



七大软文类型，八大行业软文经典案例详解，步步解析软文营销关键点，  
让你瞬间读懂软文，并见证软文营销的奇迹

# 从“菜鸟”到“牛人”： 软文营销 实战全攻略

段兴晨◎著



北京工业大学出版社

# 从“菜鸟”到“牛人”： 软文营销 实战全攻略

段兴晨◎著

CONG CAINIAO DAO NIUREN  
RUANWEN YINGXIAO SHIZHAN QUAN GONGLÜE

北京工业大学出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

从“菜鸟”到“牛人”：软文营销实战全攻略 / 段兴晨著. —北京：北京工业大学出版社，2017.3

ISBN 978-7-5639-5099-7

I. ①从… II. ①段… III. ①网络营销 IV.

① F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 317717 号

## 从“菜鸟”到“牛人”：软文营销实战全攻略

---

著 者：段兴晨

责任编辑：丁 娜

封面设计：国风设计

出版发行：北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编：100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人：郝 勇

经销单位：全国各地新华书店

承印单位：三河市九洲财鑫印刷有限公司

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：15.75

字 数：207 千字

版 次：2017 年 3 月第 1 版

印 次：2017 年 3 月第 1 次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5639-5099-7

定 价：39.80 元

---

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题，请寄本社发行部调换 010-67391106)

# 序

互联网技术正在以超乎人们想象的速度改变着大家的生活和工作。随着时代的不断发展和技术的不断革新，软文在互联网时代脱颖而出，成为促进传统营销方式改革的巨大推动力。越来越多的行业开始加入软文营销之中，也开始探索软文营销的秘诀，而本书就是在这样的时代背景下应运而生的，为企业和个人进行软文营销提供指导。

在营销的世界里，每一个营销人都知道一句话，那就是“得‘用户’者得天下”。当今社会，无论是盛行的网络营销方式，还是传统营销方式，都离不开软文营销。软文营销是各类营销的基础，并且已经成为生命力最强的一种广告形式，它正在以强大传播力度影响着一个又一个领域，发挥着强大的作用，并且在广告市场上牢牢占据了一席之地。

软文已经在不知不觉间以润物细无声的方式进入我们的生活中。无论是传统媒体还是微博、微信等新型社交平台，都已经成为软文营销的强有力的支持平台，也成为无数企业营销和个人营销的主要选择。

在这种多媒体融合的时代，各种营销方式正在迅速发展。虽然他们的方法、方式和手段可能是不一样的，但是都有着一个相同的核心，那就是产品的内容。那么，对于产品内容最好的包装是什么呢？就是软文。软文不仅有着较强的传播力度和较广的传播范围，还对搜索引擎有着巨大的贡献。并且，软文有着低成本、高收获的特点，在如今这个追求低投入、高产出但又

面临着大量营销费用的今天，软文自然受到了各行各业的广泛欢迎。

本书以全新的角度向读者介绍了什么是软文，软文的营销分类、特点以及软文营销的影响力，软文的内容写作技巧、标题写作技巧、关键词设置、发布与推广渠道选择等，详细地对软文做了一个从理论到实际应用的讲解，不仅有着丰富的案例汇总和分析，还有着较强的实操性。

软文营销的魅力在广告界成为现如今乃至未来的一个主要的新发展趋势，它已经显示出其强大的威力，引起了社会各界人士的广泛关注。通过帮助企业树立品牌形象、吸引更多客户的注意力，从而让企业在互联网思维的引导下实现营销的最终目的。本书旨在帮助读者从入门到精通软文营销，从新手成为软文营销高手，从而玩转软文营销！

对于很多想要进行软文营销的个人、企业、营销从业人员，甚至是传统营销的人士来说，这本书都有着较强的实用性。当然，随着软文营销操作的行业以及成功的案例越来越多，软文在未来的营销中必将发挥着越来越重要的作用，它也将成为一大主流营销方式。

# 目 录

## 第一章

### 软文， 字里行间的 营销秘密

你的朋友圈被“标题党”刷屏了吗？ / 003

小小“豆腐块”蕴含的惊人力量 / 010

互联网让软文营销威力倍增 / 016

软文营销：小投入大回报 / 020

## 第二章

### 常见的软文 营销分类

新闻类软文 / 029

故事类软文 / 034

促销类软文 / 038

悬念类软文 / 042

逆向思维类软文 / 045

情感类软文 / 049

创意类软文 / 052

## 第三章

搞定软文营销  
的“六脉神剑”

抓住近期发生的热点事件 / 059

掌握软文标题的写作技巧 / 062

软文内容一定要有料 / 066

掌握植入软广的合适时机 / 070

巧妙给软文配图 / 074

网络投稿后要注意保留版权 / 080

## 第四章

标题，  
吸引用户的  
第一关键要素

设置悬念，开篇引起读者兴趣 / 085

励志标题，引发读者共鸣 / 087

新闻事件标题，激起读者好奇心 / 090

标题提出对比，形成鲜明对照 / 092

经验类标题，制造权威感 / 094

标题反问，发人深省 / 095

巧妙借势，吸引流量 / 097

用数字抓住读者的眼球 / 099

鼓舞性标题唤起读者的激情 / 102

提建议，引起读者重视 / 104

支招式标题，让读者心甘情愿买账 / 107

## 第五章

布局，  
让读者在不知  
不觉间入彀的学问

悬疑式布局 / 111

双线式布局 / 115

递进式布局 / 119

“总分总”式布局 / 123

设问式布局 / 127

剪辑式布局 / 131

倒三角式布局 / 135

## 第六章

关键词  
设定，巧妙博得  
搜索引擎的青睐

软文关键词的常见类别 / 139

设置软文关键词的学问 / 145

软文关键词的布局技巧 / 149

软文关键词的嵌入技巧 / 155

## 第七章

如何不着  
痕迹地植入行动  
目标

什么是软文行动的目标 / 161

撰写软文之前要精心策划 / 163

用完整、高质量的内容体系包裹行动目标 / 167

找准用户的群体和属性 / 171

## 第八章

各平台  
软文营销该怎么玩

微商中的软文营销 / 177

微信平台软文营销 / 179

微博平台软文营销 / 181

社区平台软文营销 / 184

论坛软文营销 / 186

博客软文营销 / 188

网店软文营销 / 190

站长网站软文营销 / 193

## 第九章

九大软文  
推广技巧，让  
软文营销事半功倍

提炼品牌优势，策划软文写作主题 / 197

确立营销目标，准备论点论据 / 200

标题有亮点，能成功吸引消费者 / 201

善加利用数字进行营销定位 / 203

引题要具备极大的杀伤力 / 205

小标题要条理清晰 / 208

用词要符合趋势，直击用户痛点 / 209

排版要美观清晰 / 210

软文覆盖的传播媒体不可过少 / 212

## 第十章

八大行业  
软文营销经典案例

餐饮类软文营销 / 217

汽车行业软文营销 / 221

酒店类软文营销 / 224

家电类软文营销 / 227

APP类软文营销 / 231

房地产类软文营销 / 233

教育类软文营销 / 236

金融类软文营销 / 238

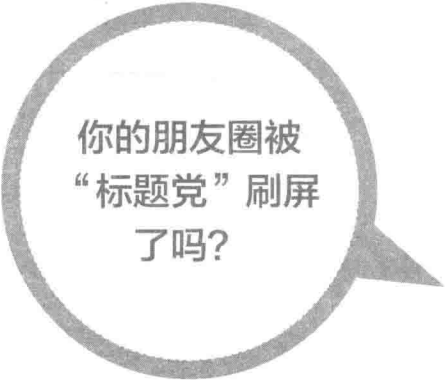
# 第一章



## 软文，字里行间的 营销秘密

说到软文，通俗的理解就是“打着文章旗号的广告”，篇幅短小却蕴含着无穷的力量，也可谓是“短小精悍”。相比泛滥成灾的硬性广告，受众更喜欢这种于字里行间中隐藏着营销秘密的软文广告。软文的出现使企业的推广更加深入人心，能有效提升品牌的知名度，实现企业利润的最大化。





## 你的朋友圈被 “标题党”刷屏 了吗？

近几年，随着朋友圈的兴起，越来越多人的朋友圈开始被一些“标题党”刷屏。其实，朋友圈的本质就是“秀”，是吸引眼球，是分享具有可观赏性的内容，从自我展示到产品展示都要具有可读性。标题作为读者对文章的第一印象，起得好不好决定了是否能吸引读者的注意力。随着互联网技术的不断进步，朋友圈逐渐被“标题党”刷屏，这时候，标题的作用就凸显出来。

### 你是否也曾被这样的标题吸引？

在文章的传播过程中，标题最能够体现作者把握文章思想和运用文字的能力。而软文营销作为一种“文章中的广告”，标题是吸引读者阅读兴趣、概括和评价文章的主要板块。当然，随着营销手段的不断提高，越来越多的创作者为了使文章更加吸引读者眼球，往往会在标题上“搞特殊”。因此，出现了一些有时感觉与文章完全没有关系，略显夸张但又非常吸引人眼球的标题，人们称之为“标题党”，而大家的朋友圈也逐渐被“标题党”所刷屏（图1）。

当然，“标题党”由于方法新颖、吸引眼球效果奇佳在一定程度上被大家争先效仿。但是，又因其过度追求眼球利益，过于含糊其词、故作离奇而被大家逐渐厌烦，因此，标题要想真正做到吸引读者兴趣，就要区分良性标题和恶性标题。

一篇文章的标题很多时候要想吸引读者眼球，就要具有很强的幽默感和娱乐性，要充满智慧和创意，需要用心去构思，这才是良性标题（图2）。良性标题既可以娱乐自己，也可以娱乐大众。良性“标题党”的对象是具有大把空闲时间的网友，他们乐于见到新鲜事，即使发现被忽悠，也会轻松一笑。



图1 朋友圈已被“标题党”淹没

- 1.新手入“淘”3个月，月流水10万，我是这样做到的
- 2.微信朋友圈营销，我从0开始到月盈利5万
- 3.在名利场身不由己，屌丝“被”逆袭

图2 良性标题

而恶性标题（图3）却有歪曲事实、错估价值、肆意恶搞的倾向。这种标题虽然在一定程度上也达到了吸引眼球的目的，但并不能获得观众的欢心，甚至会引来反感。比如，有人把《水浒传》说成《3个女人和105个男人的故事》，把《卖火柴的小女孩》说成《残忍啊，美丽的姑娘被火柴烧死的

惊天血案》等，这些文章标题都是典型的恶性标题。

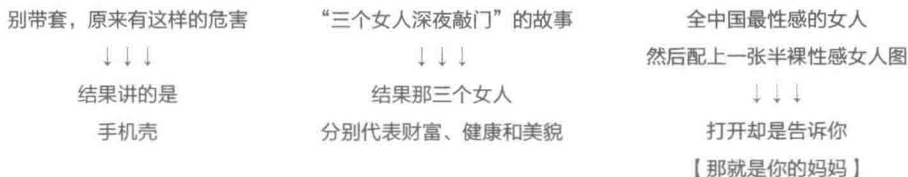


图3 恶性标题为博人眼球令人反感

撰写一篇优秀的软文营销文案的关键步骤就是起一个好的标题。在我们的朋友圈中，总有很多吸引眼球的文章在不断刷屏，让你不由自主地开始阅读。那么，如何在软文营销中使你的标题更吸引眼球呢？

### 1.要学会“借力借势”

很多中小企业的品牌力度和影响力都不是很强，投入的资金也不足以进行大的营销宣传。因此，要想让标题夺人眼球，吸引读者注意力，就要学会“借力”，借政府的力、借新闻媒体的力、借专家的力、借大企业的力、借社会潮流的力等。图4所示的文章就是借用新闻媒体和政府的力，是典型的借力营销写标题。

#### 借力营销，神奇制药玩转世界杯

2014-12-19 16:32:00 来源：驱动中国

字号 图 像

评论 邮件 纠错

11月25日，第五届中国医药(600056, 股吧)十大营销案例颁奖典礼在广州盛大召开。来自贵州的神奇制药(600613, 股吧)，凭借霸斑蜜净在新媒体领域的出色表现，不仅让拥有近30年品牌历史的霸斑蜜净强势回归，更用与时俱进的互联网思维证明了老品牌嫁接新媒体营销手段可行可信，此次荣获“2014年十大医药营销案例”可谓实至名归。



图4 借力营销标题

借势不同于借力，借力一般是有代价的，而借势却是完全免费的。顾名思义，借势一般借助于最新最热的事件，从而吸引大家的注意力，达到进行产品营销的目的。图5所示的软文就是借势营销标题的代表，借热播影视剧《欢乐颂》为自己所在的服装行业造势，以大赚一笔。

## 必听课 人生赢家“涛总攻”的搭配经

|          |          |           |            |          |
|----------|----------|-----------|------------|----------|
| 1 高端网站建设 | 4 网站建设   | 7 怎么建立自己网 | 10 电商网站设计  | 13 自学考试  |
| 2 郑州网站建设 | 5 网站制作   | 8 扁平网站建设  | 11 计算机培训班  | 14 保安公司  |
| 3 优秀网页设计 | 6 怎么制作网站 | 9 如何制作自己的 | 12 建一个网站要多 | 15 自考专升本 |

2016-05-11 19:10:18

躲过了宋钟基，万万没想到被刘涛撩了心，《欢乐颂》大结局了，剧中干练知性的女强人安迪不知是多少少女的奋斗目标，现实中的刘涛更是霸屏女王、衣品出众、儿女双全的人生赢家。人生赢家“涛总攻”优雅知性、OL风的搭配经，也是必听的穿衣课。

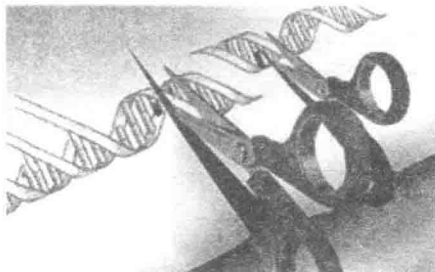
图5 借势营销标题

借力借势不仅仅能更好地吸引大家的眼球，更能达到软文营销的目的。不同于赤裸裸的植入式广告营销，这种更能做到“润物细无声”式的广告营销更容易让大家接受，也更贴近生活。

## 2. 学会制造悬念

人类天生有着好奇的本能。毫无疑问，制造悬念式的标题（图6）更容易吸引人的注意力。它容易抓住读者的注意力，让读者在寻求答案的过程中不自觉地产生兴趣，从而引发读者思考，达到营销的目的。

“三无”教授做世界一流发明：工坊式创新成绩



地震捐款成财政收入？政府不应“插手”慈善捐款



图6 制造悬念式标题

相信看到上述标题，大家心中都会有一个疑问，并且会有想要从文章中找到答案的感觉。这也可能引起一些没关注过此类问题的读者的思考，从而点击进来看，读者群也因此扩大。要想让大家被标题吸引，就要学会制造悬念。

### 3. 学会利用文化特点

要知道，中国作为文明古国，其历史文化悠久。因此，在引人注意这方面，要学会巧妙采用诗词、谚语、成语典故、歇后语、口语和方言等具有特色的词汇，来做到吸引读者的目的，从而达到营销的目的。比如近几年流行的词语“非诚勿扰”就曾被用于房价问题上，标题为“房价下跌百姓只问不买，中介只求‘非诚勿扰’”，这不就是一个典型的利用文化特点从而吸引大家注意力的标题吗？

综上所述，一个好的标题能够让处于互联网时代的我们更快地从海量的信息中找到对自己有用并且感兴趣的内容。在当今这个时代，信息数量处于爆炸状态，人们浏览信息的耐心自然也比较少，因此，如果标题不能做到引人注目，那么即使软文写得再精彩，也可能让读者与之失之交臂，大大降低了软文的传播效率，因此，一定要让标题吸引人眼球。

## 硬广优势渐衰，软文营销兴起

实际生活中，广告分为两种，一种是硬性广告，另一种是软性广告。时代在发展，社会在进步，传统也在不断革新，硬广的优势在逐渐衰退，越来越多的企业开始采用软文营销的方式进行宣传营销。当下，硬广的优势渐衰，而软文营销兴起，成为传统营销模式变革的推动力。

硬广是具有传播速度较快、可反复增强公众印象等优点的一种广告，在互联网社会的发展中其优势逐渐衰退。高成本投入、渗透力弱、周期短、传递内容简单等缺点成为当今社会硬广发展受到阻碍的主要原因。在硬广的轮