

# 营销通 - 微信组件

---

商业产品部  
2021年10月28日



# 微信营销的特点及适配的客户

- 三个关键节点：
- 1、通过广告投放促成用户**添加客服微信**，
  - 2、以微信作为**沟通说服的通路**；
  - 3、促成**用户购买相应的产品或者服务**；

## 微信转化用户行为特点

### 用户 转化中

- 主动添加，意向明确，转化更好；
- 社恐首选；

### 线索 跟进中

- 不打扰，无反感；
- 信息传递更准确；
- 随时更改沟通策略，持续种草；

### 用户 转化后

- 私域流量；
- 持续营销与转化，引导复购；

## 适配的行业（客户营销场景）

- 用户购买商品，如**化妆品、个人用品**等行业；
- 用户购买服务，如**生活服务、商务服务、教育、旅游**等行业；
- 用户的长期沟通才能形成最终转化，如**房产家居、招商加盟、B2B**等；
- 公众号加粉，并通过其他方式变现，如**小说**等；



# 营销通 - 微信组件四大亮点



## 样式丰富

多种组件样式，支持自定义配置



## 场景覆盖全

支持个人号/企业微信号/公众号/跳转微信小程序



## 支持多转化目标

复制（微信号），调起（微信app），微信加粉成功



## 设置便捷

只需三步，快速搭建微信增粉投放方案

## 样式丰富 – 适配不同的页面结构

- ✓ 底部悬浮，页面滑动时固定在底部暂时，方便用户随时转化；
- ✓ 侧边中部悬浮，固定出现在页面右侧，方便用户随时转化；

### 底部悬浮



### 侧边中部悬浮



固定位置，适合全页面添加同一个微信方案

- ✓ 基本样式，设置在页面中，跟随用户浏览路径，逐步引导转化；

### 基本样式



随页面内容移动，可结合业务特点设置不同的微信方案

## 【9月2日】全流量上线

测试引导微信，通过设置问题项，引导用户填写，增强用户参与感；通过测试结果激发用户获取更多信息的行动力，促进后端加粉效果；

### 测试引导微信

通过分步骤的测试题引导加粉转化



# 场景覆盖全 - 支持个人号、企业微信号、微信公众号

## 复制微信号加粉

- ✓ 点击微信组件自动复制微信号，或者点击微信组件出弹窗，提示在弹窗中复制微信号；
- ✓ 复制成功后出弹窗提示复制成功，点击按钮调起微信首页；
- ✓ 用户点击右上角添加朋友，粘贴复制的微信号添加个人号/企业微信号/微信公众号；

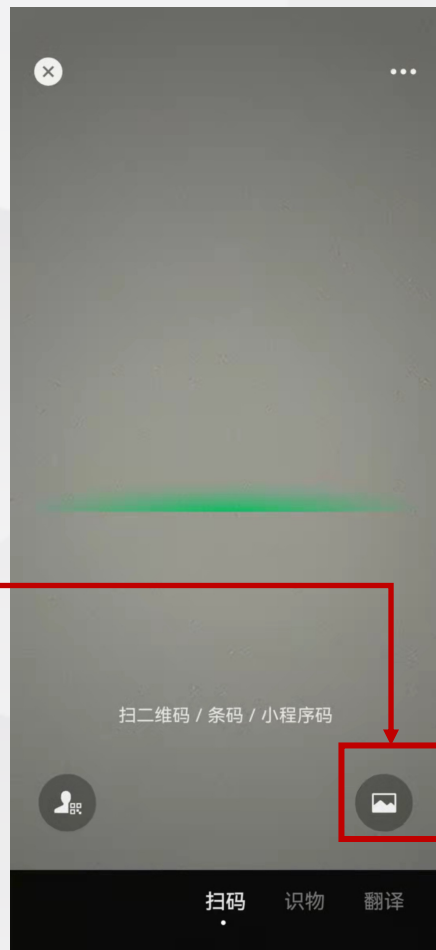


# 场景覆盖全 – 微信方案展现形式新增二维码方案，9月17日全量上线

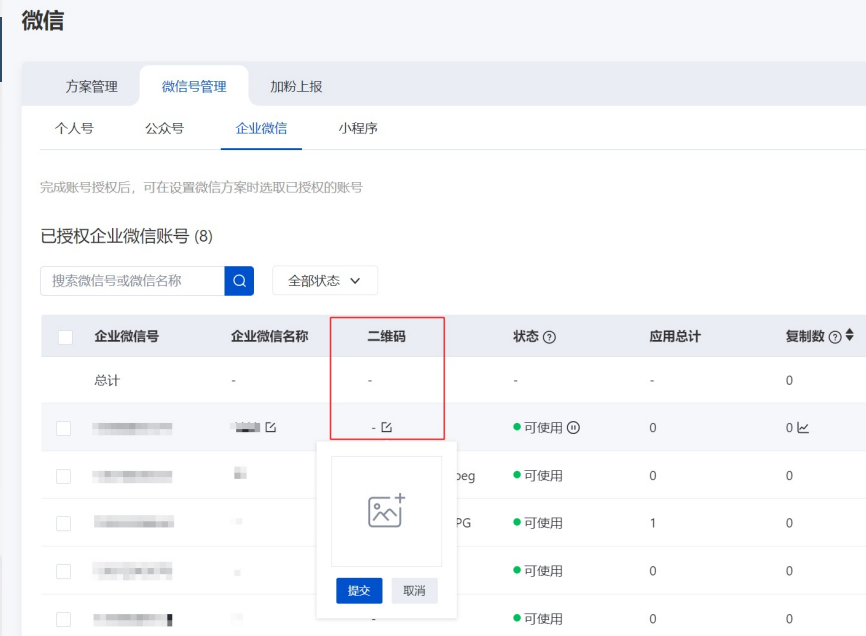
可以在微信弹窗内展现二维码（**支持个人号、公众号和企业微信号，仅支持微信官方二维码，不支持经过二次封装的第三方二维码**）。用户可以通过按钮、长按、截图等方式保存二维码图片，自行在微信中扫码添加微信。

用户交互 ↓

↓ 账户配置



- 1、微信号管理中，可以对个人号、公众号、企业微信号，增加二维码；新增微信号授权时也可以批量上传二维码；



- 2、新建微信方案时，在展现设置选择“二维码”（只有所有微信号都有二维码时，才可以选择二维码方案）；

## 展现设置

随机分配 ☒ 已开启，将随机选中任一微信号进行展示

- 展现形式
- ☐ 微信号 弹窗内展现微信号，用户可通过复制微信号的方式添加微信
  - ☒ 二维码 弹窗内展现微信二维码，用户可通过保存图片扫码的方式添加微信



# 场景覆盖全 - 支持跳转微信小程序，降低用户操作门槛，提升加粉率

- ✓ 网民在基本鱼页面点击微信组件后，自动跳转微信小程序页面，通过小程序内的配置引导用户后续操作；
- ✓ 对于有微信小程序的客户，可以在营销通微信组件内进行配置；
- ✓ 对于没有研发资源，无独立小程序的客户，营销通提供默认小程序供客户使用（11月3号小流量上线，详情可咨询接口人）

客户自有微信小程序，可以自定义用户跳转微信后的小程序页面，  
在小程序内引导用户后续行为，如加粉、购买等

客户无独立小程序的，营销通默认微信小程序，  
仅供加粉客户使用，预计11月3号小流量上线

微信

方案管理 微信号管理 小程序

个人号 公众号 企业微信 小程序

完成账号授权后，可在设置微信方案时选取已授权的账号

已授权小程序 (55)

搜索微信号或微信名称

全部状态

| id | 小程序名称 | 小程序原始ID | 加密验盐salt |
|----|-------|---------|----------|
| -  | -     | -       | -        |

推荐设置

新增小程序授权

“全场景唤起”授权小程序可在所有浏览器内唤起微信小程序，如您不方便填写小程序密钥，可选择“百度APP内唤起”授权小程序，仅支持百度APP内唤起微信小程序

☒ 全场景唤起 ☐ 百度APP内唤起

请务必提前阅读说明文档

\* 小程序名称  0/40

\* 小程序原始ID

path地址

加密验盐salt  0/20

\* 获取accessToken地址  [测试接口](#)

交互设置

跳转设置

☐ 微信首页 大多数主流浏览器支持，唤起微信首页

☒ 微信小程序 唤起微信后将直接进入微信小程序配置的path内

\* 小程序类型 ☒ 营销通默认小程序 ☐ 广告主自建小程序 [新增账号授权](#)

复制类型 ☒ 自动复制 点击微信组件即可复制微信号 ☐ 手动复制 点击微信组件打开弹窗，弹窗内可复制微信号

展现设置

营销通默认小程序

所选微信账号需提供二维码方可使用营销通默认小程序，请上传账号对应的二维码并等待审核通过

15117983952、dcs、gh、jjceshi1、sdcd

[去上传](#) [取消](#)

# 案例 - 全场景调起微信小程序，加粉转化率提升50%

描述瘦身场景，增强用户代入感；

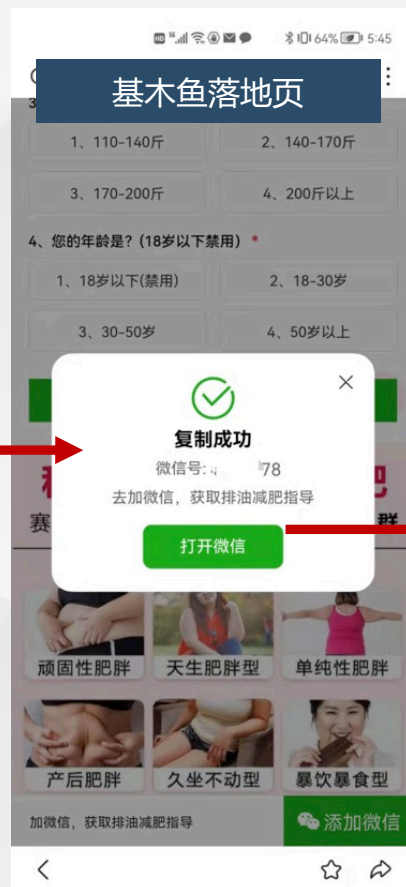
阐述减肥原理，使用gif图动态演示增强说服力；

表单引导微信，增强页面互动性，提升线索有效率；

置底转化组件，方便随时转化；



## 更顺畅的加粉路径 + 小程序内持续的营销影响



### 用户加粉流程升级：

点击“打开微信”按钮后，自动调起微信app且跳转到小程序页面，在小程序内通过“**推送二维码名片-长按识别**”的形式进行加粉，降低用户操作门槛，提升微信加粉效率；

### 客户测试说明：

客户业务为减肥药，投放基本鱼落地页后，线索收集方式转为以微信为主。从3月份起不断测试微信组件新功能，从6月开始测试全场景调起微信小程序。

**加粉转化率提升了50%，加粉成本下降15%；**

（注：基线为复制微信号-调起微信app-粘贴微信号；加粉转化率=成功加粉量/调起按钮点击量）；

### 客户证言：

**百度渠道微信加粉模式，ROI全网最佳！**

### 客户行动：

搜索全账户切换“调起微信小程序”，信息流账户切换中；



# 场景覆盖全 – 微信公众号加粉，关注直达，全量上线

## 1、微信号管理中，添加“公众号”授权；

↓ 账户配置

用户交互↓

方案管理
微信号管理
加粉上报

个人号
**公众号**
企业微信
小程序

完成账号授权后，可在设置微信方案时选取已授权的账号

已授权公众号 (238)

| <input type="checkbox"/> | 公众号 | 公众号名称 | 公众号链接 ①           | 状态 ①  | 应用总计 | 操作          |
|--------------------------|-----|-------|-------------------|-------|------|-------------|
|                          | 总计  | -     | 若未填写公众号链接，关注直达不生效 |       | -    | -           |
| <input type="checkbox"/> | eee | -     | -                 | ✔ 可使用 | 0    | 去应用 删除 取消备用 |

## 2、微信方案中，交互设置 - 跳转设置选择“关注直达”，免复制，交互更流畅

### 交互设置

- 跳转设置
- ☐ 微信首页 大多数主流浏览器支持，调起微信首页
  - ☒ 关注直达 ② 百度APP支持，调起微信后打开朋友圈分享，可直达公众号关注页面 [预览](#)
  - ☐ 微信小程序 百度APP支持，调起微信后将直接进入微信小程序配置的path内



弹窗引导，点击确定跳转微信

# 支持多转化目标 – 复制（微信号），调起（微信app），加粉，监控转化每一步

按微信转化深度，可以支持三种转化目标设置：

## 1 - 微信复制按钮点击

用户点击微信复制按钮的次数；  
转化接入方式：**基本鱼**

## 2 - 微信调起按钮点击

用户点击按钮后调起微信的次数；  
转化接入方式：**基本鱼(独有)**

## 3 - 微信加粉成功

用户点击广告后成功加粉的次数，信息流/搜索均已**小流量上线**（可联系ocpx接口人报名）；  
转化接入方式：**基本鱼**

oCPC客户推荐出价设置（浅层转化设置为“微信调起按钮点击”，优化深度转化设置为“微信加粉成功”）

转化目标及出价

\* 数据来源 ① 网页JS布码 线索API 咨询工具授权 **基本鱼** 应用API 应用SDK 电话数据授权 百度APP

\* 目标转化 ① 微信调起按钮点击 ×

\* 目标转化出价 元/转化

投放初期您将获得超成本赔付保障，请放心投放。建议您尽快完成数据核对，设置oCPC出价策略预算总额≥300元，并尽量减少出价、定向调整，以便享受赔付权益。详见oCPC赔付规则

\* 优化深度转化 不使用 优化转化行为

\* 深度转化 ① 微信加粉成功 × 查看支持的深度转化类型

推荐设置

注：需在营销通-微信组件**上报加粉数据**，作用于oCPC模型，优化加粉效果；

微信

帮助中心

方案管理 微信号管理 **加粉上报**

请24小时之内回传成功添加微信好友的记录，并确保添加记录来自于推广且申请添加好友的时间准确，否则会影响归因结果

添加加粉记录 ^

手动添加  
批量上传  
api导入

| 加粉ID | 上传时间             | 好友申请 | 状态     | 客服微信号 | 用户微信号 | 用户微信昵称 | 用户手机号 | 用户地区 |
|------|------------------|------|--------|-------|-------|--------|-------|------|
| ■■■  | 2021-08-21:15:23 | ■■■  | ■■■    | ■■■   | ■■■   | ■■■    | ■■■   | ■■■  |
| ■■■  | 2021-08-21:07:26 | ■■■  | 归因失败 ① | ■■■   | ■■■   | ■■■    | ■■■   | ■■■  |

编辑 删除

画重点！

# 设置便捷 - 只需三步，快速搭建微信增粉投放方案

## 一、营销通，创建微信方案

1. 微信号管理，添加个人微信、企业微信、微信公众号、小程序；
2. 方案管理，按业务诉求配置不同的微信营销方案；

The screenshot shows the 'WeChat' management interface. In the top navigation bar, 'WeChat ID Management' (微信号管理) is highlighted with a red circle and the number 1. Below it, the 'Scheme Management' (方案管理) tab is selected, and the 'Add New WeChat Scheme' (新建微信方案) button is highlighted with a red circle and the number 2. The interface also shows a list of authorized WeChat accounts and a table of existing marketing schemes.

## 二、基木鱼，引用微信方案

1. 基木鱼编辑器，搭建基础落地页内容；
2. 在界面选择微信组件，添加合适的样式；
3. 在右侧配置微信方案（勾选营销通中添加的微信方案）；
4. 自定义编辑组件颜色/字体等；

The screenshot shows the Jimu Yu editor interface. A red box highlights the 'WeChat' component in the left sidebar. Another red box highlights the 'WeChat' component in the main editing area, which is configured with a specific WeChat scheme. A third red box highlights the 'Text' configuration panel on the right, where the 'WeChat' scheme is selected from a dropdown menu.

## 三、广告投放平台，设置出价策略

1. 搜索-工具中心-oCPC-新建oCPC出价策略；
2. 信息流-单元层级-设置投放出价；
3. 在营销通-线索详单查看多维度投放数据，根据数据表现优化投放方案；

The screenshot shows the 'Conversion Goals and Bidding' settings page. The 'Data Source' (数据来源) is set to 'Jimu Yu' (基木鱼). The 'Target Conversion' (目标转化) is set to 'WeChat button click' (微信按钮点击). The 'Target Conversion Price' (目标转化出价) is set to '元/转化' (Yuan/Conversion). The 'Optimization Depth Conversion' (优化深度转化) is set to 'Optimize conversion behavior' (优化转化行为). The 'Depth Conversion' (深度转化) is set to 'WeChat add success' (微信加好友成功).

## 【不同场景下的微信玩法】

### 普通玩法

- ✓ 复制微信号-调起微信 app-粘贴微信号加粉；

方案特点：**适配性**

### 升级玩法

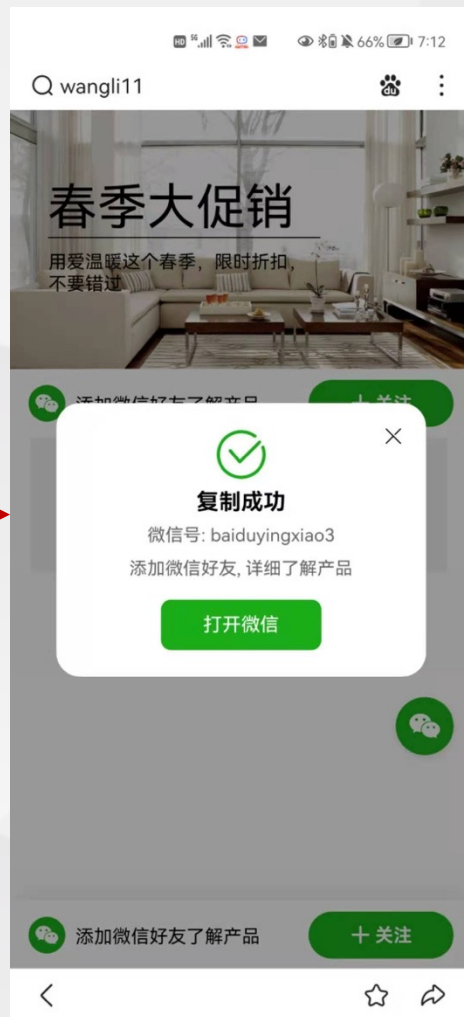
- ✓ 微信文本组件，更原生；
- ✓ 测试引导微信，更互动；
- ✓ 微信小程序加粉，更高效；

### 高级玩法

- ✓ 表单引导微信，深化更深一步；
- ✓ 对话微信，互动+原生；

方案特点：**增强页面互动性，网民代入感，促进加粉转化**

# 普通玩法 – 交互简单，通过跳转交互设置线索“量”与“质”



Tips：用交互跳转方案控制线索质量。**交互越简单，转化量越高；交互越繁琐，线索质量越高；**

**提升线索数量：**  
缩短转化路径，促成网民  
尽快转化

**自动复制+自动  
跳转——无点击  
弹窗，用户点击组  
件后直接调起**

**提升线索质量：**延长  
转化路径，过滤掉低意向  
网民

**手动复制/长按复制+  
手动跳转**



# 升级玩法 – 微信文本组件，将微信号加入到文章中，样式更原生

**微信文本样式玩法：**在文章中和底部悬浮插入文本样式微信组件，通过**游记、文章等方式吸引网民添加微信**；

- ✓ **账号装饰：**微信号在基本鱼编辑器中设置颜色凸现，吸引网民快速添加；
- ✓ **文本设置：**可以倾向加微引导描述，以及一些背书说明等，例如：了解更多请咨询~，具体规划可咨询~
- ✓ **推荐行业：**旅游，小说，化妆品，招商加盟等行业使用；



# 高级玩法 - 表单+微信，让表单转化能力更深一步

- ✓ 在基本鱼编辑器选择表单组件进行线索收集，可以在高级设置-提交后跳转地址中，选择“添加微信”方案，引导用户在提交表单后，可以添加客服微信获得更多信息或服务；
- ✓ 如果客户设置的是对话表单、分布表单，还可以在营销通下载线索详单，了解用户填写的选项，加深客服对用户的了解，方便后续的沟通引导；

The image illustrates the process of configuring a form to add WeChat after submission. It is divided into four main sections:

- Component Selection:** On the left, the 'Form' (表单) component is selected from the 'Components' (组件) menu.
- Form Preview:** The central part shows a preview of a form titled '地域 专属，立享优惠' (Region Exclusive, Enjoy Special Benefits). It includes fields for 'Name' (称呼) and 'Phone' (电话), and a 'Submit' (提交) button.
- Advanced Settings:** On the right, the 'Advanced Settings' (高级设置) panel is shown. The 'Submit Success Prompt' (提交成功提示语) and 'Submit After Redirect Address' (提交后跳转地址) options are checked. The 'Redirect Address' (跳转地址) is set to 'Add WeChat' (添加微信).
- Submission Success Dialog:** The bottom right shows the 'Submit Success' (提交成功) dialog. The 'Add WeChat' (添加微信) option is selected under the 'Redirect Address' (跳转地址) section. The dialog also shows the 'WeChat ID' (微信号) and the 'Add WeChat' (添加微信) button.

# 升级玩法 - 测试引导微信，通过测试提升网民代入感，引导主动加粉



- ✓ 测试引导微信是分布表单+微信的升级方案，通过测试提升网名代入感，从而增强转化意愿；

## ↓ 账户配置流程

- 1、在营销通**新建分布表单方案**，该方案会作为测试引导微信的选项部分；
- 2、选项步骤可最多设置5个，会成为分步式微信的题目选项卡，线索部分可以按需求选择是否填写（因为分步式微信用不到线索步骤，所以线索步骤可随意填写一个）；
- 3、在**基本鱼编辑器**选择**微信组件-测试引导微信**；支持添加测试标题、测试结果和微信引导语；

# 高级玩法 – 对话微信样式，感受一对一定制服务，提升加粉意向

- ✓ 对话微信，是对话表单加微信的升级方案，通过**模拟咨询场景让网名感受一对一的定制服务**，并且将加粉引导以对话的形式推送出来。沉浸式的对话体验，转化意愿更高。

## C端用户交互界面：



## ↓ 账户配置流程

- 1、在营销通**新建对话表单方案**；
- 2、在基木鱼编辑器，选择对话表单样式，**勾选提交后跳转地址，选择微信，关联微信方案**（提交成功和提交失败都可以设置微信方案，提交失败一般是网络原因，概率非常低）；
- 3、设置**添加微信**，选择**对话样式**，编辑**微信引导文案**；



# 如何优化微信投放效果

## 微信调起率低

( 对应复制和调起目标 )

1. 首先确认**页面功能**正常，利益点突出；
2. 确认转化**组件是不是凸显**，保障每一屏都有转化提示；使用固定位置的悬浮组件；
3. **优化引导语**，给予有吸引力的利益点；
4. 微信组件交互，可以选择**自动复制和自动跳转**；
5. **不建议直接投放加粉成功**目标，可能导致转化数量稀疏，模型预估不准，从而影响拓量；

## 调起量还可以， 但转粉率低

1. 使用**微信小程序**，在小程序内配置加粉引导，通过“推送二维码名片+长按识别”降低转化门槛；
2. **开通ocpc微信加粉成功**，目标转化设置为“微信调起按钮点击”，**优化深度转化设置为“微信加粉成功”**；

## 加粉量还可以， 但后端转化差

1. 首先确认广告投放设置正常（定向、买词等）；
2. 将微信组件交互方式改为“**手动复制**”，提高操作门槛来屏蔽一部分低意向用户；
3. 使用**测试引导微信 or 对话微信**，通过设置问题选项来筛选目标用户；





# 微信组件Q4做什么

组件里：**快速升级迭代**，提升营销效果

1. **【提升微信号管理效率】**，支持对微信号进行个性化配置，如分地域推送不同微信号等；
2. **【更多的自定义交互能力】** 微信弹窗的个性化定制，临门一脚促加粉；
3. **【更多的转化场景融合】** 微信组件融入其他转化组件中，如在咨询场景中加入微信方案；

组件外：**建设深度转化**，探索营销闭环

1. **【营销通默认微信小程序】**，帮助客户优化加粉路径；同时可**监控微信实际调起量**；（小流量上线，接受客户报名中）
2. **【企业微信通路升级】**，营销通作为第三方服务商接入企业微信，提供更便捷的企业微信加粉路径，同时可**实时回传加粉数据**优化加粉模型；（意向客户征集，预计11月上线）；
3. **【微信付费阅读】**，文娱行业深耕，与书城打通，实时**监控调起微信 - 关注公众号 - 付费阅读全链路**，提升文娱客户投放ROI；（方案设计中，预计Q4内上线）；

画重点！

（关注基木鱼小流量上线通知）

## ■ 常见问题+功能上新+操作指南+优秀案例—— 到【基木鱼】——【百宝箱】查看：



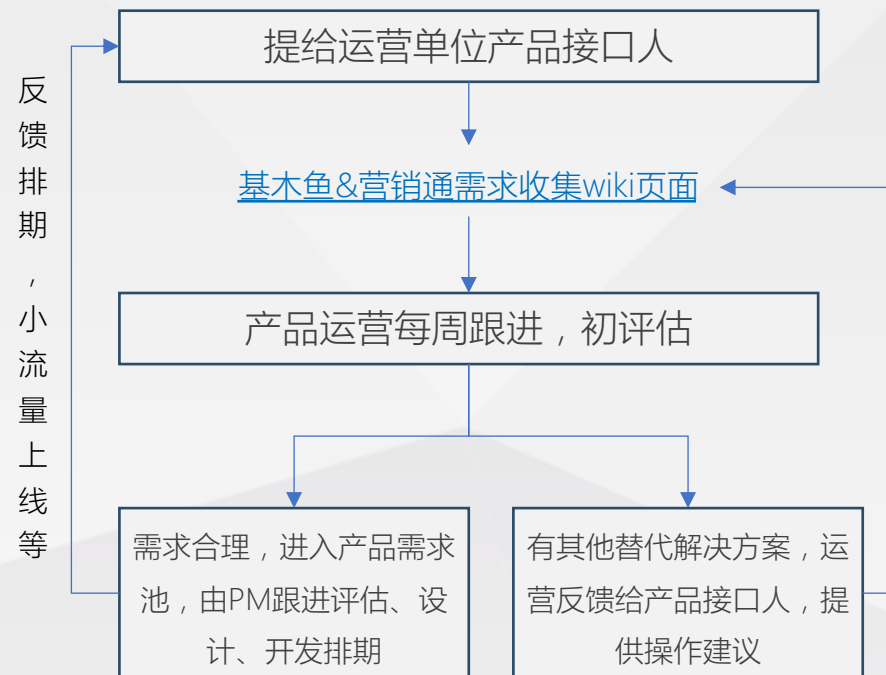
## ■ 使用异常反馈——答疑群：

【直销】风云计划-基木鱼-接口答疑群ID：1938599

【渠道】风云计划-基木鱼-接口答疑群ID：1938612

【KA】风云计划-基木鱼-接口答疑群ID：2069558

## ■ 如果你有产品优化建议



欢迎大家一起来体验，  
把功能介绍变成成功营销案例！

**Q：客户微信调起量很多，但是实际添加好友的非常少。**

A：可以从以下两个方面进行优化：

1. 使用**微信小程序**，在小程序内配置加粉引导，通过“推送二维码名片+长按识别”降低转化门槛；
2. **开通ocpc微信加粉成功**，目标转化设置为“微信调起按钮点击”，**优化深度转化设置为“微信加粉成功”**；

**Q：直接打开微信名片吗？**

A：不能直接在基本鱼落地页打开微信名片，可以在基本鱼页面微信组件的弹窗里展示微信号或者微信二维码，二维码仅支持微信官方二维码，不支持经过二次封装的第三方二维码；

**Q：客户无小程序的，营销通默认小程序这是什么意思？**

A：在营销通-微信方案-跳转设置-微信小程序，可以选择营销通默认小程序；用户跳转到微信后直接打开营销通默认小程序页面，并向用户推送客服二维码名片，供用户扫码添加好友。该功能需要在微信号管理中对相应的微信号码都上传二维码。该功能11月3号开始小流量上线，支持白名单报名使用。

**Q：怎样才能投放微信加粉成功？**

A：需要在营销通-微信组件上报加粉数据，并且在ocpc出价策略设置优化深度目标为微信加粉成功。上报加粉数据支持三种方式：手动添加、批量上传（excel）和API导入；

**Q：基本鱼企微 - 加粉成功回传 - 数据接口自动回传 功能，上线时间是多久？**

A：预计在11月可以上线，请关注基本鱼之声服务号，或者询问接口人相关的小流量上线通知；