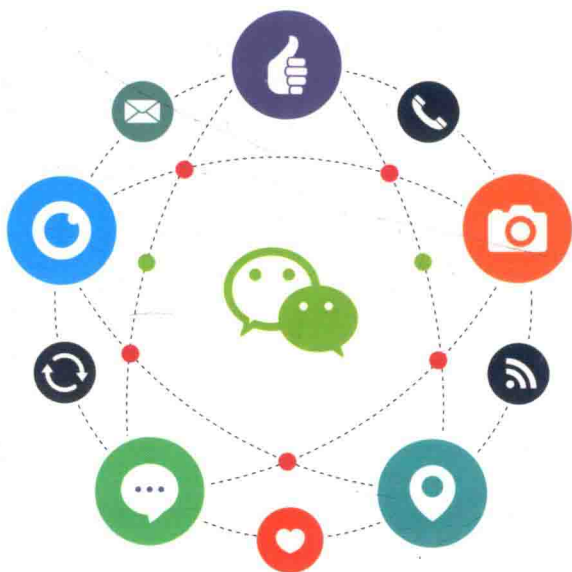


以微信公众号为例讲解新媒体营销运营技巧的实战宝典

新媒体营销运营 实战208招

微信公众号运营

谭静◎著



- ▶ 通过标题命名、内容打造等技巧，提升微信公众号的打开率，留住用户
- ▶ 以秀米编辑器为例，讲解微信公众号的编辑写作技巧，提高编辑效率
- ▶ 以今日头条为例，讲解微信公众号的导流技巧，帮助公众号快速吸粉
- ▶ 以软文广告和图书出版为例，讲解微信公众号的盈利技巧，帮助公众号快速实现商业变现

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

新媒体营销运营 实战208招

—— 微信公众号运营 ——

谭 静◎著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

新媒体营销运营实战208招：微信公众号运营 / 谭静著. — 北京：人民邮电出版社，2017.6
ISBN 978-7-115-45058-6

I. ①新… II. ①谭… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第054730号

内 容 提 要

本书以微信公众号运营为例，分7个章节讲解了新媒体营销的实战技巧，具体内容包括：“从零开始——新媒体运营快速实战入门”“内容雕琢——标题、图片和正文的打磨”“排版实战——微信后台与专业排版器排版技巧”“快速吸粉——公众号自身平台的营销方法”“海量导流——10大营销矩阵的平台搭建”“赚钱有术——主流的盈利方式不可不知”“商业变现——能盈利赚钱的方法都是好方法”。

本书结构清晰、案例丰富、实战性强，适合企业新媒体岗位的运营人员或对新媒体感兴趣的其他人员阅读使用，同时也可以作为新媒体专业运营公司或大中专院校的培训教材。

◆ 著 谭 静

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>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：18

2017年6月第1版

字数：362千字

2017年6月河北第1次印刷

定价：55.00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

俗话说：知易，行难。意思就是：知道一件事很容易，但做起来却很难。微信公众号的运营便是如此。

我们如果作为一个旁观者，去关注、打开一个公众号的内容很简单，甚至有很多公众号都不愿意去打开，这也造成了目前公众号的打开率只有5%~10%，甚至越来越低的现状；但作为另一方，如果我们是公众号运营者，却要面临让人头痛的问题了，这么低的打开率，如何突围？对于想进军公众号运营或刚进入的运营者，怎么办？

本书正是为解决这一问题而生，放送一些独家的实战运营心得，而这些心得，对于一般的运营者，是极不愿意与大家分享的，因为其中的任何一个实用性强的技巧，都是运营者花了无数的时间、精力和金钱成本获知的，是不可轻易示人的。笔者写这一本书的价值便在于此，力争将自己通过大量时间、精力和金钱成本获取的运营干货技巧，奉献给志同道合刚进军公众号运营的朋友们，如果能抛砖引玉，给大家以启迪，那本书便对得起大家了！

书中第1章，从零开始讲运营入门知识，有两大要点：一是定位，用户、服务、平台的定位一定要准，这好比建房的地基，地基不稳，以后建的房子就会随风飘摇，会倒！二是取名，好的名称本身就是品牌，易记、易传播，差异化、优化是关键。

书中第2章，讲标题、图片和正文的打磨，这是所有公众号运营的核心，因为标题的好坏决定了打开率，图片的精美决定了停留率，而正文是公众号的命脉，内容的优劣直接决定公众号的命运，这一章重点讲这三个方面的技巧。

书中第3章，讲微信后台与专业排版软件的排版技巧，对于微信运营新手来讲，排版是必须克服的一大难题，本章不仅讲述了在微信后台如何直接编辑文案，更介绍了第三方专业排版软件——秀米编辑器，里面有许多模板，大家可以省心、省力直接套用，从而提高编辑效率。

书中第4章，讲运用公众号快速吸粉的营销方法，其中的征稿大赛内容是首创的，应该是市场上所有微信运营类的书籍中都没有讲到的。众所周知，征稿大赛是吸粉的超级利器，核心是让粉丝去拉粉丝投票，这种裂变的效果不仅省心省力，关键是效果奇好，本章只是提示，大家可以举一反三，多做些吸粉大赛的活动。

书中第5章，应该是本书最有价值的一章，因为吸粉是每个公众号最大的难题，

平常一个人一个人去吸太难了，而仅今日头条就有 5 亿多的用户，再加上一点资讯、百度百家等 10 多家媒体平台，用户至少在 10 亿以上，如何导流到我们的公众号上，这是必须要去做的事情，本章便是介绍如何进驻这些平台进行导流的技巧。

书中第 6 章、第 7 章，应该是大家最关注的——公众号如何赚钱、变现，这里一共讲解了 18 种盈利方法，大家可以根据自己的平台和内容，选择最合适的赚钱方式，本书以软文广告和图书出版为例进行了重点介绍。

还有一句俗语：罗马不是一天建成的。

许多百万公众号的运营者，谈及运营成功的秘诀时，只有两个字：坚持、坚持、再坚持，在此和大家共勉。

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。

目录 Contents

第1章 从零开始——新媒体运营快速实战入门

- 1.1 定位不对努力白费 / 2**
 - 1.1.1 定位的关键点 / 2
 - 1.1.2 用户的定位 / 3
 - 1.1.3 服务的定位 / 4
 - 1.1.4 平台的定位 / 5
- 1.2 根据需要进行选择类型 / 6**
 - 1.2.1 选择服务号 / 7
 - 1.2.2 选择订阅号 / 9
 - 1.2.3 选择企业号 / 10
 - 1.2.4 选公众号的建议 / 12
- 1.3 平台取名的技巧与禁忌 / 13**
 - 1.3.1 区域取名 / 13
 - 1.3.2 百科取名 / 14
 - 1.3.3 形象取名 / 15
 - 1.3.4 趣味取名 / 15
 - 1.3.5 提问取名 / 16
 - 1.3.6 另类取名 / 16
 - 1.3.7 功能取名 / 17
 - 1.3.8 取名禁忌 / 17
- 1.4 准备充分正式申请 / 19**
 - 1.4.1 注册个人主体所需资料准备 / 19
 - 1.4.2 注册企业主体所需准备的资料 / 21
 - 1.4.3 公众号功能介绍文字的准备 / 22
 - 1.4.4 公众号头像图片的准备 / 23
 - 1.4.5 正式申请公众号的步骤 / 25
 - 1.4.6 了解公众号后台功能模块 / 32
- 1.5 做好认证提高权威 / 35**
 - 1.5.1 了解认证的好处 / 35

- 1.5.2 知晓认证的类型 / 36
- 1.5.3 掌握认证的步骤 / 37
- 1.5.4 认证费用的核对 / 48
- 1.5.5 认证未通过的原因 / 48

1.6 运营技巧先知先觉 / 49

- 1.6.1 运营的准则 / 49
- 1.6.2 正文开头编写的要素 / 50
- 1.6.3 编写的误区 / 50
- 1.6.4 推送的时间 / 51

第 2 章 内容雕琢——标题、图片和正文的打磨

2.1 内容的定位选择 / 54

- 2.1.1 内容的定位 / 54
- 2.1.2 内容的素材 / 54
- 2.1.3 内容的收集 / 55
- 2.1.4 内容的误区 / 57

2.2 内容的形式及特点 / 58

- 2.2.1 文字式的特点 / 58
- 2.2.2 图片式的特点 / 59
- 2.2.3 图文式的特点 / 60
- 2.2.4 语音式的特点 / 62
- 2.2.5 视频式的特点 / 63
- 2.2.6 混搭式的特点 / 64

2.3 取标题的心理技巧 / 65

- 2.3.1 猎奇心理 / 66
- 2.3.2 窥探心理 / 66
- 2.3.3 消遣心理 / 67
- 2.3.4 学习心理 / 68
- 2.3.5 感动心理 / 68

2.4 标题的命名方式 / 69

- 2.4.1 揭露式标题 / 69
- 2.4.2 福利体标题 / 70
- 2.4.3 数字式标题 / 71
- 2.4.4 速成型标题 / 72
- 2.4.5 悬念式标题 / 72

- 2.4.6 警告式标题 / 73
- 2.4.7 趣味性标题 / 74
- 2.4.8 负面体标题 / 75
- 2.4.9 如何体标题 / 75
- 2.4.10 本地化标题 / 76
- 2.4.11 借势型标题 / 76
- 2.4.12 专业性标题 / 77
- 2.4.13 鼓舞式标题 / 78
- 2.5 图片的精雕 / 78**
 - 2.5.1 主图精益求精 / 79
 - 2.5.2 侧图不能忽视 / 81
 - 2.5.3 尺寸大小合适 / 81
 - 2.5.4 色彩搭配舒适 / 82
 - 2.5.5 数量合适就好 / 83
 - 2.5.6 长图文冲击力强 / 86
 - 2.5.7 动图视觉感强 / 87
 - 2.5.8 图片要加水印 / 88
- 2.6 内容的打磨 / 89**
 - 2.6.1 好的内容提前预告 / 90
 - 2.6.2 文章摘要不可小瞧 / 90
 - 2.6.3 打造独特的个性 / 91
 - 2.6.4 善于利用连载吸引读者 / 91
 - 2.6.5 把握好原文链接功能 / 92
 - 2.6.6 做好内容版权声明 / 93
 - 2.6.7 推送前预览 / 93

第3章 排版实战——微信后台与专业排版器排版技巧

- 3.1 在微信后台直接编辑排版和推送 / 96**
 - 3.1.1 创建图文消息 / 96
 - 3.1.2 在文章中插入图片素材 / 98
 - 3.1.3 在文章中插入视频素材 / 100
 - 3.1.4 在文章中插入声音素材 / 104
 - 3.1.5 在文章中发起投票活动 / 110
 - 3.1.6 设置图文字体格式 / 112
 - 3.1.7 在图文中插入原文链接 / 116
 - 3.1.8 开启留言功能 / 117

- 3.1.9 开启原创声明 / 118
- 3.1.10 设置图文封面图片 / 120
- 3.1.11 保存并群发给所有粉丝 / 122
- 3.1.12 保存并群发给指定粉丝 / 123

3.2 第三方专业排版软件——秀米编辑器 / 123

- 3.2.1 使用 QQ 账号登录秀米账户 / 124
- 3.2.2 在秀米中绑定微信公众号开启图文同步 / 125
- 3.2.3 在秀米中制作图文消息 / 127
- 3.2.4 制作具有吸引力的图文标题 / 132
- 3.2.5 创建具有特色的图文布局版式 / 133
- 3.2.6 在图文中添加背景图效果 / 134
- 3.2.7 在图文中添加分割线效果 / 136
- 3.2.8 在图文中插入图片 / 137
- 3.2.9 将常用的模板添加到收藏夹 / 140
- 3.2.10 在图文结尾处添加公众号名片信息 / 142
- 3.2.11 保存当前编辑的图文消息 / 142
- 3.2.12 在秀米编辑器中预览图文消息 / 143
- 3.2.13 将图文信息同步到绑定的公众号 / 144
- 3.2.14 在秀米中将图文消息生成长图 / 145
- 3.2.15 在秀米中制作 H5 动画页面 / 145

3.3 版式技巧总结，提升用户阅读体验 / 146

- 3.3.1 自定义栏目设置技巧 / 147
- 3.3.2 开头的版式技巧 / 147
- 3.3.3 结尾的版式技巧 / 148
- 3.3.4 字体的版式技巧 / 149
- 3.3.5 配色的版式技巧 / 150
- 3.3.6 文字加粗的版式技巧 / 151

第 4 章 快速吸粉——公众号自身平台的营销方法

4.1 公众号吸粉引流的方法 / 153

- 4.1.1 通讯录转化 / 153
- 4.1.2 朋友圈的推广 / 154
- 4.1.3 公众号的互推 / 156
- 4.1.4 开展征稿、网络大赛 / 156
- 4.1.5 其他引流方法 / 158

4.2 实战举例：图书征稿大赛之前的准备工作 / 161

- 4.2.1 文字准备 / 161
- 4.2.2 图片准备 / 162
- 4.2.3 投票平台筛选 / 162
- 4.2.4 注册第三方投票系统 / 163
- 4.2.5 在系统中绑定微信公众号 / 164
- 4.2.6 创建图书征稿报名投票活动 / 167
- 4.2.7 开启公众号关键字回复功能 / 167
- 4.2.8 设置活动名称与回复内容 / 168
- 4.2.9 设置活动简介与参与流程 / 169
- 4.2.10 设置报名投票时间及相关信息 / 170
- 4.2.11 设置投票拉票分享页面信息 / 171
- 4.2.12 设置活动奖品信息 / 172
- 4.2.13 选择活动页面模板样式 / 173
- 4.2.14 设置活动横幅统计栏样式 / 174
- 4.2.15 模拟发布，组织内部人员测试 / 174

4.3 实战举例：图书征稿大赛中的进程控制 / 175

- 4.3.1 后台审核通过报名人员信息 / 175
- 4.3.2 后台查看最新票数排行信息 / 176
- 4.3.3 收藏投票页面以方便进入查看 / 177
- 4.3.4 通过验证粉丝个人信息防止恶意刷票 / 179
- 4.3.5 通过屏蔽投票 IP 地址防止恶意刷票 / 180

4.4 实战举例：图书征稿大赛之后的善后评估 / 182

- 4.4.1 从排行榜前列中筛选投票的作品 / 183
- 4.4.2 制作作品录用授权协议书 / 183
- 4.4.3 发送短信获取用户邮箱 / 184
- 4.4.4 给用户发送授权协议 / 185
- 4.4.5 收取快递并检查授权协议 / 185
- 4.4.6 邮寄奖品或安排录用的作品 / 186

4.5 实战举例：图书征稿大赛的经验技巧总结 / 186

- 4.5.1 安全第一，规划刷号防止封号 / 186
- 4.5.2 体验第二，提升用户投票效率 / 187
- 4.5.3 筛选平台，稳定、速度是首选 / 188
- 4.5.4 加强互动，做好种子用户的培育 / 188

第 5 章 海量导流——10 大营销矩阵的平台搭建

5.1 了解 10 大流量平台 / 191

- 5.1.1 今日头条平台 / 191
- 5.1.2 一点资讯平台 / 197
- 5.1.3 搜狐公众平台 / 200
- 5.1.4 UC 云观平台 / 202
- 5.1.5 企鹅媒体平台 / 206
- 5.1.6 QQ 公众平台 / 208
- 5.1.7 百度百家平台 / 210
- 5.1.8 知乎平台 / 211
- 5.1.9 网易媒体开放平台 / 213
- 5.1.10 爱微帮平台 / 214

5.2 实战举例：今日头条平台入驻前的准备 / 216

- 5.2.1 弄清注册平台所需条件 / 217
- 5.2.2 了解头条号类型 / 217
- 5.2.3 收集平台客服联系方式 / 221
- 5.2.4 选好登录方式 / 222
- 5.2.5 准备注册所需资料 / 223
- 5.2.6 了解发文规则 / 227
- 5.2.7 选好发文频道 / 228
- 5.2.8 准备发文方案 / 228
- 5.2.9 观察平台上他人打广告技巧 / 228

5.3 实战举例：今日头条平台的入驻和推文 / 229

- 5.3.1 注册个人类型头条号的流程 / 229
- 5.3.2 注册企业类型头条号的流程 / 233
- 5.3.3 登录头条号的后台管理页面 / 234
- 5.3.4 编写推送的文章，标题很重要 / 234
- 5.3.5 制作具有吸引力的字体格式 / 236
- 5.3.6 在文章中上传图片 / 237
- 5.3.7 设置文章封面图片 / 237
- 5.3.8 进行文章分类选择 / 238
- 5.3.9 进行客户端预览文章 / 238
- 5.3.10 发布文章，等待审核 / 239

5.4 实战举例：今日头条平台推文后的数据分析 / 240

- 5.4.1 后台查看文章的相关数据 / 240

- 5.4.2 后台查看文章分析 / 240
- 5.4.3 后台查看头条号指数 / 243
- 5.4.4 后台查看用户分析 / 244
- 5.4.5 今日头条平台推文经验总结 / 246

第6章 赚钱有术——主流的盈利方式不可不知

6.1 主流盈利方法 / 251

- 6.1.1 软文广告 / 251
- 6.1.2 流量广告 / 251
- 6.1.3 微商代理 / 253
- 6.1.4 付费阅读 / 254
- 6.1.5 点赞打赏 / 255
- 6.1.6 增值插件 / 256
- 6.1.7 付费会员 / 256
- 6.1.8 电商盈利 / 258
- 6.1.9 APP 开发 / 258

6.2 实战举例：软文广告的操作手法 / 258

- 6.2.1 彼此定位与分析 / 259
- 6.2.2 价格与付款方式 / 261
- 6.2.3 沟通其他的细节 / 262
- 6.2.4 文案写作与确定 / 263
- 6.2.5 发布位置和时间 / 263
- 6.2.6 关注效果并分析 / 264

第7章 商业变现——能盈利赚钱的方法都是好方法

7.1 特色盈利方法 / 266

- 7.1.1 一字千金：图书出版 / 266
- 7.1.2 营销新法：代理运营 / 267
- 7.1.3 合作共赢：商业赞助 / 268
- 7.1.4 活动创收：线下活动 / 268
- 7.1.5 知识获利：线上培训 / 268
- 7.1.6 平台合作：网站推广 / 269
- 7.1.7 智能推荐：引导关注 / 269
- 7.1.8 数字力量：数据支持 / 270

7.2 实战举例：图书出版的操作手法 / 270

- 7.2.1 与出版社联系沟通 / 270
- 7.2.2 商谈选题和内容 / 271
- 7.2.3 制作目录和样章 / 272
- 7.2.4 申报选题签合同 / 274
- 7.2.5 书稿写作和沟通 / 275
- 7.2.6 交稿检查并制作封宣 / 275
- 7.2.7 配合审稿后期事宜 / 276
- 7.2.8 等待出版、邮寄样书 / 276
- 7.2.9 费用结算申报与核算 / 276

第1章

从零开始—— 新媒体运营快速实战入门



随着现代化网络的快速发展，新媒体营销伴随着自媒体的高速发展而诞生，逐渐成为商家和企业追捧的一种营销方式。因此，学习了解一些新媒体运营的相关知识非常有必要。在本章，笔者针对新媒体中的微信平台，为大家介绍一些新媒体运营的知识。

要点展示



- ❖ 定位不对努力白费
- ❖ 根据需要选择类型
- ❖ 平台取名的技巧与禁忌
- ❖ 准备充分正式申请
- ❖ 做好认证提高权威
- ❖ 运营技巧先知先觉

1.1 定位不对努力白费

新媒体运营是商家、企业或者个人通过微信等一些新兴媒体平台，进行自家产品宣传、推广营销的一系列运营手段的统称。新媒体运营凭借自身独特的优势，逐渐成为广大商家、企业、个人的“新宠”，在营销领域中占据重要的地位。因此，学习新媒体运营的相关知识对于广大商家、企业、个人来说都是非常必要的。

在进行新媒体运营之前，运营者对自己的运营活动进行一系列的定位是非常关键的，清晰的定位能够帮助运营者在运营过程中不迷茫、不丢失自己。

在这一章里，笔者将为大家介绍定位的 4 个方面的相关内容，如图 1-1 所示。

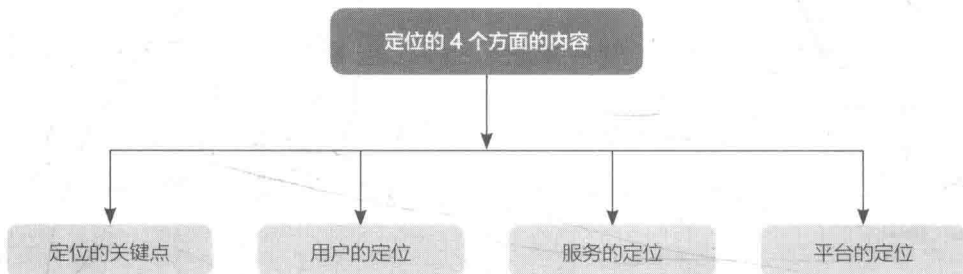


图 1-1 定位的 4 个方面的内容

1.1.1 定位的关键点

新媒体运营者在开始新媒体运营之前，需要进行自我思考，找到定位的关键点。只有找准定位的关键点，才能为后面的用户定位、服务定位以及平台定位找准方向，因此新媒体运营者需要做好定位的两个关键点，如图 1-2 所示。

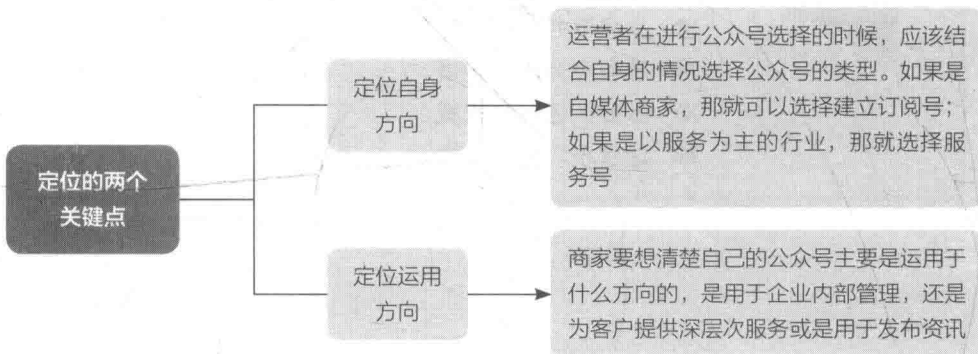


图 1-2 定位的两个关键点

1.1.2 用户的定位

运营者在进行微信公众平台运营的过程中，用户定位是至关重要的一环。只有了解自己的目标群体，才能根据这些群体的需求，制造出相应内容，达到最好的营销效果。

运营者在进行目标群体定位时主要要做两件事，如图 1-3 所示。

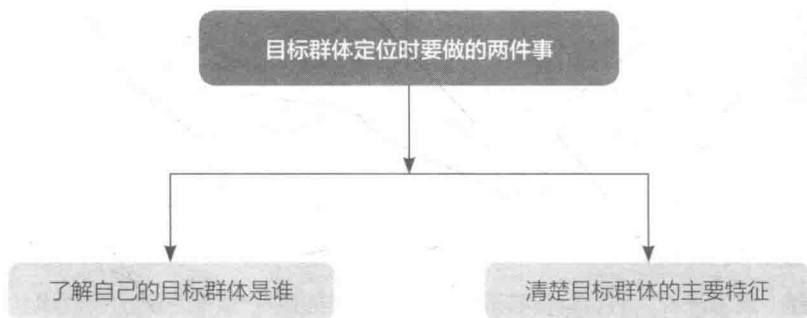


图 1-3 目标群体定位时要做的两件事

运营者如果能够摸透这两件事，那么对后面的产品定位和平台定位都是大有好处的。通常，对目标群体特征的分析主要从两方面入手，如图 1-4 所示。

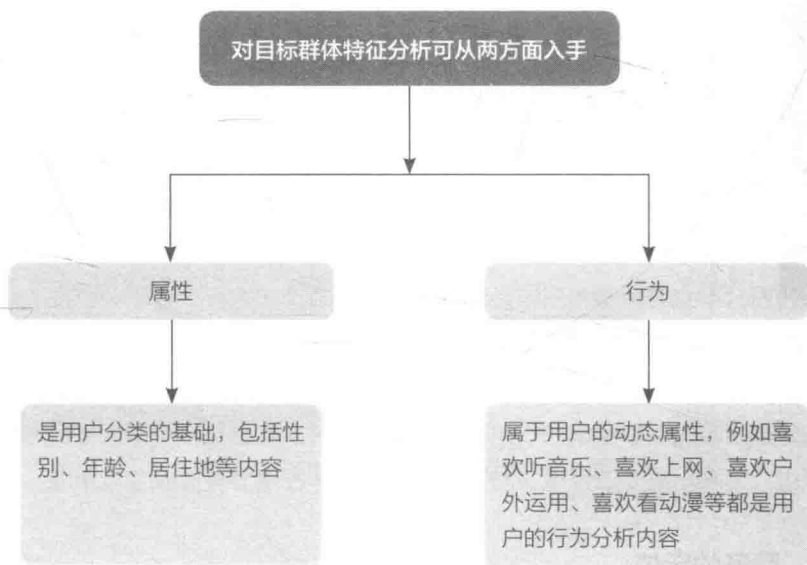


图 1-4 对目标群体特征分析可从两方面入手

一个优秀的微信公众平台新媒体运营者，只给目标用户进行简单的群体特征分析是不够的，这些群体特征分析还需要满足如图 1-5 所示的几个特性。

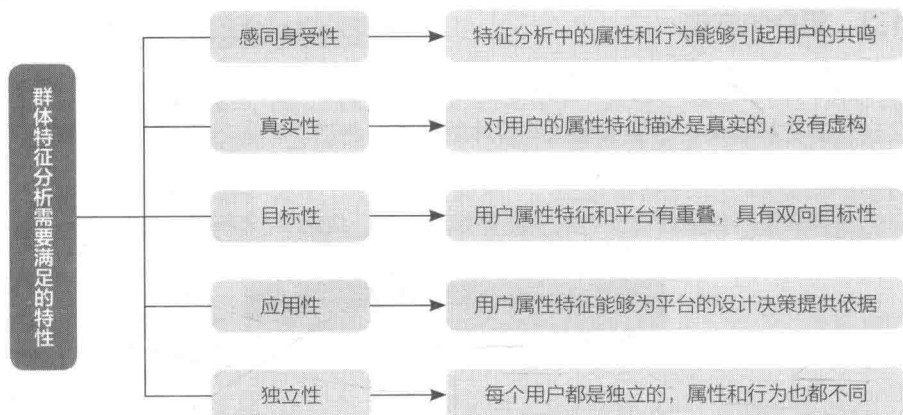


图 1-5 群体特征分析需要满足的特性

介绍完了目标群体特征分析的内容和特性，下面笔者向大家介绍一下目标读者定位的流程，通常来说，对目标读者的定位需要经过如图 1-6 所示的三个步骤。

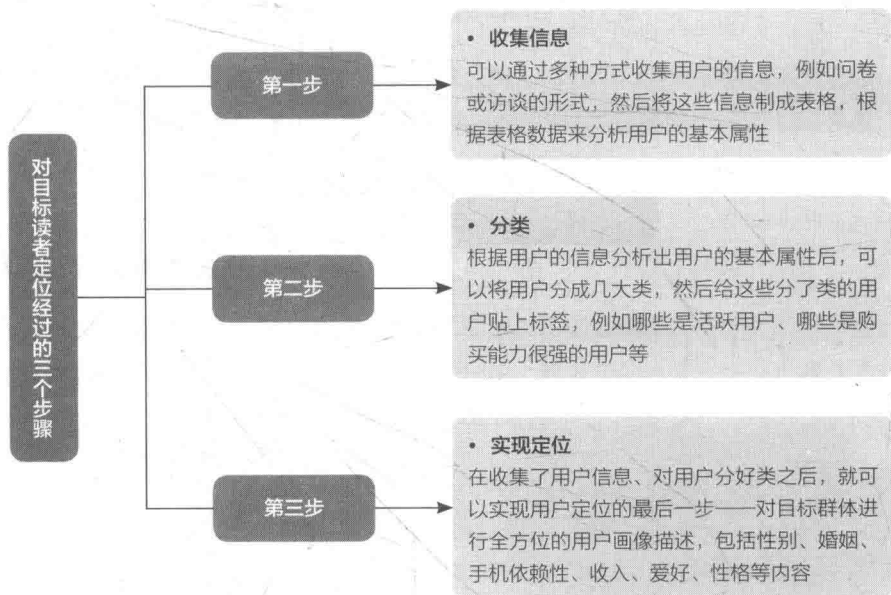


图 1-6 对目标读者定位经过的三个步骤

1.1.3 服务的定位

众所周知，在不同行业里，不同的产品其经营方式也有很大的不同，微信公众营销也并不是适用于所有的行业和产品的，因此做好产品服务特色定位也是至关重要的一环。