

智慧零售增长平台 Lite 版 操作指南



版权所有:腾讯云计算(北京)有限责任公司





【版权声明】

©2013-2024 腾讯云版权所有

本文档(含所有文字、数据、图片等内容)完整的著作权归腾讯云计算(北京)有限责任公司单独所有,未经腾讯云事先明确书面许可,任何主体不得以任何形 式复制、修改、使用、抄袭、传播本文档全部或部分内容。前述行为构成对腾讯云著作权的侵犯,腾讯云将依法采取措施追究法律责任。

【商标声明】

🕗 腾讯云

及其它腾讯云服务相关的商标均为腾讯云计算(北京)有限责任公司及其关联公司所有。本文档涉及的第三方主体的商标,依法由权利人所有。未经腾讯云及有 关权利人书面许可,任何主体不得以任何方式对前述商标进行使用、复制、修改、传播、抄录等行为,否则将构成对腾讯云及有关权利人商标权的侵犯,腾讯云 将依法采取措施追究法律责任。

【服务声明】

本文档意在向您介绍腾讯云全部或部分产品、服务的当时的相关概况,部分产品、服务的内容可能不时有所调整。 您所购买的腾讯云产品、服务的种类、服务标准等应由您与腾讯云之间的商业合同约定,除非双方另有约定,否则,腾讯云对本文档内容不做任何明示或默示的 承诺或保证。

【联系我们】

我们致力于为您提供个性化的售前购买咨询服务,及相应的技术售后服务,任何问题请联系 4009100100或95716。



文档目录

操作指南 查看经营报告 使用运营工具箱 申请流量权益



操作指南 查看经营报告

最近更新时间: 2024-10-14 20:12:52

经营报告提供从整体经营、流量转化、用户运营和商品销售等电商运营的关键维度指标,协助进行全方位经营追踪;通过趋势分析、行业对标分析等,深度解读 经营指标,助力数据驱动下的业务决策。

步骤一:平台登录

- 1. 进入四力商家增长平台商家侧页面。
- 2. 利用微信扫码或邮箱账号密码进行登录。

Γ		
	勝切智慧零售 おうませずる	四力增长平台 四力增长平台
	扫码登录 邮箱登录	扫码登录 邮箱登录
		词输入即将
		谱输入邮箱检证码 获取给证码 +86 请输入于终导,后续可扫描登录
	期款二体码 请使用能给曰约登录	##

步骤二: 定位所需报告

1. 找到对应的报告 Tab。



2. 在下拉菜单选择对应月份进行月报下载至本地。



步骤三: 查看报告内容



• 部分报告内容展示:

诊断建议汇总

- ◆【整体经验】
 - ▶ 提升用户体验:研究小程序易用性和美观性,优化小程 序的设计和页面布局,建议进行合作 CDC 小程序走查, 优化小程序 UI/UX 的界面,提升成交转化率
 - 提升用户购买意愿:通过商品展示、推荐算法等方面来 提高意愿,建议小程序上营销云 REC 推荐模块,提升 成交转化率
 - 加强用户互动与反馈:在小程序中客服渠道,积极回应 用户问题,加强用户粘性和互动性,增加小程序留存率
 - 建立会员制度及差异化营销策略:建立积分、折扣、会员专属活动等形式的会员制度;利用数据分析和消费者洞察来制定个性化营销策略,如推送适合用户的新品、针对性的促销活动等,增加用户复购的欲望。建议通过与腾讯合作方略,完成用户洞察和聚类
- ◆ 公众号
 - 优化内容质量及精准的营销策略:提供有价值、有趣味和精准度的内容,吸引更多用户关注和分享;根据目标用户的兴趣、需求等因素,进行差异化的营销推广,建立市场竞争优势,从而增加公众号的关注人数和活跃度;建议选择合适的公众号代运营服务商,制作优质内容及建议完善CRM标签体系,根据标签进行营销退

U Ten	れ智急苓 cent Smart Ri	た tail ^{四カ}	商家增长平台数据报	告	🚺 腾讯智	慧零售T
	[vv5	2.岫】 私協	»为坦坦生(2	0023Œ v		
	Lvva			.0234 X	, c iv	
第一部分-小程序(GMV表现,对比【美物	课道】				
			[2023年02月] GMV			
行业整体环计	化 行业整体同比	行业排名	较上月排名变化	头部商家GMV		
-175	% 9%	20.0%	0%	48,000+万		
		(=	2023年01-02月] GMV	N ARRONAL OF N		
N/A	4 行业整体同比 10%	行业排名 20%	校去年同期排名受化	头部商家GMV 103 500+万		
注:行业排名xx:	10% %,分值越低代表排名越	: :羅前 : 行业排名变(化为当期xx%减去上期xx	%,负值代表进步、	正值代表退步	
<i>说明:行业整体G</i>	SMV数据仅覆盖重点商家	家,而非全部小程序				
第二部分-小程序	关键指标表现					
4000 . NT	in whe discussion for which and a state of the state	hide's CEARDONN - Hai	tikicu Dia staites			
行动距示:从下周	TAK DISTURIS/TE MEDL SZ TET K	(1997) [1997] [1997] [1997]	###/~`CD/919C ; WILLIUC#99	XBE/\/HHDC/TE	(=vi/eti=	
统合物占订算	山火生体		成立法化家	平均UV 占比	変換リンの値	平均转化
公众号	21%	0.6元	0.2%	16%	12.6元	2.2
广告	20%	0.2元	0.0%	25%	4.7元	0.8
微信聊天	14%	0.4元	0.1%	7%	16.0元	4.9
快捷入口	24%	1.7元	0.4%	23%	21.8元	3.8
捜索	14%	1.1元	0.2%	13%	12.0元	2.6
微信功能入口	1%	0.3元	0.1%	1%	5.3元	1.79
扫码	4%	2.1元	0.4%	2%	29.2元	6.9
其他	2%	-		13%	-	
		[xxx	k品牌】	行业	时标	
核心触点展开	具体指标	当月	上个月	优秀值	平均值	
	单粉价值	0.2元	0.0元	2.5元	0.6元	
公众号	取关粉丝比例	1.19%	1.13%	0.75%	1.47%	
	新增粉丝比例	1.90%	2.03%	6.52%	2.11%	
	计群家白敏	442 168	429 259	162 274	47116	
企业微信	访问购买转化率	0.3%	0.0%	102,274	5.4%	
	群单粉价值	1.3元	0.0元	103.7元	24.4元	
企业微信	导购数	4,324	4,279	1,564	367	
导购	与购售产数	8,310,557 0.2 	7,905,853	1,842,901	420,271	
	43494400/1E	0.2/6	0.075	14.2/0	5.476	
	30天点击率	0.7%	0.8%	3.4%	0.5%	
广告投放	30天直接ROI	0.0	0.0	1.8	0.8	
	30天复购率		0.9%	18.9%	11.7%	
	成交转化率	0.2%	0.0%	10.3%	3.1%	
	7天活跃留存率	34.5%	28.6%	68.3%	33.1%	
小程序	30天活跃留存率	49.7%	46.9%	71.2%	42.5%	
塑件运营	7天复购率	0.0%	0.0%	48.2%	8.5%	



• 部分重点指标释义如下:

分类	模块	指标	四力指标注释
		小程序GMV	商家当月小程序所产生的累积交易金额总和
	月度经营追踪	GMV同比增速	商家当月小程序所产生的累积交易金额同上月的增长率
经营业中		GMV环比增速	商家当月小程序所产生的累积交易金额同去年同月的增长率
经宫入盈		行业对标排名	商家当月小程序所产生的累积交易金额在行业内的百分位排名,分值越低代表名次越好
	左府经营复杂	小程序GMV	商家当年小程序所产生的累积交易金额总和
	牛反红宫复盈	GMV同比增速	商家当年小程序产生的累积交易金额比行业去年的增长率
	舳占汝昌公拆	商家小程序触点UV占比	品牌当月小程序各场景访问人数占比
	服息加重力加	同行业小程序触点UV占比	同行业内商家当月小程序各场景访问人数占比
		商家成交转化率	商家当月小程序浏览人数中支付人数的占比
	舳占价值公拆	商家小程序触点UV价值	商家当月该触点访问人数所产生的人均累积交易金额
	<u> 照点III 直力III</u>	同行业成交转化率	同行业内商家当月小程序浏览人数中支付人数的占比
		同行业小程序触点UV价值	同行业内商家当月该触点访问人数所产生的人均累积交易金额
		30天点击率	当月日均点击数/当月日均曝光数
	广告投放追踪	30天复购率	首购日期30天内,复购人数/首购人数
曲占法营		30天直接ROI	本月点击广告后30天内,通过广告进入小程序完成下单的金额/对应广告费用
融氘应音		单粉价值	当月内平均单个粉丝所产生的累积交易金额总和
	公众号运营追踪	取关粉丝比例	当月取关粉丝数占公众号当月日均粉丝数总和的比例
		新增粉丝比例	当月新增粉丝数占公众号当月日均粉丝数总和的比例
		客户数	当月内最后一天企业微信社群客户数
	企业微信社群追踪	访问购买转化率	当月企微群内成交用户数占浏览人数的日均值
		单粉价值	当月内社群月累积交易金额总和/日均群粉丝数
		导购数	当月内最后一天企业微信导购数
	企业微信导购追踪	客户数	当月内最后一天企业微信导购客户数
		单粉价值	当月内平均单个导购客户数的累积交易金额
	活跃留方	7天活跃留存率	每月1日取数,取数前7日当日且近7日内活跃(即访问小程序)的用户/ 当月取数时前7日活跃用户数
	石政由行	30天活跃留存率	每月1日取数,取数前30日当日且近30日内活跃(即访问小程序)的用户/ 当月取数时前30日活跃用户数
用户运营	成交转化	成交转化率	当月访问小程序的用户中支付用户的占比
	复购	7天复购率	每月1日取数,取数前7日当日且近7日内再次有交易行为的用户/ 当月取数时前7日有成交记录的用户
	2.73	30天复购率	每月1日取数,取数前30日当日且近30日内再次有交易行为的用户/ 当月取数时前30日有成交记录的用户



使用运营工具箱

最近更新时间: 2024-10-14 20:12:52

本产品提供运营工具箱,为商家提供大量 sop、工具表单,帮助团队快速建立私域运营基本逻辑,少走弯路,快速起量。

步骤一:登录

- 1. 进入四力商家增长平台商家侧页面。
- 2. 利用微信扫码或邮箱账号密码进行登录。



步骤二: 查看与点击四力知识库

1. 找到对应的报告 Tab。

经营看板	数据月报	四力选品	四力知识库	STAR看板	
2023		2023)	2023	2023

2. 单击对应目录,自行查看。

🔗 腾讯云





申请流量权益

最近更新时间: 2024-10-14 20:12:52

本产品亦提供面对面发券流量权益。商家侧需提前开通品牌连锁认证并制作微信支付体系的券,包括商家券及支付券。将券信息给到负责您品牌的运营,运营同 学将会统一在规定时间内进行配置和上线活动。

流量权益申请流程总览如下:



步骤一:申请品牌连锁认证

面对面发券系统仅支持品牌商户在面对面支付成功页发券,因此品牌需先在商户平台认证连锁品牌,才能发券。智慧零售运营同学在发券前,会先检查品牌提供 的品牌 ID 是否正确,支付券可核销商户号、商家券归属商户号是否有归属品牌。 **认证方式如下:**

• 服务商登录商户平台地址: 服务商平台。

- 若品牌服务商帮助品牌认证,服务商可登录「服务商平台-合作工具箱」申请开通「连锁品牌工具箱」。进行品牌申请、查看品牌申请进度、邀请品牌总 部授权、品牌门店管理、品牌流量场景管理等日常管理。
- 可在【连锁品牌工具箱】中进行品牌认证、管理,查看归属品牌的商户号信息。

😒 微信支付	服务商平台	首页	交易中心	账户中心	营销中心	服务商功能	产品中心	数据中心
产品大全 我的产品 特约商户授权产品 合作工具箱 我的工具箱	合作工具箱目数信支付依据高家经营在为服务高提供优质业务,为高家运	1场景,面向服务 2营保驾护航	商开放平台能力的产	品权限包,旨	/	4		
开发配置	全部分类 生活服务 电商收付通 需开发 电商收付通 需开发 电商收付通显微信支付专为时 照打造的支付、结算解决方案] 目商行业场 系		计备服务商 约成为微信支付设备服 提交设备资料和管理设	荐 务商,可以在 备。	注鍵 品牌道 品牌前	品牌 额方案是微信支付为「 家」 定制的行业解决方	<mark>夜</mark> 连锁经营

- 品牌主自查流程
 - 品牌主登录商户平台地址: 商户平台。
 - 可在【品牌专区】查看品牌 ID、管理品牌服务商。



					<table-cell-rows> 消息中心</table-cell-rows>	图 服务商搜索	❷ 帮助中心 👤	、我的账号 👻
🗲 微信支付	商户平台	首页	交易中心	账户中心	营销中心	产品中心	数据中心	品牌专区
品牌管理	我的品牌							
品牌信息 商户号管理	┃当前品牌							
线下门店 品牌会员		商户1的品牌					资料	管理
品牌交易		品牌						
下单APPID管理	服务商1						服务商机	又限设置
品牌供应链分账	服务商2						服务商机	又限设置
品牌营销 支付后流量营销								

• 可参见文档【连锁品牌 商户使用指引】

步骤二:制券

面对面系统支持发放商家券/支付券。一个活动下只支持一种券类型(支付券或商家券),一个活动内支持配置多张券(多个批次号)。品牌完成制券后,将券相 关信息(批次号、商户号等同步至智慧零售运营侧)

- 制商家券:目前仅支持API制券,需品牌调用商家券制券接口制券。
- 可参见文档: 商家券API开发文档。
- 制支付券: 支持API制券、配置发券两种方式。
- API 制券请参见: 支付券API开发文档。
- 商户平台配置发券入口: 代金券配置。
- 相关使用说明: 支付券(全场券)使用手册、支付券(单品券)使用手册。



😒 微信支付	商户平台	首页	交易中心	账户中心	营销中心	产品中心	数据中心	品牌专区
营销功能说明								
营销活动					营销中			
支付即服务	■ #3.×5 #55 溝10立減3元	Ħ	10元期間	代金券	微信文竹商/ 营销活动量 惠、折扣、 营销规则	3 平台宮朝中心, 身打造的功能,包排 观金红包等营销产品	运为商户的运宫、 括代金券、立减优 品,以及满额送等	
商户智慧营销	<u>☆唐</u> 柳和		20元电影 清晰打车:	代金券 9-20元券				
扫码领券 配额发券								
支付有礼								
银行营销应用			¥		减 💊			
首绑有礼	现金红包		代金券		立减与折扣		满额送	
银行立减金								/

▲ 注意:

- 一个活动内支持发放多张优惠券(最多5张),只支持一种优惠券类型
- 一个活动内发放多张优惠券的场合,券批次库存数量需要保持一致
- 优惠券只可以线上小程序使用
- 支付券批次的归属商户号(商家券)、可用商户号(支付券)需要和当前品牌有连锁品牌关系
- 卡包里面券的跳转小程序需要和活动跳转小程序保持一致(优惠券的 appid 需要和活动 appid 保持一致)

步骤三:券委托营销至智慧零售团队商户号

关联智慧零售团队商户号 – 维护品牌的券批次,从而建立合作关系。注意确认品牌归属的对应中心商户号,避免配置失败。 商户号信息:

- 智慧零售中心一中心: 1800009384 / 132082007
- 智慧零售中心二中心: 1800009385 / 132082023
- 智慧零售中心三中心: 1800009383 / 132082006

1. 支付券(批次号为8位数字)

支付券目前只支持通过微信支付商户平台进行委托营销,制券商户需要邮件申请开通支付券委托营销功能,开通功能后制券时可进行委托营销,向智慧零售商户 号授权。需同时完成以下两个步骤后才能完成授权。

Step1:邮件申请开通功能

- 发邮件给 weixincard@tencent.com, 抄送 himhe@tencent.com、marshalzhou@tencent.com
- 邮件名称: 【 跨商户号发券申请 】
- 邮件提供内容: 说明申请原因、制券的商户号、发券商户号,批量申请请提供表格附件。

▲ 注意:

支付券委托营销申请流程只需要申请一次,如制券时已经有「可发券商户」选项,无需重复邮件申请。

Step2: 制券时配置委托授权

申请完成之后,代金券配置页面会出现「可发券商户」选项,商户每次制券时需要将智慧零售商户号填入可发券商户列表(如下图)。



营销经费 面额	 预充值,使用本商户积分账户余额,商户订单 免充值,扣减商户订单实收金额 固定面额 暂不指定面额,以API形式发 元 	单实收不变 分券时指定	 使用条件: 注意用:5:201 使用条件: 2017:04:12-2017:05:10; 用一至項目 金 「詳書話 「詳書話 「詳書話 「読書書 「読書書 「読書書 「読書書 「読書書 「読書書 「読書書 「読書書 「読書書
使用门槛	消费满元可使用		已放入"我"-"卡包"、点击查看
可用时间	2		
	● 有效期内,任意时段可用		
	有效期内,用户领券后 天内可用		
	(有效期内,规则日期可用		
	○ 有效期内,不规则日期可用		
券生效时间	券在领取后 立即生效 🚽 用户需在可用的	讨间内使用	
不参与优惠的	可录入不参与本次全场优惠的商品编码信息		
商品编码	添加商品编码		
使田说明	例如: 仅限XX公店使用 1024个字\\内		
13(71) (004)	1934 - Marcosseller 13, 1964 3, 1963		
可发券商户	以下商户可调用发券接口发放该代金券		
	为了保证你的资金安全,请确认已经与下列商户设 允许该商户调用接口发放本批次代金券。除本商F	达成协议, ^与 号,最多允许10个其他商户调用接口发放。	
	1 - E - E - E - E - E - E - E - E - E -		
	请输入其他发券商户号	添加	
L	下一步		

2. 商家券(批次号为16位数字)

商家券支持通过API/页面授权实现商户号的委托营销,建立合作关系,无需邮件申请开通功能。

- a、API文档
- b、页面授权
- 授权商户号: 填入智慧零售商户号
- 关联批次号:填入需要委托授权的批次号



商户平台		首页	交易中心	账户中心	营销中心	产品中心	数据中心	品牌专区
^{首页 /} 新建授权								
授权信息	清給入亜週初分类	的茜白号		添加				
批次类型	 ○ 商家券 	C, (D)68		HC 964				
关联批次号	请输入要关联批次	5		添加				
	帽认授权							

步骤四:提报活动

收集发券所需的活动信息,并在配置系统录入。需在活动正式开始前的48小时之前创建活动,否则活动无法按开始时间曝光。优惠券不要用于多渠道投放,否则 活动数据不准。展示的券库存、曝光情况数据均为次日更新,非实时数据。活动支持终止,终止后立即停止曝光。 配置项说明:

- 商户 logo:默认拉取品牌 logo,无需填写。
- 活动主标题:用于支付完成页文案展示,最长12个中文字符。
- 活动副标题:用于支付完成页文案展示,最长10个中文字符。
- 活动时间: 仅支持创建48小时后开始的活动,投放结束时间不早于开始时间。
- 活动目的:默认"线上核销"。
- 小程序 appid:需填写跳转小程序 appid,是小程序在微信侧的唯一标识。
- 跳转小程序 path: 配置领券落地页中「立即使用」的跳转路径。
- 优惠券类型:选择支付券/商家券其一。
- 制券方商户号:填写优惠券制券方商户号,填写后自动拉取商户名称。
- 批次号:券批次号,仅支持配置已激活且剩余库存300张的优惠券,券的结束时间需晚与活动开始时间。支付券批次的归属商户号(商家券)、可用商户号 (支付券)需要和当前品牌有连锁品牌关系。
- 大图:图片建议尺寸:1458像素*816像素,大小不超过1M,支持 JPG、PNG 格式。
- 小图:图片建议尺寸: 288像素*288像素,大小不超过1M,支持 JPG、PNG 格式。
- 投放人群:近半年品牌小程序下交易用户。

🔗 腾讯云

新建小程序发	券活动				
活动基础信息	ļ			AGRIERS PS	2.8.99(2
商户logo:	拉取品牌logo			-+884 © 244	÷ • • 5 50.
* 活动主标题:	() () () () () () () () () () () () () (洋动行题动运动	¥16.0) • ##./#%
入仇感並級、同い 領取率影响很大,	务必预右侧效果,正确填写。	元网、五刘守,刑广杰田祝取于史尚。 。	10 90101/182×310 101	第二日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日本の日	
* 活动副标题:		n and the star we star		元編	
* 活动时间:	向机态力度、使用场景夺信。 2021-04-03	总,340年史尚 前 到 2021-04-09 前			
活动创建时间需早	1于活动开始时间48小时				
跳转按钮:	领取				
活动目的:	线上核销				
* 小程序APPID:		-			
 小程序path: 用于领券完成页「立即使用 	用」按钮跳转(可根据右上图		小程序内消费;		
优惠券券投放	≞path.				
* 优惠券类型:	○ 支付券 ○商家 注:一个活动中最多支持添加 [/]	券 液加优惠券 个5个批次优惠券,优惠券类型只支持一利	ę		
制券方商户号					
制券方名称 XXX 批次号	XXX服务商				
商品小图		图片建议尺寸:288像素*288像素,	大小不超过1M,支持JPG、PNG格式。如未上传,	默认使用微信支付logo。	
					1
商品大图		图片建议尺寸:1458像素*816像素,	大小不超过1M,支持JPG、PNG格式。如未上传	,默认使用微信支付logo。	
商品大图		图片建议尺寸:1458像素*816像素,	大小不超过1M,支持JPG、PNG格式。如未上传	,默认使用微信支付logo。	
商品大图		图片建议尺寸:1458像素*816像素,	大小不經过1M,支持JPG、PNG格式。如未上传	,默认使用微信支付logo。	
商品大图 提交 曝光基础规则		图片建议尺寸: 1458像素*816像素,	大小不超过1M,支持JPG、PNG格式。如未上传	,默认使用微信支付logo。	
商品大图 提交 曝光基础规则 曝光人群:该品牌下	小程序六个月交易老用户	图片建议尺寸: 1458像素*816像素,	大小不超过11M,支持JPG、PNG格式。如未上传	,默认使用微信支付logo。	
商品大图 提交 曝光基础规则 曝光人群:该品牌下	小程序六个月交易老用户	图片建议尺寸: 1458像素*816像素,	大小不超过1M,支持JPG、PNG格式。如未上侍	,默认使用微信支付logo。	
商品大图 提交 曝光基础规则 曝光人群:该品牌下 创建活动	小程序六个月交易老用户	图片建议尺寸: 1458像素*816像素,	大小不超过1M,支持JPG、PNG格式。如未上传	,默认使用微信支付logo。	