

玩法变了

微信营销的100个成功案例

常建功◎编著



微信，让你的品牌价值千万！

最接地气的
微信
运营宝典

=

全面的
运营技巧

+

实用的
营销策略

+

最新的
成功案例

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社

WANFABIANLE

玩法变了

微信营销的100个成功案例

常建功◎编著

SPM

南方出版传媒

广东人民出版社

— 广州 —

图书在版编目 (CIP) 数据

玩法变了：微信营销的 100 个成功案例 / 常建功编著. —广州：
广东经济出版社，2015. 5

ISBN 978 - 7 - 5454 - 3978 - 6

I. ①玩… II. ①常… III. ①网络营销 - 案例 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 079008 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	中山市国彩印刷有限公司 (中山市坦洲镇彩虹路 3 号第一层)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	17.75
字数	300 000 字
版次	2015 年 5 月第 1 版
印次	2015 年 5 月第 1 次
印数	1 ~ 5 000
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 3978 - 6
定价	49.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 38306055 37601950 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 37601980 邮政编码：510075

营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

前 言

在现阶段，营销界有一句非常火的话，几乎拉开了所有企业微信营销的序幕。这句话就是：

当你的微信关注者超过 100，你就好像是一本内刊；
当你的微信关注者超过 1000，你就是个布告栏；
当你的微信关注者超过 1 万，你就像一本杂志；
当你的微信关注者超过 10 万，你就是一份都市报；
当你的微信关注者超过 100 万，你就是一份全国性报纸；
当你的微信关注者超过 1000 万，你就是电视台；
当你的微信关注者超过 1 亿，你就是 CCTV！

没错，没有企业不想在 CCTV 上打广告，同时这也是众多企业终其一生的梦想。“无线网络，无限商机。”这不仅是移动互联网的广告词，而且是实实在在地发生在我们实际生活中的事情。腾讯微信的推出，是移动互联网时代已经到来的一个标志性事件，同时也催生了一种新的网络营销方式。

本书根据机构、企业和个人做微信营销的需求，精选出比较优秀的营销案例，为广大读者分析和介绍这些企业的微信营销特点。书中内容于实操层面面对 12 个行业的微信营销前景进行了全面的解读，对 110 多个成功的经典微信营销案例的实施过程进行了深度剖析。在具体讲解时，为了让读者对案例分析得更加直观、详尽，分别从“营销特点”和“实施方案”两个方面进行了详细介绍。

本书具有以下特点：

- 精讲微信营销操作。本书以微信营销为主，全程图解、直叙操作步

骤，挖掘微信商业模式和价值。

- 读者群庞大。本书适合网络营销从业人员、电子商务从业人员、创意产业和广告从业人员，以及各类传统行业的老板和营销主管阅读。

- 行业覆盖面广。深刻解读化妆品、健身、酒店、房地产、旅游、KTV、银行、汽车、航空、教育、餐饮、游戏、音频视频类网站、通信、电商、零售、医疗、电视广播等行业的微信营销和运营之道。

- 众多微信实战案例剖析。对近百个成功案例进行全过程、全方位剖析，详细解读其微信账号的运营思路、战略与战术，以及营销的步骤、方法和取得的效果，实操性极强。

本书持有一贯的语言风格，在措辞上尽量做到浅显易懂，使所有层次的读者都能从书中获得知识。但鉴于作者水平有限，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者朋友批评指正，并提出宝贵意见。

目 录

第1章 你“微信”了吗	001
1.1 认识微信	001
1.2 认识微信公众平台	002
1.3 微信的超强功能	003
1.4 跟微信相关的一些概念	006
1.5 哪些人适合使用微信和微信公众平台	007
第2章 营销界新宠——微信	008
2.1 微信营销 VS 短信营销	008
2.2 微信营销 VS 门户广告营销	011
2.3 微信营销 VS SNS 营销	012
2.4 微信营销 VS 搜索引擎营销	015
2.5 微信营销 VS 微博营销	017
2.6 网络视频营销和病毒营销	020
2.7 微信营销的营销策略	022
第3章 快速玩转微信	025
3.1 搭建微信环境	025
3.2 微信的通讯录功能	027
3.3 微信的发现功能	031
3.4 微信的灵活支付功能	034

第4章 餐饮行业微信新玩法	036
4.1 海底捞火锅：微信带来的新体验	037
4.2 拿渡麻辣香锅：扫描二维码送会员卡	041
4.3 肯德基宅急送：微信快速订餐	042
4.4 麦当劳：品牌资讯	045
4.5 口袋优惠：优惠券微信小管家	047
4.6 星巴克中国：整合营销	049
4.7 周黑鸭：微信带来的购买新体验	053
4.8 俏江南：微会员卡	056
第5章 化妆品行业微信新玩法	058
5.1 欧珀莱：无处不在的 O2O 营销	058
5.2 C2CC：及时丰富的化妆品资讯	065
5.3 聚美优品：多媒体整合营销	068
5.4 YOKA 化妆品：微信试用	070
5.5 珀莱雅：陪聊式微信对话	072
5.6 兼职代购：朋友圈营销	073
第6章 健身行业微信新玩法	074
6.1 银座健身：微信办卡	075
6.2 西安美格菲健身中心：微信促销优惠和活动	077
6.3 热点瑜伽：富媒体的内容推送	080
6.4 金鹏健身会所：健身会所微信新体验	082
6.5 健网：私人健身工作室	083
6.6 健身王杰：个人推广	084
第7章 酒店行业微信新玩法	087
7.1 都市 118 连锁酒店：酒店预订功能	087
7.2 布丁酒店：微售后服务	091
7.3 速 8 酒店：狂吸客户的秘诀	094
7.4 周末酒店：休闲度假不再愁	096

7.5	快捷订酒店：LBS 快速定位周边酒店	098
7.6	锦江之星：街景扫描营销方式	099
7.7	香格里拉酒店集团：微信答题赢大奖	100
7.8	开元酒店集团：微信招聘	102
7.9	微生活酒店助手：酒店营销好助手	103
7.10	携程 EBooking 酒店管理系统：与网站结合线上推广	104
第 8 章	房地产行业微信新玩法	106
8.1	西安绿地城：全民参与活动	107
8.2	深圳万科：微信让服务更有质量	112
8.3	紫薇地产：互动式推送服务	114
8.4	万通上园国际：组团看房	115
8.5	富力盈通大厦：“扫一扫”营销方式	116
8.6	房王网：语音关注房价	117
8.7	搜狐焦点：微信整合营销	119
8.8	《中国房地产报》：深入了解楼盘资讯	120
第 9 章	旅游行业微信新玩法	122
9.1	驴妈妈旅游网：微信预订景点门票	123
9.2	途牛旅游网：0 元、1 元旅游不是梦	126
9.3	亚洲旅游：私人订制	131
9.4	景点打折门票：LBS 快速定位周边景区	132
9.5	康辉旅行社：陪聊式微信服务	134
9.6	大雁塔旅游：声音互动式微信服务	136
9.7	旅游卫视：年假旅行不用愁	137
9.8	宁海旅游局：天下旅游，宁海开游	140
9.9	乐游旅游：积分也可以旅游	141
第 10 章	KTV 行业微信新玩法	143
10.1	钱柜 PARTYWORLD：钱柜 PARTYWORLD 微信会员卡	144
10.2	好乐迪 KTV：特色服务	148

10.3	真爱 KTV：微信活动	151
10.4	公馆 KTV：富媒体营销	153
10.5	欢乐迪 KTV：微官网营销	155
10.6	大上海 KTV 夜总会娱乐资讯：互动式营销	156
10.7	方糖 KTV：图片互动式营销	157
10.8	音乐百度 KTV：微信招聘	158
10.9	KTV 歌曲排行榜：微社区营销	159
10.10	唱吧：想唱就唱	160
第 11 章	金融行业微信新玩法	163
11.1	中国招商银行：微信银行	164
11.2	交通银行信用卡：微信信用卡	168
11.3	中国工商银行：手机银行	173
11.4	中国人寿保险：人工服务更互动	174
11.5	创业典当微助手：微信里的合同审批	177
11.6	华夏典当行：整合营销	178
11.7	和讯网：实时基金和期货信息	179
11.8	广发证券债券部：实时的债券信息	181
11.9	外汇黄金小助手：实时的贵金属信息	182
11.10	信托网：最新的信托信息	183
11.11	网易股票：实时股票信息	184
第 12 章	汽车行业微信新玩法	187
12.1	上海大众：车型鉴赏	187
12.2	比亚迪汽车：微信整合营销	190
12.3	新浪汽车：汽车资讯大互动	193
12.4	腾讯汽车：趣味性更强的微社区	198
12.5	汽车之家：全新全意为有车族服务	199
12.6	汽车报价大全：购车必备工具	201
12.7	汽车博览：聊天式微信营销	202

12.8	西安元丰雷克萨斯汽车4S店：购买雷克萨斯“一条龙”服务	204
12.9	路虎汽车俱乐部：趣味性较强的路虎电影	206
第13章	航空行业微信新玩法	208
13.1	海南航空：微信航班服务	209
13.2	亚洲航空：购买飞机票资讯	215
13.3	航班管家：打造完美旅程	216
13.4	一起飞国际机票网：线上活动式营销	220
13.5	我要飞机票：微官网营销	222
13.6	易购飞机票：微网站营销	223
13.7	洞庭票务：特价国际机票	225
第14章	教育行业微信新玩法	227
14.1	南昌大学：学生微服务	228
14.2	西安交通大学：教师微服务	230
14.3	西安翻译学院招生就业中心：微信招生	233
14.4	西北大学：微信整合营销	235
14.5	华中科技大学：微信漂流瓶	237
14.6	北京新东方学校：人工服务	238
14.7	兰克国际摄影学校：专业设置	239
14.8	春蕾幼儿园：革命性家校沟通方式	240
14.9	卓伦家长学校：微信答疑	242
14.10	大学生励志网：社区互动	243
14.11	腾讯大学：移动学习平台	245
14.12	大学生杂志：大学生资讯	246
第15章	其他行业微信新玩法	248
15.1	腾讯游戏：微信游戏商城	249
15.2	PPS游戏平台：发送游戏礼包	252
15.3	经典飞机大战：捆绑游戏微信营销	254

15.4	QQ 音乐：微信榜单	255
15.5	搜狐视频：互动式营销	257
15.6	中国电信手机营业厅：翼起参与赢好礼	258
15.7	百度地图：样样在行的“图姐”	260
15.8	京东商城：微信捆绑营销	262
15.9	当当网：扫一扫封面微信营销	265
15.10	物美超市：推送微信资讯	266
15.11	每一天便利店：附近的人	268
15.12	老百姓大药房：在线咨询	269
15.13	北京维尔口腔医院：在线预约	272
15.14	西安广播电视台：微信“摇一摇”电视互动模式	273

第1章

你“微信”了吗

微信被《纽约时报》评价为“正积极尝试扭转中国本地互联网产品无法推向世界的命运”，被人民网评价为“文化强国的密码，中国在全球破局中觅得另一把解锁密码”。微信甚至被很多专家说成是“人”的延伸。那么，今天你“微信”了吗？

1.1 认识微信

在2011年1月21日，腾讯公司推出微信，该软件是一款通过网络免费快速推送语言短信、视频、图片和文字，支持多人群聊的手机聊天软件，其Logo如图1-1所示。初始，微信并没有受到人们的重视，但是由于腾讯有7亿QQ用户的基础，再加上其强大的营销推广能力，到2013年1月，微信用户数量已经突破3亿。在现阶段，微信俨然已经成为一个国际化的手机应用。

回顾微信的发展历程，微信经历如下版本：

◆ 微信1.0，于2011年1月21日发布，支持IOS（苹果手机操作系统）、Android（安卓操作系统）、Symbian（塞班操作系统）三大主流智能手机操作平台。

◆ 微信2.0，于2011年5月20日发布，支持“语音对讲”功能，并于8月3日发布了支持“查找附近的人”功能的2.5版本。

◆ 微信3.0，于2011年10月1日发布，支持“摇一摇”和“漂流瓶”



图1-1 微信Logo

功能。

◆ 微信 4.0，于 2012 年 4 月 9 日发布，增加了相册和朋友圈功能。

◆ 微信 5.0，于 2013 年 8 月 5 日发布，支持了微信支付功能。2014 年 8 月 28 日发布微信 5.4 最新版本，实现了通过二维码方式进行转账的功能。

微信软件本身完全免费，使用任何功能都不会收取费用，但是微信操作时产生的上网流量费由网络运营商收取。

1.2 认识微信公众平台

对于腾讯公司来说，2011 年 1 月 21 日是一个值得记住的日子，因为该天发布了微信的第一个版本。同样的，2012 年 8 月 20 日也是一个里程碑式的日子，因为该天在微信中增加了微信公众平台功能。首批入驻微信公众平台的用户为明星和媒体，他们开设自己的微信公众账号，主要实现吸引大量粉丝和发布资讯功能。2012 年 11 月下旬，微信公众平台开放了第三方接口，促进中国互联网由 Web APP 和 Native APP 竞争的时代跨入了 Light APP 时代。2013 年 3 月，微信公众平台又提供了自定义菜单功能，吸引了大批量企业纷纷入驻，一时间二维码的中心嵌入一张图片，成为该平台的招牌。

对于纷纷入驻微信公众平台的企业来说，可以通过微信渠道将品牌推广给上亿的微信用户，减少宣传成本，提高品牌知名度，打造更具影响力的品牌形象。微信公众平台的官方广告为“再小的个体，也有自己的品牌”，登录该平台的界面如图 1-2 所示。



图 1-2 微信公众平台登录界面

微信公众平台与微信的区别如下：

- ◆微信公众平台的服务对象就是微信；以微信为载体。
- ◆微信公众平台基于“一对多”的关系；而微信基于“点对点”的关系。
- ◆微信公众平台利用微信公众平台来开发，依赖于服务器（开发模式）；而微信只需要下载 APP。
- ◆微信公众平台大部分需要电脑端操作或自动应答；微信大多数时间用手机来操作，需要手工回复。
- ◆微信公众平台没有地理位置信息（微生活除外）；微信有地理位置信息。

微信公众平台的出现是一个颠覆性的举措，至此，微信用户不单可以与自己的朋友、同事、亲人交流，更能随时随地在微信上与自己钟爱的企业、品牌交流，使得交流具备了更多技术化的手段和超乎想象的实现方式。

1.3 微信的超强功能

微信之所以能够以一种前所未有的速度融入用户的日常生活中，并且潜移默化地改变用户的生活习惯，就在于微信拥有诸多既奇妙又有趣的功能，让用户享受到移动互联网带来的便捷生活，具体如下。

1.3.1 全球免费发图文、语音、视频

随着手机的推广，拿着手机对讲风潮流行大街小巷，借助手机用语音传递信息成为人们的习惯。而以“免费对讲机，会说话的短信”为噱头的微信，由于可以免费推送图文、语音和视频，逐渐成为手机里的必备工具。

使用微信可以非常方便地实现语音对话，按住说话，松开结束。

《裸婚时代》男主角为了追求女友，经常会向女友发一段充满爱意的视频，使得女友心生欢喜与感动。通过微信，这样的场景都可以轻松实现。

对于相隔两地的家人来说，没有什么比随时随地视频、声音与图片互动更能传递温情了。例如，在遥远的美国工作的丈夫，非常思念在西安家中的妻子和孩子，妻子可以通过微信随时推送女儿的视频和图片给丈夫，而丈夫也常随兴发回美国风光、工作环境等图片给妻子。即使相隔两地，也能很好

地感受家庭温暖。

1.3.2 好友，一个不落

对于微信，可以通过两种方式来添加好友，分别为自动匹配 QQ 好友和手机通讯录。

由于微信是腾讯推出的产品，因此 QQ 好友作为推荐对象，成为一种可能。但是 QQ 好友不一定是自己所认识的人，存在一定虚拟性。微信运行在手机里，而手机通讯录里大都是亲人、朋友、同学、同事、客户等熟悉的人际关系，因此实现手机通讯录匹配功能成为一种必备功能。

微信为了加强人际圈，保护用户的隐私权，又提供了如下的功能搭配添加好友：

- ◆ “支持好友验证”功能，该功能可以避免不必要的骚扰。
- ◆ “好友推荐消息”功能，用户通过该功能可以推荐来自 QQ 的好友和手机通讯录好友，还可以向用户提醒好友验证请求。
- ◆ “隐私设置”功能，用户通过该功能可以设置“是否将我推荐给 QQ 好友”及“是否可以通过 QQ 号找到我”。

1.3.3 有微信“千米”来相会

在以往，如果要扩展人际圈特别是寻觅意中人，需要经历朋友介绍、书信笔友、QQ 交友、婚恋网站交友等发展模式，但如果拥有了微信，只要在某处发现令自己心动之人，就可以拿出手机立马搜索对方的微信账号，很有可能成功抓住机遇。

为了使上述功能成真，微信支持 LBS（Location Based Service，基于位置的服务）功能，即支持移动定位服务，提供了“查看附近的人”“漂流瓶”“摇一摇”，只要用户确认自己的位置，系统会根据用户所在的地理位置，找到附近同样开启本功能的人，实现了千米范围内的陌生人交友。

1.3.4 无处不在的微信聊天群

微信聊天群跟 QQ 群非常类似，不过比后者更方便，更实用。在微信群里可以进行“多方对讲”“图文发送”“视频发送”等功能。腾讯公司向大众开放的微信群暂时为 40 人，用户可以根据自己的需要设置不同性质的交

友群、公司部门群、项目跟进群等。

基于微信群的“人工导航”，在自驾游人群中经常会见到。如某人组织了7辆车去外地自驾游，他可以临时组建微信群，当领队在微信里告知行走路线时，其余车辆的司机都能同时听见，不需要领队再一个个打电话通知。

基于微信群的“移动办公”，经常被公司、部门或者项目小组采用。为了实现随时随地进行交流沟通、跟进项目进度或发布通知，即使部分员工当天出差或没有在电脑旁，也可以第一时间在微信群收听到新公告。

1.3.5 微信会员卡，值得拥有

微信会员卡相当于手机会员卡，商家经常采取“一卡一礼”形式设置二维码内容，让用户扫描二维码成为会员。所谓“一卡一礼”，就是打开微信进入“扫一扫”页面，对准二维码轻轻一扫，电子会员卡就会存储到微信中，除了可以到实体店领取惊喜奖品外，还可以享受会员礼遇。

1.3.6 今天你晒了吗

在当今时代，很多人喜欢分享自己的所见所闻，同理也有很多人喜欢通过阅读别人的经历来增加对世界的认识。微信针对这一点，推出了“朋友圈”。

“朋友圈”里的“个人相册”，是用户晒的集中地。在这里支持把照片分享到“朋友圈”，好友之间可以对照片“评论”和“赞”；支持图片、视频的转发；支持对微信朋友发送用户当前的地理位置等。

1.3.7 微信支付，二维码支付

微信用户只需在微信中关联一张银行卡，并完成身份认证，即可将装有微信APP的智能手机变成一个全能钱包。在购买合作商户的商品及服务时，微信用户只需要在自己的智能手机上输入密码，无须任何刷卡步骤即可完成支付，整个过程简单方便流畅。

微信支付支持以下银行发行的贷记卡：深圳发展银行、宁波银行等。此外，微信支付还支持以下银行的借记卡及信用卡：招商银行、建设银行、光大银行、中信银行、农业银行、广发银行、平安银行、兴业银行、民生银行等。

1.4 跟微信相关的一些概念

在微信出现之前，用户的生活离不开短信、QQ、手机QQ、微博，但是随着微信的出现，不仅出现了许多新概念，例如微信公众平台、微信公众账号等，而且还迅速融入用户的生活中。那么这些概念之间，到底有什么关系和区别？

1.4.1 短信和微信

一位大学生曾调侃说：“现在的孩子们无论上课还是平时都很少传纸条或写信，发个短信就都解决了。不过他们也失去了当年我们千辛万苦，越过层层‘人墙’传送小纸条的惊险了。”与小纸条相比，短信点对点发送的隐秘性和唯一性保证了信息的安全性，更重要的是其传送过程更私密，因此，短信取代小纸条成为必然。

在现阶段，可以发现人与人（特别是年轻人）之间发短信、彩信的数量越来越少，甚至打电话的需求也在降低。之所以出现这种情况，是由于出现支持语音、视频，且收费极低的微信。

微信与短信相比，让朋友之间的交流变得更加方便和多元化。例如：

◆价格方面，微信使用流量，如果按照每兆1元的高资费计算，可以接收上千条文字小消息，而手机短信收费为每条0.1元。

◆应用功能方面，微信可以即时发送文字、语言、图片和视频，而短信和彩信则只能发送文字和图片。

因此，舍去纯文字的短信，选择图文并茂，有视频、有声音的微信成为一种必然的趋势。

1.4.2 QQ、手机QQ和微信发展

从1999年到现在，几乎每一个中国人的电脑桌面都有一个“小企鹅”。这只小企鹅一直统治着中国互联网，QQ注册用户数字达到10亿，每天活跃用户数字达到6亿，使得腾讯当之无愧成为“中国最大的互联网企业”。

随着时代的发展，腾讯推出了手机QQ和微信这两款基于移动互联网的沟通产品。手机QQ延续了QQ产品的风格和功能，只不过根据手机的特性