

第 1 章

微信搜索： 互联网的顶级流量 入口



学 前 提 示



随着时代格局的改变，移动应用的爆发增长，微信也迎来了它的时代，并推出了“微信搜索”。那么，“微信搜索”是什么呢？商家可以将它作为抢占微信流量的入口吗？抢占微信搜索入口对于平台流量有什么作用呢？

要 点 展 示



- ▶ 预热——本书的几个要点
- ▶ 认识——微信搜索必知
- ▶ 原因——为何抢占微信搜索入口
- ▶ 途径——五大常用入口快捷查找
- ▶ 程序——微信的创新奉献



1.1 预热——本书的几个要点

在阅读本书之前，笔者先为广大读者朋友们介绍一下本书的几个要点。了解了这些要点，读者朋友们可以知道本书的重点内容和主要形式，以更好地学习、把握本书的精华内容。

1.1.1 读者定位，告诉我你的需求

本书结构清晰、内容翔实、语言简练、图解特色鲜明，适合以下读者学习使用。

(1) 想提高排名的公众号运营者。本书提供了详尽的与公众号排名相关的知识，同时还介绍了公众号内容的打造和运营知识，这些知识可以最大限度地帮助这部分读者快速熟悉公众号的搜索排名技巧，并将相关知识运用到公众号运营之中。

(2) 想增加转发量的公众号内容生产者。本书提供了丰富的促进公众号内容传播的相关技巧和知识，包括爆文打造、读者心理把握、高转发文章分析等实用程度很高的内容。这些知识可以为这部分读者很好地解决他们在公众号内容传播方面的困惑和问题，同时这些内容的运用技巧也能帮助这部分读者少走弯路，成长为优质的公众号内容生产者。

(3) 想让文章点赞打赏增加的运营者。本书提供了全面的与平台增粉引流的相关知识，并介绍了提高文章魅力和点赞量的技巧。这些知识可以帮助这部分读者快速吸引到众多粉丝，同时让他们点赞打赏，实现名利双收。

(4) 想增加付费留存用户的公众号运营者。本书提供了大量的公众号变现方法和技巧，尤其重点介绍了点赞打赏的相关知识，这些知识可以帮助这部分读者顺利完成变现目标，同时也可以增加他们的用户黏性。

1.1.2 内容定位，给你这些干货内容

入驻微信公众号非常简单，只需完成几个简单的注册步骤，便可以在微信公众平台拥有一个公众号。但入驻虽易，想要运营成功却很难，这是微信公众号运营者普遍存在的痛点问题。

本书将从运营者的痛点需求出发，集合众多公众号运营知识和技巧，包括如何增加公众号的曝光度、如何撰写吸引人的标题、如何进行正文的写作、如何在主流平台进行推广等知识，全方位地为运营者剖析、解答公众号运营过程中的痛点难点问题。通过对本书知识的深入学习和在实践中加以运用体会，许多长期困扰着广大微信公众号运营者的问题也一定能迎刃而解。

1.1.3 特色定位，想要什么有什么

本书具有以下特色。

(1) 微信搜索排名优化。

微信 9 亿多的用户就是一个巨大的流量入口，它是每一个企业争抢的流量对象，本书全面解析了 5 大微信搜索流量入口、6 种公众号排名优化方法、3 种公众号文章搜索引擎引流方法、7 种关键词营销方法、28 种关键词优化搜索的方法。

(2) 文章阅读转发提升。

如何制造出优质的文章内容，如何让粉丝自主转发传播流量，标题和正文都很重要，本书通过 15 种标题命名方式、6 种内容打磨技巧、17 个正文创作技巧、17 种文章排版的方法等，传授高转发率文章的特点。

(3) 用户点赞打赏暴增。

公众号运营者所创作的软文当然希望点赞打赏率越高越好，代表了文章受欢迎的程度，这里面的渠道建设引流很重要，本书详细介绍了十大平台的引流技巧、活动策划提升粉丝互动情感、通过变现实现公众号的商业价值等，轻松获取点赞打赏。

(4) 付费用户促活留存。

用户始终是公众号运营的核心与关键，付费用户就是自己的铁杆忠实粉丝，如何抓住、促活、留住自己的核心用户需要一定的技巧，本书通过一系列数据详细分析了运营热点、核心用户画像，以及用户的促活与留存方法，轻松实现百万大号。

1.1.4 写作方式，帮你厘清阅读顺序

本书是一本讲述公众号运营突出重围的书，从广大运营者想要的运营结果出发，对达成结果过程中可能出现的问题进行介绍和讲解。运用结果导向、逆向思维帮助运营者学习运营的干货技巧，达成心中所愿，最终实现公众号的快速赢利。

通过阅读本书，运营者不仅能获得运营微信公众号的相关知识和技巧，还能得到思维上的锻炼。因此运营者在阅读本书时请务必放开思维，不要仅仅局限于文中的知识，要多多联系实际，才能更好地吸收书中的精华。

1.2 认识——微信搜索必知

以前的网络社交是部分人用腾讯 QQ，现在的网络社交是大部分人都在用微信。



根据 2017 年的微信用户数量统计显示，微信日活跃用户数量突破 9 亿，覆盖 90% 以上的智能手机。从微信如此庞大的用户资源来看，就能知道微信已成为移动互联网最大的流量平台，是移动互联网上的顶级入口了。

如今，很多移动互联网创业者把“抢占搜索入口”作为奋斗目标，微信作为营销市场争夺的对象，它的搜索也在发生变化和更新，未来的搜索引擎市场很有可能会被微信搜索蚕食。

商家要想从微信搜索入口引流获利，首先就要了解什么是微信搜索，本节将为大家介绍微信搜索的定义、功能、搜索框的调整以及与桌面搜索的区别。

1.2.1 定义

微信搜索是微信应用中的搜索功能，主要是整理微信的内容，帮助微信用户通过名称或关键词搜索微信中出现过的相关资讯、动态，获取微信实时的信息和热点。

打开微信，点击微信界面最上方一栏中的搜索按钮，即可进行信息搜索，如图 1-1 所示。



图 1-1 微信搜索

微信搜索是一种快速、准确获取微信信息的方式，即使用微信搜索引擎对微信进行搜索，主要实现方式有两种，如图 1-2 所示。



图 1-2 微信搜索主要实现方式

用户通过微信搜索技术，可以对微信出现的实时热点进行分析，了解时下最受用户欢迎和热烈讨论的产品、话题等。

1.2.2 搜索升级

2017 年 1 月 23 日，微信更新至 6.5.4 版本，微信搜索在原来的朋友圈、文章、

公众号的搜索内容基础上，增加了小说、音乐、表情等搜索内容，如图 1-3 所示。

为了在技术上、服务上、内容上更加满足用户的需求，微信搜索进行了调整和升级，不得不说，微信在搜索入口上摆的棋还是蛮大的，至少，目前还没有能与微信抗衡的社交应用。升级后的微信搜索进一步打开了微信搜索的入口，加大了引流的力度。



图 1-3 微信搜索的升级

1.2.3 功能分类

微信搜索的功能有两大类：一个是微信搜索引擎；一个是微信搜索的内容。

1. 微信搜索引擎

微信搜索引擎又称微信公众平台搜索引擎，由搜狗推出。与以往的搜索引擎导航站提供的信息不同，微信搜索引擎主要是帮助用户搜索微信公众号的相关信息。

用户需要进入搜狗网站，点击“微信”按钮，输入搜索关键词才可进行搜索，在搜索界面右侧有“搜索热词”栏目，如图 1-4 所示。



图 1-4 微信搜索引擎

2. 微信搜索的内容

前面说过，微信搜索升级后，增加了三个搜索内容，下面对微信搜索目前拥有的六个搜索内容进行介绍，如图 1-5 所示。



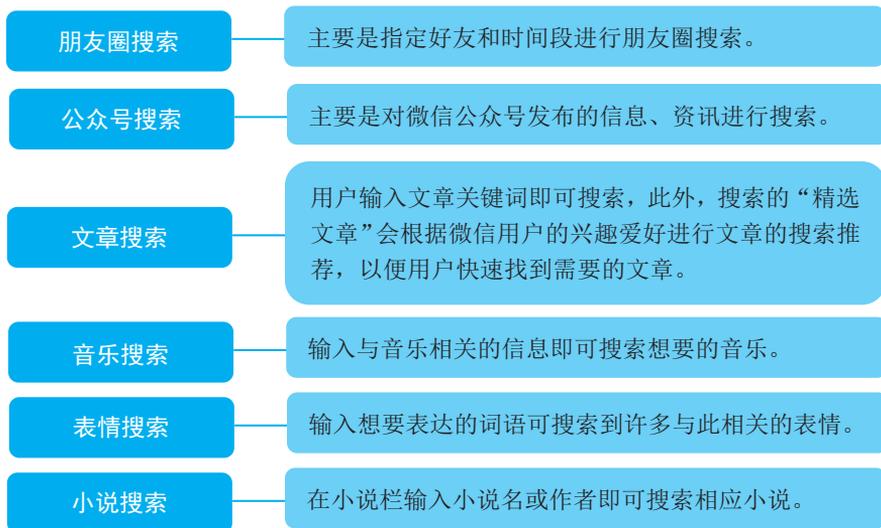


图 1-5 微信搜索的内容介绍

1.3 原因——为什么要抢占微信搜索入口

很多人都知道微信很火，却不知道为什么要抢占微信的搜索入口。2017年1月23日，微信更新至6.5.4版本，最新动态如图1-6所示。

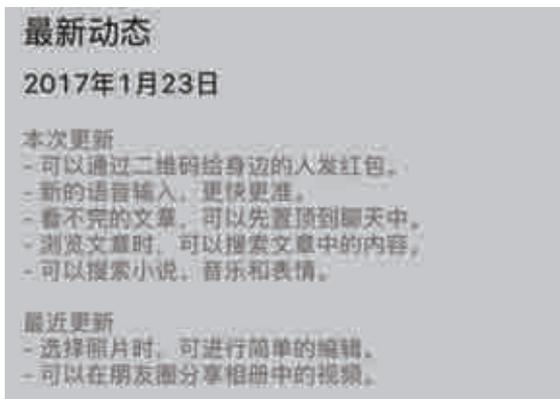


图 1-6 微信 6.5.4 版本最新动态

从微信的更新就能看出，微信的生态版图越来越完整、越来越庞大。我们都知道，如今是移动互联网时代，而移动互联网时代的内容分发主要是“搜索 + 推荐”的方式，从“今日头条”等新媒体平台的发展就能看出，个性化推荐已成为移动互联网信息流

的发展趋势，未来移动互联网上的终极流量入口将会是搜索，微信推出搜索功能就能证明这一点，微信搜索的细化就是在抢占移动互联网搜索入口，微信将改变搜索的格局。商家要抢占微信的流量入口，扩大品牌影响力和提高产品销量，抢占微信搜索入口就变得刻不容缓。

1.3.1 网站和网页的发展趋势

用过微信搜索的人都知道微信搜索刚开始时，只能搜索联系人进行好友添加和查看聊天记录，更新至 6.5.4 版本后可以搜索微信公众号和文章。可能很多用户会觉得，微信搜索又不是拥有一个百度网站一样能搜索互联网所有的信息，只搜索微信公众号和文章有多大用处？

笔者一开始也这样认为，可后来，笔者发现越来越多原生的内容在百度网站上搜索不到，只有微信搜索里才有。比如，某天你想起在微信朋友圈上看到的一篇还不错的文章，想重温一遍，然后去百度搜索上输入相关的文章关键词，却发现怎么也搜索不到自己想要的那篇文章，原因就是该篇文章是微信公众号的原生内容。

随着微信的广泛普及，许多人每天起床第一件事就是拿起手机刷朋友圈和看关注的微信公众号有什么新消息！可以说，用微信获取信息已经成为人们日常生活的一部分，而日益新增的微信公众号也不知不觉地成为人们获取资讯的主要渠道，微信搜索的入口因为公众号逐渐开放的接口方式又将进一步扩大。

微信公众号分为订阅号和服务号，涉及领域不限，文章内容形式多样，主要以文字、图片、视频、音频等媒体方式分享，如图 1-7 所示。



图 1-7 微信公众号的内容分享形式

对于现在使用微信获取资讯的用户来说，微信公众号就是以往互联网中的“网站”，公众号里的内容就是“网页”，用户想准确获取微信中的文章内容就必须用微信搜索功能，微信搜索入口终将成为移动互联网时代的第一流量入口。

1.3.2 微信内容分发能力的变化

微信的内容分发能力在公众号的增长下发生了改变，从以往的“被动获取”转变为现在的“主动+被动获取”，这种转变主要表现在“朋友圈动态”“微信群消息”。比如，若朋友圈或微信群被最近火热的电视剧、综艺节目、话题、笑话段子刷屏，你肯定会去网上搜索这些热点，然后跳转至相应的网站观看，了解是怎么一回事，这时微信用户获取信息是被动的，即用户是从朋友圈中看到此事成为朋友之间的火热话题，才知道要去网站搜索了解。

但现在微信搜索出现了，当热点一出来的时候，用户就可以用微信直接搜索到与此话题相关的资讯，而且手机比电脑更加方便携带，随时随地都可以和朋友们一起进行热点的讨论，省时又省事。

按照微信公众号的发展趋势，微信内容分发能力的变化，在一定程度上又提升了微信搜索入口流量，未来移动互联网的更多内容都将以微信公众号的形式呈现，微信将成为移动互联网上最大的搜索流量入口。

1.3.3 微信搜索将超越百度搜索

有人问了，为什么说微信的主动搜索将超越百度搜索？微信一个小小的移动应用凭什么在搜索上超越百度？按资历来讲，百度在搜索上是老前辈了；按权威来讲，百度一直是国内搜索引擎的领跑者；按熟悉度来讲，百度是人们在互联网上用得最多的主动获取内容的入口。

但是，在这里，笔者探究的是移动互联网时代下的搜索格局，下面从三个方面对微信主动搜索将超越百度的原因进行讲解。

1. 做微信搜索几乎没有门槛

微信搜索与百度相比，几乎是没有什么门槛的，具体表现如下。

- 百度的核心盈利模式是竞价排名，而微信搜索目前还没有竞价排名，这就对商家的经济没有一定的要求。
- 做网站搜索始终需要一定的基础和门槛，而微信公众号不需要，个人就能注册

使用，没有门槛。

- 在内容上，微信搜索出来的结果和百度搜索出来的结果没有差别，比如，笔者在微信搜索上对“构图大全”进行搜索，搜索结果如图 1-8 所示。



图 1-8 微信搜索结果

然后再去百度上对其中一篇文章进行搜索，搜索结果如图 1-9 所示。



图 1-9 百度搜索结果

2. 微信将成为商家争夺的流量之地

微信坐拥超 9 亿的用户，其搜索入口的流量是不可限量的。百度也有移动端，即手机百度，虽然不可否认百度在互联网搜索上有着重要地位，但手机百度的流量远不

如微信，这也是为什么微信营销会成为每个企业和商家的争夺之地。而微信搜索的完善和开放，相信会让微信的搜索入口成为商家争抢的流量对象，从而使微信搜索成为移动互联网搜索的第一流量入口。

3. 未来内容存储会发生改变

微信是腾讯公司推出的应用程序，而微信搜索的内容都存储在腾讯云上，多年来，腾讯云基于腾讯旗下大部分海量业务的技术锤炼，从基础构架到精细化运营，从实力平台到生态能力建设，致力打造最高质量、最佳生态的公有云服务平台。

微信公众号的内容又已在移动互联网上掀起热潮，试想，当未来的内容形式都以公众号承载分发，内容就都会存储在腾讯云上，腾讯云作为一个集云计算、云数据、云运营于一体的云端服务，互联网的内容存储格局可能会被改变。虽然目前的微信搜索内容局限在公众号、文章方面，但是文章里面包含了文字、图片、视频、音频，相信不久之后，微信搜索的内容会更加细分、更加独立。

笔者要说的是，改变互联网存储格局不是一时的事情，但微信搜索的格局会给互联网搜索带来重大的影响。

1.4 途径——5 大常用入口快捷查找

一般互联网用户要想查找某一个微信公众号或者某一篇微信文章，首先想到的都是通过搜索来查找，而不是费时费力地仅凭印象去查找。通常来说，互联网用户进行搜索时会有一个搜索入口，通过这个入口互联网用户可以快速找到并进入目标公众号或文章，而抢占这些入口便是微信公众号运营者的重要工作。

下面笔者就带大家了解微信公众号常用的几个搜索入口。

1.4.1 微信公众号搜索入口

微信公众号搜索入口是人们经常用到的微信平台中的一个搜索入口，如果人们有想要查找的目标公众号，并且知道名称，一般都会通过微信公众号搜索入口查找进入。要想通过微信公众号搜索入口查找公众号，微信用户首先需要进入“通讯录”界面，点击右上角的按钮，如图 1-10 所示。然后进入搜索界面，在这里微信用户可以查找已关注的公众号，不要输入全称，也可以通过模糊匹配找到要查找的微信公众号，如图 1-11 所示。

而微信用户如果想要搜索查找没有关注过的微信公众号，就需要点击“通讯录”

界面的“公众号”选项，如图 1-12 所示。进入“公众号”界面后，点击右上角的按钮，便可通过名称搜索未关注的公众号，如图 1-13 所示。



图 1-10 “通讯录”界面

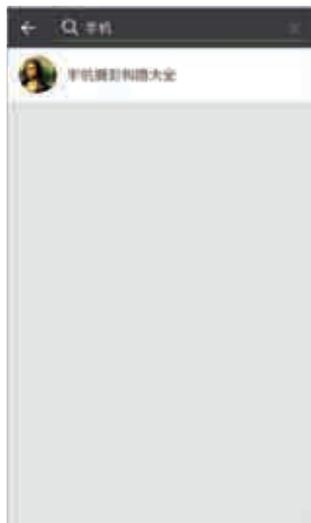


图 1-11 搜索已关注公众号



图 1-12 点击“公众号”选项



图 1-13 “公众号”界面

在搜索界面，微信用户既可以通过完整名称来搜索目标公众号，如图 1-14 所示；也可以通过某些关键词来模糊匹配搜索某一类型的公众号，如图 1-15 所示。



图 1-14 完整名称搜索



图 1-15 模糊匹配搜索

1.4.2 公众号文章搜索入口

公众号文章搜索入口也是人们常用的一个入口，因为在公众号的历史消息中无法进行详细文章的搜索，所以人们要搜索公众号中的某一篇文章或者某一类的文章时需要在公众号文章搜索入口进行搜索。

在微信中，公众号文章搜索入口有 3 个，分别是订阅号入口、通讯录入口和搜一搜入口，下面笔者就为大家一一具体介绍。

1. 订阅号入口

在微信聊天界面的“订阅号”界面中，用户可以进行公众号文章搜索。首先点击“订阅号”选项，进入其界面，如图 1-16 所示；然后点击“订阅号”界面右上角的  按钮，即可进行搜索，如图 1-17 所示。

输入搜索关键词后，微信将把所有标题中带有此关键词的文章显示出来。显示的文章分为两部分，一部分是用户已经关注的公众号的公开群发文章，如图 1-18 所示。另一部分则是微信平台用户未关注的公众号发表的相关文章，如图 1-19 所示。

如果仍然没找到目标文章，还可以通过添加更多关键词来缩小查找的范围，精准查找目标文章。



图 1-16 点击“订阅号”选项



图 1-17 “订阅号”界面



图 1-18 已关注公众号文章



图 1-19 未关注公众号文章

2. 通讯录入口

点击“通讯录”界面右上角的🔍按钮即可进入通讯录中的搜索界面,如图 1-20 所示。

但需要注意的是,这个搜索入口并不像订阅号入口一样是公众号文章的专属搜索入口,而是一个可以搜索包括公众号文章在内多种内容的综合搜索入口,并且如果不限定搜索内容,其搜索结果会优先显示联系人和聊天记录,如图 1-21 所示。



图 1-20 点击搜索按钮



图 1-21 未限定内容搜索结果

若用户点击“文章”文字链接，将搜索范围限定在公众号文章，如图 1-22 所示，搜索结果就会只显示公众号文章，并且用户还能指定搜索范围和排序方式，如图 1-23 所示。



图 1-22 点击“文章”文字链接



图 1-23 限定“文章”内容搜索结果

3. 搜一搜入口

公众号文章的搜一搜入口在微信的“发现”界面中，如图 1-24 所示。点击“搜一搜”选项即可进入其界面，如图 1-25 所示。



图 1-24 点击“搜一搜”选项



图 1-25 “搜一搜”界面

在“搜一搜”界面中同样可以限定搜索内容的范围，虽然不限定内容范围也会显示公众号文章，但公众号文章在搜索结果中排序权重非常低，最先出现的是朋友圈的相关信息，最后才是公众号的相关文章，如图 1-26 所示。

限定内容范围为文章后，搜索结果就会只显示公众号文章，并且也能指定搜索范围和排序方式，如图 1-27 所示。



图 1-26 未限定内容搜索结果



图 1-27 限定“文章”内容搜索结果



1.4.3 搜狗微信搜索入口

与百度相比，微信搜索还不够权威，由于移动互联网时代具有分享为王、碎片化阅读为主的特征，为了增加微信搜索的权威性，腾讯开始与搜狗合作。搜狗搜索是搜狐公司推出的中文搜索引擎，致力于中文互联网信息的深度挖掘，在国内是数一数二的搜索引擎。

搜狗搜索通过“移动端3.0发布会”宣布接入微信公众号数据，独家上线“微信头条”的功能，用户可以对微信的公众号和文章进行搜索，如图 1-28 所示。



图 1-28 搜狗搜索移动端发布会

因此，现在搜狗上也有了微信搜索入口，人们可以在搜狗上直接搜索微信公众号内容。进入搜狗搜索页面，如图 1-29 所示。点击左上角的“微信”按钮，即可进入搜狗微信搜索入口。



图 1-29 搜狗搜索页面

如图 1-30 所示，在此可以通过单击“搜文章”和“搜公众号”两个按钮对公众号文章和公众号进行搜索，如图 1-31 和图 1-32 所示。



图 1-30 “搜狗微信”页面



图 1-31 搜文章



图 1-32 搜公众号

1.4.4 搜索引擎入口

由于微信公众平台有许多高质量的原创内容，因此除了搜狗以外，通过其他的搜索引擎也可以搜索到一些优质的微信公众号和公众号文章。

图 1-33 所示为笔者在 360 搜索引擎中搜索“虎嗅网微信公众号”的结果，其中便有一条结果显示为公众号文章，虽然其来源并不是微信公众平台，但实际文章内容与微信公众号内的并无差别。



图 1-33 360 搜索结果

1.4.5 内容聚集平台入口

很多自媒体内容运营者不仅在微信公众号中发布文章，在一点资讯、今日头条等内容聚集平台也会发布相同的文章，用户可以根据文章关键词在这些平台中进行搜索。

一些小平台还会将微信平台中的公众号和文章资源进行整合，如图 1-34 所示。用户也可以在这些平台上搜索查找微信公众号和文章。



图 1-34 微信资源聚集平台

1.5 小程序——微信的创新奉献

创新在哪个时代都是非常难的一件事情，尤其在服务上做出创新。不知道大家有没有发现，移动应用虽多，但真正好玩的、耐玩的没有几款，而且只要一出现“大家都在玩”的新应用，下一秒就会有类似的应用推出来，可以说，这种对创意的抄袭，在这个时代将达到顶峰。

当腾讯大胆地提出“应用号”的概念，想要解决用户无法直接获得移动互联网内容和服务的痛点时，笔者似乎看到了又一个新起点和新入口。

据2018年2月易观数据统计的移动应用排行榜前20名显示，腾讯的移动应用占30%，其中，微信位居榜首、QQ第二，前5名如图1-35所示。



图 1-35 2018 年 2 月移动应用前 5 名

从图1-35中的排名可以看出，腾讯应用很受移动用户青睐，为了给用户提供更好的应用体验，腾讯推出了微信应用号，即微信小程序，同时也助力微信搜索。下面对微信小程序进行介绍。

1.5.1 初识微信小程序

2017年1月9日，微信小程序正式上线，如图1-36所示。

腾讯创始人在2017微信公开课中首次公开阐述微信小程序，表示小程序是微信的一种新的应用形态，重在给优质服务提供一个开放的平台。下面笔者从小程序的产品理念、特性和不提供的功能三个方面进行介绍。



图 1-36 “小程序”选项

1. 小程序的产品理念

微信方面强调，小程序的推出不存在替代一说，微信的订阅号、服务号、企业号和小程序目前是并行的体系，微信不应该只是停留在微信公众平台，停留在订阅和推送上，应该是跳开微信公众号，能够提供更多新的能力，而这种新的能力更像是应用程序的能力，但又不是应用 APP。

所以，微信小程序就有了“不需要下载安装即可使用应用”的产品理念，即用完即走，在这种模式下，微信的服务能力得到了极大的提升，使得微信不再只是一款即时通信的应用工具。

【专家提醒】

微信小程序使微信适用的场景得到了很大提升，不仅仅是在社交通信时，人们在旅游、购物、睡觉时都可能因为微信小程序而使用微信，微信变得越来越生活化。

2. 小程序的特性

从产品理念可以看出小程序是什么样的东西，即它的特性，主要有以下几方面，如图 1-37 所示。



图 1-37 小程序的特性

3. 小程序不提供的功能

商家想开发小程序就需要了解小程序不提供哪些功能，如图 1-38 所示。

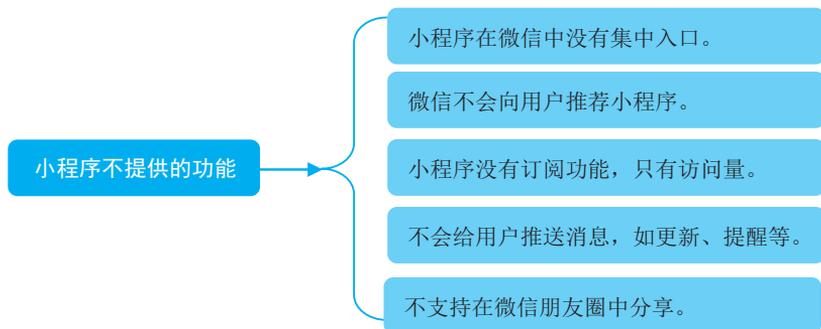


图 1-38 小程序不提供的功能

1.5.2 小程序入口在哪里

小程序入口并不是随着微信更新自动出现的，而是需要用户自己进行添加激活，那么，小程序的入口在哪里呢？目前微信平台的小程序入口主要有微信搜索、公众号关联、好友推荐和历史记录查找四个。

下面笔者以小程序“京东购物”示例讲解小程序的玩法。扫描二维码添加小程序的方法因为操作的限制，笔者就不在这里谈了，用户可以自己线下寻找小程序的二维码扫描进入，在此主要为大家介绍一下其他几种寻找小程序的方法。





1. 微信搜索

在微信客户端的搜索界面①输入“京东购物”关键词，进入“搜一搜”中心，就能在搜索的结果中看到“京东购物”小程序，②点击小程序并确定微信授权就能进入相应界面，如图 1-39 所示。



图 1-39 微信搜索小程序

2. 公众号关联

用户在“京东 JD.COM”微信公众号上也可以找到“京东购物”小程序，如图 1-40 所示。



图 1-40 公众号关联小程序

3. 好友推荐

点击小程序界面的按钮，可以将小程序分享给自己的好友，用户点击好友分享的小程序推荐的链接，即可进入相应的界面，如图 1-41 所示。

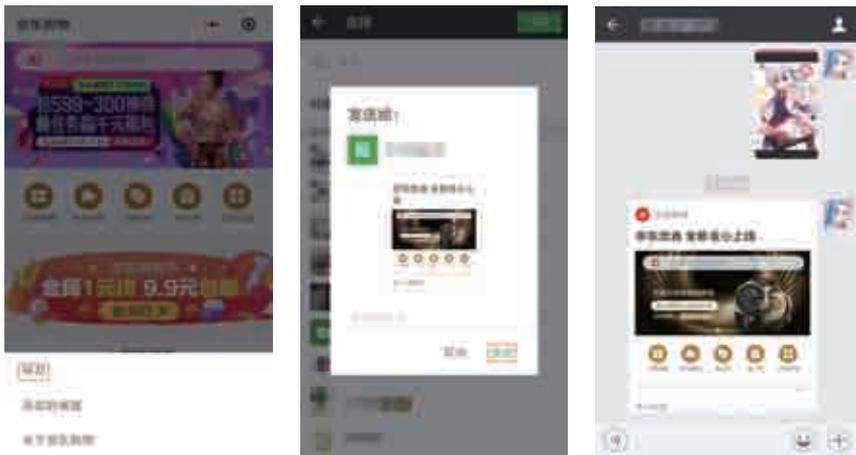


图 1-41 分享小程序

4. 历史记录查找

用户使用过小程序后，小程序会出现在微信的“发现”界面里。打开微信，进入“发现”界面，点击“小程序”选项，就能看到使用过的小程序，如图 1-42 所示。



图 1-42 历史记录查找小程序



1.5.3 聊天界面顶部

小程序的快捷功能也是商家的流量入口之一，用户使用过某一小程序后，该小程序便被记录在聊天界面顶部，如图 1-43 所示。当用户不小心退出小程序或在微信上做其他事情，想再次进入小程序时就可以从聊天界面顶部快速进入。



图 1-43 显示在聊天顶部

1.5.4 将小程序添加到桌面

除了显示在聊天界面顶部的快捷功能外，小程序还有“添加到桌面”的功能。**①**点击小程序右上角的按钮，**②**点击弹出菜单中的“添加到桌面”选项，显示成功提醒，完成操作后，桌面会显示小程序的图标，就像下载安装了一个 APP 应用一样，如图 1-44 所示。用户点击小程序图标就可以使用了，不需要再进入微信界面搜索或选择，让操作更加快捷方便，提高了用户体验。

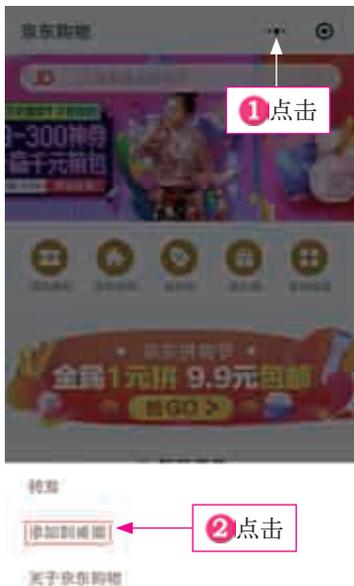


图 1-44 添加到桌面

1.5.5 小程序运营之道

腾讯宣布小程序上线的消息一出来，立马就引起了网络的热议，尤其是“用完即走”的说法，吸引了一大批吃瓜群众和商家。小程序上线后，很多商家都开始提交小程序，如果商家想要抢占小程序的流量入口，就需要了解如何提交小程序？提交小程序的要求有哪些？下面进行介绍。

1. 如何提交小程序

在《微信小程序平台运营规范》中，微信希望小程序的开发者能够仔细阅读微信小程序的《接入指南》《设计规范》和《开发指南》，这些指南和规范能够帮助商家开发和运营微信小程序。

2. 小程序具体运营规范

商家运营小程序必须遵守《微信小程序平台服务条款》中的规则，以及腾讯制定的《微信小程序平台常见拒绝情形》和一些专项规则。下面对小程序的常见注册规范、内容规范和功能规范进行介绍。

(1) 微信小程序常见的注册规范，包括账号注册、名称、简介和头像 Logo 等，如图 1-45 所示。

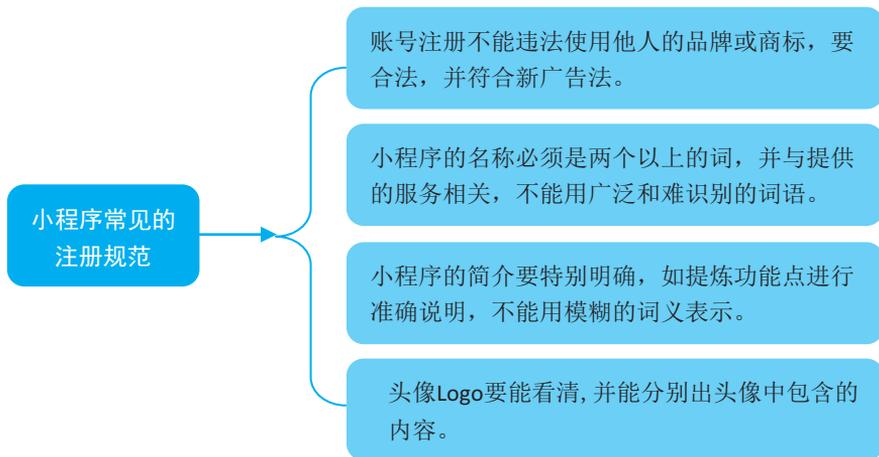


图 1-45 小程序常见的注册规范

(2) 笔者相信当许多商家知道微信要推出小程序后，都想通过小程序这个入口来营销推广，但是微信似乎并不希望商家通过小程序的入口盈利，反而更希望小程序能够



带给用户好的体验。微信对小程序的内容规范，如图 1-46 所示。

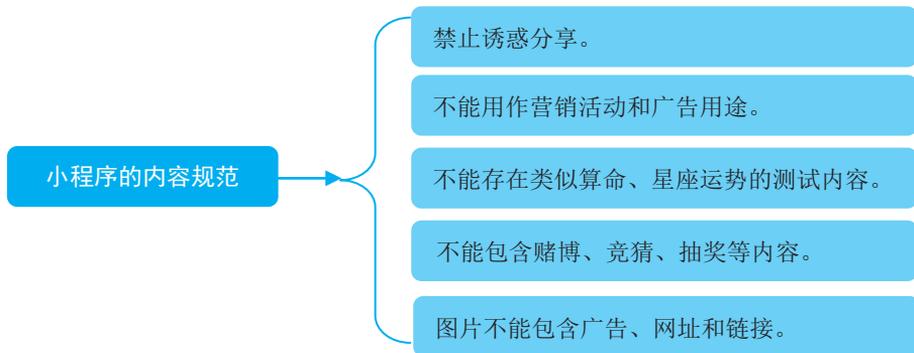


图 1-46 小程序的内容规范

(3) 小程序的“小”体现在程序功能主要以简单为主，不能将小程序变成大程序，在功能提供方面的规范如图 1-47 所示。



图 1-47 小程序功能提供的规范