

案例多：通过经典行业案例，全方位图解WiFi营销与运营方法！
剖析深：大量放送引流技巧、运营手段、营销方法！

WiFi营销
这么玩
才赚钱！



玩转WiFi

商业分析 + 运营推广 + 营销技巧 + 实战案例

海天电商金融研究中心 编著

WiFi营销、公司运营，一本就够！

- ☒ WiFi的概念 ☒ WiFi的优势 ☒ WiFi营销的格局 ☒ WiFi营销的趋势
- ☒ WiFi的营销模式 ☒ WiFi+微信营销 ☒ WiFi+APP营销 ☒ WiFi+二维码营销
- ☒ WiFi+LBS营销 ☒ WiFi+大数据营销 ☒ WiFi的软件应用 ☒ WiFi的硬件应用
- ☒ WiFi的风险 ☒ WiFi的安全技巧 ☒ WiFi的未来发展

清华大学出版社





玩转WiFi

商业分析 + 运营推广 + 营销技巧 + 实战案例

海天电商金融研究中心 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

一家公司,如何运用WiFi进行营销推广、客户定位、品牌传播?

一个行业,如何运用WiFi进行产业分析、前景预测、商机挖掘?

本书将全面揭秘WiFi平台构建、营销定位、生活服务、社区服务、餐饮服务、风险管理和未来应用,特别是对团购行业、餐饮行业、娱乐传媒、金融行业、酒店行业、旅游行业、零售行业、服装行业、交通行业等影响力大的行业领域进行剖析,帮助读者知晓赚钱的WiFi是这样玩的!

书中内容零基础、全图解,通过9个行业应用挖掘+11章专题内容详解+380多张图片图解展示,深度剖析WiFi的商业分析、运营推广、营销技巧和实战案例,让您一书在手,轻松玩转WiFi!

适合阅读本书的读者:一是各个岗位专门从事宣传、营销、推广的人员;二是各行各业需要通过WiFi进行营销的公司;三是新兴创业的个体老板、企业高管、商业大亨、名人明星、政府媒体等人群;四是适合于营销专业的初学者或具有一定传统营销经验的人员提升自己的营销能力;还可作为WiFi相关营销公司或大公司培训、指导和沟通客户时的教材等。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

玩转WiFi:商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例/海天电商金融研究中心编著. —北京:清华大学出版社,2017

(玩转移动互联网营销系列)

ISBN 978-7-302-45609-4

I. ①玩… II. ①海… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第283915号

责任编辑:杨作梅

封面设计:杨玉兰

责任校对:吴春华

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm

印 张:16.5

字 数:264千字

版 次:2017年1月第1版

印 次:2017年1月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:59.80元

产品编号:069761-01

序言

发生于 2015 年的各种轰轰烈烈互联网转型、跨界、创新、创业方兴未艾地渐渐远去了。2016 年，APP、微信、大数据、WiFi 的营销，已作为互联网及移动互联网最为典型也最为火爆的营销手段汹涌来袭！O2O、电商、微商、自媒体等，依旧在炮火纷飞中快速成长。

作者团队基于过去的经验、现在的经历、未来的趋势，特策划了本套“玩转移动互联网营销系列”丛书，力求从产业痛点、行业分析、运营推广、营销技巧、实战案例等角度，为大家做出一点分析，奉献自己的绵薄之力。本套丛书的具体书目如下：

《玩转 O2O：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转 APP：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转微信：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转大数据：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转电商：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转微商：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转 WiFi：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转自媒体：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

本套书在编写时，从行业产业的高度，进行商业模式的分析；从公司经营的角度，讲解推广和营销的技巧；从实战的角度，精选案例进行剖析；从最难点和痛点入手，专门解决客户最头痛的问题；最后，这些内容的核心，就是帮助用户解决某个问题或某类问题！

作为电商类的图书，有些经验及技巧是互通的，比如 O2O 的商业模式，与 APP 线上线下运营可能极为相关，而大数据与电商的关系极为密切，如微商最大的痛点引流，却也是自媒体最需要的内容，因此，本套丛书的知识内容是可以融会贯通、相互借鉴的。

借用某款口香糖的一句广告词：两粒一起吃，效果可能更好哦！同理，对电商、微商、自媒体等感兴趣的朋友，可以多参考两三本的内容，这样收益会更大。

本套图书在编写时，采用了 MBA 逻辑图解的方法，更加直观、形象地展示文字知识和逻辑关系，希望读者认真体会，学有所获。

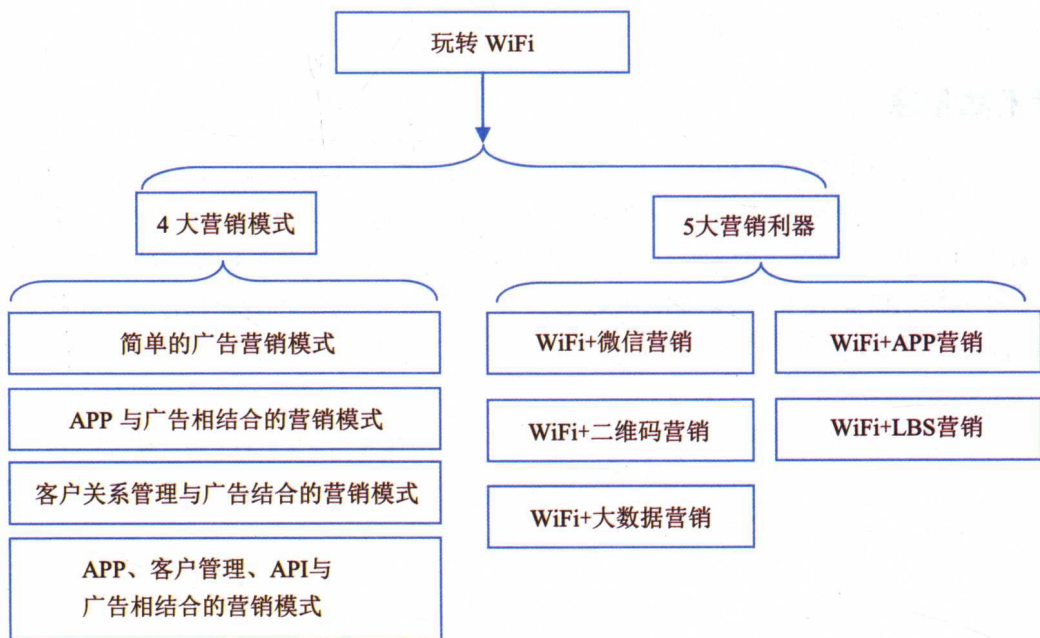
前言

■ 写作驱动

随着移动互联网的迅速发展,越来越多的企业开始布局 WiFi。WiFi 未来会改变中国,线上、线下一旦连接,将是巨大的爆发式的力量,开启一个数据化、智能化、信息化的新时代。

本书是一本以 WiFi 为核心、以营销为根本出发点的专著,以图解的方式全面、深入诠释 WiFi 的发展过程、平台构建、营销模式、营销定位、战略布局、生活服务、社区互动和行业应用,特别是结合了每一个与营销相关的行业内容,比如 WiFi 的发展现状、营销策略、营销平台、营销工具、渠道建设等,围绕相关内容全面解析了 9 个行业的 WiFi 应用。

本书紧扣 WiFi 营销与运营,采用集理论、案例和技巧于一体的结构框架,从 WiFi 的 4 大营销模式与 5 大营销利器全面剖析 WiFi,让您轻松懂得怎样利用 WiFi 创造价值,开拓新的市场空间,焕发企业活力。



■ 本书特色

(1) 案例丰富。包含 100 多个案例：本书巧妙地将 4 大营销模式、5 大营销利器和营销知识、运用方法等嵌入行业案例中，生动形象地通过案例将营销手段与运营方法表述出来，让读者能够快速吸收、掌握 WiFi 营销与运营相关事宜，成为行家里手。

(2) 实践性强。渗透进 9 个行业领域：团购、餐饮、娱乐传媒、金融、酒店、旅游、零售、服装、交通等人们生活与工作各个领域。列举大量案件，进行透彻的讲解和分析，让读者一本书通晓整个行业产业的 WiFi 营销与运营方法。

(3) 易于理解。构建 120 多个逻辑图解：对 WiFi 的相关案例进行专业的剖析，从 WiFi 使用的方法、应用的行业等方面，通过形象的逻辑图解，将 WiFi 营销手段与运营方法进行了详细分析，从而推动读者进入和玩转 WiFi 新时代！

■ 图解提示

本书是一本侧重 WiFi 实际应用的实战专著，采取了全图解的方式进行分析。书中的 120 多个图解能够帮助读者快速掌握重点和了解核心知识，为降低读者的阅读成本做出努力。读者需要在阅读过程中注意其逻辑关系，以便更好、更快地理解本书内容，从而感受到阅读的知识性和趣味性。

■ 作者信息

本书由海天电商金融研究中心编著，参与编写的人员有易苗、刘胜璋、刘向东、刘松昇、刘伟、卢博、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、李四华、王力建、柏承能、刘桂花、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧等，在此表示感谢。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。联系邮箱：feilongbook@163.com。

编 者

目录

第1章 感受WiFi：天空中一张

巨大的网.....1

- 1.1 无处不在：WiFi 悄然进入人们的生活.....2
 - 1.1.1 移动互联网的发展促进 WiFi 的产生.....2
 - 1.1.2 移动互联网催生 WiFi 营销新模式.....3
 - 1.1.3 人们身边常见的 WiFi 营销场景.....4
- 1.2 看清 WiFi：WiFi 的概念与构成.....7
 - 1.2.1 WiFi 的基本概念.....8
 - 1.2.2 各种各样的 WiFi 盛行.....8
 - 1.2.3 WiFi 的构成要素.....13
- 1.3 WiFi 优势：自身与商业特点.....16
 - 1.3.1 WiFi 的自身特点.....17
 - 1.3.2 WiFi 的商业特点.....18
 - 1.3.3 WiFi 让人们更喜欢移动互联网设备.....19

第2章 WiFi 营销：非常流行的

新营销方式.....21

- 2.1 营销定位：目标受众的选择.....22
 - 2.1.1 包罗核心城市.....22
 - 2.1.2 贯穿公共交通.....24
 - 2.1.3 席卷服务行业.....24
- 2.2 营销现状：WiFi 的格局与目的.....25

2.2.1 WiFi 营销的价值体现.....25

2.2.2 WiFi 营销的目的定位.....26

2.2.3 WiFi 营销的现状.....27

2.3 营销趋势：由点及面的发展.....29

2.3.1 360 免费 WiFi 手机版.....29

2.3.2 手机 QQ 免费 WiFi.....31

2.3.3 微信平台.....31

2.4 营销困境：遇到的难题与今后的

发展.....33

2.4.1 WiFi 营销遇到的难题.....33

2.4.2 WiFi 营销今后的发展趋势.....35

第3章 选择WiFi：核心营销模式的

介绍.....37

3.1 商业 WiFi：营销模式的核心.....38

3.1.1 以消费者或用户为中心的
商业营销模式.....38

3.1.2 以企业营销市场为主体的
商业营销模式.....40

3.1.3 WiFi 营销在移动互联网
时代的新展现.....41

3.2 广告营销：个性化的推送.....42

3.2.1 推送个性化的广告.....43

3.2.2 定向性的地理位置推送.....44

3.3 注重推广：免费 WiFi 营销模式.....45

3.3.1 微信推广营销.....46

3.3.2 手机认证营销.....48

3.3.3 广告推广营销.....49

3.4 注重盈利：收费 WiFi 营销模式	49
3.4.1 简单的广告营销模式	50
3.4.2 APP 与广告结合的营销模式	51
3.4.3 客户关系管理与广告结合的营销模式	54
3.4.4 APP、客户管理、API 与广告相结合的营销模式	55

第 4 章 营销利器一：WiFi + 微信营销.....57

4.1 营销方式：WiFi 与微信联合营销	58
4.1.1 下载与注册微信	59
4.1.2 开启微信连 WiFi 功能	63
4.1.3 微信 WiFi 的营销流程	65
4.2 具体方法：WiFi 与微信 10 大功能的结合	67
4.2.1 WiFi + 公众平台：管理用户或者业务	68
4.2.2 WiFi + 微信群：社群时代营销新玩法	70
4.2.3 WiFi + 朋友圈：更好地协助企业进行推广	73
4.2.4 WiFi + 扫一扫：快速获得产品信息	75
4.2.5 WiFi + 摇一摇：让现场活动更丰富	76
4.2.6 WiFi + 附近的人：查看附近的用户	78

4.2.7 WiFi + 游戏：提供游戏礼包和便捷下载	79
4.2.8 WiFi + 微信支付：移动支付打通 O2O 闭环	79
4.2.9 WiFi + 微信红包：实现社交支付	88
4.2.10 WiFi + 卡券：促进购物消费	89
4.3 案例分析：WiFi + 微信营销的具体案例	90
4.3.1 麦当劳的 WiFi 微信营销	90
4.3.2 “好想你”的 WiFi 微信营销	93

第 5 章 营销利器二：WiFi + APP 营销.....95

5.1 营销优势：WiFi+APP 营销的特点	96
5.1.1 移动互联网时代：促进 APP 出现	96
5.1.2 WiFi + APP：营销的优势	97
5.2 线下营销：结合传统的营销渠道	102
5.2.1 海报推广式营销	102
5.2.2 APP 体验活动	103
5.2.3 公共服务营销	104
5.2.4 利用传统媒体推广	105
5.3 线上营销：以用户为中心进行运作	105
5.3.1 合作营销	105

5.3.2	话题营销	106
5.3.3	饥饿营销	107
5.3.4	引流营销	108
5.4	案例分析: WiFi + APP 营销的 具体案例	109
5.4.1	WiFi 收益宝	109
5.4.2	手机支付宝	109
5.4.3	飞利浦“智能空气”APP	110
5.4.4	京东手机 APP	110

第 6 章 营销利器三: WiFi + 二维码营销 113

6.1	营销策略: WiFi + 二维码营销的 具体方法	114
6.1.1	举办各种各样的优惠活动	114
6.1.2	提高二维码的扫描率	115
6.1.3	让用户体验良好	117
6.2	营销优势: WiFi + 二维码 营销的特点	118
6.3	营销价值: WiFi + 二维码 营销的价值体现	120
6.3.1	吸引消费者的好奇心	121
6.3.2	刺激消费者的购买欲	122
6.3.3	降低企业的投入成本	123
6.3.4	增加企业的盈利	124
6.3.5	提供各种服务活动	125
6.3.6	成为企业的防伪标签	127
6.4	案例分析: WiFi + 二维码 营销的具体案例	127
6.4.1	当当网的微信支付	127

6.4.2	超市的 WiFi + 二维码 营销	129
6.4.3	深圳市某电影院的优惠观影 活动	130

第 7 章 营销利器四: WiFi + LBS 营销 131

7.1	营销优势: WiFi + LBS 营销的 特点	132
7.1.1	应用范围非常广泛	132
7.1.2	使用人数非常多	134
7.1.3	精准性良好	135
7.1.4	满足了用户的需求	137
7.2	营销定位: WiFi + LBS 营销的 作用	137
7.2.1	WiFi + LBS 向用户提供 租房服务	138
7.2.2	WiFi + LBS 让用户了解 实时天气情况	141
7.2.3	WiFi + LBS 使用户旅游 更方便	143
7.2.4	WiFi + LBS 为用户提供 购物指南	145
7.3	案例分析: WiFi + LBS 营销的 具体案例	147
7.3.1	大众点评: 吃喝玩乐, 找优惠	147
7.3.2	淘宝券券: 生活服务, 要便捷	149

第 8 章 营销利器五：WiFi +

大数据营销 151

- 8.1 营销价值：WiFi + 大数据实现
精准营销 152
 - 8.1.1 WiFi + 大数据营销的
作用 152
 - 8.1.2 大数据是 WiFi 营销的
基础 153
 - 8.1.3 WiFi + 大数据营销的
价值体现 156
- 8.2 营销策略：WiFi + 大数据
营销的具体方法 160
 - 8.2.1 对数据进行分析 160
 - 8.2.2 对品牌进行传播 161
 - 8.2.3 与用户进行互动 163
 - 8.2.4 对市场进行预测 164
- 8.3 案例分析：WiFi + 大数据
营销的具体案例 164
 - 8.3.1 华住酒店的微信公众号
营销 165
 - 8.3.2 四川海底捞的个性营销 166
 - 8.3.3 优衣库的创意营销 168

第 9 章 灵活运用：WiFi 平台与

工具的选择 171

- 9.1 软件营销：WiFi 在软件方面的
具体应用 172
 - 9.1.1 360 免费 WiFi 172
 - 9.1.2 WiFi 共享精灵 176
 - 9.1.3 猎豹免费 WiFi 178

9.1.4 WiFi 万能钥匙 181

9.1.5 腾讯 WiFi 管家 185

9.1.6 移动 WiFi 通 189

9.2 硬件营销：WiFi 在硬件方面的

具体应用 190

9.2.1 360 旗下的 WiFi 硬件

设备 190

9.2.2 小米旗下的 WiFi 硬件

设备 194

9.2.3 D-Link 旗下的

“天猫魔盘” 201

9.2.4 连乐无线路由器 203

9.2.5 WiFi 随身宝

“黑米盒子” 207

9.2.6 乐光无线路由器 208

第 10 章 安全保障：用户最担忧的

问题 213

10.1 发现问题：公共 WiFi 存在的

问题 214

10.1.1 WiFi 的网速时快时慢的

原因 214

10.1.2 公共 WiFi 中的

“钓鱼陷阱” 215

10.1.3 WiFi 的加密方式不安全 217

10.2 保障安全：公共 WiFi 中用户

信息的保护 219

10.2.1 防止 WiFi 密码被破解 219

10.2.2 防止无线路由器被攻击 220

10.3 提高安全：个人连接 WiFi 时的

8 大技巧 221

10.3.1	不要选择“记住密码”	222
10.3.2	及时更新相关漏洞	223
10.3.3	关闭手机自动 连接 WiFi.....	223
10.3.4	尽量选择已知的 安全 WiFi.....	224
10.3.5	关闭网络共享功能	225
10.3.6	尽量不泄露个人隐私 信息.....	225
10.3.7	及时进行相关清理工作	225
10.3.8	安装一些杀毒软件	226
10.4	安全工具：WiFi “防钓” 安全卫士介绍	226
10.4.1	360 免费 WiFi 手机版	227
10.4.2	猎豹免费 WiFi 安卓版	228
10.4.3	瑞星路由安全卫士	230
10.4.4	百度手机卫士	231

第 11 章 蓝图展望：WiFi 的未来趋势.....233

11.1	免费 WiFi：移动流量的 主要入口	234
11.1.1	利用免费 WiFi 实现用户 引流.....	235
11.1.2	把握免费 WiFi 营销的 3 大原则.....	237
11.1.3	鼓励免费 WiFi 营销模式的 创新.....	240
11.2	展望未来：WiFi 的热门应用 方向	243
11.2.1	场景 WiFi	243
11.2.2	情境 WiFi	244
11.2.3	共享 WiFi	245
11.2.4	随身 WiFi	247
11.2.5	无线城市的建立	250



第 1 章

感受 WiFi：天空中一张巨大的网



如今，人们使用手机寻找 WiFi 已经成为一种习惯，WiFi 的大范围应用，使它已经慢慢融入人们的生活，逐渐成为必不可少的工具。

第 1 章主要介绍 WiFi 的基本概念，它是怎样进入人们的生活的，以及 WiFi 的市场现状是怎么样的。

感受 WiFi：
天空中一张
巨大的网

1. 无处不在：WiFi 悄然进入人们的生活

2. 看清 WiFi：WiFi 的概念与构成

3. WiFi 优势：自身与商业特点



1.1 无处不在：WiFi 悄然进入人们的生活

智能移动设备的广泛应用，促进了移动互联网时代的发展。由于这一原因，WiFi 悄无声息而且必然地进入了人们的生活。

如今，人们随时随地使用移动设备时，第一时间想到的就是寻找 WiFi。使用 WiFi 显然已经成为人们的一种习惯，慢慢融入人们的生活、工作中。

1.1.1 移动互联网的发展促进 WiFi 的产生

移动互联网时代，智能手机的普及，为 WiFi 传播与应用奠定了基础。随着智能设备用户量的暴增，企业逐渐意识到 WiFi 的重要性，WiFi 营销时代来临。

移动互联网是移动通信与互联网两者高度融合的产物，它加速了 WiFi 产业发展，使其成为移动互联网新入口。在这一时代背景下，企业抓住机遇，实现内部转型升级。移动互联网的相关概述如图 1-1 所示。

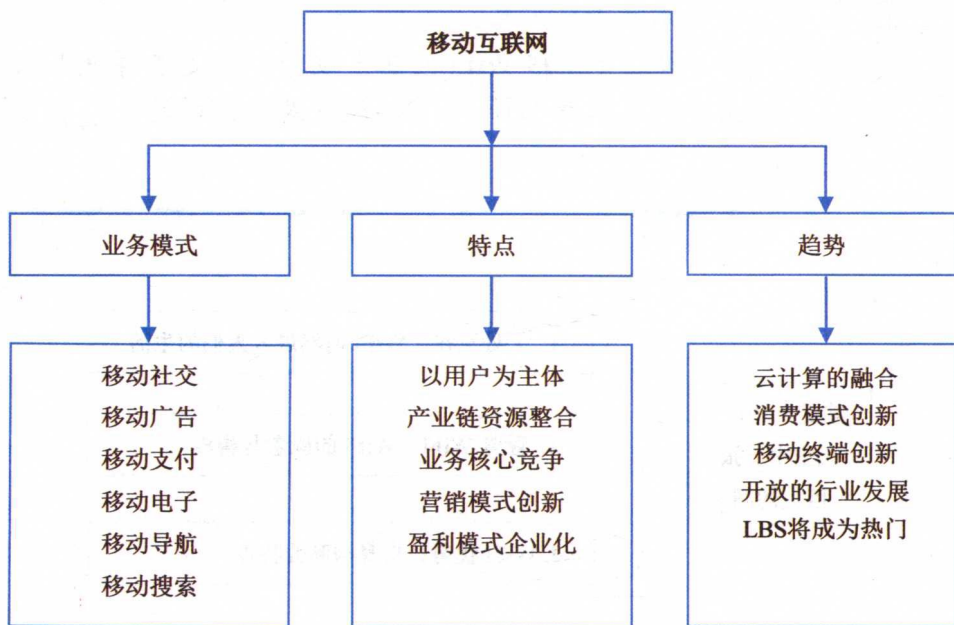


图 1-1 移动互联网的相关概述

另外，WiFi 这一热门领域，也迅速吸引了各大互联网巨头展开移动互联网

入口之争。

例如，以支付宝为首的第三方支付平台展现了新的 WiFi 营销思维，通过免费 WiFi 为用户提供线下服务，在这一平台中商户与顾客能够直接交流。支付宝的 WiFi 平台登录界面如图 1-2 所示。



图 1-2 支付宝的 WiFi 平台登录界面

对用户来说，该平台的建立有 3 个方面的便捷之处，如图 1-3 所示。

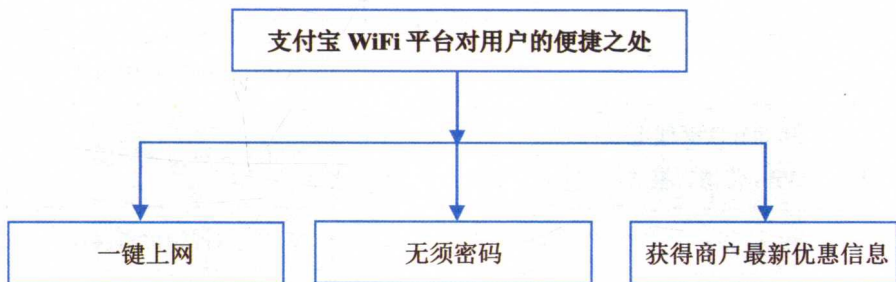


图 1-3 支付宝 WiFi 平台对用户的便捷之处

1.1.2 移动互联网催生 WiFi 营销新模式

在移动互联网营销模式中，除了传统的 APP 推广营销外，就属 WiFi 营销最为活跃、热门，WiFi 已成为人类赖以生存的必需品。随着移动互联网的发展，WiFi 营销也产生了许多新模式。

例如，小九 WiFi 构建了基于 APP 的 WiFi 营销，将 WiFi 这一基础服务看作载体，实现 WiFi 路由器 + 移动 APP 相融合的软硬件搭配营销，很大程度上推进

了 WiFi 与 APP 两大产业的发展, 如图 1-4 所示。



图 1-4 小九 WiFi 营销

除此之外, 移动互联网还催生了其他的 WiFi 营销模式, 如图 1-5 所示。

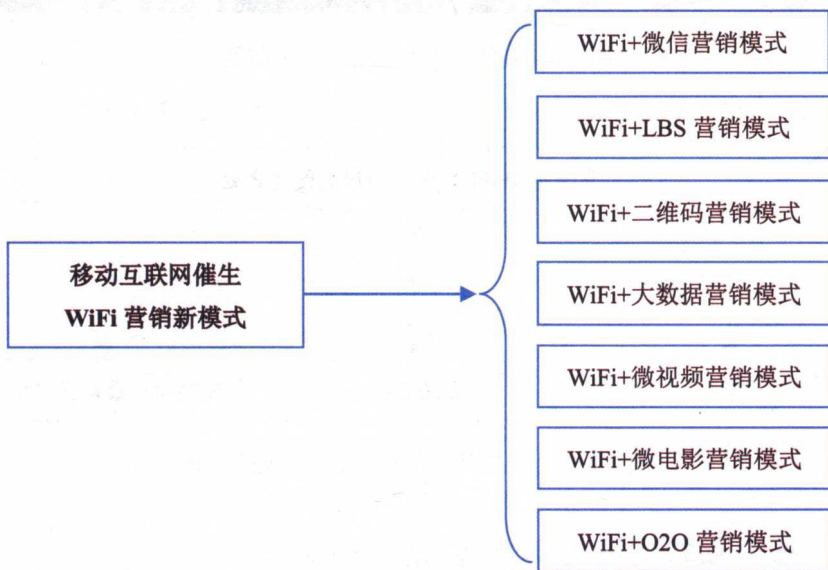


图 1-5 移动互联网催生 WiFi 营销新模式

1.1.3 人们身边常见的 WiFi 营销场景

WiFi 通过智能移动设备, 已经实现了社交、消费、工作、生活等各个方面的便捷化。人们身边常见的 WiFi 营销场景也体现在各个方面。本节将具体介绍

WiFi 的广泛应用分别体现在哪些场景。

1. 公交车

如今，国内许多城市都开始在公交车上面安放车载 WiFi，专门为乘客提供免费无线上网服务。

据了解，智慧公交就是伊宅购在 2015 年推出的“WiFi+ 公共交通”的项目，如图 1-6 所示。

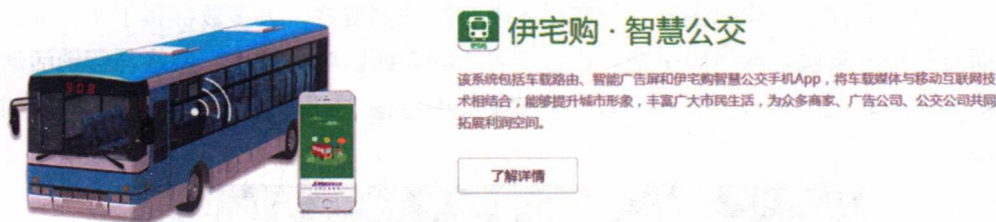


图 1-6 伊宅购智慧公交

伊宅购智慧公交不仅有免费 WiFi 功能，还提供“我要上屏”弹幕功能、手游体验功能、车站旁边优惠服务商等功能。

当前，该项目已经应用到了全国 12 个城市，一些乘坐公交车的乘客可在车上连接 WiFi，即可免费上网。伊宅购公司还推出了智慧公交的 APP，如图 1-7 所示。



图 1-7 伊宅购智慧公交 APP



2015 年 8 月, 伊宅购与华为公司达成了合作关系, 华为公司向伊宅购提供定制的车载路由产品。该产品集路由、WiFi、存储及安全于一体, 克服了传统设备的速度慢、体验差等问题, 给公交乘客带来了前所未有的上网体验。

在移动互联网迅速发展的今天, 智慧公交就是 WiFi 在交通行业的应用, 它将智能手机、公交车与移动互联网相融合, 真正体现了“智慧”的特点。

2. 咖啡厅

众所周知, 喜欢喝咖啡、经常出入咖啡厅的消费者, 大多数都属于年轻人。而对年轻人来说, 网络似乎是一样必不可少的东西。当咖啡厅、网络与营销活动融合在一起的时候, 无疑会引起消费者们的注意。星巴克咖啡店的免费 WiFi 如图 1-8 所示。



图 1-8 星巴克咖啡店的免费 WiFi

现在的咖啡厅已经不仅仅是一个休闲娱乐场所, 它更是一个社交、商业活动场所。那么, 咖啡厅是怎样与消费者建立“网络联系”的呢?

咖啡厅主要是使用开放式的认证系统, 消费者可以通过手机登录 WiFi 认证界面, 输入手机号码来获得 WiFi 密码; 消费者也可以通过微信来登录, 消费者需要添加企业微信为好友或者关注该企业的微信公众号, 才能认证上网, 这也体现了该企业聪明的营销手段。

3. 医院

随着医疗体制的不断改革, 移动互联网也慢慢影响并融入医疗行业。现在的