

还要错过微信吗？

高到达率、高曝光率、高接受率、高精度度、高便利性、高转化率，这才是适合你的营销之道！



微营销实战专家 夏雪峰◎著



微信营销 应该这样做

一本书教你打造
无“微”不至的营销利器



微信运营的10大实战秘籍
公众账号吸引粉丝的9种技巧
微信营销的7种新模式
微信推广的8种策略
微信营销效果评估的6大方法
.....

基于最新微信版本，
给策略给方法
教你不花钱还能赚钱，
少花钱还能办大事的秘诀
让传统企业在网上牛起来！



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



微营销实战专家 夏雪峰◎著



微信营销 应该这样做

一本书教你打造
无“微”不至的营销利器

微信运营的10大实战秘籍
公众账号吸引粉丝的9种技巧
微信营销的7种新模式
微信推广的8种策略
微信营销效果评估的6大方法

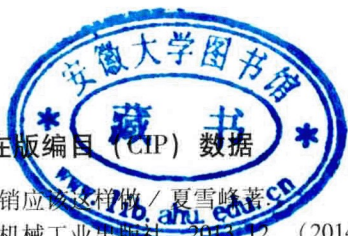
基于最新微信版本，
绝密绝招方法，
教你不花钱还能赚钱，
少花钱还能办大事的经验，
让传统企业在网上牛起来！



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

你想一天沟通几个精准客户吗？你想把同行的客户变成你的客户吗？你想把客户经营成你的忠诚粉丝吗？你想做低成本、高收益的营销吗？微信可以帮你做到！微信是什么？它是通信工具、交友工具、社交平台、移动钱包……在移动互联网时代，微信将成为你培养客户、抢占市场的低成本营销利器。

《微信营销应该这样做》基于最新版微信平台推出的各种功能，提供近百个微信营销实战案例，涉及餐饮、娱乐、快消品、金融、电商等众多行业，通过全方位解读，告诉你微信运营的10大实战秘籍、吸引粉丝的9种技巧、微信营销的7种新模式、微信推广的8种策略、营销效果评估的6大方法等，实操性极强。本书适合企业管理人员及营销人员学习、使用。



图书在版编目 (CIP) 数据

微信营销应该这样做 / 夏雪峰著

—北京：机械工业出版社，2014.12（2014.3重印）

ISBN 978-7-111-45024-5

I. ①微… II. ①夏… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 291042 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：侯振锋

责任编辑：侯振锋

版式设计：张文贵

责任印制：李洋

三河市宏达印刷有限公司印刷

2014 年 3 月第 1 版·第 2 次印刷

170mm×242mm·14 印张·1 插页·187 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-45024-5

定价：36.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售一部：(010) 68326294

机工官网：<http://www.cmpbook.com>

销售二部：(010) 88379649

机工官博：<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前言

FOREWORD

微信，在当前是一个热门话题，它不但改变了我们的沟通方式，更改变了我们的生活。尤其是在商业圈中，微信已经占据了不可替代的位置。每一个搞营销的人都明白一点：任何一种新兴的营销工具，都必须要拿来运用。在那些营销大师眼中，任何一个地方，甚至餐厅、健身房都有可能成为营销的场所。一个新兴媒体通信工具的出现，更是会吸引那些营销者们的青睐和注意。

微博诞生之初，曾经引起了一场关于微博营销的热潮，而如今，微信营销早已如火如荼，似乎又给营销人带来了更为广阔的空间。可以说，而今，企业如果不懂怎样利用微信来营销，那么就太“OUT”了。

如今，企业的营销环境在发生一步步的变化，企业与目标客户之间的沟通和互动方式已经被彻底改变。微信让企业与客户之间更加亲密无间，也让客户更加依赖企业。

截至2013年9月，中国微信用户数量已经超过了4亿。这是一个可以让企业老板和营销人士极度兴奋甚至疯狂的数字，因为这4亿多的用户，意味的是无数的财富和营销机会。微信也为企业提供了便捷的公众平台和技术开发平台，企业可以在这个平台上完成一体化的营销管理和营销服务工作。随着微信最新版的升级，企业不但可以在微信上推广自己的产品信息和服务，还可以直接完成销售支付等工作，这也是微信带给企业的又一大惊喜。

也许有人认为，微信营销与微博营销无异，其实不然。众所周知，微博粉丝其实最主要的就是猎奇心态，信息看过就完，很难对他们产生真切的诱惑。此外，微博的接口比较单一，缺乏一些实际可用的链接模式。

而微信则恰恰相反，首先，在企业的微信公众号中，它的粉丝的含金量极高。因为只有关注你企业的人，才会去加你的微信，否则没人会愿意主动添加一个毫不了解、没有兴趣的企业。因此，有人称，如果你有1000个微信粉丝，那就等于拥有了10万个微博粉丝。这种说法虽然有些夸大其词，但是微信粉丝的质量却是真切存在的。

其次，微信强调互动，从很大程度上来说，用户与企业之间的互动和交流都是一对一的，而且比较私密，企业可以在微信上与用户用幽默诙谐的语言来交流，让粉丝对你产生更大的兴趣，因此也就能增加粉丝的黏度。

最后，微信公众号的功能和接口更加丰富多彩。企业可以自定义设置一些用于用户的消息回复，自定义设置一些订阅消息的推送。在推送消息达到率达到百分之百的同时，还减少了一大笔宣传费用，对企业来说，省掉的费用就是增加的利润。从这一点上来说，微信营销要比那些传统的网络营销工具更有优势。

有人说，微信营销就是依靠粉丝数量来造势宣传。其实不然，虽然微信公众号上的粉丝数越多越好，但如果企业不能很好地做好定位、策划好微信内容，那么再多的粉丝也会变成“僵尸粉”，甚至取消关注。

当前，微信营销仅仅展现出冰山一角，已经让无数的企业四处寻找微信营销的案例和方法，毕竟这是未来一个很重要的营销工具乃至商业模式，微信的版本还在不断升级，可挖掘的空间依然很大。在本书中，笔者将基于最新版微信功能，抛弃以往枯燥无味的理论讲解方式，改用幽默风趣的语言风格，通过手机微信的截图示范给读者，向读者呈现一种简单易懂且魅力无限的微信营销模式。

当然，如果只是单纯地将微信当作一个营销工具，自然也不会产生好效果。很多企业在做微信营销时，通常会遇到很多问题，比如公众号上的粉丝数量明明很多，但为什么每天的出单量却很少？为什么粉丝量会骤降？为什么客户会集体取消关注……当然，很多企业也对微信营销有很多疑问，比如，怎样才能快速吸引粉丝关注；怎样才能让粉丝为自己的企业广泛宣传；怎样

运营微信公众号，设立多功能界面；怎样策划微信营销的内容和活动；怎样推广微信账号……

这些实际性的问题都是本书所要告诉大家的。每一章中，都有值得大家去认真思考的营销之道和方法技巧。无论你是大企业，还是小企业，甚至是初步具有创业想法的年轻人，只要弄明白了微信营销的核心内容，就能够通过这个平台来展现自己。这恰恰符合了微信公众平台上的那句标语：再小的个体，也有自己的品牌！

夏雪峰

2013 年 12 月

目 录

CONTENTS

前言

第一章 微信凭什么后来居上—— PK9 种网络营销工具



微信虽然比搜索引擎、社区推广、视频广告、微博推广、门户广告、短信营销等传统网络营销出现得晚，但是却凭借着强大的功能而后来居上，获得了大量企业用户的青睐。在9种传统网络营销工具中，只有微信的投入成本几乎是零，覆盖率最广，而且在语音、图文、视频等方面的功能也都十分齐全。因此，无论从投入成本，还是运营维护上，微信都成为了网络营销工具中的佼佼者。

1. 微信 PK 搜索引擎：客户搜不到就没有购买 / 2
2. 微信 PK 网络社区：受到专业网站冲击，营销成功率太低 / 5
3. 微信 PK IGA 营销：IGA 营销随着新鲜感消逝，效力会递减 / 8
4. 微信 PK 视频：视频营销受众只能单向接受信息，很难深度参与 / 10
5. 微信 PK B2B：B2B 劳动力投入大，后期维护成本高 / 11
6. 微信 PK 微博：微博传播更广，但易产生负面效果 / 13
7. 微信 PK 短信：微信营销可以互动，短信营销是“扫大街” / 16
8. 微信 PK 门户广告：微信营销较之门户广告，几乎不需要成本 / 18
9. 微信 PK IM：相比微信，IM 的传播范围太有限 / 22

第二章 哪些行业适合用微信营销



微信营销虽然成为了最热门的商业话题之一，但这并不代表任何行业都适合做微信营销。本章将会告诉大家，如何来判断自己的企业是否适合微信营销。同时，本章列举了很多通过微信营销成功的行业案例，从这些案例中，我们可以全面了解各个行业在微信营销方面的策略和方式，从而找到适合自己的微信营销策略与技巧。

1. 怎样判断你的企业是否适合微信营销 / 28
2. 餐饮行业的微信营销策略 / 30
3. 娱乐行业的微信营销策略 / 35
4. 服装业的微信营销策略 / 38
5. 快速消费品行业的微信营销策略 / 42
6. 电商行业的微信营销策略 / 45
7. 金融业的微信营销策略 / 47
8. 互联网行业的微信营销策略 / 52
9. 其他行业的微信营销策略 / 54

第三章 挡不住的魅力——微信给生活带来的改观



微信改变的不只是人与人之间的沟通方式，更给人们的生活、商业模式带来了很大改观，比如微信的免费国际沟通，语音、视频、图片等让沟通更便捷，成本更低廉。同时，微信上的任何一个小小的功能都能给企业带来惊喜。比如，你可以通过“摇一摇”随时摇到与你缘分的人，甚至还会摇到一些商品优惠券，还有“扫一扫”、“查找附近的人”、“漂流瓶”、“一键支付”等功能，也为我们带来了更多的商机……

1. 免费国际沟通，让沟通更便捷、成本更低廉 / 60
2. 后来居上，让所有网络营销工具黯然失色 / 62

3. “朋友圈”让客户免费为你做转介绍 / 63
4. “扫一扫”功能直接扫来生意 / 66
5. “摇一摇”，神秘之余摇来“优惠” / 68
6. “查找附近的人”，让客户随时随地找到你 / 69
7. “漂流瓶”，让你捞出来一个个“惊喜” / 71
8. 微信支付功能，让传统支付方式“面面相觑” / 72
9. 微信平台成杠杆，撬起了7大“新商机” / 74

第四章 不可多得的利器——微信运营的10大实战秘籍



企业到底应该怎样运用好微信呢？本章将为读者提供10种微信运营的实战秘籍。从微信营销开始的准备活动，到顺时而为，借助天时地利来做好促销。当然，企业也不能一味地在表面上做活动，还要重视和发挥后台的作用，充分抓住微信公众号的各种功能来简单设置。同时，企业要利用好创意、好点子来吸引用户的关注，多与用户沟通互动，这样才能让微信成为一个真正有冲击力的营销利器。

1. 活动规划前，做好“预热”工作 / 80
2. 顺时而为，借助节日打造营销热潮 / 82
3. 不应只重视前台，还要发挥后台作用 / 84
4. 利用落差，产生巨大传播力 / 85
5. 创造一个个“艳遇”，激发用户兴奋点 / 86
6. 网络营销重要，实体店面同步营销更重要 / 88
7. 坚持自己特点，摒除“三大迷信” / 90
8. 设置微信功能，简单就是力量 / 91
9. 用99%的时间培养顾客的信任感，1%的时间促销 / 93
10. 推得好，更要聊得好 / 95

第五章 微信公众账号吸引粉丝的9种技巧



有些企业的微信公众号能够在短时间内快速增加几千、几万粉丝，而有些同类型的企业公众号的粉丝却寥寥无几，如何才能吸引粉丝？这也是很多企业面对的难题。本章告诉你如何一步步地设置自己的微信公众号以及9种吸引粉丝的技巧。掌握了这些技巧之后，你的企业微信号才能快速吸引更多粉丝关注，并且让其成为铁杆粉丝。

1. 账号、域名好看，形象才能“靓”起来 / 100
2. 打造有个性的二维码，诱惑粉丝 / 102
3. 利用微信会员卡做“王牌”俘获粉丝 / 105
4. 投其所好，提供符合用户需求的功能 / 107
5. 设置奖品，吸引更多用户 / 108
6. 和粉丝互动，让粉丝感受到你的诚意 / 111
7. 不要喜新厌旧，重视维护老客户 / 113
8. 拒绝专一，处处留“情”才有收获 / 115
9. 加微信群，在群里展开互动 / 117

第六章 掌握微信营销的7种新模式



微信营销的模式多种多样，企业可以根据自己的特点需求来设置。当然了，本章我们推介的这7种模式，也是微信营销的最新模式，更是企业必须要掌握的。在每一章微信营销模式中，都包含着企业的大量信息，只有每种模式都掌握好了，才能将最好的形式推送给用户。在这7种模式中，用户可以通过任意一种模式来了解企业，可以说，每种模式都如同一扇标志企业的大门，因此必须掌握好其中每一项。

1. 订阅的模式——高质量的资讯需求 / 124
2. 推送的模式——让用户量更有价值 / 126
3. 语音信息的载体——电台的互动模式 / 128

4. 二维码——既公开又私密 / 130
5. 自动回复设置——创意施展的空间 / 132
6. CRM 工具——直接吞并 E-mail、短信和人工呼叫中心 / 138
7. 数据统计——分析客户需求 / 143

第七章 不打无准备之仗——微信营销这样策划才有效



在微信营销的过程中，如果企业不能做好万全的准备和精准的策划，那么营销只能是镜花水月。如何做好微信的营销策划工作呢？在微信公众平台的设置方面，企业要尽快定好位，完成认证，享受搜索排名等“尊贵”身份。同时，还要利用微信签名栏、功能介绍等。在向用户推送信息时，也要图片、语音齐上阵。更重要的是要策划出“劲爆”的话题，丢掉自我意识，选择好时机给用户送去最真切的体验。把以上的工作做到位，才能真正地把微信营销做好。

1. 站好队，定好位 / 150
2. 尽快完成认证，尽享“尊贵”身份 / 153
3. 签名栏，不可忽视的“广告位” / 155
4. 打造“有性格”的内容，内容 = 吸引力 / 158
5. 图片、语音齐上阵，震撼用户感官 / 160
6. 接地气，丢掉自我中心意识 / 165
7. 你创造的话题够“劲爆”吗 / 168
8. 推送消息，也要选择好时机 / 170
9. 心中有数，让统计代码明确活动效果 / 172

第八章 皇帝的女儿也愁嫁——微信推广的 8 种策略



一个企业的微信公众号即便是做得十分完美，如果缺乏推广，也不会取得好的效果。试想用户都不知道，更不要说成为公众号的粉丝

了。所以，企业的微信公众号必须要做好切实的推广，有推广才会收获粉丝，有粉丝才能收获订单。本章向读者介绍8种有效的微信推广方案和策略，帮助企业撒网捞鱼，源源不断地增加客户和订单。

1. 官方大号如何利用小号加粉 / 176
2. 双管齐下，线上线下齐推广 / 178
3. 给你的微信造势的5种方法 / 179
4. 借助微博力量，撒网捞鱼 / 181
5. 依附腾讯力量，推广微信账号 / 182
6. 配合大型活动，积累微信粉丝 / 184
7. 完美展示页面布局，吸引更多的关注 / 185
8. 口口相传，通过不俗的口碑进行传播 / 187

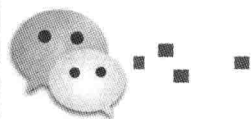
第九章 给你的成果打个分——微信营销结果6大评估方法



当企业建立了微信公众号，并且也通过运营一些新模式来设置很多功能之后，那么企业是不是就可以高枕无忧了？事实证明，企业还需要时刻提醒自己要切实地评估自己的微信营销成果。这就如学生上课一样，学到了东西之后，需要通过考试来测验一下自己学习的成果。企业微信营销也是如此，本章中我们介绍了6种评估方法，企业可以根据这些方式来评估一下自己的具体成果。无论成果满意与否，企业都要从中学会反省和深思，只有这样，才能在下一步做得更好。

1. 功能受欢迎度 = 粉丝数 × 粉丝评价 / 192
2. 粉丝依赖度 = 受欢迎度 × 互动频率 × 粉丝评价 / 194
3. 与客户互动的频繁度 = 粉丝数 × 功能受欢迎度 / 195
4. 粉丝质量 = 粉丝评价 × 功能受欢迎度 × 推广力度 / 197
5. 粉丝对企业的好评率 = 功能受欢迎度 × 企业自身的服务 / 199
6. 企业转换率 = 粉丝依赖度 × 粉丝数 / 201

微信凭什么后来居上—— PK9 种网络营销工具



- 1 微信 PK 搜索引擎：客户搜不到就没有购买
- 2 微信 PK 网络社区：受到专业网站冲击，营销成功率太低
- 3 微信 PK IGA 营销：IGA 营销随着新鲜感消逝，效力会递减
- 4 微信 PK 视频：视频营销受众只能单向接受信息，很难深度参与
- 5 微信 PK B2B：B2B 劳动力投入大，后期维护成本高
- 6 微信 PK 微博：微博传播更广，但易产生负面效果
- 7 微信 PK 短信：微信营销可以互动，短信营销是“扫大街”
- 8 微信 PK 门户广告：微信营销较之门户广告，几乎不需要成本
- 9 微信 PK IM：相比微信，IM 的传播范围太有限



微信虽然比搜索引擎、社区推广、视频广告、微博推广、门户广告、短信营销等传统网络营销出现得晚，但是却凭借着强大的功能而后来居上，获得了大量企业用户的青睐。在9种传统网络营销工具中，只有微信的投入成本几乎是零，覆盖率最广，而且在语音、图文、视频等方面的功能也都十分齐全。因此，无论从投入成本，还是运营维护上，微信都成为了网络营销工具中的佼佼者。

1. 微信 PK 搜索引擎：客户搜不到就没有购买

搜索引擎是自从网络盛行以来一种十分流行的营销方式，很多人利用搜索引擎来做营销，但是随着网络营销的不断革新，我们认为搜索引擎已经越来越不能满足商家、企业的营销需求了。网络营销在革新、进步，而商家在宣传方面也需要更多的创新和更大的进步，而微信营销就应运而生。

商家们很明白，在竞价搜索引擎的同时，还同时遭受到各种各样的意外事情。比如，不同的恶意点击、市场份额被瓜分等事情。这样一来，商家不但在搜索引擎中尝不到甜头，反而接连受到打击。如此一来，客户在使用搜索引擎时，往往搜不到中意的关键词和商家。因此，客户就无法买到喜欢的东西。比如，一个喜欢朋克文化的女孩，很想找关于朋



克精神的潮流店。但是在搜索引擎中找了半天，却只是找到了一些潮流个性店，里面关于朋克的东西很少，展现的内容也很肤浅。所以，这位女孩很郁闷：难道就没有一家打造朋克文化的店吗？

这件事情在搜索引擎营销中是一个十分典型的案例，也非常值得运用搜索引擎来宣传和打广告的商家们研究。但是在今天，我们有了微信，一个更加全面方便的网络营销平台和买家帮手，就能更好地来解决让这个女孩头疼的问题。

使用微信营销之后，企业可以借助这个新的营销平台来更加精心打造自己在广告上的任何板块，而且还可以一对一地与用户、其他店家进行详细、深入的沟通。甚至能够与更多的用户成为网络好友。而对微信的个人用户来说，微信也逐渐成为他们越来越青睐的网购好帮手。

根据笔者对微信和搜索引擎的对比，笔者认为微信较之搜索引擎有更大的发展、利用空间，而且更为便捷和快速。微信具体表现出三个方面的优势：

第一，覆盖面广。

搜索引擎最大的一个问题就是：客户在搜索关键词的时候，如果搜不到自己想要的内容，那么商家在搜索引擎上的广告等于白做。你为了能够卖出你的商品，想出了一个很棒的广告词。但是，不要忘记，顾客的搜索是依靠自己情感和想法的，顾客输入的关键词很可能与你的广告词不搭边，那么搜索引擎中就不可能出现你想要的结果。由此，商家的广告词即便再火暴惊艳，也无法进入顾客的视线之中。

这方面很多读者并不了解，比如说：如果客户搜关键词，搜索结果的前三页没有你的企业信息，就不可能买到你的产品。如果你竞价高，会出现在搜索结果的第一页，但是客户购买的机会依然是小概率问题，更何况这种概率还是竞价来的，营销成本太过高昂。

而使用微信则不同。商家可以利用微信来全方面发布自己的信息。俗话说：“一传十，十传百”。一条信息，很可能有一千人转发，也可能有几万人转发。而且微信软件中的“朋友圈”、“查找附近的人”等功



能，都能体现出这种广泛的覆盖性。

再有，微信可以用图片、声音、视频等多种传媒方式来让客户耳目一新，从而能直接更快地将商家信息传递给客户，那么客户关注和购买的几率就会很大。

第二，更详细，更全面。

众所周知，微信软件是一个集合了聊天、交友、营销、时尚等于一体的全新网络平台。因此，在这个平台上，你可以获得任何你想要的东西和信息。而如果一定要给这些信息加上一个形容词的话，那么笔者可以毫无疑问地告诉你“更详细、更全面”。没错，它除了比搜索引擎的覆盖面积更广之外，还比搜索引擎更详细和全面。为什么这样说呢？下面来看一个关于美食的微信营销案例。

这是一家叫“意大利私家厨房”的微信营销商家用户。这家店的老板曾经也在各大搜索引擎网站中做过推广，为此还缴纳了一大笔推广费用。然而，一年时间过去了，这家美食店虽然因为搜索引擎的推广赢得了一些客户和利润。但是该店老板却认为在搜索引擎推广的结果与自己掏的大把推广费根本不成正比。而且客户如果搜索“意大利比萨”的时候，自己餐厅的名字根本排不到前面。不仅如此，这家美食店老板自己也经常泡在网上，试着以一个顾客的身份来打开引擎搜索。可是即便是搜到了自己的店，但却只有一个地址和电话，因为自己缴纳的费用不够高，所以根本无法看到该店的更多内容，比如菜品照片、口味介绍等。为此，这家餐厅老板对搜索引擎很失望。

随着微信的推出，“意大利私家厨房”的老板凭借着自己敏锐的商业嗅觉，他决定要开展微信营销这一业务。他着重将自己店内一些爱心甜品、创意比萨的照片发到了微信上，而且还附带了很多关于店内的温馨的内容和介绍。总体来说，经过一番打造，在微信板块上的“意大利私家厨房”显得既有趣又富有创意，而且内容详细全面。另外，在微信上，店老板还详细地罗列出了外卖服务的详细介绍，以及外送时的一些小贴士和小礼品赠送情况。



后来，随着微信的传播，“意大利私家厨房”的生意越来越好，如今，每光顾这家店的10人中，至少就有一人是通过微信传播而来的。令店老板想不到的是，叫外卖的客户60%都是从微信中了解到的。

如今，这家店的老板在网络营销方面将更多精力用在具有实际效果的微信上，而对于有时候根本搜不到他们店关键词的搜索引擎，他早已失望透顶。

第三，图文并茂，打造更加直接的视觉效果。

微信比搜索引擎更有优势的地方不只是能够直接详细、全面地了解信息内容，而且用户还能通过照片、声音、视频等来进一步了解商品的情况。这就表明，如果商家在创意展现方面有出色的才能，那么就能通过新鲜的视觉效果来在第一时间打动用户，让用户为你着迷，为你宣传、转发，甚至直接下单。

搜索引擎搜到的只是一些简短文字和网站，不能在第一时间为客户送上图文并茂的展示。乔布斯曾说过：“如果你在第一印象里，令对方失去了兴趣，那么客户很可能直接将你拉黑。”所以，微信具有更加前卫的视觉效果，能让你全方位了解到商家最强的优点和最诱人的亮点。

比如，一家商店如果更新了图片展示，那么你将会在第一时间内收到这家店为你呈现的最新变化。如果你没有关注对方，那么也不要紧，因为微信还有一个更加强大的功能：朋友圈。你将在这个板块中看到你的朋友们为你提供的更多你感兴趣的内容，当然它们也都是图文并茂、色彩斑斓的。

2. 微信 PK 网络社区：受到专业网站冲击，营销成功率太低

一提起网络社区，可能大家首先想到的就是博客、论坛等。而这些的确也是现在最流行的网络社区平台。过去的很长一段时间里，人们逐