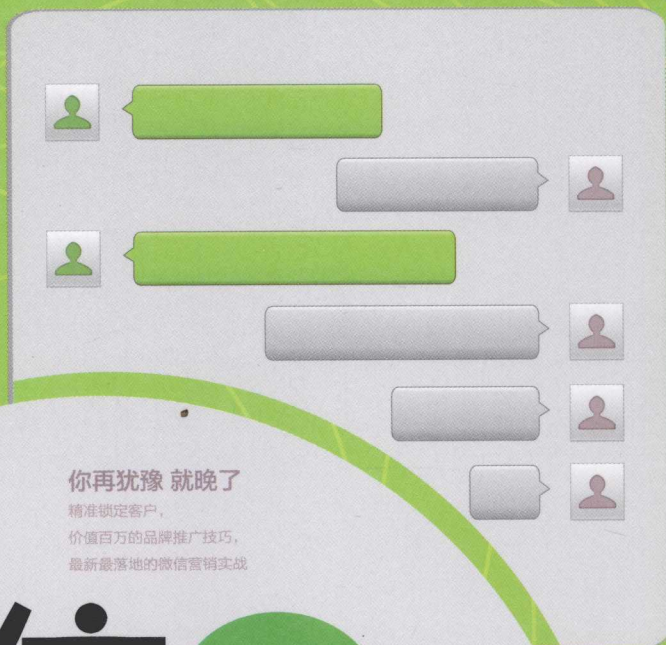




你再犹豫 就晚了
精准锁定客户，
价值百万的品牌推广技巧，
最新最落地的微信营销实战

微信营销实战

快速提升品牌影响力的7堂精品课

胡炬 编著

微信公众号的8大价值和6种商业模式

在营销领域上的完美展现

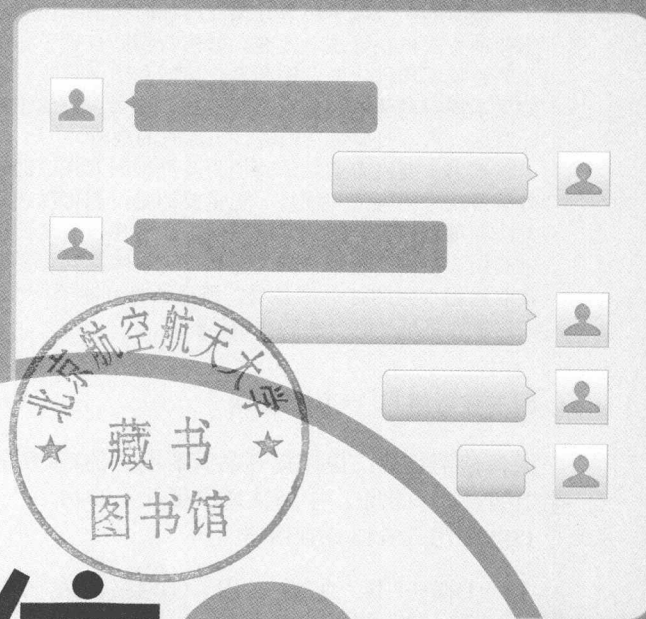
中国人寿、中投黄金、顺安达航空、MaxWeb.cn、

网盛科技和避风塘等十家企业的共同选择

014037940

F713.365.2

44



微信营销实战

快速提升品牌影响力的7堂精品课

胡炬 编著

F713.365.2
44



北航

C1726020

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

微博的热浪似乎还方兴未艾,彼时微信却已经以一种突击状态迅速兴起。网络营销方式也在寻求着改变。微信营销则打破了传统网络营销模式,成为众多企业争相使用和推广的营销利器。虽然利用微信来营销,所投入的成本很低,但是如果不懂得具体的运营策略和步骤,那么再好的平台也将是徒劳的。因此,本书针对这一点,对微信营销进行了深入的剖析。

本书主要以企业微信营销为基准来展开详细的讲解,并且从多个方面介绍了微信公众号的强大和优势。更重要的是,您可以在这里获得具体的微信营销运营方法和策划内容。想让您的微信公众号在一月之内拥有过万的粉丝量吗?想要让您的企业在微信营销中成为像星巴克、唯品会那样的胜利者吗?想要利用微信来获取意想不到的订单惊喜吗?那么请打开本书,一步步地进入微信营销的世界,在这里您将感受到全新的营销体验。

图书在版编目(CIP)数据

微信营销实战:快速提升品牌影响力的7堂精品课 /
胡炬编著. —北京:中国铁道出版社, 2014.6
ISBN 978-7-113-18118-5

I. ①微… II. ①胡… III. ①网络营销—通俗读物
IV. ①F713.36-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第037645号

书 名: 微信营销实战:快速提升品牌影响力的7堂精品课
作 者: 胡炬 编著

责任编辑: 刘 伟
封面设计: 多宝格
责任印制: 赵星辰

读者热线电话: 010-63560056
特邀编辑: 廉瑞花

出版发行: 中国铁道出版社(北京市西城区右安门西街8号 邮政编码: 100054)
印 刷: 中国铁道出版社印刷厂
版 次: 2014年6月第1版 2014年6月第1次印刷
开 本: 700mm×1000mm 1/16 印张: 15 插页: 2 字数: 294千字
书 号: ISBN 978-7-113-18118-5
定 价: 39.80元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换。电话:(010) 51873174

打击盗版举报电话:(010) 51873659

大家都在跑，你再不追就晚了

如果你能稍微留意一下周围，就会发现95%的联系人都在使用微信。的确，2013年7月24日，工业和信息化部总工程师、新闻发言人朱宏任在北京宣布我国微信用户已经超过了4亿。显然这个数字改变了我们的很多观点，也让更多优秀的营销人嗅到了一种前所未有的营销良机。

没错，在敏锐的营销大师眼中，任何地方都能成为营销的战场。而微信的横空出世着实给众多营销者又注入了一针兴奋剂。如今，综观各大商家品牌，从街边餐饮店，到高楼林立的房地产商，这些企业无一不在使用微信作为营销工具，我们处处都能看到彰显企业的微信二维码、微信公众号。事实证明，假如现在你的企业还没有使用微信营销，那么就表示已经落伍了。

曾经很多企业家因为微博的出现，而疯狂走入微博的大军之中，当然的确也取得了一定的效果。在微信崛起之后，企业家们又纷纷看好了微信这块宝地。总而言之，其共同点在于给用户创造了一个低成本、便利运作的营销平台。因此，无数个大、中、小型企业都纷纷奔向微信这种新媒体网络营销方式。

我们不妨从另一个角度来看待问题：这些企业利用微信公众号来营销的效果如何呢？根据调查，大部分企业在微信营销中取得的成果并不可观，但由于微信营销的成本低廉，所以众多企业还在强行维持。但这并不能说明微信营销作用不大，那这究竟说明了什么呢？其实问题的关键在于企业没有很好地运营微信公众号，甚至没有一个可行的方法。因此，本书主要针对这个问题，来向读者一一介绍如何利用微信公众号来提升企业的

影响力，让营销更加高效。

无论是什么营销，其目的都是要提升企业的影响力，推广企业品牌。而我们在很多品牌上都感受不到这一点。很多企业根本就没有一套完整的微信营销模式和思路，甚至只是找几个员工随便地在微信公众平台上发几条消息而已。这势必带有众多敷衍成分，既然是敷衍，那么必然会带来敷衍的结果：粉丝们逐个变成僵尸粉。可以说，这些企业安全浪费了微信公众号这样优秀的营销平台。

但如果我们打开唯品会、招商银行、杜蕾斯、艺龙旅行网等企业的微信公众号，看到的不仅是全方位的服务，还有热切的问候、人性化的互动、新鲜的资讯、快速的反馈。它们微信公众号上的粉丝大都是忠实的铁粉，而且取得的营销成果也是有目共睹的。比如唯品会每天依靠微信来取得的订单就高达6 000单。想象一下，这是个什么概念。那么为什么我们不能做到像唯品会那样的营销呢？

这也告诉我们一点：如果企业要做微信这种新媒体营销，那么就要认真去做，有方法地去做，这是成功的基础。

本书主要核心在于微信公众号的运营，如何让企业利用微信公众平台来提升影响力，推广企业品牌。从怎样建立微信公众号到如何定位、后台维护、运营公众号，策划宣传主题、牢牢黏住客户等这一系列的问题，采用图文并茂的方式来详细地介绍公众号的运营，让企业快速赶上微信营销的大队伍，并且努力走在前端。

在书中，我们列举了众多大品牌使用微信公众号成功营销的案例，利用各式各样的成功营销来展示出它们的实战经验，让读者的企业能够对号入座，针对自己企业特点，展开对应的微信营销模式。

此外，本书还针对一些微小企业，比如餐饮小店、美甲店、饰品店等来介绍了巧妙利用个人微信号赚钱的妙招。让更多企业能够快速迎来微信营销的春天。

编者

2014年3月

征募!

想了解相关的图书? 请关注~

你自信和本书的作者们一样, 善于把深奥的理论和生活现象用简洁的方法表达出来吗?
你的擅长领域可以是个人理财、财务分析、营销……

还在犹豫什么?

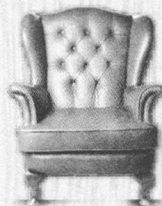
拿出文章, 联系我们吧!

QQ: 17269702

雪球ID: 6v1206

邮箱: 6v1206@gmail.com

我们提供视角, 以洞察变革中的先机。



想吐槽、想和作者沟通? 或者想购买图书, 联系我们!

微信公众账号: i6v1206或微视角或扫描左侧二维码

官方淘宝店: <http://shop63634738.taobao.com>

扫我有惊喜!





微信营销实战



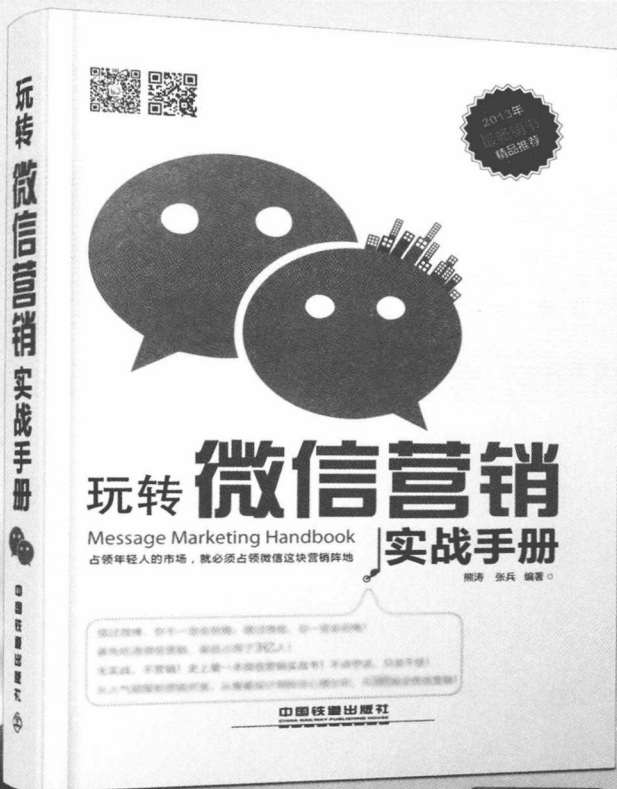
要占领年轻人的市场，就必须占领微信这块营销阵地！！

错过微博，你不一定会后悔；错过微信，你一定会后悔！

谁先吃透微信营销，谁就占领了3亿人！

• 无实战，不营销！史上第一本微信营销实战书！不讲空话，只说干货！

从人气积累到营销开发，从客服设计到粉丝心理分析，43招搞定微信营销！



书名：玩转微信营销实战手册

ISBN: 978-7-113-16867-4

熊涛 张兵 编著

상품미리보기

예약하기

敬请期待



目录



Contents

第1课 为什么是微信？微信营销的8大优势	1
七种常见传统网络营销模式	2
优势一：聊出意想不到的订单和惊喜	6
优势二：一对一的沟通和信任	8
优势三：可以有回应的广告推送	11
优势四：百分之百的广告到达率和覆盖率	13
优势五：服务在先，营销在后的“非营销”模式	15
优势六：一键支付，便捷收款	18
优势七：零成本的黄金营销广告	20
优势八：传播积极意义的营销模式	23
◎案例1.1 猫猫的朋友圈	7
◎案例1.2 高尔夫服装公司的公众号	11
◎案例1.3 巴布豆微营销	14
◎案例1.4 韩都衣舍的“非营销”模式	16
◎案例1.5 麦当劳茶点卡	18
◎案例1.6 装修公司的低成本营销	21
◎案例1.7 锡山红星美凯龙撒手铜	23
第2课 你的品牌适合微信营销吗	25
再小的企业，也能推出大品牌	26
权衡：你的企业适合微信营销吗	28
机遇：小、微型企业也有营销的“春天”	30
服务号：更能体现出企业的服务形象	31

订阅号：为用户提供海量的产品信息和资讯	34
容量：一个微信公众号等于多个APP	35
互动：客户需求藏在每一个微小的细节里	37
消息群发：让千万粉丝同时看到你的内容	38
一键支付功能：让企业直接在平台上卖货	40
◎案例2.1 身边的微信水果摊	26
◎案例2.2 徒步狗旅行	34
◎案例2.3 强大的生活小助手	36
◎案例2.4 卡通玩具企业的微信互动	37
◎案例2.5 艺术品收藏企业	39
◎案例2.6 陈坤粉丝联盟公众号	40
第3课 企业微信营销的前期准备	43
炫目：设置让人过目难忘的微信头像和账号	44
简洁：功能介绍切忌冗长	46
认证：享受尊贵待遇的关键环节	50
统计：分析粉丝需求爱好	53
素材：随叫随到是素材管理的核心	57
自动回复设置：把你的思想装入客户的大脑	61
手机助手：随时随地给用户发送消息	65
后台维护：必须强调的五大纪律	67
◎案例3.1 艺龙旅行网和爱范儿	44
◎案例3.2 保健品公司的功能介绍	47
◎案例3.3 环保涂料的微信认证	51
第4课 制定公众号的运营策略	70
创建：怎样创建极具吸引力的微信公众号	71
定位：定好位才能正确选择营销目标	76
标题：“标题党”绝不是贬义词	78

页面：完美的页面才能展现企业的完美形象	80
目录：做好微网站目录导航	84
视听：为用户打造一场精美的视听盛宴	88
人工回复：要比机器回复更有情感拉动力	92
消息推送：把握好推送消息的火候	94
服务：给粉丝带去更人性化的服务	98
创意：创意无限才能带动无限的粉丝	101
摸底：知己知彼，才能在微信营销中立足	104
会员卡：推出微信会员卡俘获粉丝的心	106
跟进：持续，再持续，增强粉丝黏性	108
同步：及时更新最新消息，线上线下同步运营	111
◎案例4.1 奶茶店的营销定位	77
◎案例4.2 陈坤的完美页面	80
◎案例4.3 杜蕾斯的甜蜜诱惑	88
◎案例4.4 国家博物馆的语音讲解	89
◎案例4.5 中国南方航空公司	92
◎案例4.6 娱乐企业的人工互动	93
◎案例4.7 快消品企业消息发送时间	95
◎案例4.8 燕竹医院的服务	98
◎案例4.9 艺龙旅行网贴心服务	98
◎案例4.10 可口可乐的人文营销	101
◎案例4.11 牛奶公司的“社区订送”服务	102
◎案例4.12 家电企业	104
◎案例4.13 蔻驰和娇韵诗的微信会员卡	106
◎案例4.14 凯迪拉克	108
◎案例4.15 宝马中国	112
第5课 8大常见行业的微信营销实战	114
快消品行业：抓住用户需求，持续互动	115

互联网行业：集搞笑娱乐于一体的营销策略	118
餐饮行业：锁定营销目标，实施风格迥异的互动模式	120
电商行业：做好优惠促销，完善一键支付	123
金融行业：让用户足不出户即可办理金融业务	125
服装行业：更新消息要及时，打造图文并茂的视觉效果	128
娱乐时尚：随时随地开动脑筋，让你免费玩游戏	130
旅游行业：打造旅行中的百宝箱	132
◎案例5.1 杜蕾斯的独特互动	115
◎案例5.2 化妆品公司与粉丝的互动	116
◎案例5.3 百度贴吧	118
◎案例5.4 火锅店	121
◎案例5.5 唯品会促销信息	123
◎案例5.6 韩都衣舍的支付服务	123
◎案例5.7 招商银行	126
◎案例5.8 高级定制公司	129
◎案例5.9 免费的游戏基地	130
◎案例5.10 手机微游戏	131
◎案例5.11 艺龙旅行网的百宝箱	133
◎案例5.12 徒步狗旅行	134

第6课 10种绝招让你的微信公众号家喻户晓137

绝招一：自媒体平台推广	138
绝招二：不放过任何互动聊天机会	140
绝招三：充分利用小号来推大号	142
绝招四：与知名微信公众号合作，互相推广	144
绝招五：傍大号来展示自己的微信公众号	146
绝招六：利用微信公众号导航类网站进行推广	149
绝招七：依附腾讯、新浪、天涯等社交网站	153
绝招八：电视、报纸杂志、媒体等广告植入	156

绝招九：抓住网络热点，策划活动进行推广	158
绝招十：加强线下二维码推广	160
◎案例6.1 男装公司的网站宣传	138
◎案例6.2 AK摄影之家	140
◎案例6.3 婚庆礼品店	142
◎案例6.4 百盛商厦的微信推广	145
◎案例6.5 傍大号的酒业	147
◎案例6.6 老品牌制服公司寻求微信导航	149
◎案例6.7 雪碧的粉丝经济	154
◎案例6.8 汽车装饰公司与高铁杂志合作	157
◎案例6.9 朝阳大悦城	158
◎案例6.10 家电企业的“我是歌王”热点活动	159
◎案例6.11 汽车品牌的二维码宣传	160
第7课 10大权威品牌教你牢牢黏住客户	163
唯品会：有新意的推送内容才能吸引粉丝	164
金凤成祥：巧借节假日来打造新颖的推送内容	167
凯迪拉克：奖品要有噱头才会让粉丝过瘾	170
飘柔：实行“满足”营销，满足用户娱乐需求	173
杜蕾斯：幽默风趣，不要刻板生硬	176
腾讯房产：让粉丝玩游戏获得礼品	179
招商银行：切合粉丝需求，实现服务和营销两大目的	181
星巴克：产品描述要蒙一层纱，多些神秘色彩	184
爱范儿：为主题内容加点料	187
逛：持续吸引粉丝，打造连载性质运营内容	190
◎案例7.1 唯品会“摇大奖”	164
◎案例7.2 唯品会创意主题	165
◎案例7.3 金凤成祥中秋月饼券	168
◎案例7.4 凯迪拉克的噱头	171

◎案例7.5 飘柔的“满足”策略	173
◎案例7.6 “色色”的杜蕾斯	177
◎案例7.7 腾讯房产也玩“爱消除”	180
◎案例7.8 新版掌上“招行”	182
◎案例7.9 温暖感性的星巴克	184
◎案例7.10 星巴克的“朦胧”新品	186
◎案例7.11 爱范儿有“料”	188
◎案例7.12 爱范儿的悬念	188
◎案例7.13 带你连续“逛”	190
附录A 易信、来往公众平台全接触	194
易信：教会你更有趣的沟通	195
来往：扎堆带来的乐趣	197
易信：该拿什么和微信比	200
来往：与微信之间的较量	202
选择：公众平台这么多，该选择哪一个？	204
◎案例A.1 易信的免费国际漫游	195
◎案例A.2 易信公众平台营销	196
附录B 烧烤店老板教你10招利用个人微信号赚大钱	209
招式一：打造独特的微信签名	210
招式二：朋友圈转发和分享产品信息	211
招式三：一定要让人们看到你的二维码	213
招式四：摇一摇来摇出生意和订单	214
招式五：通过“查找附近的人”打招呼推广告	216
招式六：漂流瓶虽小，但作用却很大	219
招式七：人工互动聊天，更拉近距离	220
招式八：微信群聊来推广信息	221
招式九：视频聊天，让顾客看到货真价实的东西	223
招式十：随时随地与客户互动	225



第1课



01

为什么是微信？
微信营销的8大优势



在传统网络营销中，我们最熟悉的莫过于搜索引擎、视频营销、门户网站广告、网络社区营销、IGA营销、短信营销及微博营销等方式。虽然它们在商业营销中占据了很重的分量，但是在这个科技迅速发展的时代，微信营销还是迅速地进入了这个领域，并且正以一种独特的姿态兴起壮大。本章主要介绍的是，较之传统网络营销，微信营销所表现出来的八大优势。传统网络营销模式有以下七种模式：

七种常见传统网络营销模式

众多知名营销大师将传统的网络营销分为七大种类。它们分别是搜索引擎、视频营销、门户网站广告、网络社区营销、IGA营销、短信营销及微博营销。可能随便说出其中任何一个，很多企业都曾经用过。就算你没有用过门户网站广告，那么你也应该用过短信营销、微博营销。在微信营销时代还未来临之前，这七大营销模式几乎占据着整个网络销售系统，成为企业争相收揽的对象。

在分析微信营销较之这些方式的优势之前，首先要了解这几种网络营销的概念、方式、作用，以及不足之处。

第一，搜索引擎

曾几何时，搜索引擎是企业家最值得信赖的营销方式。百度、谷歌等搜索引擎的地位也决定了企业产品是否能够被更多人搜索到。而且众多企业也都和搜索引擎紧密合作，并取得了不错的效果。尽管百度的信息资源巨大，但是从百度搜索出来的信息未必全都是有用的。比如央视曾连续两天曝光过百度竞价排名中存在虚假医药网站欺骗消费者的问题，百度搜索的这种恶意屏蔽不交钱企业等问题严重影响人们正常咨询和购物，当然百度也及时做出了处理。如今，仍然有很多企业会以交推广费用的形式占据百度搜索位置，以此盼望能够有更多的搜索人群来优先选择自己的产品。以百度搜索引擎为例，具体规则是这样的：百度是一个高层，而企业则依托于百度进行操作，比如宣传产品、高薪招聘等，目的就是希望让从百度来的游客转化成为自己的客户，其实这是一种十分有效的网络营销方式。

但是从现在的形势来看，这种形式的很多弊端和不足也在慢慢呈现。首先

搜索的位置将以竞价的形式来放出，于是各个企业开始出高价来竞争这个位置。自然，谁出的价格最高，那么合作也就最久，谁也就能够得到最好的营销展示。而在这期间，还有一个问题：搜索引擎中关键词价格不断上涨，导致企业投入越来越大。另外，由于搜索人群的目的各异，很多恶意单击也越来越多，无效咨询十分突出，导致企业客户转换率很低。总的来讲，就是企业在搜索引擎方面的投入和产出出现了失衡。

所以，如今通过搜索引擎，企业得到的好处越来越少了，这个结果自然就会导致搜索引擎不能满足企业的需求。

第二，视频营销

所谓视频营销，就是企业通过优酷、土豆、搜狐视频、爱奇艺等一些视频网站进行营销的方式。在视频营销中，主要分为两种形式：视频贴片广告和微视频、微电影等。

首先是视频贴片广告，这是一种成本较高的营销方式。在一些视频中也很容易看到，一般只有那些大牌企业才能做出这种广告，当然，的确是能够引起一些反响。另外就是微视频、微电影。相对来说，这是一种投入并不高，但回报却很高的营销方式。

视频营销的最大优势在于传播内容比较精准，而且一个好的视频广告很容易引起大众媒体的注意。但是，视频营销也有它的很多不足之处：单一的视频传播很难获得理想的效果，而且策划视频营销需要有很好的点子和创意，对题材的策划能力有很高的要求。此外，很多事情企业很难控制，甚至会出现一些负面影响。

第三，门户网站广告

中国企业对各大门户网站向来不陌生，也许最难忘的就是门户网站广告的高额收费。随着网络市场的升温，腾讯、新浪、网易、搜狐等各大门户网站已经排起长龙等待收取高昂的广告费。这些广告费用逐年攀升，下面是2013年4月到9月新浪首页及新闻首页的广告报价表。

2013年4-9月新浪首页及新闻首页广告报价表

新浪首页			
首页第一屏五轮播按钮	40万/轮/天	首页要闻区左侧三轮播按钮01	25万/轮/天
	90元/CPM（1/5轮播）		
新闻首页			
要闻区右侧两轮播按钮01	13.5万/轮/天	国际新闻右侧两轮播按钮	5万/轮/天
要闻区左侧按钮	1.5万/小时 （8:00-11:59）	国内新闻左侧两轮播按钮	7.5万/轮/天
	1.2万/小时 （12:00-次日7:59）		
	30元/CPM	体育新闻左侧两轮播按钮	3.5万/轮/天

从这个报价表中可以看到，在门户网站进行广告推广，最严重的一个问题就是收费高昂。而且如果一个企业连续投放一个月的门户广告，这边付出了高昂的费用，那边却不一定能够展示给目标人群。而大批的非目标人群的浏览，对企业的广告投放丝毫没有作用。所以想要在门户网站投放广告，需谨慎行事。

第四，网络社区营销

在网络社区广告中，企业最熟悉的应该是QQ空间、天涯论坛等社交网络。这些网站最初是以社交性质为目的而展开的，随着网络营销社区化的兴起，越来越多的人利用这些社交网站来分享和共享自己的资源。而这就形成了一种新的营销方式。企业可以通过“病毒式”传播，将自己的产品或者服务展示给社交网站、论坛上的人们。从它的优势来看，网络社区的营销资源比较丰富，用户依赖性高，互动性也相对较高。所以，这为企业营销打下了基础，至少企业可以选对目标人群。但是，网络社区营销也有一定的不足和缺憾：网络社区营销的成交率太低，很多用户并没有仔细关注过。

另外，在网络社区营销中，企业的营销表现形式有些单一，不能充分吸引客户的眼球。有些企业会在这些网络社区中写上简单的几句话和一个地址，如“本公司经营各种塑钢门窗，可送货上门……”这样的形式不够精确，更不能让用户信赖，所以用户很难真正去关注。