

现在不管是电商平台、资讯门户还是社交产品，为了提高用户的活跃都会加入签到功能。虽然说签到功能对于一款App来说不能是雪中送炭，但起码能够锦上添花，通过签到功能能够给用户一些奖励，提高用户对产品的好感，增加每天的活跃，这是签到功能所承载的责任。而签到功能有形形色色的设计，到底哪种签到效果较好，对用户更加吸引呢？以下笔者将从个人的一些经验，和常用的App来总结一下。



### 3. 底部标签导航内

一般在首页底部标签导航“我的”页面中，可能是在一级页面即可完成签到，亦或者是在二级页面完成签到。

常见于在用户体系进行呈现，使得签到功能呈现的更加完整。这种方式也是被选择最多，因为签到所奖励的东西是与当前账号相关，所以通常被加在个人信息里面。

### 4. 首页快捷入口

首页右下角会存在签到快捷入口，未签到情况下显示，签到完成则消失。

签到成功后存在弹框提醒，让用户选择是否去“详情页”查看具体内容。这种快捷入口一般非电商类型APP会采用，且实际的签到模块入口相对藏得较深，用户不易于发现。为的是在每到新的一天提醒用户去打卡一次，签到完毕后将不再影响用户使用。

### 5. 签到载体

众所周知现在的签到界面都是各式各样，各有千秋。但都离不开常用的两种形式。

原生界面呈现，适合签到功能不是很复杂的，不需要经常变化，定好第一版后就能一直使用下去。

H5形式，适合复杂多变的签到需求，能够根据需求及时更新，适应不同的节日或活动需求进行快速修改。这种方式是比较常见的签到显示，通常用在电商平台，因为电商平台需要经常举办不同的活动，能够在不发版更新的前提下进行快速替换更新。

。

### 6. 签到周期

当存在一定的签到周期的话，多为连续签到。

签到的周期往往不太一样，有3天，5天，7天，14天，一个月等。对于用户而言，连续签到周期越短越容易获利，反之对于企业来说，连续签到周期越短用户越不容

易养成习惯（习惯养成至少需要21天）。

多数APP连续签到周期会选择7天，可能是与7天为一周的生活习惯有关，也有可能是对于用户和企业来说，这是一个较好的平衡点。



也有像上面36氪那样，在中间的天数给到比平时更大的奖励，让用户不会断签，并且能够起到激励用户连续签到的暗示。

那在连续签到的情况下，用户一旦中途断签，那该如何处理呢？

一般有两种选择：重新开始计算或进行断签。

多数App都是使用断签策略，让用户有一种失去大奖的感觉，但在重新计算的情况下，用户容易丧失信心，可能会选择放弃。

而部分App采用的是补签策略，通过在App里面某个功能奖励补签卡，或者连续签到多少天后奖励补签卡，这样给用户一个补签的机会。补签对于用户来说付出的成本应小于补签后获利成本，这样才能更容易让用户完成补签动作，养成连续签到行为。

## 2) 不需要连续签到

用户在APP内只需要完成一定的签到次数，不需要有连贯性。一般不需要连续签到，只需要达到签到次数即可获得奖励，通常次数最高限定次数为当月天数（或是某一周期），次月则重新进行计算。

或者以一个固定的周期，如一个月的每天奖励显示出来，让用户知道当天奖励的东西，不会因为错过了，而让用户轻易放弃。这种设计主要在游戏里面。

## 8. 用户奖励措施

用户辛辛苦苦签到，为的就是能够在App里面得到一些奖励，让企业反馈给用户。以下是签到的奖励措施。

### 1) 抵现

这种抵现的用户奖励形式最为直接，签到获取的奖励直接可以折算成现金使用（存在抵现的限制和兑换比例）。如京东的京豆、飞猪的里程数、苏宁的云钻。

### 2) 获得优惠券

用户通过签到获得的奖励，一种是可以使用奖励来兑换相关优惠券，如网易考拉通过考拉豆来兑换。另外一种则是签到即获得优惠券，如途牛每天签到即可领取对应礼

包。

### 3) 抽奖/兑换礼品

常见于用户签到获得积分，然后通过积分来进行抽奖或兑换礼品，对于用户来说可以通过积分获得更有价值更大的奖励；对于企业来说，通过抽奖或兑换礼品一方面吸引用户，另一方面消耗用户积分。

如蚂蜂窝，这时候会有一种赌博，但已经被平台设定好，消耗的肯定会比你奖励的多。





## 2) 今日头条极速版宝箱

除了每天打开后能够获得相应金币，打开宝箱也能获取一定数量的金币，并且为固定时间每隔一小时即可收益一次。这样设计能够大大提升用户打开的次数。

## 三、设计适合自己的签到

当我们决定要做一个签到功能后，我们要根据用户的使用情况和场景来设计签到，使用哪一种签到会让用户更加喜欢，让用户能够有坚持的动力尤为重要。

在使用场景相对较频繁的产品更适用于签到功能，能够较容易培养用户习惯，让增加用户留存的意义更大。如果使用场景不频繁的产品来说加入签到功能，更多的是侧重于签到的奖励，签到的趣味性，使用户更热衷于使用该产品。

这样做的目的是完善自身的用户体系，使得活跃用户更加活跃，也能够让用户更愿意分享App。

签到只是让用户获得奖励的一个途径，而怎么让用户获得的虚拟货币或者优惠券使用出去才是平台所要好好思考的问题。本质上，就是要为平台创造商业价值，所以可以在签到页下展示一些相关的消耗途径，与签到相关联的内容。让用户坚持签到的同时，吸引用户去消费。

签到对于很多产品来说是一个无关痛痒的功能，确实不能决定一个产品的好坏和生死，最终要看的还是产品本身的核心功能。但如果你用得好，虽不能雪中送炭，但一定可以锦上添花。

以上是结合自己工作，和参考其他App签到功能整理的一些经验，可能存在一定的局限性。欢迎大家多多交流学习。

本文由@肥小强 原创发布于人人都是产品经理，未经许可，禁止转载。

题图来自Unsplash, 基于CC0协议。