



微信的秘密

智能手机时代的新营销宝典

苏高 编著

营销宝典 + 技巧全集

定位准确：本书紧扣微信应用的3大群体，明明白白，做到读者定位的准确。

内容全面：从读者定位出发，布局营销、赚钱、省钱3大版块，内容讲解细致。

案例丰富：从安装、应用、宣传、推广，均以大量案例说明，实用、操作性强。

清华大学出版社





微信的秘密

智能手机时代的新营销宝典

苏高 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是一本智能手机时代的新营销宝典，也是一本解密微信营销、赚钱、省钱的技巧大全，既为企业提供新的营销、赢利模式，也为广大用户提供赚钱、省钱的消费之道。

全书共12章，书中通过100个微信技巧解密加88个微信活动案例，从微信的安装到应用、宣传到推广、管理与反馈，放送了大量的案例和技巧，让您一本就能精通微信，快速从新手成为微信应用高手！

本书专为如下人群度身定制：各行各业需要通过微信营销的人员，包括创业草根、商业大亨、名人明星、政府媒体等各类人群；各行各业专门从事宣传、营销、推广的人员；智能手机时尚达人、潮人，喜欢扫一扫的广大消费群。同时，适合营销专业的初学者、爱好者和具有一定营销经验的白领、家庭成员学习参考，还可以作为营销公司培训、指导和沟通客户时的读本。

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

微信的秘密——智能手机时代的新营销宝典 / 苏高 编著. —北京：清华大学出版社，2014

ISBN 978-7-302-35055-6

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第046705号

责任编辑：李 磊

封面设计：王 晨

责任校对：曹 阳

责任印制：王静怡

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 刷 者：北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者：三河市李旗庄少明印装厂

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×230mm 印 张：11 字 数：213 千字

版 次：2014 年 5 月第 1 版 印 次：2014 年 5 月第 1 次印刷

印 数：1~3500

定 价：49.00 元

产品编号：056391-01

前言

一本微信营销、 赚钱、省钱大全

本书简介



自从微信公众平台出现以后，无论走到哪里，线上还是线下，总能看到大量的微信二维码，有商家的，也有个人的。微信公众平台的推出预示着微信营销时代的到来。可是怎样做好微信营销，现在大家都还处于摸索状态。本书引用了丰富的案例，从商务营销到企业管理应用，为读者详细讲述了微信的具体实操方法，并从中挖掘了微信的真正潜能。

本书特色



6大微信 营销创业利器

书中介绍了6大微信营销利器，包括漂流瓶、二维码、LBS功能、开放平台、语音信息和公众平台等。

6大微信 营销实战技巧

书中介绍了6个最实用的微信营销实战技巧，包括最吸引用户的内容、最用心的推送方式、最亮点的用户对话等。

10大行业 微信应用解密

书中解密了10大行业的微信应用技巧，其中包括酒店行业、图书行业、旅游业和餐饮业等。

12章微信 专题技术精讲

本书体系完整，由浅入深地对微信进行了12章专题讲解，内容包括：微信时代到来、玩转微信等。

16个微信 实战操作流程

书中详细介绍了16个微信的实战操作流程，其中包括微信摇一摇、扫二维码、附近的人、漂流瓶等功能。

50多个经典 专家指点放送

书中插入了50多个经典专家指点，不仅大大丰富了本书的含金量，更方便读者进行学习，从而提高读者的知识水平，使其学有所成。

88个微信 活动案例分析

全书将微信各项功能细分，通过88个活动案例并结合相应的理论知识，帮助读者逐步掌握微信的营销、赚钱、省钱技巧。

100 个微信
基础知识解密

本书对微信的基础知识进行重点说明,并通过 100 个知识解密,让读者掌握微信的核心与高端技术,从而提高水平。

140 多条营销
价值语句提炼

本书内容不仅讲解细致,而且突出重点,对重要的、精辟的价值语句,以加粗或改变颜色的方式显示,让读者一目了然,掌握重点。

内容安排



全书共 12 章,具体内容包括:“微信时代到来,企业财富利器”、“便捷营销工具,未来不可抗拒”、“玩转个人微信,功能任你摆布”、“微信公众账号,体现你的身份”、“微信引领 F2F,深度剖析营销”、“微信营销平台,布满赚钱商机”、“不同营销方式,如何进行整合”、“微信公众粉丝,拥有无穷威力”、“看清微信营销,把握价值核心”、“做好微信营销,掌握步骤和技巧”、“微信创造价值,营销成功案例”和“风险收益并存,警惕伪信和危信”。

作者售后



本书由龙飞策划,苏高、罗磊、谭贤、柏松、刘嫔、罗林、宋金梅、曾杰、李龙禹、刘娟、孙超、曹静婷、刘芳、周旭阳、袁淑敏、谭俊杰、徐茜、杨端阳、谭中阳等人编写。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:llcaijulebu@qq.com。

编 者



第1章

微信时代到来，企业财富利器



1.1	燎原之势，看移动互联网	002
1.1.1	解密：看当今生活的变化	002
1.1.2	解密：移动互联网成热门	003
1.2	微信出现，是科技发展的趋势	003
1.2.1	解密：生活因微信而改变	004
1.2.2	解密：微信提供了更大便利	004
1.2.3	解密：微信提供了新的营销模式	005
1.3	一拍即合，微信与企业营销	005
1.3.1	解密：推广利器，微信与企业品牌	006
1.3.2	解密：关键价值，微信助力企业	007
1.4	6大模式，微信如何盈利	008
1.4.1	活动案例：微信VIP用户	008
1.4.2	活动案例：LBS推荐服务	008
1.4.3	活动案例：APP应用收费	009
1.4.4	活动案例：服务功能费用	009
1.4.5	活动案例：利用搜索引擎	009
1.4.6	活动案例：借助硬广模式	009
1.5	3个方向，微信创业途径	010
1.5.1	活动案例：开发微信新产品创业	010
1.5.2	活动案例：利用APP平台创业	010
1.5.3	活动案例：数据开放平台创业	012
1.6	人气爆棚，造就微信时代	013
1.6.1	活动案例：三维沟通，微信立体交流	013

1.6.2	活动案例：微信群聊，天涯也是比邻	013
1.6.3	活动案例：相隔千米，解决众多难题	014
1.6.4	活动案例：关注微信，参与商家活动	014
1.6.5	活动案例：创意交流，微信祝福寄语	015
1.6.6	活动案例：通过微信，尽享 APP 应用	016

第 2 章 便捷营销工具，未来不可抗拒



2.1	把握微信，掌握未来与世界	018
2.1.1	解密：微信与未来，新的营销时代	018
2.1.2	解密：微信与世界，全球发展战略	019
2.2	微信营销，找出企业的商机	021
2.2.1	解密：微信与营销，5 大基础优势	021
2.2.2	解密：微信与商机，带给你一个亿	022
2.3	微信优势，营销市场的竞争	023
2.3.1	解密：微信与 QQ	023
2.3.2	解密：微信与微博	025
2.3.3	解密：微信与米聊	026
2.3.4	解密：微信与飞信	027
2.4	成功案例，微信与各行业发展趋势	028
2.4.1	活动案例：汽车行业借微信造势	028
2.4.2	活动案例：旅游行业用微信创利	029
2.4.3	活动案例：化妆品行业关注用户	030
2.4.4	活动案例：餐饮行业巧用 LBS 定位	031
2.4.5	活动案例：酒店行业微信订房	031
2.4.6	活动案例：便利店微信推广新店	033
2.4.7	活动案例：游戏平台微信营销	034
2.4.8	活动案例：QQ 音乐移动听歌	035
2.4.9	活动案例：“卡小二”微信还款	037
2.4.10	活动案例：优酷视频“走着瞧”	038

3.1	微信第一步，下载安装加注册	040
3.1.1	解密：下载安装，动动手指就搞定	040
3.1.2	解密：账号注册，开启微信之旅	041
3.1.3	解密：界面介绍，看清微信真面目	041
3.2	微信 5.0，新增功能抢先看	043
3.2.1	解密：添加身边的朋友	043
3.2.2	解密：我的收藏	044
3.2.3	解密：我的相册	045
3.2.4	解密：表情商店	045
3.2.5	解密：游戏中心	046
3.2.6	解密：扫一扫全新功能	046
3.2.7	解密：双击全屏显示文件	047
3.2.8	解密：绑定银行卡	047
3.3	玩转微信，强大功能任你摆布	048
3.3.1	实战操作：设置个性信息	048
3.3.2	实战操作：密码这样找回	049
3.3.3	实战操作：聊天方式随心	050
3.3.4	实战操作：发送你的私信	051
3.3.5	实战操作：扫一扫二维码	051
3.3.6	实战操作：扫扫身边街景	052
3.3.7	实战操作：摇一摇找客户	052
3.3.8	实战操作：摇一摇传图片	053
3.3.9	实战操作：摇一摇搜歌曲	054
3.3.10	实战操作：查看附近的人	054
3.3.11	实战操作：试一试漂流瓶	055
3.3.12	实战操作：了解朋友动向	056
3.4	另类挖掘，微信功能深度使用	057
3.4.1	实战操作：微信群发短信	057
3.4.2	实战操作：开个微型会议	058

3.4.3	实战操作：做好时间管理	058
3.4.4	实战操作：保存日常记录	058
3.5	微信流量，看清微信的收费	060
3.5.1	解密：微信收费问题	060
3.5.2	解密：手机节省流量妙招	061

第4章 微信公众平台，体现你的身份



4.1	应运而生，身份的象征	064
4.1.1	解密：微信公众平台为何会火	064
4.1.2	解密：微信公众平台介绍	065
4.2	开启旅途，微信公众账号的申请	065
4.2.1	解密：服务号与订阅号	065
4.2.2	解密：公众账号申请流程	066
4.3	功能简介，熟悉微信公众平台	067
4.3.1	解密：实时消息	067
4.3.2	解密：用户管理	067
4.3.3	解密：素材管理	067
4.3.4	解密：群发消息	068
4.3.5	解密：平台设置	068
4.3.6	解密：高级功能	069
4.4	10大准则，企业微信公众账号的运营	069
4.4.1	解密：微信粉丝，定位要准确	070
4.4.2	解密：微信内容，丰富且有趣	070
4.4.3	解密：微信功能，完善且全面	070
4.4.4	解密：微信活动，互动要频繁	071
4.4.5	解密：粉丝活动，策划有心意	071
4.4.6	解密：企业推广，必须要动脑	071
4.4.7	解密：公众账号，运营要计划	072
4.4.8	解密：微信客服，引导新要求	072
4.4.9	解密：粉丝维护，必须有重点	072

	4.4.10 解密：微信营销，核心是依赖.....	073
4.5	不可错过，成功的微信公众账号.....	073
	4.5.1 活动案例：腾讯新闻借力微信.....	073
	4.5.2 活动案例：政务微信服务群众.....	074
	4.5.3 活动案例：海底捞微信营销试水.....	075
	4.5.4 活动案例：“武大助手”成校园神器.....	076
	4.5.5 活动案例：陈坤借助微信淘金.....	077
	4.5.6 活动案例：微信订酒店成时尚.....	078

第5章 微信引领 F2F，深度剖析营销



5.1	初识简介，F2F 营销概述.....	080
	5.1.1 解密：F2F 模式的诞生.....	080
	5.1.2 解密：F2F 营销的简介.....	080
5.2	4 大理念，看清 F2F 营销.....	081
	5.2.1 解密：顾客份额才是真正的份额.....	081
	5.2.2 解密：顾客不再是“上帝”.....	081
	5.2.3 解密：沟通下的个性化服务.....	081
	5.2.4 解密：客户关系程序化.....	082
5.3	微信为先，F2F 营销时代来临.....	082
	5.3.1 解密：F2F 营销的顺势而生.....	082
	5.3.2 解密：微信营销是根本所在.....	082
5.4	因时而生，传统媒体的“营销之困”.....	083
	5.4.1 解密：电视媒体，影响力下滑.....	083
	5.4.2 解密：纸媒地位，遭到巨大挑战.....	084
	5.4.3 解密：传统互联网，高成本困境.....	084

第6章 微信营销平台，布满赚钱商机



6.1	6 大平台，通晓微信营销模式.....	086
	6.1.1 解密：漂流瓶.....	086
	6.1.2 解密：二维码.....	086

6.1.3	解密：LBS 功能	086
6.1.4	解密：开放平台	087
6.1.5	解密：语音信息	087
6.1.6	解密：公众平台	087
6.2	实例应用，微信营销模式实战	088
6.2.1	活动案例：奇瑞汽车的抽奖活动	089
6.2.2	活动案例：华科微信校内漂流瓶	090
6.2.3	活动案例：招行的“爱心漂流瓶”	090
6.2.4	活动案例：海岸城扫二维码得奖品	091
6.2.5	活动案例：大悦城扫二维码会员	092
6.2.6	活动案例：“饿的神”微信签名档营销	093
6.2.7	实战操作：开放平台的建立流程	093
6.2.8	活动案例：“美丽说”开放平台试水	095
6.2.9	活动案例：微杂志微信应用实例	096
6.2.10	活动案例：“超极星播客”新体验	097
6.2.11	活动案例：飘柔陪聊式微信对话	098
6.2.12	活动案例：凯迪拉克公众平台推送	099

第 7 章 不同营销方式，如何进行整合



7.1	微信营销和微博营销	101
7.1.1	解密：微博营销的由来	101
7.1.2	解密：微博营销的内容	102
7.1.3	解密：微信与微博营销的区别	104
7.2	微信营销和短信营销	105
7.2.1	解密：短信营销的技巧	105
7.2.2	解密：微信与短信营销的异同	107
7.3	微信营销和广告营销	108
7.3.1	解密：网络广告的优势	108
7.3.2	解密：微信与门户广告的异同	110
7.4	微信营销和其他营销	111

7.4.1	解密：微信与 E-mail 营销	111
7.4.2	解密：微信与 SNS 营销	112
7.4.3	解密：微信与个性化营销	114
7.5	常见营销模式实例解析	115
7.5.1	活动案例：新浪微博的庆生秀	115
7.5.2	活动案例：麦考林的短信营销	116
7.5.3	活动案例：娃哈哈启力广告策略	116
7.5.4	活动案例：戴尔的互动 E-mail	117
7.5.5	活动案例：诺基亚人人网主页	117

第 8 章 微信公众平台，拥有无穷威力



8.1	威力无边，粉丝隐藏无限财富	119
8.1.1	解密：透析粉丝的重要性	119
8.1.2	解密：微信粉丝的真实性	119
8.2	10 大法宝，获取海量粉丝	120
8.2.1	解密：定位必须准确	120
8.2.2	解密：内容要吸引人	120
8.2.3	解密：活动才是重点	120
8.2.4	解密：游戏也有妙用	121
8.2.5	解密：认证显示身价	121
8.2.6	解密：关注微信 CRM	122
8.2.7	解密：特色账号域名	122
8.2.8	解密：好看的二维码	123
8.2.9	解密：看重线上整合	123
8.2.10	解密：兼顾线下整合	123
8.3	良好互动，增加粉丝活跃度	124
8.3.1	活动案例：栏目设置要贴心	124
8.3.2	活动案例：栏目内容要用心	125
8.3.3	活动案例：功能要符合需求	125
8.3.4	活动案例：策划活动和话题	126

8.4	营销实例，解析粉丝营销秘诀	126
8.4.1	活动案例：Olay 增强粉丝的可控性	126
8.4.2	活动案例：粉丝单日暴增 6 万的机密.....	128
8.4.3	活动案例：小米的百万粉丝养成机密.....	129
8.4.4	活动案例：1 号店“我画你猜”活动	129
8.4.5	活动案例：“一战到底”助力艺龙网.....	130
8.4.6	活动案例：浙江奥通汽车用微信卖车.....	131
8.4.7	活动案例：星巴克“自然醒”赚粉丝.....	132

第 9 章 看清微信营销，把握价值核心



9.1	微信营销的价值所在	135
9.1.1	解密：提供服务	135
9.1.2	解密：聚集人气	135
9.1.3	解密：互动活动	135
9.2	价值营销的成功案例	135
9.2.1	活动案例：南航微信不做营销做服务.....	136
9.2.2	活动案例：海南航空多重智能服务	137
9.2.3	活动案例：YangSang 关注品牌互动.....	138
9.2.4	活动案例：KTV 微信互动聚集人气	139
9.2.5	活动案例：自然堂微信活动营销策略.....	140

第 10 章 做好微信营销，掌握步骤和技巧



10.1	微信营销的基本步骤	142
10.1.1	解密：第一步之调整心态.....	142
10.1.2	解密：第二步之确定重点.....	142
10.1.3	解密：第三步之经营粉丝.....	142
10.1.4	解密：第四步之全面推广	143
10.2	微信营销的经验技巧	143
10.2.1	解密：最吸引用户的内容	143

10.2.2	解密：最用心的推送方式·····	144
10.2.3	解密：最亮点的用户对话·····	144
10.2.4	解密：最创意的微信活动·····	144
10.2.5	解密：最实用的宣传技巧活动·····	145
10.2.6	解密：最多样的营销策略·····	145
10.3	微信营销的各类案例 ·····	145
10.3.1	活动案例：促销活动型——豆荚农庄·····	146
10.3.2	活动案例：语音推送型——王力宏·····	146
10.3.3	活动案例：图文推送型——腾讯新闻·····	147
10.3.4	活动案例：专业知识型——自邮一族·····	148
10.3.5	活动案例：闯关互动型——斑狸·····	148
10.3.6	活动案例：文艺小资型——张小盒·····	149

第 11 章 微信创造价值，营销成功案例



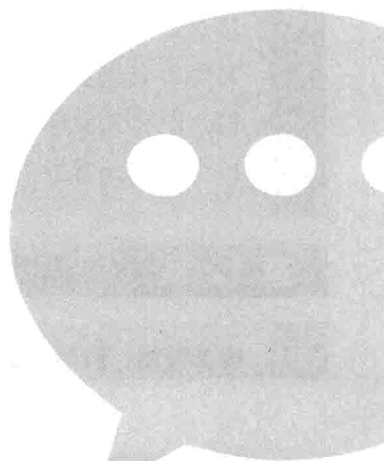
11.1	微信营销实例——个人篇 ·····	151
11.1.1	活动案例：“新潮的哥”微信月入万元·····	151
11.1.2	活动案例：重庆美女“摇”出 3000 万·····	151
11.1.3	活动案例：“90 后”微信水果店·····	152
11.1.4	活动案例：IT 男叫卖微信广告位·····	152
11.1.5	活动案例：“蛋糕哥”双微营销·····	153
11.1.6	活动案例：糯米酒先生如何月赚 5 万·····	153
11.2	营销实战案例——企业篇 ·····	154
11.2.1	活动案例：微信助力珂兰钻石·····	154
11.2.2	活动案例：优衣库开启微信营销·····	155
11.2.3	活动案例：聚尚国际微信推广·····	155
11.2.4	活动案例：游戏进军微信平台·····	155
11.2.5	活动案例：绿源微信平台试水·····	156

第 12 章 风险收益并存，警惕伪信和危信



12.1	提高警惕，微信有危险 ·····	159
------	-------------------------	-----

12.1.1 活动案例：微信钓鱼式交友	159
12.1.2 活动案例：微信约见有危险	159
12.1.3 活动案例：微信使用需谨慎	160
小心陷阱，微信别尽信	160
12.2.1 活动案例：当心朋友圈广告	160
12.2.2 活动案例：微信代购的陷阱	161
12.2.3 活动案例：微信成木马重灾区	161
12.2.4 活动案例：微信奢侈品骗局	162





第1章 微信时代到来，企业财富利器

本章学前提示



不管你信不信，我们都得承认：这个世界在改变。书信被 E-mail 替代，电话被手机替代……如今，微信出现了，随之改变的，并不只是短信、邮件等小细节，而将是整个社会。通过本章的学习，读者将会发现为何我们早已身处微信时代，以及微信的强大威力。

本章知识重点



- 微信出现的社会趋势
- 高人气造就微信时代
- 微信盈利的 6 大模式
- 微信创业的 3 个方向
- 微信如何成为财富利器



1.1

燎原之势，看移动互联网



如今，社会上出现了一群“新人类”——“低头族”（图 1-1）。无论是在公交车上，还是走在路上，我们总是看到他们的拇指动个不停，或是刷微博、发微信，或是发照片、分享新鲜事儿，不得不说，我们的生活已经离不开手机，而手机提供的各种功能，也使我们感受到了移动互联网带来的便利。总而言之，所有的这一切都表明，移动互联网时代已经如星星之火，以燎原之势不可阻挡地到来了！

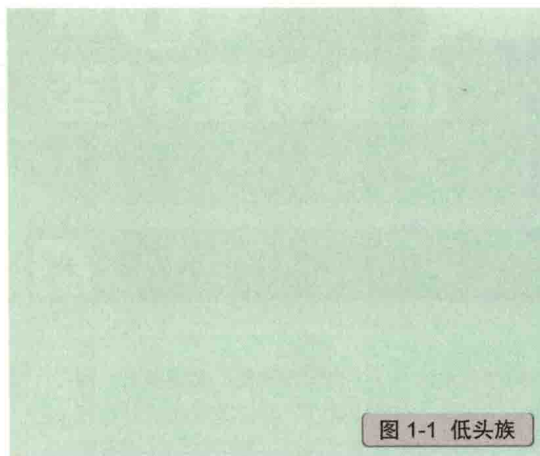


图 1-1 低头族



1.1.1 解密：看当今生活的变化



十年前，我们要约人吃饭，一定会先去打听一下附近有什么好的饭馆，或问问朋友，或者亲自过去看看才好做决定。五六年前，事情发生了一点儿改变，我们开始尝试用互联网去搜索附近有什么好吃的饭店，然后再去问朋友，或者去实地看看。现在，如果我们约了别人，只需要打开 Yelp 或者大众点评网，看看附近有什么美食，并且 Yelp 还能告诉我们怎么走到。

更重要的是，当我们逛完商场，饥肠辘辘、想要找个地方吃东西时，我们不会像以前那样像无头苍蝇一般到处乱撞，同样是掏出手机看看附近有什么吃的就能解决大部分问题。其实，不只是请客吃饭方面的改变，移动互联网正深入人们生活的方方面面，并由此改变我们的生活。