

全彩
印刷

微信 公众账号运营

告诉你打造**百万粉丝大号**的秘诀、规律和公式！
吸粉引流技巧全方位放送，快速达到商业变现目的！

叶龙◎编著

- ◆ 实战案例，学习他人经验赢在起跑线上！
- ◆ 运营定位，在微信公众平台实现准确导航！
- ◆ 关键内容，把握平台内容引流的核心武器！
- ◆ 实战案例 + 引流技巧，快速打造百万粉丝大号！



清华大学出版社



微信 公众账号运营

叶龙◎编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

如何打造微信平台内容引流，让阅读量急速飙升、点赞率更高？

如何实现线下引流，把身边的朋友都引到微信公众号平台？

如何利用新媒体平台引流，将亿万海量用户引流到你的微信里？

本书将基于百万粉丝大号，对公众号的引流技巧进行全方位的介绍，包括：赢在起点，12强百万大号实战案例；用这些招数，实现从零到一千；借用软文引流：爆款软文有优势；从身边开始引流，实现从一千到一万；借用BAT引流，背靠大树好乘凉；借用工具引流，完成精准粉丝转型；借用视频引流，效果好得超乎你想象；借用大赛引流，让百万粉丝为你涨粉；借用媒体矩阵，20家新媒体平台海量引流；等等。帮助读者以最少的时间和精力，将微信公众号运营成百万粉丝级赢利平台！

本书结构清晰，适合微信平台、内容平台创业者和管理者，以及对微信公众号运营感兴趣的人士。

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

微信公众号运营/叶龙编著. —北京：清华大学出版社，2017

ISBN 978-7-302-47583-5

I. ①微… II. ①叶… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第171796号

责任编辑：杨作梅

装帧设计：杨玉兰

责任校对：周剑云

责任印制：宋 林

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：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：17.25 字 数：275千字

版 次：2017年8月第1版 印 次：2017年8月第1次印刷

印 数：1~3000

定 价：49.80元

产品编号：073403-01

前言

写作驱动

目前，微信公众号已渐渐成为企业的标配、刚需，既是企业对外宣传的品牌窗口，又是与客户、用户交流的平台工具，同时也是个人创业的新平台。

目前，微信公众号的数量为 2000 多万个，相关岗位的从业人数已达 5000 多万。在未来 10 年，微信将像十年前的淘宝网一样，成为个人生活和企业发展必不可少的工具。现实的问题是，公众号的运营方法不是人人都会，必须要通过学习，最好有专业的教材。

天下事，必做于细，做于专。只要公众号大的市场存在，专业、细分的图书必将成为 2017 年、2018 年新的刚需。正是源于这种大势下的专业细分刚需，笔者的团队特意策划了这套“微信公众号运营系列”丛书。本套丛书紧扣公众号运营的难点和痛点而写，也就是内容生产、吸粉引流、数据分析、粉丝互动。本套丛书包括以下四册：

- (1) 《微信公众号运营：100000+ 爆款软文内容速成》
- (2) 《微信公众号运营》
- (3) 《微信公众号运营：粉丝及平台数据分析和营销》
- (4) 《微信公众号运营：微信群的组建、吸粉和营销》

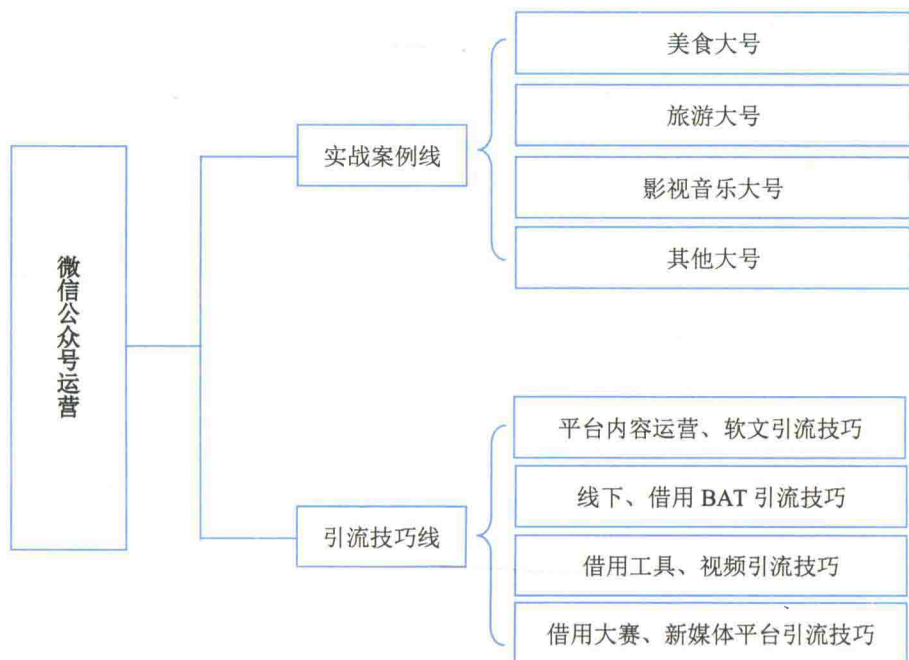
本书内容

书中主要对微信公众平台吸粉引流的技巧进行深度讲解，主要内容如下：

- 第 1 章 赢在起点，12 强百万大号实战案例
- 第 2 章 用这些招数，实现从零到一千
- 第 3 章 借用软文引流：爆款软文有优势
- 第 4 章 从身边开始引流，实现从一千到一万
- 第 5 章 借用 BAT 引流，背靠大树好乘凉
- 第 6 章 借用工具引流，完成精准粉丝转型
- 第 7 章 借用视频引流，效果好得超乎你想象
- 第 8 章 借用大赛引流，让百万粉丝为你涨粉
- 第 9 章 借用媒体矩阵，20 家新媒体平台海量引流

书中从微信公众号吸粉引流的角度出发，为读者介绍了平台的定位、内容的运营、爆款软文的打造、线下引流的方式技巧、借用BAT引流的方式、借用工具或视频引流的技巧、借用大赛引流的技巧以及借用新媒体平台引流的技巧。使运营者掌握最全面的内容运营和平台吸粉引流技巧，让公众号运营者和撰写者更加得心应手。

本书内容图解如下：



本书特色

本书主要特色如下：

(1) 内容专业，分析透彻：本书从12强百万粉丝大号实战案例切入，包括美食大号、旅游大号、影视音乐大号等，帮助读者彻底掌握新媒体时代的微信公众平台内容创业吸粉引流技巧。

(2) 实用为主，技巧精辟：本书没有空洞的理论，而是对公众平台的内容运营引流、软文引流、线下引流、视频引流等引流方式进行了详细的介绍，帮助运营者牢牢把控公众平台吸粉引流的思路，最终打造出百万粉丝大号。

作者分工

本书由叶龙编著，参与编写的人员还有贺琴、刘胜璋、刘向东、刘松异、刘伟、卢博、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、李四华、王力建、柏承能、刘桂花、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧等，在此表示感谢。由于编者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，更多技巧交流与沟通请联系微信：157075539。



第1章 赢在起点，12强百万大号实战案例 1

- 1.1 美食大号案例学习 2
 - 1.1.1 美食台——美食视频平台 2
 - 1.1.2 美味菜谱——特色私房菜 5
- 1.2 旅游大号案例学习 7
 - 1.2.1 Feekr 旅行——小众旅游平台 7
 - 1.2.2 智行火车票——抢票平台 10
- 1.3 影视音乐大号案例学习 13
 - 1.3.1 每日音乐——第一音乐微刊 13
 - 1.3.2 sir 电影——原创影评 14
- 1.4 媒体机构大号案例学习 15
 - 1.4.1 新榜——内容服务平台 16
 - 1.4.2 人民日报——人民日报社的平台 17
- 1.5 教育大号案例学习 19
 - 1.5.1 微言教育——教育部平台 19
 - 1.5.2 教育百师通——专业学术平台 21
- 1.6 其他大号案例学习 23
 - 1.6.1 十点读书——好书、美文推荐 23
 - 1.6.2 汽车之家——汽车生活服务 26

第2章 用这些招数，实现从零到一千 29

- 2.1 内容运营前的一些定位 30
 - 2.1.1 引流必备1：读者定位 30
 - 2.1.2 引流必备2：内容定位 31
 - 2.1.3 引流必备3：服务定位 31
- 2.2 标题决定用户的打开率 32

2.2.1	拟写标题需要注意什么	32
2.2.2	满足读者的哪些需求来引流	34
2.2.3	常用标题有哪些吸粉引流的方法	38
2.2.4	实用标题有哪些吸粉引流的方法	41
2.3	用图片提升视觉效果	43
2.3.1	通过合适的颜色搭配来引流	43
2.3.2	合适的图片大小改善读者体验	44
2.3.3	单图或多图对吸粉也有影响	44
2.3.4	利用图片美化来吸粉引流	45
2.3.5	图片不要忘记加上水印	46
2.3.6	多彩丰富的二维码也有用	46
2.3.7	长图文可以带来视觉震撼	46
2.3.8	动图也具备引流的效果	47
2.4	正文的编辑发布决定用户的欣赏度	47
2.4.1	文章有哪些引流形式	47
2.4.2	如何让内容更加丰富	48
2.4.3	用哪些技巧来引流	50
2.4.4	推送文章前需注意什么	52
2.4.5	文章开头部分如何吸粉引流	53
2.4.6	文章中间部分如何吸粉引流	54
2.4.7	文章结尾部分如何吸粉引流	55
2.5	文章排版决定用户的阅读体验	56
2.5.1	合适的排版风格很重要	56
2.5.2	搭配适宜的色彩	56
2.5.3	注意控制文字间的距离	57
2.5.4	注意选择文字字体大小	58
2.5.5	注意段落首行缩进	58
2.5.6	要懂得运用分割线	59
2.5.7	注意清除格式	59
2.5.8	图文排版的两大技巧	60
2.5.9	利用第三方编辑器排版	60
2.5.10	善于总结经验	60

第3章 借用软文引流：爆款软文有优势61

- 3.1 通过“魅力人格体”来引流 62
 - 3.1.1 引流要素一：人格 62
 - 3.1.2 引流要素二：魅力 64
- 3.2 如何打造爆款软文内容引流 65
 - 3.2.1 前期要考虑时代环境和市场趋势 65
 - 3.2.2 中期要寻找品牌传播的核心要点 67
 - 3.2.3 后期要从两方面寻找爆点 69
- 3.3 通过爆款软文运营技巧引流 70
 - 3.3.1 内容安排和定位是引流的基础 70
 - 3.3.2 推送和内容让读者产生依赖性 72
 - 3.3.3 通过运营和推广的持久战来引流 73
- 3.4 粉丝积累的3个发展阶段 75
 - 3.4.1 培养种子用户期 75
 - 3.4.2 获得初始用户期 77
 - 3.4.3 大力发展粉丝期 78
- 3.5 通过粉丝互动提升粉丝的黏性 80
 - 3.5.1 在平台的沟通上实现差异化 80
 - 3.5.2 为微信公众号调性准备内容 81
 - 3.5.3 运用自动回复实现互动引流 82
 - 3.5.4 策划多样的活动来吸粉引流 84
 - 3.5.5 及时回应粉丝提高信任好感 85
 - 3.5.6 通过定期的文字沟通来引流 86

第4章 从身边开始引流，实现从一千到一万87

- 4.1 线下沙龙+付费培训引流 88
 - 4.1.1 通过线下沙龙活动来引流 88
 - 4.1.2 通过付费培训活动来引流 89

4.2 创业活动 + 二维码引流	90
4.2.1 通过参加创业活动来引流	91
4.2.2 通过二维码进行线下引流	91
4.2.3 通过产品二维码来引流	92
4.3 线下门店 + 外卖引流	93
4.3.1 通过线下门店来引流	93
4.3.2 通过外卖引流法引流	94
4.4 线下快递 + 宣传单引流	95
4.4.1 通过线下快递进行引流	95
4.4.2 印发宣传单线下引流	95

第5章 借用BAT引流，背靠大树好乘凉.....97

5.1 BAT 引流之百度平台引流	98
5.1.1 百度引流之百度百科	98
5.1.2 百度引流之百度知道	101
5.1.3 百度引流之百度文库	104
5.1.4 百度引流之百度贴吧	105
5.1.5 百度引流之百度经验	107
5.1.6 百度引流之百度风云榜	108
5.2 BAT 引流之阿里平台引流	108
5.2.1 阿里引流之淘宝店铺	108
5.2.2 阿里引流之淘宝商品评价	109
5.2.3 阿里引流之友情链接	109
5.2.4 阿里引流之点点虫	110
5.2.5 阿里引流之诚信通	111
5.2.6 阿里引流之阿里生意经	112
5.3 BAT 引流之QQ平台引流	114
5.3.1 QQ平台引流之QQ个性签名引流	114
5.3.2 QQ平台引流之QQ群引流	115
5.3.3 QQ平台引流之QQ空间引流	118

5.3.4	QQ 平台引流之 QQ 兴趣部落引流	121
5.3.5	QQ 平台引流之超级 QQ 权限引流	123
5.3.6	QQ 平台引流之 QQ 秀聊天室挂机引流	123
5.4	BAT 引流之微信平台引流	125
5.4.1	微信平台引流之个人微信引流	126
5.4.2	微信平台引流之微信好友互推	139
5.4.3	微信平台引流之微信群引流	140
5.4.4	微信平台引流之微信活动引流	141

第 6 章 借用工具引流，完成精准粉丝转型 145

6.1	工具引流之 @ 引流法	146
6.1.1	微博 @ 引流法	146
6.1.2	QQ 空间 @ 引流法	148
6.1.3	微信朋友圈 @ 引流法	149
6.1.4	线下沙龙 @ 引流法	151
6.2	工具引流之 App 引流	151
6.2.1	App 引流之社交类工具	153
6.2.2	App 引流之购物类工具	160
6.2.3	App 引流之电台类工具	163
6.2.4	App 引流之女性类工具	164
6.3	工具引流之其他引流	168
6.3.1	电子书引流法	168
6.3.2	工具引流之资源引流	169

第 7 章 借用视频引流，效果好得超乎你想象 171

7.1	视频引流的两大方法	172
7.1.1	通过转发视频的方式引流	172
7.1.2	通过自制视频的方式引流	172

7.2 利用“秒拍”导粉引流	172
7.2.1 关于“秒拍”	173
7.2.2 拍摄视频引流的操作方法	174
7.2.3 上传视频引流的操作方法	178
7.3 利用“美拍”导粉引流	180
7.3.1 关于美拍	180
7.3.2 拍摄视频引流的操作方法	181
7.3.3 上传视频引流的操作方法	184
7.3.4 “美拍”直播引流的操作方法	187
7.4 利用“快手”导粉引流	189
7.4.1 关于“快手”	189
7.4.2 拍摄视频引流的操作方法	189
7.5 利用“微视”导粉引流	192
7.5.1 “微视”社区视频的引流效果	192
7.5.2 即拍即传短视频引流的操作方法	194
7.5.3 微视上传本地视频引流的操作方法	197

第8章 借用大赛引流，让百万粉丝为你涨粉 201

8.1 开展征稿、网络大赛吸粉引流	202
8.1.1 通过征稿大赛引流	202
8.1.2 通过网络大赛引流	203
8.2 吸粉引流实战：征稿大赛之前的准备工作	204
8.2.1 准备好征稿大赛需要的文字	204
8.2.2 准备好征稿大赛需要的图片	204
8.2.3 对网络上的投票系统进行筛选	205
8.2.4 筛选之后就可以进行注册了	206
8.2.5 在系统中绑定微信公众号	207
8.2.6 创建图书征稿报名投票活动	210
8.2.7 开启公众号关键字回复功能	210

8.2.8	设置活动名称与回复内容	211
8.2.9	设置活动简介与参与流程	212
8.2.10	设置报名投票时间及相关信息	213
8.2.11	设置投票拉票分享页面信息	214
8.2.12	设置活动奖品信息	215
8.2.13	选择活动页面模板样式	216
8.2.14	设置活动横幅统计栏样式	217
8.2.15	模拟发布, 组织内部人员测试	217
8.3	吸粉引流实战: 征稿大赛中的进程控制	218
8.3.1	后台审核通过报名人员信息	218
8.3.2	后台查看最新票数排行信息	219
8.3.3	收藏投票页面以方便进入查看	220
8.3.4	通过验证粉丝个人信息防止恶意刷票	221
8.3.5	通过屏蔽投票 IP 地址防止恶意刷票	221
8.4	吸粉引流实战: 征稿大赛之后的善后评估	221
8.4.1	从排行榜前列中筛选投票的作品	222
8.4.2	制作作品录用授权协议书	222
8.4.3	发送短信获取用户邮箱	222
8.4.4	给用户一一发送授权协议	223
8.4.5	收取快递并检查授权协议	223
8.4.6	邮寄奖品或安排录用的作品	223
8.5	吸粉引流实战: 征稿大赛的经验技巧总结	224
8.5.1	安全第一, 规划刷号防止封号	224
8.5.2	体验第二, 提升用户投票效率	225
8.5.3	筛选平台, 稳定、速度是首选	225
8.5.4	加强互动, 做好种子用户的培育	226

第9章 借用媒体矩阵, 12家新媒体平台海量引流 227

9.1	20大推广引流平台的基础介绍	228
9.1.1	引流平台之今日头条	228
9.1.2	引流平台之一点资讯	231

9.1.3	引流平台之搜狐公众	233
9.1.4	引流平台之UC云观	234
9.1.5	引流平台之企鹅媒体	237
9.1.6	引流平台之QQ公众	238
9.1.7	引流平台之百度百家	240
9.1.8	引流平台之知乎平台	241
9.1.9	引流平台之网易媒体	241
9.1.10	引流平台之爱微帮	243
9.1.11	引流平台之简书	244
9.1.12	引流平台之思达派	245
9.1.13	引流平台之卢松松博客	246
9.1.14	引流平台之虎嗅网	247
9.1.15	引流平台之砍柴网	248
9.1.16	引流平台之速途网	248
9.1.17	引流平台之猎云网	249
9.1.18	引流平台之锌媒体——关注科技创新	250
9.1.19	引流平台之品途网	251
9.1.20	引流平台之派代网	252
9.2	引流涨粉：利用今日头条推文导粉	252
9.2.1	注册今日头条账号的准备	252
9.2.2	正式入驻今日头条平台	254
9.2.3	撰写推送软文文章导粉	259



第1章

赢在起点，12强百万大号实战案例

学前提示

微信公众平台在各大行业中的作用越来越明显。商家们利用微信与客户进行互访和沟通，积累信任，从而吸引更多的客户，为平台吸粉引流，不断挖掘和传播品牌价值，给用户提供更好的服务，创造商机。



要点展示

- ◎ 美食大号案例学习
- ◎ 旅游大号案例学习
- ◎ 影视音乐大号案例学习
- ◎ 媒体机构大号案例学习
- ◎ 教育大号案例学习
- ◎ 其他大号案例学习



1.1 美食大号案例学习

美食类微信公众号很多，因为“民以食为天”，优秀的美食公众号往往很容易吸引用户的眼球，因此做美食公众号运营的人就多。那么，美食类的微信公众号平台应该如何吸粉引流，为平台的未来发展创造机会，最终实现商业变现呢？在本节中笔者为大家介绍美食类微信公众号营销的实战案例。

1.1.1 美食台——美食视频平台

“美食台”微信公众号是由上海一条网络科技有限公司开发运营的，它每天为用户提供一条原创的美食视频，包括中餐、西餐、烘焙、泡茶等见图 1-1。



图 1-1 “美食台”的微信公众号

一条网络科技将“一条”微信公众号运营成功之后，开始开发运营第二个微信公众号——“美食台”。“美食台”微信公众号在运营的初期，主要是利用各大媒体平台进行吸粉导流的，例如人们常常玩的微博，就能够时刻看到“美食台”的影子。这种媒体平台的传播，帮助人们熟知了“美食台”，从而为平台引进更多的流量。

除了利用各大媒体平台进行吸粉引流之外，“美食台”还会利用“一条”等百万大号进行吸粉引流，软文广告、平台链接入口等已经成为“美食台”最好的吸粉引流方式，而且“一条”和“美食台”是同一个公司旗下的产品，所以“一条”的成功为“美食台”的粉丝增长奠定了坚实的基础。

介绍完了“美食台”的吸粉引流方式，下面，让我们来看看“美食台”的主要盈利方式。所有平台的内容、导流都是为平台盈利打基础的，所以，盈利是每个平台的最终目的。“美食台”的盈利方式见图 1-2。

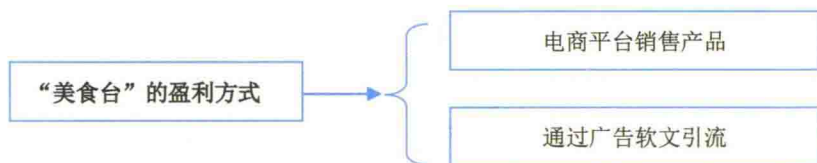


图 1-2 “美食台”的盈利方式

1. 电商平台销售产品

一条网络科技有限公司在“一条”微信公众号上，发布了自己的电商网站——“一条生活馆”。而在建立起“美食台”微信公众号后，这个电商网站又被推广到了新的微信公众号。在“美食台”这个微信公众号上，自动回复一栏，就有“一条生活馆”的推广链接，同时，用户在“美食台”下方的菜单栏中，也可以点击进入“一条生活馆”（见图 1-3）。



图 1-3 通过菜单进入“一条生活馆”

“一条生活馆”是一条网络科技有限公司建立的微商城，致力于为用户提供高品质、精致的商品，包括“数码家电”“服饰美妆”“居家日用”等多种类型的商品（见图 1-4）。