

普  
华  
经  
管

# 玩的就是 公众号

大招拉升微信营销战斗力

朱虹◎编著

没有华丽的语言

没有空洞的理论

有的就是实战技巧

大招来袭

手把手教你建立**微信公众号**  
完善**微信营销**体系



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

# 玩的就是公众号

大招拉升微信营销战斗力

朱虹◎编著

人民邮电出版社

北京

## 图书在版编目(CIP)数据

玩的就是公众号：大招拉升微信营销战斗力 / 朱虹  
编著. — 北京：人民邮电出版社，2015.9  
ISBN 978-7-115-40244-8

I. ①玩… II. ①朱… III. ①网络营销 IV.  
①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第192039号

## 内 容 提 要

微信公众号是微信中的一个重要组成部分，更是移动互联网时代企业做好微信营销的重要工具。而企业如何运营好微信公众号，正是本书要解决的问题。

本书主要从微信公众号的申请、设置、管理以及具体运用等方面入手，手把手教使用者如何建立自己的微信公众号，完善自己的微信营销体系，建立稳固的微信营销渠道，最终成功地把产品卖出去。全书没有华丽的语言，不空谈理论，重在通过大量成功的运营案例讲述可操作的实战技巧，让读者有成功的经验可借鉴。

不管你是企业中的微信公众号运营者，还是持有微信公众号的个人，本书都能向你提供简洁、实用的方法和技巧，提供已有的成功经验为借鉴。

---

◆编 著 朱 虹

责任编辑 张国才

责任印制 焦志炜

◆人民邮电出版社出版发行

北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市海波印务有限公司印刷

◆开本：880×1230 1/32

印张：7.5

2015年9月第1版

字数：110千字

2015年9月河北第1次印刷

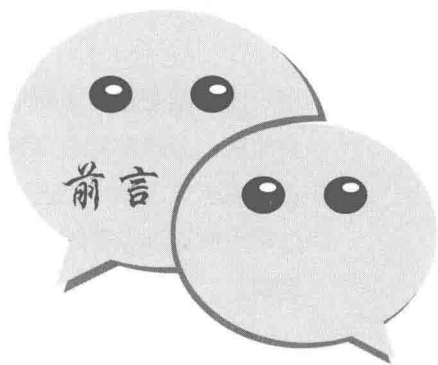
---

定 价：39.00元

读者服务热线：(010)81055656 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号



微信正在颠覆着企业的营销模式，也在改变着企业的经营理念。最近两年，微信越来越受到用户的欢迎，无论是大型集团企业，还是中小企业、个人商铺，都无一例外。做微信营销，必须开通微信公众号，并且要大力宣传和推广。因为用户只有关注了微信公众号，才能进一步去了解企业，了解产品，最终产生购买行为。

微信公众号是用户了解企业的窗口。反过来，用户是微信公众号生存的基础和根本。一个没有用户关注的微信公众号是注定没有生命力的，也是没有发展可言的。因此，要想做好微信营销，首先必须让更多的人关注微信公众号。

然而，目前大多数企业微信公众号获取粉丝的能力比较弱，除了少数品牌的微信公众号之外，很大一部分都是“僵尸号”，形同虚设。这与经营方的推广方式欠缺有关。很多企业仅仅局限于单纯地求关注，或者在朋友圈不断地发信息、发链接；有的企业通过搞活动来提升人气，然后依靠积累起来的人气进行推广，最终发现效果都不太好。

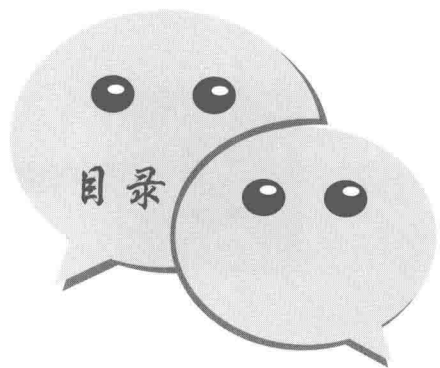
这些方式存在明显的缺陷，推广力度小。例如，单纯地依靠朋友圈，针对的对象非常有限；依靠大量活动，不但成本很高，

用户的忠诚度也会逐渐降低，因为一旦没有了活动，大量用户就会流失。某汽车服务连锁企业推出关注微信公众号就送 50 元的免费洗车卡，同时可在全国各地的 800 余家连锁店通用。试想一下，如果没有这项免费服务，用户还能持续关注吗？显然，答案是否定的。

所以，如果想让自己的微信公众号获得更多人的关注，并且持续地关注，并不是件容易的事情，需要经营方掌握更多的方法和技巧。

本书主要从微信公众号的申请、设置、管理以及具体运用等方面入手，进行详尽的讲解，手把手教使用者如何建立自己的微信公众号，完善自己的微信营销体系，建立稳固的微信营销渠道，最终成功地把产品卖出去。本书最大的亮点在于重点讲实战操作，没有华丽的语言，不空谈理论，有的是可操作的实战技巧。书中列举了大量成功的运营案例并进行深入分析，让从事微信营销的朋友们可以借鉴成功者的经验。同时，本书也弥补了同类图书的不足，在讲方法和步骤时增加了运营管理策略方面的内容，将那些成功企业的经验与读者分享，让所有想从事微信营销的企业和个人少走弯路。

在此要特别说明的是，本书是团队合作的成果，魏丽参与编写了本书的第 1 章，朱虹参与编写了本书的第 2 章，魏艳参与编写了本书的第 3 章，何亚歌参与编写了本书的第 4 章，王伟参与编写了本书的第 5 章，苗李宁参与编写了本书的第 6 章，赵华振参与编写了本书的第 7 章，苗小刚参与编写了本书的第 8 章，全书由朱虹统撰定稿。



第 **1** 章

为微信公众号取一个好名字√1

- 1.1 微信与微信公众号 - 2
- 1.2 微信公众号的申请 - 4
- 1.3 微信公众号的类型 - 9
- 1.4 公众号起名的原则 - 15
- 1.5 让公众号名字与众不同 - 20
- 1.6 给公众号贴上热门标签 - 23
- 1.7 公众号要有明确定位 - 27
- 1.8 如何避免公众号被封杀 - 31

## 第 2 章

### 对微信公众号进行日常管理√ 37

- 2.1 优化设置微信公众号 - 38
- 2.2 微信公众号的安全设置 - 40
- 2.3 微信公众号的素材管理 - 47
- 2.4 微信公众号的自动回复 - 50
- 2.5 微信公众号的群发功能 - 53
- 2.6 微信公众号的信息反馈 - 57

## 第 3 章

### 微信公众号推广常用的 6 种功能√ 65

- 3.1 微信语音 - 66
- 3.2 微信“摇一摇” - 69
- 3.3 微信“扫一扫” - 72
- 3.4 朋友圈 - 75
- 3.5 微信公众平台 - 77
- 3.6 微信群 - 80



## 第4章

每一种微信功能都是营销利器√ 87

- 4.1 二维码案例：24小时移动的高铺——1号店 - 88
- 4.2 “摇一摇”案例：大鸭梨双吃节，“摇一摇”摇出好效果 - 91
- 4.3 朋友圈案例：小姑娘卖佛牌，月入百万 - 93
- 4.4 公众平台案例：小米9名客服互动百万粉丝 - 97
- 4.5 微信群案例：茶庄用好微信群，名利双收 - 100
- 4.6 “漂流瓶”案例：招商银行使用“漂流瓶”提升营销效果 - 104

## 第5章

利用微信公众号发布产品信息√ 107

- 5.1 信息投送案例：餐厅靠微信推送打开新局面 - 108
- 5.2 信息分享案例：朋友圈分享也有这么大的作用 - 113
- 5.3 信息广播案例：浙江交通之声的主动营销 - 116
- 5.4 信息链接案例：微信引进门，网站留住人 - 119
- 5.5 信息整合案例：微信与微博携手同发展 - 124



## 第 6 章

### 利用微信公众号开展线上线下活动√ 129

- 6.1 节日活动案例：小米节日搞活动，狂聚人气 - 130
- 6.2 线上活动案例：IT 茶馆答题活动引互动 - 134
- 6.3 线下活动案例：线上线下双管齐下，合二为一 - 139
- 6.4 微信游戏案例：吉利汽车用游戏吸引用户参与 - 141
- 6.5 优化内容案例：“爱雀笼”用特色内容提高服务品质 - 144

## 第 7 章

### 利用微信公众号进行日常营销√ 149

- 7.1 派发样品：理肤泉微信服务号 O2O 模式 - 150
- 7.2 瞄准需求：出门问问提供个性化需求 - 152
- 7.3 电子会员卡：手机扫一扫，免费得会员卡 - 154
- 7.4 提供服务：南航用微信打造第一服务 - 157
- 7.5 更新动态：欧派及时为用户提供新信息 - 158
- 7.6 打感情牌：星巴克的音乐推送法 - 161



第 **8** 章

各行各业的微信公众号营销实战案例√ 163

8.1 电商行业 - 164

8.2 零售业 - 172

8.3 餐饮业 - 185

8.4 旅游业 - 192

8.5 媒体行业 - 200

8.6 服务业 - 210

8.7 传统产业 - 219

后记√ 227

## 第 1 章

### 为微信公众号取一个好名字

微信，这个拥有近 8 亿用户的移动应用已不仅仅是款简单的聊天工具，它正在走进生产生活的各个角落。很多企业也开通了自己的微信公众号，真正实现了资源、渠道的互联互通。而企业要想玩转微信公众号，第一步就要先取一个容易让粉丝识别并记住的名字。

## 1.1 微信与微信公众号

截止到 2015 年 5 月，腾讯公司公布了一组数据，微信活跃用户已达到 5.49 亿 / 月，覆盖 200 多个国家，20 多种语言。可见，微信已经不仅仅是款聊天工具，它正在改变着每个人的生活、学习和思维习惯。有人将此誉为一场伟大的革命——中国电子革命。

完成这场伟大的革命，离不开千姿百态的微信公众号。随着微信的火热，越来越多的人开始关注微信公众号。微信公众号是开发者或企业在微信公众平台上申请的应用账号，该账号就像 QQ 号、手机号一样依附于某个用户而存在。通过微信公众号，企业可在平台上与用户实现文字、图片、语音全方位的沟通和互动。用户通过关注微信公众号，可以享受企业提供的产品或服务。其运作模式如图 1-1 所示。

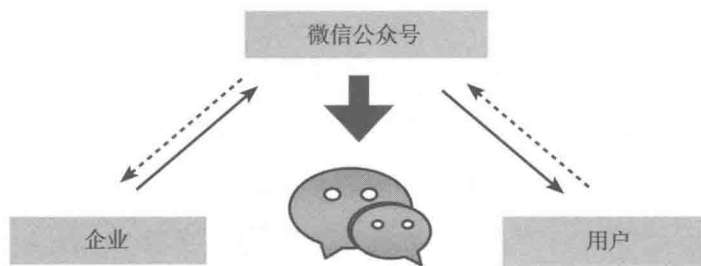


图 1-1 微信公众号在企业与用户之间的纽带关系

要想在众多微信公众号中脱颖而出，取一个好名字是关键。只有好的名字才容易让人一眼就记住，印象深刻或者引发联想。好的微信公众号名字，总能给人以深刻的印象。

**案例一** 天猫微信号：tmall01，如图 1-2 所示。



图 1-2 天猫微信号

亮点：富有想象力。

评选微信公众号最经典案例非“天猫”莫属，该账号营造出了一个宇宙星球的新奇概念，这里住着喵星人、五折先生和各种未知生物。

案例二 杜蕾斯微信号：youlovedurex，如图 1-3 所示。

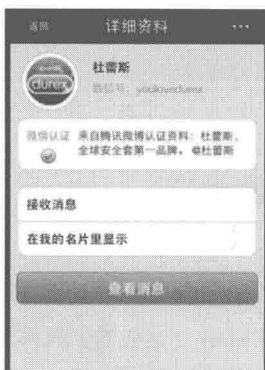


图 1-3 杜蕾斯微信号

亮点：拟人化。

一听到这个自称“杜杜”的人，会让你先想到谁？如果运气好，说不定还能和她（他）聊聊天、讲讲笑话。

案例三 许茹芸微信号：xuruyun\_valen，如图 1-4 所示。



图 1-4 明星个人微信号

亮点：微信点歌。

如果你是许迷的话，一定会关注，这就是明星微信公众号的名人效应。如果在圈内有足够的名气，不妨直截了当地表达出来。

## 1.2 微信公众号的申请

为了更好地了解微信公众号，接下来详细地介绍其申请流程。微信公众号的申请是在网络上完成的，具体可分为以下七个步骤。

(1) 打开浏览器，在地址栏输入 mp.weixin.qq.com，进入腾讯微信公众平台官方主页，并点击右上角的“立即注册”，如图 1-5 所示。



图 1-5 腾讯微信公众平台官方主页

(2) 输入邮箱、密码及系统自动显示的验证码，然后勾选最下方的“我同意并遵守《微信公众平台服务协议》”，如图 1-6 所示。



图 1-6 微信公众号注册页面

这里需要注意的是，登录微信公众号的邮箱必须是没有注册过或绑定过任何个人微信号的邮箱，否则系统不予支持。另外一点，微信公众号的名称及密码必须是由字母、数字或英文符号组成，不少于6个字符，同时注意区分字母的大小写。

(3) 系统自动发送验证邮件到所填写的邮箱里。这时需要登录所注册的邮箱，进入微信官方发送的邮件页面，并点击其中的链接激活账号，如图 1-7 所示。



图 1-7 进入注册邮箱，激活账号

(4) 点击链接后，系统会自动跳转至微信页面，提示用户选择微信公众号类型，如图 1-8 所示。此时，用户可以根据自己的需要选择相关类型。





图 1-8 选择微信公众号类型

这里需要注意的是，账号一旦创建成功，其类型则不可更改。所以，用户在选择账号类型时需要十分谨慎。

(5) 根据微信公众号的类型进行用户主体信息登记，如图 1-9 所示。



图 1-9 进行用户主体信息登记