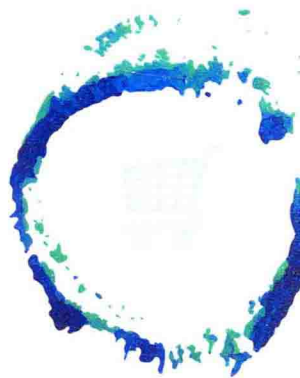


每句话都是一个商机，
用朋友圈打造你的超级人脉和钱脉！



朋友圈经营 实战宝典

用QQ、微信找到你的客户

看得懂：一切从实战出发，快速玩转朋友圈

学得会：丰富的实用指导，教你打造自己的社群

用得着：典型的实战营销案例，让你拿来就用



井长杰 编著



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

朋友圈经营实战宝典

井长杰 编著

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

内 容 简 介

本书包含了最新的互联网思维理念及实战操作的商业案例。其中，思维理念立足时代前沿，描述了未来的互联网商业形态，对于如何在自己的企业中进行实践落地给予了详细的操作指导。通过本书，读者可以快速掌握朋友圈经营的核心秘籍，对企业或个人的未来发展有巨大的指导作用。

本书语言平实，内容浅显易懂，集理论和案例于一体，是一本实用性非常强、可以反复阅读的参考指导书。

本书适合的读者：想通过网络进行低成本营销的中小企业老板，立志通过互联网创业的朋友；从事互联网营销和推广的相关人员；打算进行传统企业 O2O 转型的中小企业老板；在校或刚毕业的学生。只要你有一颗拥抱互联网的心，本书就可以帮助你从基础学起，帮助你通过最简单的策略精准地找到您的客户。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

朋友圈经营实战宝典 / 井长杰编著. —北京：电子工业出版社，2016.2
ISBN 978-7-121-28025-2

I. ①朋… II. ①井… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 003147 号

策划编辑：李 冰

责任编辑：李 冰

特约编辑：田学清 赵海红

印 刷：三河市华成印务有限公司

装 订：三河市华成印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱

邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：15.25 字数：244 千字

版 次：2016 年 2 月第 1 版

印 次：2016 年 2 月第 1 次印刷

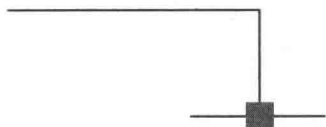
印 数：4000 册 定价：49.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

前 言



回顾中国互联网经济 20 年的发展历程，从无到有，从小到大，使中国的经济发展发生了翻天覆地的变化。本书立足时代前沿，简单总结了网络经济的发展历程，并对网络经济的未来作了预测和畅想。

本书是一本关于如何通过 QQ、微信及线下交流经营好朋友圈的实用指南，书中主要讲述如何通过线上、线下相结合的 O2O 模式来经营好自己的线上、线下朋友圈。本书内容紧跟时代，理论性和实操性兼容并存，可以作为企业经营者的参考指南，帮助创业者开阔视野及实际操作，也可作为互联网从业者的参考书。

现在的市面中，很多书籍偏重理论，缺乏实践指导，而本书是理论和实操相结合的实战实用的指导书籍，既能把握时代潮流，又能实践操作，快速落地。

本书特色

1. 理论指导，明确互联网发展的阶段及相对应的阶段特点

本书对互联网的发展阶段给予了明确分析，并指出了每一阶段所对应的



特点。透过对阶段和特点的分析，读者可以快速了解目前互联网经济的现状及发展趋势，以利于确立个人及企业未来的发展方向；以及如何结合自己企业的实际情况，快速地导入朋友圈经营秘籍，通过最简单有效的方法来开发自己的精准客户资源，从而达到增加企业经营业绩的目的。

2. 实操指导，简单有效的方法策略和实操指导，让读者快速掌握朋友圈经营策略

本书对于如何通过 QQ、微信来操作线上、线下朋友圈给予了简单有效的方法策略，并在策略指导下提供了具体的实操指导，是传统企业 O2O 转型必备的策略和实操指导。拒绝假话、空话，只分享实战中的干货，即使零基础的读者也可以快速上手，轻松学会这些行之有效的方法、策略，从而解决很多书籍看了有用但却不能落地的问题。一步一步的详细指导，一招一式的实战技巧，让传统企业在 O2O 转型过程中少走弯路，轻松落地，快速为企业产生效益。

3. 简单实用，精练的理论总结辅以真实的案例让读者快速嫁接自己的企业

本书的写作方法经过作者反复思考、提炼，尽可能做到深入浅出，努力做到简单实用，可以让读者很快地了解文章的重点和精髓。在精练的理论基础上，再辅以真实详细的操作案例，理论充分结合实际，让企业或个人在实际操作落地的过程中能够有章可循，有的放矢地开展具体工作。

4. 顺应时代潮流，与时俱进的思维理念，实战落地的营销指导读者快速建立自己的生态朋友圈

本书是作者顺应时代潮流，站在时代前沿，结合中国企业经济发展现状所提出的与时俱进、实战创新的思维理念的总结。结合作者多年辅导企业的实战营销策划经验，可以帮助读者快速地打开经营思路，把与时俱进的创新

思维与实战落地的营销策略结合起来，迅速地应用到个人的成长和企业的发展上，为企业和个人提供了一个可以借鉴执行的运营模板。

本书内容及体系结构

第 1 章 网络经济发展的三个阶段

本章从互联网 20 年大事记入手，揭示了网络经济发展的三个阶段，分析每个阶段的基本特征及典型企业。从网络商品经济时代，到网络粉丝经济时代，再到线上线下相结合的朋友圈经济时代，每一个阶段的特点分析及案例推荐，可以让读者快速了解网络经济发展态势，把握未来经营趋势。

第 2 章 传统企业 O2O 转型开启

本章主要介绍了传统企业的经营之痛，展示了互联网特别是移动互联网对我们生活的改变，以及未来移动互联网发展的相关趋势，对企业及时把握行业趋势，顺势而为起到指导作用。

第 3 章 O2O 决胜未来

数据是 O2O 成败的关键，本章讲述了打造多方共赢的 O2O 生态圈，打造平台型组织，让每个平台上的人都成为经营者，充分发挥和重视人的价值，通过资源整合，多方合作，就可以决胜未来。

第 4 章 朋友圈经济

本章对朋友圈经济给予了分类及定义，揭示了朋友圈经济的四大特点，以及建立朋友圈所带来的 10 大好处。

第 5 章 朋友圈组建准备

通过对朋友圈的定位和命名分析，设定合适的会员层级及会员价格，对



如何开展丰富多样的朋友圈活动，如何订立朋友圈管理规则都给予了切实指导，并导入相关案例，让读者快速学习如何建立一个属于自己的朋友圈。

第 6 章 朋友圈会员招募

本章重点讲解朋友圈会员招募的八字原则及如何通过 QQ 平台、微信平台 and 线下平台开展会员招募的方法策略。

第 7 章 朋友圈运营策略

本章讲解了朋友圈运营的三大关键点。把握了核心关键点，就掌控了全局。

第 8 章 QQ 空间打造四步策略

本章讲述 QQ 空间打造的四步策略，方法简单，快速有效。通过一步一步指导操作，让即使零基础的读者也可以快速掌握 QQ 空间打造的方法，从而利用我们每个人都在玩却没有被充分利用的 QQ 工具为我们的自媒体明星之路打下良好的基础。

第 9 章 QQ 空间打造 10 步流程

本章用更详细的操作思路对四步策略做了细分，通过简单有效的 10 步流程，使每位读者都可以快速地打造出自己的 QQ 营销空间，把我们的 QQ 变成企业的营销利器。

第 10 章 微信平台打造策略

在本章，重点讲述微信个人朋友圈和微信公众平台的打造策略，以及个人加粉的 42 种方法，实战实用，快速高效。

第 11 章 线下朋友圈打造策略

本章讲解了线下朋友圈打造的整体策略及线下朋友圈运营的三大模式，让读者在实践操作中有章可循，少走弯路。

第 12 章 O2O 时代朋友圈为王

本章展示了当今社会朋友圈对于全球经济的推动及对于企业和个人的巨大助推作用。

本书读者对象

- 想进行传统企业转型的中小企业老板。
- 想快速打造自媒体、玩转自媒体的创业达人。
- 想了解互联网未来商业形态的企业和个人。
- 打算从事互联网营销与推广工作的企业和个人。
- 各类专家、学者、讲师和有一技之长的个人。
- 喜欢结交朋友、喜欢互联网的个人。

目 录



第 1 章 网络经济发展的三个阶段	1
1.1 中国网络经济发展的历程	2
1.1.1 中国互联网大事记	2
1.1.2 不同寻常的 2014 年	5
1.1.3 风生水起的 2015 年	7
1.2 网络商品经济时代	9
1.3 网络粉丝经济时代	11
1.4 网络朋友圈经济时代	13
1.4.1 朋友圈经济四大特征	13
1.4.2 朋友圈经济典型案例：秦王会	14
1.4.3 秦王会的起步	14
1.4.4 为什么说“秦王会”每个会员都是精英，都有绝活儿呢	16
第 2 章 传统企业 O2O 转型开启	19
2.1 当下传统企业经营痛点	20
2.1.1 传统的经营方式不再奏效，企业经营业绩持续下滑	20

2.1.2 传统的管理手段遇到瓶颈，对越来越多的90后员工管理不善	21
2.1.3 面对互联网经济浪潮，知道好，却不知道怎么做	21
2.2 传统企业如何拥抱移动互联网	22
第3章 O2O 决胜未来	24
3.1 O2O 案例分析：一嗨租车	25
3.1.1 认识一嗨租车	25
3.1.2 从线上走向O2O	26
3.1.3 数据驱动租车精细化	27
3.1.4 新业务模式的探索	29
3.2 打造多方共赢的O2O生态圈	32
3.2.1 如何打造线下零售业的O2O生态体系	32
3.2.2 多平台应用打造O2O体系	37
3.3 打造平台型组织，让每个人都是经营者	40
3.3.1 让每个人成为经营的主角，必须转变固有的思维方式	40
3.3.2 让每个人成为经营的主角，必须将指标落实到基层和岗位	42
3.3.3 让每个人成为经营的主角，必须创造良好的环境和条件	43
3.4 搞好管理机制，重视人的价值	45
3.5 打造移动生态产业链	45
3.5.1 移动互联网产业发展的大趋势——融合与渗透	45
3.5.2 移动互联网价值链的四个概念	46
3.5.3 运营商的对策	47
3.6 多方合作，决胜未来	49



第4章 朋友圈经济	52
4.1 朋友圈经济究竟是什么	53
4.1.1 无圈子，不经济	53
4.1.2 圈子经济，打造个人成为明星是关键	56
4.1.3 “圈子经济”中的“圈子”究竟是什么	57
4.1.4 线上朋友圈经济	60
4.1.5 向小米学习	61
4.1.6 向“罗辑思维”学习	63
4.1.7 到底学谁	65
4.1.8 线下朋友圈	67
4.2 案例一：雷军进驻租房界，掀起小米式“线下朋友圈”颠覆革命	68
4.2.1 中国版《布达佩斯大饭店》	69
4.2.2 YOU+做的是“社交产品”	72
4.2.3 疯狂10倍的事	77
4.2.4 雷军住过地下室，他也被深深打动	82
4.3 案例二：看汽车4S店老总如何玩转线下朋友圈营销	86
4.3.1 汽车4S店老总的管理模式	87
4.3.2 组织中的活动	88
4.4 朋友圈经济的特点	90
4.4.1 朋友圈经济特点总述	90
4.4.2 朋友圈经济特点一：知识	90
4.4.3 朋友圈经济特点二：人脉	91
4.4.4 朋友圈经济特点三：商机	94
4.4.5 朋友圈经济特点四：共同价值观	94
4.5 建立朋友圈的十大好处	95

4.5.1	传播品牌口碑	95
4.5.2	培养忠诚客户	96
4.5.3	鼓励重复消费	96
4.5.4	优化产品功能	97
4.5.5	收集客户见证	98
4.5.6	鼓励转介绍	98
4.5.7	招募代理	99
4.5.8	众筹资金	100
4.5.9	发掘合作伙伴	105
4.5.10	发现新商机	106
第5章	朋友圈组建准备	110
5.1	朋友圈发起人	111
5.2	朋友圈定位及命名	112
5.3	朋友圈活动形式	114
5.4	朋友圈会费定价	115
5.5	朋友圈管理规则	117
5.6	朋友圈案例：古风精英会	118
第6章	朋友圈会员招募	120
6.1	会员招募原则	121
6.2	会员招募方法	122
6.2.1	QQ空间招募	123
6.2.2	微信平台招募	123
6.2.3	线下平台招募	125



第7章 朋友圈运营策略	127
7.1 朋友圈运营9大法则	128
7.1.1 第一条法则：交换资源，找到信息	128
7.1.2 第二条法则：“空手套白狼”是不可取的	128
7.1.3 第三条法则：把不靠谱的人排除在圈外	129
7.1.4 第四条法则：少说多做	130
7.1.5 第五条法则：付出了才能体会存在感	130
7.1.6 第六条法则：心甘情愿付出，小心获得回报	131
7.1.7 第七条法则：在没有能力付出金钱的时候付出经验和感情	132
7.1.8 第八条法则：圈子的水平是由领导所决定的	133
7.1.9 第九条法则：开阔眼界要比挖掘资源更有意义	134
7.2 运营的三大关键点	135
7.2.1 交流经验	135
7.2.2 结交朋友	136
7.2.3 生意往来	137
第8章 QQ空间打造四步策略	139
8.1 聚焦你的兴趣领域	140
8.1.1 一个失败的QQ空间	140
8.1.2 把你的QQ空间排到百度的第一名	141
8.1.3 让日志成为你的名片	143
8.1.4 置顶日志放最重要的内容	145
8.2 确立你的专家地位	147
8.3 持续不断释放价值	150
8.3.1 一个高效率玩转QQ空间的方法	151

8.3.2	QQ 空间日志的定时功能	151
8.3.3	QQ 空间说说的定时功能	151
8.3.4	如何寻找大量的素材来充实自己的 QQ 空间	152
8.4	借力文案变现提款	152
第 9 章	QQ 空间打造 10 步流程	155
9.1	如何根据你的资源定位你的 QQ 空间	156
9.2	如何用最简单的方法引爆你的流量	156
9.3	选择什么样的平台最适合 QQ 空间推广	157
9.3.1	论坛营销	158
9.3.2	博客营销	158
9.3.3	百度贴吧	159
9.3.4	分类信息	159
9.3.5	视频营销	159
9.4	为何进行全网营销, 聚焦到 QQ 空间成交	160
9.5	如何每日添加 100 个精准群, 每天自动加 300 个好友	160
9.6	如何释放价值留住好友	162
9.7	如何在 1 个小时内写出杀手级文案, 让客户疯狂埋单	163
9.8	如何在 1 天之内快速建立自己的千人群	165
9.9	如何建立自己的收费社群, 开始你的赚钱之旅	166
9.10	如何借力社群, 让你的 QQ 成为你的自动提款机	167
第 10 章	微信平台打造策略	168
10.1	微信个人朋友圈打造策略	169
10.1.1	自我分析	169



10.1.2	前期准备	171
10.1.3	营销策略	172
10.1.4	增强信任	174
10.1.5	如何增加粉丝	175
10.1.6	注意事项	176
10.1.7	其他要点	177
10.2	微信公众账号打造策略	178
10.2.1	建设知名度高的公众账号	179
10.2.2	实体店同时进行营销	179
10.2.3	签到与打折	180
10.3	微信个人账号打造策略	181
10.3.1	申请微信个人账号及优化账号	181
10.3.2	个人微信增加粉丝的42种方法	182
10.3.3	微信个人账号运作的10大规则	190
10.3.4	利用微信个人账号快速建立朋友圈	193
10.4	微信公众账号运营策略	195
10.4.1	微信公众账号的申请及开通	195
10.4.2	微信公众账号内容营销秘籍	198
10.4.3	微信公众账号和个人朋友圈的配合	203
10.4.4	微信朋友圈打造案例	207
第11章	线下朋友圈打造策略	209
11.1	线下朋友圈打造整体策略	210
11.2	影响力中心	210
11.2.1	行业领袖	211
11.2.2	商业领袖	211

11.2.3	专家资源	212
11.2.4	政府资源	212
11.3	线下操作三大模式	212
11.3.1	企业访谈会模式	213
11.3.2	商家聚餐会模式	213
11.3.3	免费公开课模式	214
11.3.4	线下平台打造案例	215
第 12 章	O2O 时代朋友圈为王	216
12.1	华夏同学会	217
12.2	泰山会	218
12.3	中国企业家俱乐部	219
12.4	江南会	220
12.5	正和岛	223
12.6	阿拉善 SEE 生态协会	223
12.7	接力中国	225
12.8	地方商帮	226
12.9	长安俱乐部与金鼎俱乐部	227
后记	228

第 1 章



网络经济发展的三个阶段



中国的互联网经济从 1994 年开始到现在,经历 20 多年的发展,给中国的经济带来了天翻地覆的变化。在互联网蓬勃发展的过程中,经历了网络商品经济时代、网络粉丝经济时代及网络朋友圈经济时代。