

之前错过了互联网营销，今天还要错过**移动互联网微营销**吗？

# 移动端网络营销 推广实战

## 从入门到精通



苏高 著

移动互联网时代多平台整合微营销攻略：

**精通微营销工具，精准定位客户，掘金微营销。**

Mobile Internet Marketing



中国工信出版集团

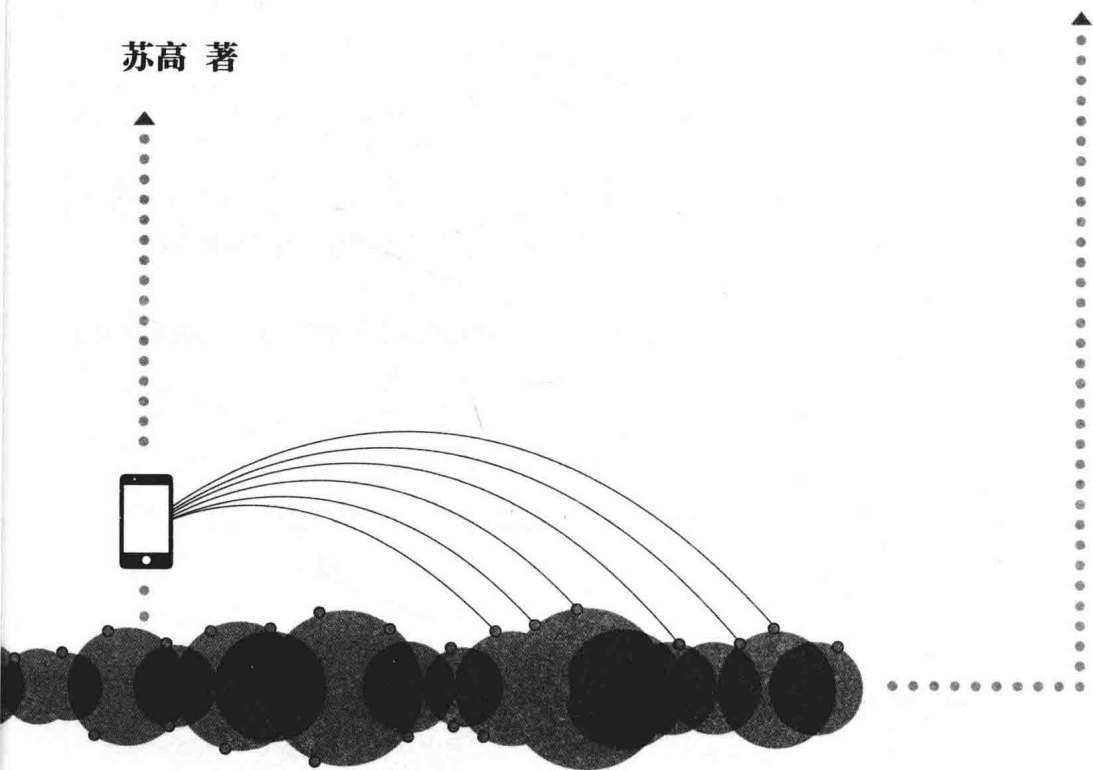


人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# 移动端网络营销 推广实战

从入门到精通

苏高 著



人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目(CIP)数据

移动端网络营销推广实战从入门到精通 / 苏高著

— 北京 : 人民邮电出版社, 2017.3

ISBN 978-7-115-44362-5

I. ①移… II. ①苏… III. ①网络营销 IV.

①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第030748号

## 内 容 提 要

移动互联网时代,微营销兴起,对于企业、商家或移动互联网平台而言,利用各种移动微营销工具和营销技巧获得更多用户的关注已是必然的趋势。

本书不仅结合移动互联网和移动营销知识全面详细地讲解了移动互联网时代很具代表性的6大营销技巧,还通过对10大很具创新性的营销工具的深入剖析,帮助读者透彻了解每一种营销工具的作用、功能、实战操作方法和策略。

本书结构清晰、语言简洁、图表丰富,适合移动互联网微营销从业者以及对移动微营销感兴趣的人士阅读使用。

---

◆ 著 苏 高

责任编辑 恭竟平

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>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 16.25

2017年3月第1版

字数: 317千字

2017年3月北京第1次印刷

---

定价: 45.00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

# 前言

## 写作驱动

市场上针对移动营销的图书较多，但是内容上大多不够创新。移动互联网平台是个信息快速更替、营销环境日新月异的市场，对于企业、商家或移动互联网公司而言，抓住移动端营销，才能创造更有价值的优势。

相比于市场上已有的图书，本书在分析移动营销技巧和营销工具方面更为突出，内容上集众家之所长，做到差异化，尤其是书中关于移动工具营销的干货技巧，是笔者潜心收集并整合最新营销资料提炼出来的。

这是一本由笔者结合移动营销理论与实战案例打造的，针对企业、商家或移动互联网公司进行移动互联网营销的实战型宝典。

## 本书内容

移动互联网时代带来的内容多样化，为各式各样的线上营销活动提供了良好的外部环境。企业、商家、平台要想获得更多的用户关注，利用各种移动营销工具和营销技巧进行营销是必然的趋势。

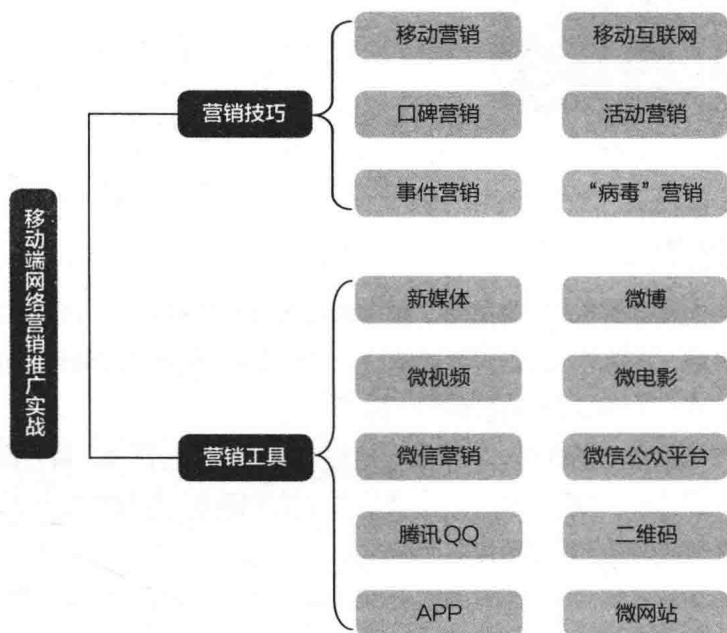
全书主要分为两个部分。

第一部分是营销技巧（第1～6章）：主要提炼了移动互联网时代最具代表性的6大营销技巧，结合移动互联网和移动营销知识，进行全面详细的讲解，帮助企业快速进入角色，获得最精华的内容。

第二部分是营销工具（第7～16章）：通过10大最具创新的营销工具，从初步认识到干货技巧大放送，再到经典案例鉴赏，帮助企业透彻了解每一种营销工具的作用、功能、实战操作方法和策略，将最精华的部分展现给读者。

笔者在本书的6大技巧章节、10大移动营销工具章节中，用30多个经典行业案例、40多种移动营销干货技巧以及150多张清晰图片、200多个逻辑图解让读者从入门到精通，实现移动营销的全面升级。

这本书通过这种系统而翔实的讲述，希望能够为读者带去真实的营销帮助，让读者快速获得移动营销的成功。本书内容的大概框架如下图所示。



由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评指正。  
作者联系邮箱：feilongbook@163.com。

# 目录 Contents

## 第1章

### 移动营销—— 移动“赢”天下

#### 1.1 移动时代来临 / 2

- 1.1.1 实现精准营销 / 2
- 1.1.2 实现线上线下 / 3
- 1.1.3 满足用户需求 / 4
- 1.1.4 消除沟通障碍 / 6

#### 1.2 如何做微营销 / 6

- 1.2.1 目标精准定位 / 7
- 1.2.2 高质内容产出 / 8
- 1.2.3 完善客服体系 / 8
- 1.2.4 推进互动营销 / 9

#### 1.3 用营销带动发展 / 10

- 1.3.1 情感式移动营销 / 11
- 1.3.2 体验式移动营销 / 13
- 1.3.3 数据式移动营销 / 15

## 第2章

### 移动互联网—— 深入革命年代

#### 2.1 认识移动营销的特点 / 18

- 2.1.1 让企业稳定快速成长 / 18

- 2.1.2 比传统宣传成本要低 / 18
- 2.1.3 让持续关注成为可能 / 19
- 2.1.4 让企业抓住用户痛点 / 19
- 2.1.5 加速信息的精准传递 / 19

## **2.2 移动互联网营销思维 / 20**

- 2.2.1 打造“极致”产品思维 / 20
- 2.2.2 “借助东风”营销思维 / 21
- 2.2.3 “分享”营销思维 / 22
- 2.2.4 “互动”营销思维 / 23
- 2.2.5 “用户为本”营销思维 / 24

## **2.3 移动 LBS 营销的作用 / 24**

- 2.3.1 提高用户的黏性 / 25
- 2.3.2 帮助商家进行推广 / 25

## **2.4 如何做移动 LBS 营销 / 27**

- 2.4.1 明确自己的经营地点 / 27
- 2.4.2 分享不同的更新信息 / 28
- 2.4.3 重视评论区的作用 / 29
- 2.4.4 签到活动推广其他门店 / 29

# **第3章**

## **口碑营销—— 高效的传播方式**

## **3.1 移动互联网思维下的口碑营销 / 31**

- 3.1.1 口碑效应的可信度高 / 32
- 3.1.2 口碑营销的原则 / 32
- 3.1.3 抓住口碑营销三大因素 / 34

## **3.2 引发口碑效应的策略 / 35**

- 3.2.1 制造话题 / 36
- 3.2.2 提出“痛点” / 36
- 3.2.3 给人新奇感 / 37
- 3.2.4 讲述故事 / 37
- 3.2.5 利益诱导 / 38
- 3.2.6 具备实用性 / 38

### **3.3 移动口碑营销的步骤 / 38**

- 3.3.1 制造吸睛爆点的爆点 / 39
- 3.3.2 利用爆点制造话题 / 39
- 3.3.3 选择合适的传播渠道 / 40
- 3.3.4 监控口碑的营销效果 / 40

### **3.4 移动互联网的口碑营销案例 / 40**

- 3.4.1 美团：用口碑吸引消费者 / 40
- 3.4.2 凡客：用贴心产品做出口碑 / 42

## **第4章**

## **活动营销—— 提高销量的法宝**

### **4.1 移动互联网的活动营销 / 45**

- 4.1.1 活动营销的优势 / 45
- 4.1.2 如何打造有影响力的活动 / 46
- 4.1.3 用饥饿营销策略做活动 / 49

### **4.2 活动营销的5大形式 / 51**

- 4.2.1 抽奖营销活动 / 51
- 4.2.2 签到营销活动 / 52
- 4.2.3 红包营销活动 / 53
- 4.2.4 打折营销活动 / 54
- 4.2.5 预订营销活动 / 55

### 4.3 移动互联网活动营销案例 / 55

4.3.1 购买赠送活动：知名公众号推广 / 56

4.3.2 奔驰：微博活动齐上阵 / 58

## 第5章

## 事件营销—— 用事件吸引眼球

### 5.1 移动互联网的事件营销 / 63

5.1.1 事件营销的特点 / 63

5.1.2 策划事件营销的要点 / 64

5.1.3 解读新闻的特征 / 66

5.1.4 策划有价值的新闻事件 / 66

### 5.2 事件营销的运作策略 / 67

5.2.1 明星策略 / 68

5.2.2 借势策略 / 68

5.2.3 合作策略 / 69

5.2.4 主动策略 / 69

5.2.5 公益策略 / 70

5.2.6 实事策略 / 70

### 5.3 事件营销的运作方法 / 71

5.3.1 注册 / 72

5.3.2 策划 / 72

5.3.3 发布 / 72

5.3.4 炒热 / 72

5.3.5 分享 / 73

5.3.6 媒体传播 / 73

### 5.4 移动互联网事件营销案例 / 74

5.4.1 冰桶挑战：公益与营销的完美结合 / 74

## 第6章

# “病毒”营销—— 以小博大的力量

### 6.1 移动互联网的“病毒”营销 / 77

- 6.1.1 “病毒”营销的核心 / 77
- 6.1.2 “病毒”营销的主要特点 / 78
- 6.1.3 “病毒”营销的基本要素 / 80
- 6.1.4 “病毒”营销的步骤和流程 / 80
- 6.1.5 “病毒”营销与口碑营销的不同之处 / 82
- 6.1.6 打造“病毒”营销内容 / 83

### 6.2 移动互联网的“病毒”营销案例 / 83

- 6.2.1 多芬：视频短片“病毒”营销 / 84
- 6.2.2 乐事：搜集创意薯片口味 / 85

## 第7章

# 新媒体—— 互联网+时代新营销

### 7.1 新媒体入门知识 / 89

- 7.1.1 新媒体的特征 / 89
- 7.1.2 新媒体的分类 / 91

### 7.2 新媒体运营思维 / 92

- 7.2.1 互动思维 / 93
- 7.2.2 娱乐思维 / 93
- 7.2.3 平台思维 / 94
- 7.2.4 渠道思维 / 94

### 7.3 移动互联网+新媒体：改变各大传统行业 / 94

7.3.1 房地产：新媒体时代思维改变 / 95

7.3.2 出版业：一场阅读的革命 / 96

7.3.3 餐饮业：美味无需排队 / 97

7.3.4 教育业：改变传统传播方式 / 98

## 第8章

## 微博—— 随时随地分享

### 8.1 微博入门知识 / 101

8.1.1 微博平台进行营销的特点 / 101

8.1.2 微博平台进行营销的优势 / 101

### 8.2 关于微博营销的价值 / 104

8.2.1 了解用户需求 / 104

8.2.2 提供战略依据 / 104

8.2.3 避免公关危机 / 105

8.2.4 开展促销活动 / 105

8.2.5 客户分类管理 / 105

### 8.3 干货：微博营销的技巧 / 106

8.3.1 平台大数据分析 / 106

8.3.2 平台形象营销要点 / 108

8.3.3 平台互动营销策略 / 110

8.3.4 平台热点营销策略 / 111

### 8.4 移动时代微博营销的案例 / 111

8.4.1 可口可乐：情感营销和明星效应 / 111

8.4.2 凡客：用活动吸引用户 / 114

### 9.1 微视频入门知识 / 116

9.1.1 微视频营销入门 / 116

9.1.2 微视频营销的特点 / 118

### 9.2 干货：微视频营销的技巧 / 119

9.2.1 从标题和内容入手 / 119

9.2.2 将视频放置平台首页 / 120

9.2.3 用创意吸引用户 / 120

9.2.4 兼具商业性和艺术性 / 121

9.2.5 适当运用弹幕功能 / 121

9.2.6 借助平台推广 / 122

### 9.3 微视频营销的广告形式 / 124

9.3.1 前置广告 / 124

9.3.2 贴片广告 / 125

9.3.3 浮层广告 / 126

9.3.4 背景广告 / 126

9.3.5 UGA 视频植入式广告 / 126

### 9.4 两大突出的视频营销技巧 / 127

9.4.1 整合营销 / 127

9.4.2 事件营销 / 128

### 9.5 移动时代微视频营销的案例 / 129

9.5.1 可口可乐：品味感觉视频广告 / 129

9.5.2 加多宝：冠名《中国好声音》 / 131

## 第10章

# 微电影—— 将品牌植入其中

### 10.1 微电影入门知识 / 134

10.1.1 微电影营销入门 / 134

10.1.2 微电影营销的优势 / 136

### 10.2 微电影营销的创作要素 / 137

10.2.1 剧本 / 137

10.2.2 视角 / 139

### 10.3 干货：微电影营销技巧 / 139

10.3.1 引发病毒式传播 / 140

10.3.2 进行整合营销 / 140

10.3.3 内容加深传播力度 / 141

10.3.4 重视用户参与 / 142

10.3.5 兼顾商业性和艺术性 / 143

10.3.6 拓展营销类型 / 143

### 10.4 移动时代微电影营销案例 / 144

10.4.1 三星：将手机产品植入微电影 / 144

10.4.2 别克：与优酷联手打造微电影 / 146

## 第11章

# 微信营销—— 打造百万价值营销

### 11.1 微信知识入门了解 / 149

11.1.1 微信的特点 / 149

11.1.2 微信对人们生活的影响 / 150

### 11.2 不得不知的微信营销工具 / 151

11.2.1 微信语音 / 152

11.2.2 “摇一摇” / 153

11.2.3 漂流瓶 / 154

11.2.4 朋友圈 / 156

11.2.5 扫一扫 / 156

11.2.5 附近的人 / 157

### **11.3 干货：微信营销技巧 / 159**

11.3.1 对目标群体准确定位 / 159

11.3.2 抢红包策略 / 160

11.3.3 朋友圈营销 / 160

11.3.4 创意内容营销 / 162

### **11.4 移动时代微信营销案例 / 162**

11.4.1 糯米酒：打造月近 5 万元的销售额 / 162

11.4.2 校园创业：微信平台水果销售 / 164

## **第12章**

## **微信公众平台—— 打造超级人际关系**

### **12.1 微信公众平台入门知识 / 167**

12.1.1 微信公众平台的类型 / 167

12.1.2 微信公众平台的功能 / 168

12.1.3 微信公众平台营销 / 168

12.1.4 微信公众平台营销特点 / 169

### **12.2 干货：微信公众平台营销技巧 / 171**

12.2.1 对内容进行定位 / 172

12.2.2 不断完善各类功能 / 173

12.2.3 超棒的自定义回复 / 173

12.2.4 超高效的活动策划 / 174

12.2.5 以老客户带动新客户 / 175

12.2.6 建立口碑营销效应 / 175

## 12.3 移动时代微信公众平台营销案例 / 176

12.3.1 维也纳酒店：打造极致服务体验 / 176

12.3.2 南航：首创推出微信值机服务 / 178

## 第13章

## 腾讯QQ—— 超大流量营销平台

### 13.1 腾讯QQ入门知识 / 181

13.1.1 QQ营销的特点和优势 / 181

13.1.2 QQ营销的能力及要求 / 183

### 13.2 干货：腾讯QQ营销技巧 / 184

13.2.1 设置技巧 / 184

13.2.2 聊天技巧 / 185

13.2.3 沟通技巧 / 187

13.2.4 群营销技巧 / 187

13.2.5 空间营销技巧 / 189

13.2.6 邮箱营销技巧 / 190

### 13.3 移动时代QQ营销案例 / 190

13.3.1 ThinkPad SL：“甩掉借口”游戏网站 / 190

13.3.2 西瓜王子：空间带来商机 / 192

13.3.3 煎饼阿姨：QQ群营销卖煎饼 / 194

## 第14章

## 二维码—— 打造完美O2O模式

### 14.1 二维码入门知识 / 196

14.1.1 二维码的优势 / 196

14.1.2 二维码与条形码 / 196

14.1.3 二维码开发的价值 / 197

14.1.4 二维码的分类 / 198

## **14.2 干货：二维码营销技巧 / 199**

14.2.1 让客户明确知道二维码提供的价值 / 199

14.2.2 从线上线下挖掘商机 / 200

14.2.3 跟踪定位实现精准营销 / 201

14.2.4 创意二维码博得眼球 / 201

## **14.3 移动时代二维码营销案例 / 202**

14.3.1 特易购：超市二维码营销 / 202

14.3.2 墓园：二维码下的新型墓碑 / 204

14.3.3 奥瑞金：特色二维码实现精准营销 / 205

# **第15章**

## **APP—— 商家的移动销售客户端**

## **15.1 APP 入门知识 / 208**

15.1.1 APP 营销的介绍 / 208

15.1.2 APP 营销的优势 / 208

## **15.2 干货：APP 营销技巧 / 210**

15.2.1 加强设计，提高下载量 / 210

15.2.2 借助他人资源实现目标 / 212

15.2.3 出其不意的创意营销 / 213

15.2.4 增加人气的整合营销 / 214

15.2.5 提升形象的活动营销 / 214

15.2.6 内容营销提高活跃度 / 215

15.2.7 回顾账单，走进用户内心 / 218

- 15.2.8 饥饿营销促进销量 / 219
- 15.2.9 从免费慢慢过渡到收费 / 220
- 15.2.10 视觉上符合用户的审美 / 220

### 15.3 移动时代 APP 营销案例 / 221

- 15.3.1 海底捞：移动思维打造 APP / 222
- 15.3.2 沃尔玛：智能手机消费与支付 / 222
- 15.3.3 优衣库：打造 O2O 模式 / 223
- 15.3.4 爱奇艺：为用户而生的 APP / 224
- 15.3.5 京致衣橱：打造社交 APP / 227
- 15.3.6 Agoda：在线酒店预订 / 228

## 第16章

## 微网站—— 挖掘最大的商业价值

### 16.1 微网站入门知识 / 230

- 16.1.1 微网站的优势 / 230
- 16.1.2 微信公众号的作用 / 231
- 16.1.3 如何搭建微网站 / 232
- 16.1.4 判断微官网的好坏 / 233

### 16.2 移动时代微网站营销案例 / 233

- 16.2.1 微官网：打造酷炫微官网 / 234
- 16.2.2 微政务：实效展开便民服务 / 236
- 16.2.3 微商城：享受随时随地购物 / 238
- 16.2.4 微团购：最便捷的团购模式 / 239
- 16.2.5 微餐饮：提供点餐配送服务的平台 / 240
- 16.2.6 微汽车：人们的口袋汽车 / 241
- 16.2.7 微家居：一站式装修服务 / 243