

苹果禁止微信的虚拟支付，作为教育从业者要立刻做出调整，避免业务受到重大影响，本文教你三个技巧应对这一突发事件。



5月29日周五晚上的一则《关于规范公众号内虚拟支付行为的公告》，迅速点燃了教育和知识付费从业者的朋友圈，这不是第一次苹果与微信“打架”，也不会是最后一次。

神仙打架，凡人遭殃。

为什么说这次“禁止虚拟支付”是最严重的一次？周一上班我们需要立即调整什么？

## 一、苹果与微信的第3次“战争”，微信输了

对于依赖线上课程销售的机构和团队来说，可能再也等不来小程序开放付费课程了（虚拟支付）。

2017年4月，苹果突然闪封iOS上的微信打赏，经过2个多月的沟通与协调，微信总算成功说服了苹果，重新开放了打赏并更名“喜欢作者”。

微信之所以赢了这一次的原因很简单，“打赏”是用户个人把金钱交给另一个人的过程。因此在苹果理解这种中国特色行为后也更新上了IAP（iOS应用内购买）条款，用户赠与行为不计入30%的抽成范围内。

到了 2018 年 05 月，苹果和微信再次在虚拟支付问题上掐起来了，这一次，战场在小程序，先是叫停了 iOS 微信小程序内的虚拟支付。

到了 8 月份，经过 3 个月的沟通，微信没能再次说服苹果。不仅禁止了虚拟支付本身，还宣布 iOS 版小程序不允许出现充值、付费等字样，也不允许引导去 H5 支付。

这一次微信输的很彻底。

2020 年 5 月 29 日，我们再次见证了苹果对于“虚拟消费”的强硬态度。公众号是每个商家在微信平台的“官网”，这次从公众号动刀禁止虚拟支付，有人说相当于微信已经关闭了在 iOS 上的虚拟支付业务。

## **二、我是卖课程的，我现在该怎么办**

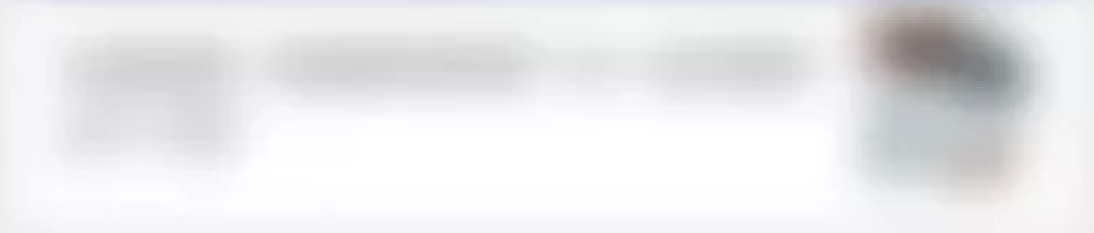
最快的，对业务影响最小的替代方案应当是这样：

5:56

🔔 🔕 🔍 📶 🔋 78%

< 短书平台 🔔

...



短书

受iOS规定, 体验原价¥199社群  
引流训练营5天公开课, 请添加  
w...05领取, 限时特价9.9元

短书



第一步，按照要求，把公众号菜单内付费体验课、9.9 元体验课全部下掉。

确保公众号内没有直接访问付费课程的链接，建议把菜单更换为“免费体验课”的字样，点击后弹出自动回复消息，提示“由于 iOS 限制，体验课试听扫描下方二维码，加入课程体验群”。

第二步，把付费听课的 URL（比如 9.9 元试听课），放到微信群内，做关键词自动回复，或者直接在私聊配置自动回复。

通过社群、朋友圈、私聊的 H5，目前不受到政策限制。

这里可能面临一个新的问题：知名社群工具 Wetool 刚刚被封，这么多用户的群、自动回复，怎么处理的过来？

当然最好的答案是用企业微信替代，可以在企业微信中；可以利用类似短书、其他各类插件助手可以基于企业微信的 SCRM 系统的服务商，帮助公司机构来提升运营的效率。

6:12

🔔 🔗 📶 🔊 🔋 77%

< 从零落地POPPP...长交流3群(431) 🔔 🔗 ...



@所有人

原价¥199社群引流训练营5天公开课，现在可以报名啦，报名地址：

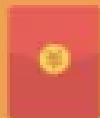
[https://](https://www.xxxxxx.com)

设为群待办



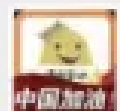
5

周一 17:51



填了问卷的老师都很...

微信红包



@可儿2【改群昵称：机构名+职位+称呼 已填完了哈

(效果图：群付费 H5 链接不会受到影响)

第三步，在短书后台针对 iOS 版本，配置隐藏付费模块等相关内容。

然后可以把 H5 链接挂到公众号菜单了（iOS 版已经没有付费等敏感内容，安卓用户访问不受影响）。

在醒目的 banner、菜单处，邀请 iOS 用户加入社群。并在社群里发布最终的课程付费 H5 链接。

企业微信，必须尽快用起来了。这很可能也是微信希望的。

### 三、公众号推文带课会受到影响吗

本次的规范，目前尚未明确的地方有两个。

第一是公众号文章底部「阅读原文」跳转是否在规定范围之内。

第二是公众号文章通过二维码跳转 H5 是否在规定范围之内。

从苹果的角度看，当然希望能够招住整个微信内虚拟支付；对微信来说则不希望把商家都逼离微信生态。否则早就接入 IAP 了。因此，可以预见微信和苹果的博弈还会继续展开。目前很难预测后续影响的情况。

### 四、iOS 上的 H5 会像小程序一样完全被限制吗

先说一下我的结论，不可能。

苹果不可能让微信完全封死所有的 H5 版在线付费课程。

并不是苹果不想，而是根本做不到。

首先 H5 不像 App Store，仅靠苹果自己的本地化团队审核是做不到的，而利益不一致，微信全力配合苹果的可能性不大，最坏的可能就是在公众号内的所有 H5 链接都不能有虚拟支付，同时公众号所有的推文、投放的广告，都不能有虚拟支付。

固然有一定影响，但是上面我们已经给出了对策：基于社群（1 对多）和企业微信（1 对 1）进行付费 H5 链接的推送。

要知道除了公众号菜单和微信推文，整个微信生态内流通的 H5 链接数量不计其数，最典型的 H5 链接就出现在“微信群”、“朋友圈”以及“私聊”这三个场景上。

姑且不说苹果如果要求微信对于这些场景商家发送的 H5 进行“虚拟支付”审核是侵犯用户隐私，单论每天数以亿计的 H5 链接让审核每个 URL 这件事几近于不可能。

百度和 Google 每天都在干这事，从以亿为单位的链接中读取信息，还要面对大量的作弊行为，例如针对爬虫展示一个没有虚拟支付的页面，而针对用户展示另一个有付费课程的页面，这些操作都让“审核 H5”变得非常非常困难和高成本。

因此，通过私聊、群聊、朋友圈发送付费课程的 H5，是非常“安全”的。

## 五、业务上需要调整的思路

相信上面的部分，能够让机构商家定下心来，微信生态还是能玩的。但并不是说这次规范影响不大，而是像文章开始就提到的，是“最严重的一次”影响。

因为业务和运营的思路要变化了，对应的运营方案、投放计划，统统都要在周一马上调整了。

最大的变化是获客思路的改变，不能再通过“低价引流课”刺激冲动消费+沉默成本吸引用户上课+追销的形式来获客。尽管刚刚提到，通过让用户加群，在群内发布低价引流课仍然可以实现的。

但路径越长，“冲动”越易退散。依赖冲动消费卖课程会变得非常难。

朋友圈和公众号的课程投放广告同理，不再能够投放低价课程 + 沉默成本吸引用户听课了。

那么我们思路应该如何调整？以社群驱动氛围 + 精准追销驱动转化的方式是个不错的选择。

将 9.9 体验课，直接做成免费课、短周期的线上训练营，在训练营的过程中，通过助教高频次的互动和聊天引导，了解每个学员的状况，并跟进追销。

这极大考验了机构线上综合运营的能力：既要开班快、开班多、教学好；还要懂社群、懂社群管理、懂销售。所以，机构和商家仍然面临熟悉的推广方式被改变、不得不做社群的挑战。

好消息是，企业微信由于有标签、聊天记录同步等功能，对于精准追销的价值非常大；在与短书结合后，能够打通排行榜、作业、打卡等督学系统，也能够减轻机构的运营负担。

## 六、周一上班，就开始要考虑的 6 个问题

公众号菜单不能带付费课程了，唯一的路径是诱导加群。

周一开始，我们需要问问同事这些问题：

社群对潜在学员的独到价值是什么？（为什么要加群） 安卓、iOS 用户的体验及付费路径如何设计？（是个人号/企微号回复，还是群回复） 如果有活动在进行，活动路径应该如何修改？如果有广告投放，广告落地页应该如何修改？ 群里都是未付费的用户，如何管理、活跃、营造课程氛围？（社群运营） 在公开课/训练营的过程中，如何挖掘、识别、标记不同类型的潜在学员，用不同的策略跟进销售？（学员标签、课程追销） 验证上述流程和逻辑后，能否形成 SOP？（SOP 提升 ROI）

每一个问题，都不算简单。

最后，无论 wetool 事件和虚拟支付是不是巧合，在微信的地盘做生意，或许还是要早点用上企业微信才能心安。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议