

吸引粉絲的小程序的流量推廣五大技巧

瀏覽：434 2020-02-27 編輯：香港互聯 來源：互聯網

對所有商家企業來說，最重要的東西就是用戶--客戶--轉化--盈利。隨著行業間的競爭日益激烈，不管是線下門店還是線上市場，獲客成本都越來越高，獲取流量成為商家企業最為頭痛的問題之壹。如何快速獲取用戶，實現產品變現？

眾所周知，小程序是當下熱門的話題，繼騰訊推出微信小程序後，百度、阿裏、今日頭條也紛紛進軍小程序市場。可見小程序發展前景廣闊，將成為商家、企業營銷宣傳的重要渠道。據了解，蘑菇街小程序壹個半月，新客數量突破300萬，依靠拼團壹個入口，吸引了7成以上的新用戶。而萬科小程序上線之初便可獲取了10億用戶流量。

小程序將成為未來爭奪流量的重要場地。



那麼，微信小程序開發後應該怎麼進行推廣，讓流量爆發式增長？

一、分銷實現流量裂變

微信小程序在微信這個大社交平臺，擁有9億用戶量，日活躍度高。微信小程序的分銷裂變模式，即用戶分享出去的商品成交了，就會有提成。通過利益驅動，促進用戶自動分享，刺激更多消費者主動分享，實現分享裂變，從而實現流量裂變。

二、拼團、砍價吸引新用戶有效利器

拼團、砍價是現在商戶最常使用的營銷方式之壹，通過拼團、砍價的方式低價購買商品，吸引意向客戶。拼多多能在短時間內快速發展崛起，成功上市，主要因素之壹就是通過低價拼團、0元砍價等低價購買方式讓用戶通過找人拼團、砍價，從而成為傳播的節點，傳播給他們的親朋好友，親朋好友再分享給更多的圈子，實現裂變傳播，吸引更多新客戶。

據了解，蘑菇街小程序利用小程序的社交傳播屬性，通過拼團功能給小程序帶來的新客達到7成以上。

三、社交裂變

微信小程序基於微信這個強大的社交平臺而建立的，自帶社交屬性。微信小程序通過線下掃碼、微信好友聊天分享、微信群聊天分享、其他社群分享、朋友圈分享、其他平臺分享、直播網紅效應帶來的社交傳播

等多種社交推廣方式，傳播給更多用戶，實現流量爆發式增長。

四、朋友圈裂變

朋友圈裂變主要有海報分享、朋友圈集贊有獎、文章分享三種方式。文章中加入小程序碼進行分享，就相當於小程序被分享到了朋友圈。有小程序碼的海報分享到朋友圈，只要有人掃碼，然後對方再進行確認的話，你就可以獲得壹個新用戶了。朋友圈集贊是裂變營銷戰略的經典老套路，把小程序碼放到朋友圈，通過集齊壹定數量的點贊人數進行領獎，從而實現裂變傳播。

五、活動營銷實現裂變

社交+電商+營銷是小程序流量變現最暢通的商業模式，只需要策劃有效的活動，通過小程序結合線下宣傳推廣、公眾號推文、小程序彈窗、直播引流、朋友圈分享、社群分享、其他渠道宣傳推廣等，就能實現流量與轉化的雙重裂變。

在獲客成本越來越高的情況下，微信小程序傳播率高、反饋即時、拉新成本低、轉化率高，為企業商家帶來了新的發展契機。

從在線營銷手段到門店經營，互諾科技助您暢享小程序流量紅利。