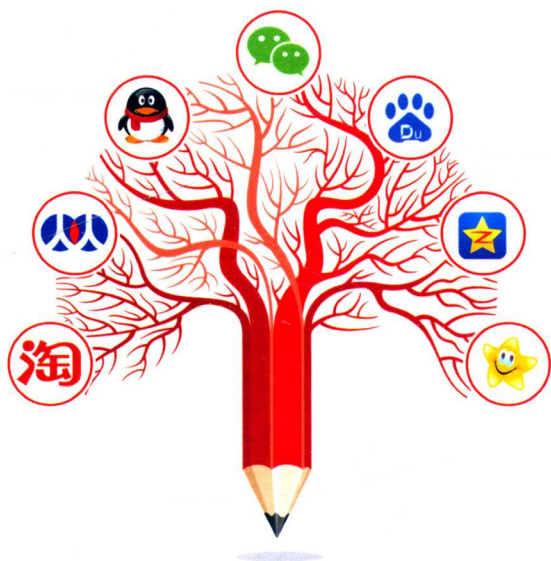


品牌怎么推广？客户怎么吸引？
一句话打动顾客，一分钟形成购买

软文营销 实战108招

——小软文大效果——

苏 航◎著



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

软文营销 实战108招

—— 小软文大效果 ——

苏 航◎著



图书在版编目 (C I P) 数据

软文营销实战108招：小软文大效果 / 苏航著. --
北京：人民邮电出版社，2016.2
ISBN 978-7-115-40782-5

I. ①软… II. ①苏… III. ①市场营销学 IV.
①F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第283653号

内 容 提 要

本书通过10个专题内容、108个干货技巧，帮助读者快速掌握软文写作技能。

全书共分为10章，具体内容包括：“8种软文写作形式”“22种软文标题玩法”“7种软文内容布局”“9种软文创意招数”“16种软文写作类型”“3种软文推广技巧”“6种玩转微信软文的方法”“15种玩转微博软文的技术”“7种玩转百度软文的方法”“15种软文营销的扩展技巧”。

本书结构清晰、案例丰富，适合从事软文营销工作的相关人员阅读。

◆ 著 苏 航

责任编辑 恭竞平

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>

北京鑫丰华彩印有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：16.25

2016年2月第1版

字数：305千字

2016年2月北京第1次印刷

定价：49.80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：京崇工商广字第0021号

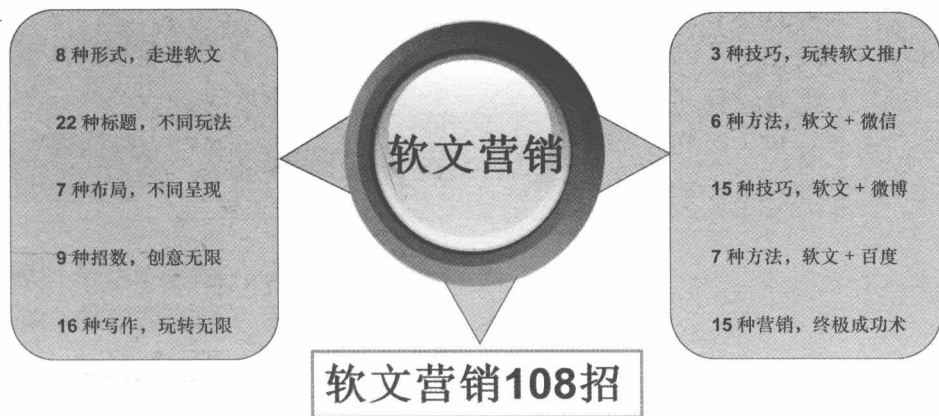
前言

写作驱动

随着互联网的发展，软文营销不再只围绕传统媒体，而是开始往 PC、APP 端进军，且发展迅速，几乎每家企业都开始利用软文营销进行推广、传播，特别是抢占移动终端的营销。

本书从两条线出发，一条是横向基础线，从软文的 8 种形式、22 种标题、7 种布局到 9 种招数、16 种写作，从小到大，层层推进，带领软文营销新手扎稳根基；另一条是纵向实用线，从推广技巧到与热门平台的结合再到整合软文营销的必学招数，从技巧到实用，带领软文营销新手深入提升、脱胎换骨，达到软文营销行家的境界。

本书精心提炼了软文营销实战中的 108 个精彩技巧，帮助软文营销工作者以小博大，让小软文发挥大效果，做企业的品牌塑造和销量提升的助推剂！



本书特色

本书的主要特色如下：

(1) 技巧为主，纯粹干货：全书通过 108 个实用性超强的干货技巧，以及 100 多条软文专家提示，从标题、内容、技巧、平台、营销、案例等角度，帮助大家从新

手快速成为软文行家里手！

（2）软文高手，经验丰富：畅销书《软文营销从入门到精通》作者，从事软文营销多年，深谙各种软文营销之道，特别是在如何通过软文以小博大、扭转局势、树立企业品牌形象、吸引更多客户、促成更多订单、实现更多利润等方面，经验丰富！

作者售后

由于时间仓促，书中难免存在疏漏与不妥之处，欢迎广大读者来信咨询和指正，联系邮箱：itsir@qq.com。

目录

Contents

第1章 8种软文写作形式

- 001 新闻式软文 / 2
- 002 故事式软文 / 4
- 003 促销式软文 / 6
- 004 悬念式软文 / 10
- 005 逆思维式软文 / 12
- 006 情感式软文 / 13
- 007 创意式软文 / 15
- 008 反情感式软文 / 18

第2章 22种软文标题玩法

- 009 悬念式标题 / 21
- 010 励志式标题 / 22
- 011 新闻式标题 / 23
- 012 对比式标题 / 24
- 013 经验式标题 / 25
- 014 反问式标题 / 26
- 015 白话式标题 / 27
- 016 夺眼球式标题 / 28
- 017 隐喻式标题 / 29
- 018 提示式标题 / 30

- 019 借势式标题 / 31
- 020 流行式标题 / 33
- 021 数字式标题 / 34
- 022 警告式标题 / 35
- 023 知识式标题 / 35
- 024 观点式标题 / 36
- 025 用趣式标题 / 37
- 026 指导式标题 / 37
- 027 建议式标题 / 39
- 028 鼓舞式标题 / 40
- 029 问题式标题 / 40
- 030 “十大”式标题 / 42

第 3 章 7 种软文内容布局

- 031 疑团式布局 / 44
- 032 平行式布局 / 45
- 033 层进式布局 / 46
- 034 “总分总”式布局 / 48
- 035 倒置式布局 / 49
- 036 镜头剪接式布局 / 50
- 037 倒三角式布局 / 51

第 4 章 9 种软文创意招数

- 038 与竞争对手对比 / 54
- 039 利用权威 / 55
- 040 利用亲情诱导 / 56
- 041 制造热卖情景 / 58
- 042 揭开面纱 / 58

- 043 借明星之势 / 59
- 044 捕获人群心理 / 60
- 045 使用价格优势 / 61
- 046 剑走偏锋 / 62

第5章 16种软文写作类型

- 047 事件软文写作 / 65
- 048 数据软文写作 / 73
- 049 问题软文写作 / 78
- 050 炮制软文写作 / 81
- 051 固定软文写作 / 84
- 052 新闻软文写作 / 85
- 053 有根据软文写作 / 87
- 054 观点软文写作 / 88
- 055 专题软文写作 / 90
- 056 技巧软文写作 / 91
- 057 揭秘软文写作 / 93
- 058 通讯软文写作 / 95
- 059 生活方式软文写作 / 98
- 060 专家软文写作 / 99
- 061 热门软文写作 / 102
- 062 研究软文写作 / 105

第6章 3种软文推广技巧

- 063 推广前期准备要做好 / 108
- 064 选择软文发布平台 / 109
- 065 把握软文推广时间 / 110

第 7 章 6 种玩转微信软文的方法

- 066 朋友圈 / 113
- 067 公众平台 / 118
- 068 摇一摇 / 143
- 069 漂流瓶 / 149
- 070 图文并茂才吃香 / 155
- 071 附近的人 / 160

第 8 章 15 种玩转微博软文的技巧

- 072 准备要做好 / 165
- 073 把握 140 字 / 166
- 074 接近生活 / 168
- 075 学会“@” / 169
- 076 内容需筹划 / 169
- 077 内容定位 / 170
- 078 视频、图片结合用 / 171
- 079 抓住话题 / 172
- 080 学会制造活动 / 176
- 081 互动是必要的 / 180
- 082 微博软文注意事项 / 181
- 083 微博软文发布时间 / 184
- 084 微博群 / 184
- 085 精准客户 / 185
- 086 目标客户→粉丝 / 188

第9章 7种玩转百度软文的方法

- 087 百度百科 / 191
- 088 百度贴吧 / 200
- 089 发帖时间 / 203
- 090 互动无可避免 / 204
- 091 推广技巧 / 205
- 092 百度知道 / 209
- 093 利用百度拓展关键词 / 212

第10章 15种软文营销的拓展技巧

- 094 “自赞”法则 / 216
- 095 “一句话”法则 / 220
- 096 “落差”法则 / 223
- 097 软文营销素材的延伸 / 224
- 098 软文营销的要素 / 228
- 099 邮箱不可缺少 / 230
- 100 软文营销的3个层面 / 232
- 101 口碑软文风暴 / 233
- 102 软文营销发布技巧 / 236
- 103 爆点轰炸 / 237
- 104 视频APP / 238
- 105 二维码软文营销 / 241
- 106 QQ空间 / 243
- 107 QQ漂流瓶 / 245
- 108 商品描述也是软文 / 247

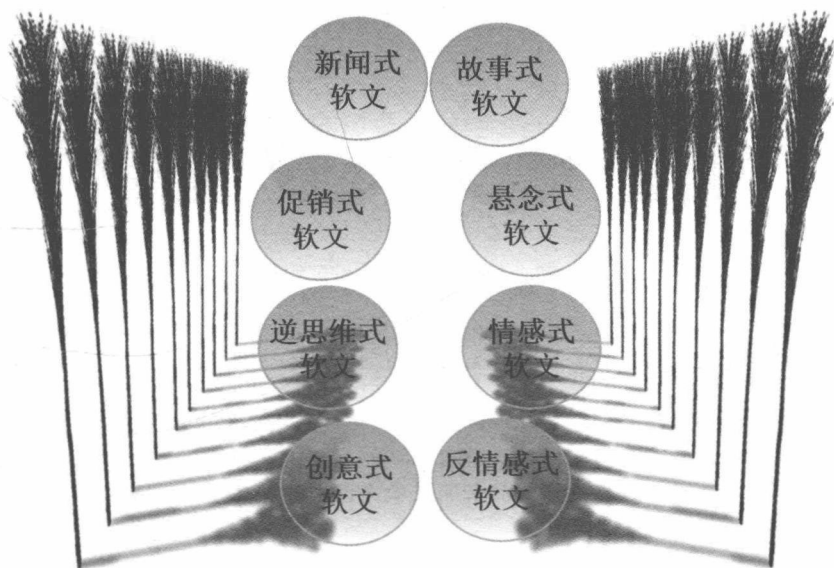
第1章

8 种软文写作形式



学前提示

在这个不断进步的社会，对产品推广方法和营销手段来说，不管是线上还是线下的企业，最不可或缺的一环就是“软文”。本章将详细讲解 8 种常见的软文形式。



001 新闻式软文

新闻式软文是通过新闻的形式和手法，多角度、多层面地诠释企业文化、品牌内涵、产品机理，传播行业资讯，引领消费时尚，指导购买决策，是创造最佳传播的“一把好手”。

生活中人们常说“君子善假于物也”，软文也一样。借助重点新闻事件进行软文的写作，可以成功借势，引起读者的关注，并且有利于引导市场消费，在较短时间内能快速提升企业产品的知名度，塑造品牌的美誉度和公信力。

企业可以通过新闻媒体的口吻进行文章的撰写，不过内容必须是真实的，并且还可以利用时事热点为主题来写出与自己产品契合的软文，那样软文效果才会比较可靠，用户关注度才会比较高。

那么企业应该如何制造新闻或寻找新闻呢？其实很简单，只要有一颗善于发现的心，新闻式软文自然而然就出炉了，如图 1-1 所示。



▲ 图 1-1 企业制造新闻的方法



专家提醒

企业准备利用新闻式软文做推广时，千万不要等着媒体主动来报道，应以“你不来关注报道我们，我们就自己报道自己”的高姿态，推出新闻式的软文。这样才算是不浪费时间，若自己撰写的新闻式软文能引起广泛关注，各大媒体必然会争先恐后地自动帮企业做宣传。

下面就来看看最近一部国产动画电影是如何利用新闻式营销，引起消费者关注的，如图 1-2 所示。

《大圣归来》太火！曝郭××也到影院买票看了

电影新闻 娱乐 2015-07-15 09:23

1060 评论

在竞争如此激烈的暑期档中，电影《西游记之大圣归来》凭借好口碑以及无数“自来水”“纯净水”的支持，票房成功逆袭，成为暑期档不可忽略的一匹黑马。7月13日，有网友晒出了一组巧遇郭××在南京某影院观看《西游记之大圣归来》排队买票的照片。



照片中的男子与郭××身形相似，身穿牛仔裤深色衬衫，头戴棒球帽，大口罩遮面，全副武装，全程都在低头玩手机。此组照片曝光后，网友纷纷为郭××点赞，称：“这就是郭××，一个最真实的他，他真的有一直在关注国产动画，不得不说他真的很棒！”也有网友调侃称：“××来南京拍爵迹偷个懒被发现了！”“××是要看《大圣归来》找寻拍下部戏的灵感吗？”

据悉，国产动画《大圣归来》凭借仅仅 10% 左右的排片实现票房逆袭：第二天比第一天涨 70%，第三天又比第二天涨了 40%，最终 3 天过亿元；同时其豆瓣电影评分高达 8.8 分，创下国产动画的全新历史。

利用名人来制作新闻式软文标题，使得此标题具有较强的吸引力。

在新闻中配图是一种非常聪明的做法，这使得新闻更加具有可靠性以及可读性，若是通篇的文字，很容易让消费者产生视觉疲劳，失去阅读的兴趣。

在文章结尾处，利用数据展示出国产动画《大圣归来》的受欢迎程度。

▲ 图 1-2 新闻式软文

【分析】：

此新闻软文有以下 3 个伏笔。

- (1) 明星光环。利用明星作为软文中的主角，至少能勾起明星粉丝的注意。
- (2) 添加照片。照片的添加可以让读者认为这是真实的，也不知在刻意打广告。
- (3) 抓住时机。正好此明星看《大圣归来》期间，也在拍自己的电影，拍电影之余还来看国产动画，这体现出了明星对国产动画的支持，以及这部国产动画电影对此明星有很大的吸引力。

通过这些伏笔能顺其自然地散发出《大圣归来》的魅力，让读者情不自禁地想要去电影院看一看：这个票房快速过亿的电影、这个创下国产动画圈全新历史的电影、这个能引起明星低调去电影院观看的电影究竟怎么样。

002 故事式软文

人们小时候都喜欢听故事，长大了就喜欢看故事，小时候听着千奇百怪的故事，会对故事中的情节、人物有所向往，而长大后人们就开始在故事中领悟人生哲理。总之，“故事”这个“情结”永远都为人们所热衷。

企业如果能写出一篇好的故事型软文，就能很容易地找到潜在客户和提高企业信誉度。

拿一篇经典的故事式软文来分析。

得到和失去，哪个更多

在外人看来，我有着重点大学的头衔，有着外企高薪的职位。身材高挑，衣着光鲜，拎着品牌包包，踩着尽显女人味的高跟鞋，出入高档商务写字楼，穿梭于精英遍布的繁华商业区，每天都很优雅地过自己的品位生活。

这，是一个典型的外企白领的格式化生活。也许这种生活让很多女性朋友羡慕，我似乎也拥有太多可以自信的理由，但实质上我是一个很自卑的人，在我内心深处埋藏着一个浓郁的自卑情结。

我脸上有着大片特别明显的雀斑，从初中开始就越长越多，越来越明显。因为这些雀斑，我不敢和同班男孩子说话，我总觉得他们在嘲笑我、议论我。我也很少和班上的女孩子聊天，我怕她们讽刺我。也许正是因为这种自卑情结，我把所有的时间和精力都放在了学习上，希望通过优秀的学习成绩来给自己增加自信，直到我考上了一所国内知名的重点大学。

大学里美女很多，尽管我有着不错的身材，但男孩子第一眼都是看脸的，我的心又遭到了冰山似的打击，但企图靠成绩来给自己打气的想法已经显得有些幼稚了。这是一个人才济济的大学，我转而寻找各种方法来驱除脸上的雀斑，买过各种牌子的祛斑霜，每天都带着祈祷和兴奋去涂抹，但是收到的总是失望，偶尔也有一些牌子给我短时间的惊喜，但很快又把我美丽的梦想捏碎。我也尝试过喝中药调理，但味道实在苦不堪言，身体也被折腾得够呛，最终不得不放弃。

转眼大学毕业，一家知名外企招聘，我通过前几轮打拼，终于闯到了最后一关，但是很遗憾我没有被录用，很大程度是因为脸上的两大片黑色雀斑。

最后虽然也进了外企，但比起那家公司简直天上地下，工作慢慢稳定了，又到了谈婚论嫁的年龄，虽然化妆可以适度掩盖脸上的雀斑，但我的内心总是不安，总觉得没有素颜面对他是一种欺骗，但又怕素颜以对又会再次失去男朋友。

我整天生活在痛苦之中，讨厌脂粉掩盖下的自己，但又可怜妆容下的自己。因为

雀斑，我发奋努力考上名牌大学，又因为雀斑，我失去了太多机遇和朋友。我整天徘徊在得与失中，痛苦难言。为了彻底驱除雀斑，为了我的幸福人生，我再次开始折腾自己，涂抹祛斑霜、吃祛斑药、打祛斑针，凡是传闻有效的方法，我都去尝试，但结果都让我大失所望。

一个偶然的机，几经辗转，我同事的朋友给我推荐了 XX 祛斑胶囊，在刚开始时，我不抱任何信心，纯粹看同事的面子，试吃了七天，果然开始淡斑，但我并不惊喜，因为之前也有过这样的经历，后来又坚持服用了 20 多天，这时出现的效果让我有点心动，果然和同事的朋友说的一样。但在高兴之余还有些担心，我怕反弹，不过后来时间证明我的担心是多余的，因为停用一段时间后发现，脸上的雀斑确实淡了，这时，我才敢拿素颜来面对我的男友。

接下来的故事就是很幸福地过每一天了。现在的生活平静了，闲暇之余，我会不由自主地问自己，我究竟应该感谢脸上的雀斑还是应该憎恨它。没有它，兴许我不会考上那所重点大学，也不会有进入外企工作的机会，更不会有现在优越的生活；但是有了它，我没有了甜美的青春回忆，也失去了很多交朋友的机会，丧失了很多发展的机遇。

或许我不应该盘算得与失的问题，因为这本身就是个糊涂命题，谁也没有能力算得清。重要的是现在过得开心就可以了。感谢 XX 祛斑胶囊，愿它给更多的女性朋友带来幸福和快乐。

【分析】：

(1) 这篇软文以记录自身生活事迹来展开，用自身的情感故事娓娓道来，在文章中很随意又不明显地推广了“XX 祛斑胶囊”，读者不注意是不会发现的，只会觉得这是一个女生没有因为雀斑堕落，而是积极向上地生活，但尽管如此还是会因为雀斑感到不自信，受到挫折，从而想方设法将雀斑祛除，这时才把产品给推出来，会让读者觉得产品出现得是那么顺其自然。

(2) 此故事软文以雀斑为主题，这样很容易引起正在因为雀斑而烦恼的人们的注意力。

(3) 此故事式软文最后还告诉人们一个道理：“不管遇到什么困难，千万不要自甘堕落，应该积极向上，努力营造好的未来，困难在将来的某一刻总会被解决掉，只要相信这一点，那生活必然会变得美好。”这样的设计在提高故事式软文的阅读质量的同时准确扣题。

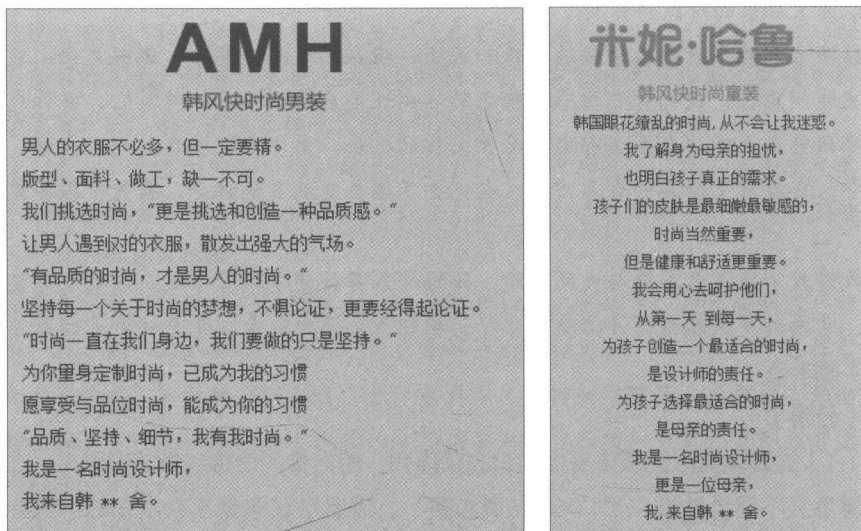
总之，一篇娓娓道来的故事性软文效果是非常好的，只要故事精彩，契合读者内心最柔软的部分，对他们动之以情，则会有事半功倍的效果。



专家提醒

需要注意的是讲故事不是目的，故事背后的产品线索才是文章的关键。听故事是人类最古老接受知识的方式，所以故事的知识性、趣味性、合理性才是软文成功的关键。

故事式软文并不一定需要很长的篇幅，只要能让读者看明白、记忆深刻，那么越精简越好。如今，一些网店很多都喜欢以新颖而且富有创意的软文进行品牌故事的撰写，有很多读者被那些文艺句子给俘虏，从而关注其品牌、产品，甚至购买，下面就来欣赏某网店的品牌故事，如图 1-3 所示。



▲ 图 1-3 故事式软文

【分析】：

上面 2 个品牌故事软文，分别从男人的角度、妈妈的角度来突出此品牌是从消费者出发，制造符合消费者需求的产品。

总之，企业通过讲一个完整的故事带出产品，是一个循序渐进的过程，一步步带领读者进入软文的思想，使产品加重了“光环效应”，给消费者造成强烈的心理暗示，从而促使销售成为必然。

003 促销式软文

促销式软文其实是一种直白的推广方法，甚至是越直白越好，它是如今企业用得比较多的一种软文营销方法。一般来说促销式软文分为以下 2 种形式。

1. 纯文字

一般纯文字的促销式软文属于活动软文，这种软文全依靠文字向读者推荐品牌或者活动的内容、时间、地点等信息，下面就来欣赏一篇经典的促销式软文。

XX 陶国庆献巨礼 亿万秒杀三重奏

豪门生活，尊贵体验。致力做行业最好的仿古砖和最有思想的瓷砖，为客户创造最有思想和格调的空间是 XX 陶不变的理念。2011 年 XX 陶品牌飞速发展，闯进世博、亚运场馆，荣获中国 500 强品牌，为了满足更多消费者更深层次的需求与答谢广大消费者的信任，在建国 61 周年庆到来之际，XX 陶将拿出最好、最畅销的产品来做促销，真情回馈消费者。

秒杀惊爆心跳价

XX 陶官网将开辟网络促销服务专区（www.kito.cn），面向全国消费者“零渠道”厂家直销，世博、亚运场馆选用砖等最畅销的产品网上秒杀，亿万回馈，所有优惠均不设门槛，只需简单的操作，即可享受真正的实惠和优质服务。秒杀时间为 9 月 21 日 ~ 10 月 1 日，消费者通过不停刷新网页才能发现并抢到秒杀机会。秒杀成功后，将会收到 XX 陶官方确认短信，并在规定的时间兑现产品。为满足数亿消费者的疯狂秒杀，XX 陶特别提供十台服务器恭候秒杀！

买十大空间送十大空间

庆祝中华人民共和国成立 61 周年，XX 陶向祖国献礼，隆重推出：古风Ⅲ、凌质、超然境界、流金溢彩、圣安娜石、天籁、玉石天成、田园沐歌、森岩御品、超炫石十大新品空间，凡购买十大空间，加 610 元即可获送同等面积常规品空间（除以上 10 个系列产品、花片腰线等配件、天地尚品、1200×600 规格外可全场任选）。

尊享返现卡，优惠折上折

全场产品买三送一外，为贺世博、亚运会场馆选用 XX 陶瓷砖，世博和亚运场馆选用的产品一律对折销售。另外，在 9 月 4 日 ~ 10 月 7 日期间，到店抢购 XX 陶返现卡，在享受促销活动所有优惠之外，返现卡再享相应折扣，多买多返，绝无仅有的返还力度！

【分析】：

此活动软文抓住了节日的气氛，推出秒杀活动，全文清晰明了地分为了 4 个小段落，而 3 个段落小标题直接突显了活动的主要内容以及促销力度，让读者可以快速地知道活动内容和促销力度，只要符合读者的需求，定能勾起读者的兴趣和购买欲望。

通过上面的案例可以总结出以下几点撰写促销式软文的方法。