

移动端引流策略繁多，微电商如何精准引流？引流成本高企，微电商如何零成本获得无尽流量？
BAT平台流量巨大，微电商如何巧妙化平台流量为己用？

移动社交微电商 全网引流 完全手册



快速吸粉、增粉、爆粉，手把手教你玩转

百度系、阿里系、腾讯系、APP、论坛、贴吧、SNS……
让移动社交微电商流量不愁，成交倍增！



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

移动社交微电商

全网引流完全手册

郑清元◎著

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

移动社交微商全网引流完全手册 / 郑清元著. --
北京 : 人民邮电出版社, 2016. 5
ISBN 978-7-115-42093-0

I. ①移… II. ①郑… III. ①网络营销—手册 IV.
①F713.36-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第060741号

内 容 提 要

移动互联网以强大的优势成为时代发展的主流, 移动端成为最大的流量入口。随着微博、微信的崛起, 互联网的流量更加集中。不过, 面对这种变化, 大量的电商、微商从业者却并不懂得如何在移动端引流、推广和运营, 这成为他们事业发展的瓶颈。

本书从移动端引流, 特别是微商引流说起, 利用微信、百度、阿里、腾讯、新浪等平台的具体案例来阐释引流的方法, 为电商、微商从业者提供轻松“吸粉”、“增粉”的方法, 帮助他们寻找精准客户、快速成交。

本书中的引流策略并不限于大平台, 凡是能够增加粉丝、吸引流量的方法, 都全面呈现。对移动电商、社交电商、微商从业者等来说, 掌握了本书的方法, 就能短时间巨量“增粉”, 让产品成为爆品, 成交倍增, 走向成功!

-
- ◆ 著 郑清元
责任编辑 李士振
责任印制 周昇亮
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
三河市海波印务有限公司印刷
 - ◆ 开本: 720×960 1/16
印张: 20 2016 年 5 月第 1 版
字数: 386 千字 2016 年 5 月河北第 1 次印刷
-

定价: 59.80 元

读者服务热线: (010) 81055296 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

每一个人的心中，都有一个创业梦

在过去，也许这个梦很难实现——它需要大资金的支撑，需要一个团队的组建，甚至还要经受常年累月的沉寂。对于多数人而言，创业无异于天方夜谭。然而伴随着移动互联网时代的到来，这一切都被前所未有地颠覆了，任何一个人，都可以轻松开始自己的创业之路。因为，一个全新的名词横空出世，标志着中国新一轮全民创业浪潮的正式到来——移动电商 3.0。

移动电商 1.0 时代，淘宝、京东的不断布局，APP 开始上线，此时移动电商依旧被互联网大佬所掌控；移动电商 2.0 时代，更为精准的细分 APP 开始出现，如墨迹天气、36 氦等。这其中我们依旧看到了大资本的身影；但到了移动电商 3.0 时代，伴随着微信等一系列软件的快速崛起，以及移动支付的迅速普及，小额创业终于不再只是一个梦！

打开微博，打开微信，打开淘宝，看一看有多少独立小卖家在电商领域打拼，甚至，就连如斗鱼、熊猫 TV 这样的视频直播 APP 中，也蕴藏着一批整装待发的微商们！

移动 3.0 时代的移动电商，呈现出了强烈的“微商”特点——这里所说的微商，不仅只依托微信，任何一款社交软件中，都有独立的微商在打拼。低门槛、小投入、快捷支付、移动互联网高效沟通……一系列的关键词，给移动电商 3.0 时代奠定了硬件基础。从这一刻开始，仅凭一部手机、一台电脑，我们就可以将生意做到全国

甚至全世界！

所以，我们惊奇地发现：身边越来越多的人，投入到了微商的世界中。或是化妆品，或是服装鞋帽，或是 DIY 制品……几乎每一个人，都开始了自己的创业之路，并且每一个人，都对未来充满无限的期望与憧憬。

不过，在风起云涌的微商背后，我们也看到几乎每一个人都露出了疲态：“到底该怎么做，才能打开局面，让自己的销量迅速提升？”几乎每一个微商都发出过这样的疑问。最终，有的人熬不过时间，选择了退出；有的人选择了坚持，生意却迟迟不见好转……

2015 年 12 月，《每日经济新闻》报道：从 2015 年下半年开始，仅在短短半年内，近九成微商业绩腰斩，一半以上团队直接退出。

难道，移动电商 3.0 时代是一个假象？微商的未来就是死路一条？

当然不！我们之所以在微商领域走得磕磕绊绊，最关键的一个原因，是我们不懂得微商经营的基本原则——借助互联网进行引流，并转化为直接购买力！

找不到客户，谁愿意购买我们的产品呢？仅仅依靠微信朋友圈，我们的人际关系仅仅只是在朋友之间，可是更广阔的市场呢？

正是因为没有意识到“引流”的作用，不懂得如何借助互联网找到客户，所以我们的生意只能是小打小闹，从微商做成了“危商”。所以，当我开始创作本书之时，我就意识到——帮助微商找到引流模式，并直接转化为购买力，这才是真正有价值、有意义的内容。这本书里，我通过不同的角度、平台来解析引流的方法、技巧以及注意事项，希望每一个读者，每一个渴望在移动电商时代创造财富的朋友，都能发现自己的问题，并最终走出一条属于自己的路！

Part

移动互联网时代，流量就是购买力

1.1	当移动端霸占了消费者的视线，商机在哪.....	2
1.2	移动电商迅猛，制胜诀窍在哪.....	6
1.3	微商来袭，如何引流.....	12
1.3.1	微商的现状及面临的问题.....	12
1.3.2	微商引流的重要性.....	15
1.3.3	微商引流公式.....	17
1.3.4	PC端、移动端、地面引流.....	18
1.3.5	微商业绩公式.....	22

Part

2

移动互联网引流，做好准备工作

2.1	粮草未动，“心态”先行.....	25
2.2	无硬件，无引流.....	28
2.2.1	智能手机准备.....	28
2.2.2	4G网络准备.....	30
2.2.3	Wi-Fi准备.....	31
2.2.4	个人电脑准备.....	32

2.3	软件准备，工具先行.....	33
2.3.1	实现微信与 QQ 的互通	34
2.3.2	图片与文字排版工具准备	35
2.3.3	修炼技术，乐于学习	38
2.3.4	高效管理自己的网络账号	40
2.3.5	学会利用浏览器收藏功能	41
2.4	明确客户，制定策略.....	44
2.4.1	明确客户是谁.....	44
2.4.2	确定客户在哪里.....	48

Part 3 | 百度系平台如何引流

3.1	百度知道昵称引流.....	51
3.2	百度知道回答引流.....	53
3.3	百度知道提问引流.....	57
3.4	百度传课引流.....	59
3.5	百度经验引流.....	62
	附 1 合理利用“百度经验”轻松做好网络推广	64
3.6	百度文库引流.....	66
3.7	百度百科.....	69
3.7.1	词条创建	69
3.7.2	词条修改	71
3.7.3	百科图片	72
3.7.4	参考资料	72
3.8	百度贴吧发表新帖引流.....	74
3.9	百度贴吧回复留言引流.....	77

3.10	百度贴吧引流的小细节	78
3.11	创建贴吧引流.....	80
3.12	百度网盘引流.....	81
3.13	百度竞价引流.....	85
3.14	百度联盟引流.....	87

Part 4

阿里系平台如何引流

4.1	利用淘宝自然排名优化引流.....	89
4.2	淘宝店铺装修引流.....	90
4.3	淘宝官方活动.....	91
4.4	淘宝第三方免费活动.....	93
4.5	淘宝直通车、钻展、硬广推广.....	95
4.6	淘宝客推广.....	97
4.7	淘宝论坛发布帖子.....	99
4.8	淘宝论坛回复留言.....	102
4.9	通过阿里旺旺添加好友.....	103
4.10	添加旺旺群及群友	105
4.11	创建旺旺群.....	107
4.12	阿里诚信通引流.....	108
4.12.1	开通诚信通.....	109
4.12.2	店铺手机号.....	109
4.12.3	店铺装修	110
4.13	淘宝商品评价.....	111

4.13.1	文字反馈	111
4.13.2	反馈图片	112
4.14	一淘网引流.....	112
4.15	商友圈引流.....	113
4.16	支付宝引流.....	116
4.16.1	生活圈引流.....	116
4.16.2	支付宝朋友引流.....	117
4.16.3	支付宝商家引流.....	117

Part 5

腾讯系平台引流

5.1	QQ 引流策略	120
5.1.1	QQ 头像、昵称设置技巧.....	120
5.1.2	QQ 排名引流.....	122
5.1.3	个性签名设置.....	123
5.1.4	点赞引流	124
5.1.5	贺卡、明信片、漂流瓶.....	124
5.1.6	更新状态引流.....	127
5.1.7	QQ 引流的时间段	128
5.1.8	通过腾讯课堂发布课程引流	128
5.1.9	通过手机 QQ 附近的人引流.....	129
5.1.10	通过手机 QQ 的兴趣部落引流.....	131
5.1.11	营销 QQ.....	132
5.2	QQ 空间引流策略.....	134
5.2.1	空间装扮	134
5.2.2	空间日志	136
附 2	空间日志引流秘笈.....	137

5.2.3	空间相册	140
5.2.4	空间分享功能	142
5.2.5	空间说说	143
5.2.6	空间签名档	144
5.2.7	空间生日提醒	144
5.2.8	认证空间	145
5.2.9	空间留言及回复	146
5.3	QQ 群引流策略	147
5.3.1	添加 Q 群	147
附 3	AB 吸粉末	150
5.3.2	自建 Q 群	151
5.3.3	添加群友	152
5.3.4	上传文件及相片	153
5.3.5	QQ 群论坛	153
5.3.6	QQ 群讨论组	155
5.3.7	普通邮件群发	156
5.3.8	QQ 群邮件群发	156
5.3.9	QQ 同城活动	157
5.4	腾讯广点通	159

Part 6

腾讯系平台之微信引流

6.1	微信好友引流策略	161
6.1.1	熟悉微信引流方法及使用场景	161
附 4	微信“附近的人”引流	163
6.1.2	巧用微信好友互推	165
附 5	一秒钟搞定微信陌生人	165

6.2	微信公众号引流.....	169
6.2.1	个人公众平台引流.....	169
6.2.2	微社区引流	174
6.2.3	第三方平台促销活动引流	176
6.2.4	微信公众平台第三方游戏引流	177
6.2.5	微信公众平台导航网站引流	179
6.3	微信群引流.....	180
6.3.1	自建微信群	180
6.3.2	加入微信群	181
6.3.3	微信群发布	182
6.3.4	微信群二维码获取及推广	182
6.4	朋友圈引流.....	183
6.5	微视及小视频引流.....	186

Part 7

新浪微博引流

7.1	优化外链.....	188
7.2	微博装扮（会员）	189
7.3	长微博发布.....	190
7.4	发布微博.....	191
7.5	添加微群.....	193
7.6	博友互推.....	194
7.7	评论转发微博.....	194
7.8	最有效的微博活动：转发抽奖.....	196
7.9	私信功能.....	198

8.1	博客引流.....	201
8.1.1	博客名称设置.....	201
8.1.2	博客首页装扮.....	202
8.1.3	发表博文.....	203
8.1.4	设置标签.....	204
8.1.5	上传照片.....	205
8.2	论坛、贴吧引流策略.....	206
	附 6 如何利用天涯社区论坛规则吸引流量.....	208
8.3	SNS 网站引流.....	211
8.4	问答网站引流.....	212
8.5	文库网站引流.....	213
8.6	分类信息网引流.....	214
8.6.1	招聘信息.....	214
8.6.2	搜集号码.....	216
8.6.3	发布招商信息.....	216
8.6.4	二手转让.....	217
8.6.5	相关图片.....	217
8.7	招商网站引流.....	218
8.8	图片网站引流.....	219
8.8.1	昵称设置.....	219
8.8.2	上传图片.....	220
8.8.3	回复留言.....	220
8.9	视频网站引流.....	221

8.9.1	昵称设置	221
8.9.2	上传视频	221
8.9.3	视频直播间	222
8.9.4	首页封面	224
8.9.5	视频说明及评论留言	226
8.9.6	视频贴片广告	226
8.10	新闻门户网站引流	227
8.11	威客网站引流	228
8.12	网络广告引流	229
8.12.1	Banner 广告	229
8.12.2	文字链广告	230
8.12.3	软文置顶	230
8.13	自建网站引流	232
8.13.1	SEO 优化	232
8.13.2	友情链接、图片互换	233

Part 9

移动端 APP 引流

9.1	社交类 APP 引流	236
9.2	商务类 APP 引流	238
9.3	资讯类 APP 引流	240
9.4	音频类 APP 引流	241
9.5	视频类 APP 引流	243
9.6	互动类 APP 引流	244
9.7	生活休闲、健康医疗类 APP 引流	246

Part 10 | 线下活动如何引流

10.1	线下引流同样重要	248
10.2	招商会议	250
10.2.1	自主举办招商活动	250
10.2.2	社会媒体举办的招商会	251
10.3	职业培训班	252
10.4	沙龙聚会	254
10.5	赞助活动、相亲活动及其他综合活动	256

Part 11 | 媒体广告引流策略

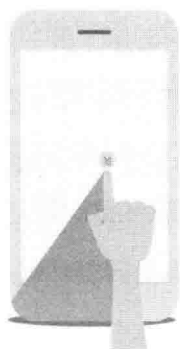
11.1	传统媒体引流策略	258
11.1.1	报刊广告	258
11.1.2	电视、电台广告	260
11.1.3	灯箱广告	260
11.1.4	公交车广告	261
11.1.5	电梯广告	261
11.1.6	户外广告	262
11.2	其他媒介类引流策略	263
11.2.1	街头宣传单派发	264
11.2.2	摆摊促销	265
11.2.3	扫码有礼	266
11.2.4	扫楼调查	267
11.2.5	街头采访	268

11.2.6	快递单号	269
11.2.7	线下招聘	270
11.2.8	餐桌贴码	270
11.2.9	桶装矿泉水贴码	271
11.2.10	相关商铺贴码	272
11.2.11	汽车车贴	273

Part 12 | 移动端运营的未来

12.1	移动端将成为使用率最高的终端	275
12.2	物联网将成为下一个流量入口	278
12.2.1	物联网的意义	278
12.2.2	物联网给微商带来了什么	279
12.3	社群崛起，社群疯狂引流	281
12.3.1	社群管理者引流	281
12.3.2	社群部落引流	283
	后记	285

Part 1



移动互联网时代， 流量就是购买力

改变移动互联网风起云涌，不仅给我们的生活习惯带来了前所未有的习惯，更带来了源源不断的商机。从2014年开始，微商以摧枯拉朽之势，成为了中华大地上最瞩目的创业新风潮。低门槛、小投资，无数人加入了移动电商的大潮之中。不过，拥有机遇的同时，我们也面临着诸多挑战——如何快速吸引客户？如何迅速促成成交？如何创建平台？其实，想要解决这些问题很简单，只要做好这两点，一切都会迎刃而解——如何吸引流量？如何流量变现？

1.1 当移动端霸占了消费者的视线，商机在哪

随着智能手机的全民普及，数字媒体营销正在面临深刻的变革，用户对手机的依赖性越来越强，人们似乎随时随地都在摆弄着自己的手机，那么，在这个发光的小盒子里，究竟是什么能够如此吸引人呢？

其实手机吸引人的最主要原因就是越发丰富的 APP，在过去，人们对手机就只有最简单的通信需求，但是随着移动应用技术与体验的进步，人们可以用手机做的事情越来越多，因此对手机的依赖性也就越来越强。而这一切都在刺激着广大营销者的神经，随身携带的手机，加上 APP 的无限可能，再加上移动互联网技术的精准定位，三者的结合让越来越多的人开始关注这些发光魔盒中蕴藏的商机。正是因为这样，商家的营销策略也呈现出移动化、碎片化、精准化、互动、依赖口碑的特点，如图 1-1 所示。

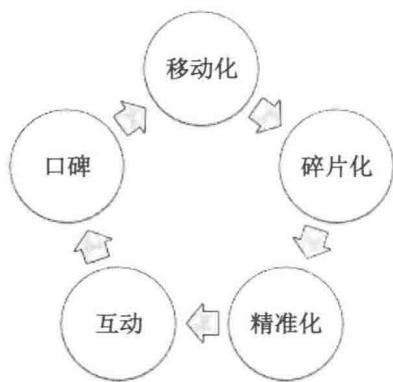


图 1-1 消费者对移动端的依赖影响商家的营销策略

当市场上实体书店倒下了一批又一批时，当各大名家著作的书籍被放进尘封的书架中时，各种移动终端设备上的电子书越发火爆。当实体地图的销量越来越少时，当火车中再也没有推销铁路时刻表的乘务员时，人们正在拿自己的手机精准地查找自己的位置。在移动互联网全面爆发的今天，移动应用已经彻底改变了人们的生活方式，从阅