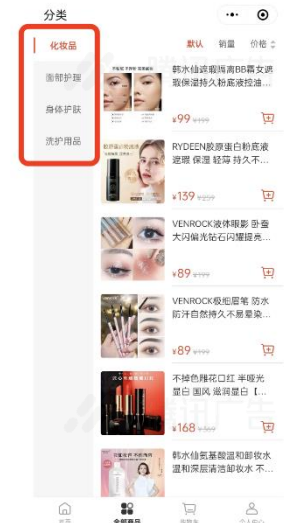
推广页



推广页挽留弹窗



店铺首页



商品分类



商品详情页

1 店铺入驻经验

注册店铺、认证店铺、创建&绑定小程序、创建&绑定商户号、发布小程序

2 店铺优化建议

店铺首页设计、商品优化建议、推广页优化

3 链路场景模拟

直购链路、加粉链路

4 优质店铺案例

小结

店铺使用情况checklist: 对照自查下每一类的功能使用情况，最好每一类别都选择几个功能开启

类别	名称	类别	名称
落地页模板	图文落地页模板	营销工具-组件类	抢购跑马灯
	沉浸式视频落地页模板		支付成功页定向弹窗
营销工具-促销活动	促销活动-限时购		精选评价
	促销活动-满赠	服务标识	服务保障
	促销活动- π 元任选		保障icon
	促销活动-换购		营销标签-绿色icon
营销工具-商品券	商品券-优惠券		品牌icon
	商品券-满减/满折	后台功能	ROI增强策略
	商品券-新人礼包		推广页退出弹出挽留弹窗
	商品券-开屏礼包		推广页领券授权客资
	商品券-免邮		商品推荐/进入店铺

在线答疑渠道

腾讯广告

营销学堂

腾讯广告

营销学堂

枫页小店产品答疑群——服务商2群

枫页小店产品答疑群——服务商3群



该二维码6月14日前有效



该二维码6月14日前有效

腾讯广告



欢迎加入~ 加入任何一个答疑群**均可**，群内名额有限，请不要重复加群哦~

营销学堂

THANKS



关注“腾讯营销学堂”获取更多学习资源