



引爆流量

Detonate
Flow

搜索营销与全网引流实战

谭贤◎著

百度+微信+电商+直播

深度剖析主流渠道引流的方法与技巧

搜索引擎+支付工具+门户网站+二维码

Wi-Fi+手机浏览器+手机助手

全面介绍高频手机工具引流的实操技能



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

引爆流量

搜索营销与全网引流实战

谭贤◎著



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

引爆流量：搜索营销与全网引流实战 / 谭贤著. —
北京：人民邮电出版社，2018.4
ISBN 978-7-115-47681-4

I. ①引… II. ①谭… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第002678号

内 容 提 要

本书围绕移动互联网入口如何引流的主题，讲解流量入口的类型和引流方式，帮助读者快速掌握移动互联网入口引流技巧。

全书包含平台引流和工具引流两条主线。通过百度、微信、电商、直播等平台，深度剖析主流渠道引流的方法与技巧。通过搜索引擎、支付工具、门户网站、二维码、Wi-Fi、手机浏览器、手机助手等工具，全面介绍高频手机工具引流的实操技能。

全书不讲复杂的理论概念，只讲简单有效的实战技巧，可读性强。本书结构清晰，内容详实，语言简洁，图表丰富，适合互联网营销和运营人员阅读。

◆ 著 谭 贤

责任编辑 恭竟平

责任印制 周昇亮

◆ 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>

三河市祥达印刷包装有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：14.75

2018年4月第1版

字数：288千字

2018年4月河北第1次印刷

定价：59.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字20170147号

前言

写作驱动

移动互联网时代来临，“入口”是什么？入口就是需求，是用户的选择，是用户搜索关键词后的直接筛选，是用户下载APP后的行为喜好，是用户最直接的特征展现。入口背后，是极具意义的商业价值，在互联网世界里，几乎所有的商业巨头都在抢占入口，无论是百度、腾讯、阿里巴巴，还是华为、小米等。入口有很多种类，包括阅读入口、邮箱入口、搜索入口、网购入口、社交入口等，每一种类型的入口背后都有着巨大的用户群体，企业抢占了入口，就等于抢占了商机！

如今是“得入口者得天下”的商业思维。“入口”一词，看似寥寥几笔，实则最具深度、最具内涵，在它的背后，可以衍生出无限整合的、分散的、聚焦化的、扩散的、延伸的商业模式，创造的价值是无可估量的。

在互联网、移动互联网界，巨头们的各种融资、收购、研发的动作，常常引发媒体界的轰动，在各类报道中，被提到最多的就是“入口”。“入口”这一关键词已经成为界内的“红词”，而入口这一领域，早就成为界内企业争相抢夺的“红海口”。

入口的演变，可以说是一部改变人类生活的传奇史。入口最开始只是供人们进入一个界面的方式，通过这个入口，人们可以找到自己想要的内容，入口的需求化体现了其本质价值。而随着移动互联网的发展，人们的的生活方式、购物方式、社交方式发生了翻天覆地的变化，“入口”这一名词被越来越多地延伸出更多的商业模式，它们通过一个优秀的、需求量巨大的工具入口掌握人群，再诱导人群进入各自更有商业价值的入口，这就是移动互联网时代的入口思维，而这也会是一个必然的发展结果。

可以说，移动互联网的来临意味着一场洗牌，原来以PC端独占入口的时代已经一去不复返，在这个市场面临倾覆的当口儿，谁会不努力抓住这一线商机？谁不想为企业的未来谋出路？而且，移动互联网时代的入口，其发展空间比PC端要大得多。目前，移动互联网的入口已经覆盖多个方面：

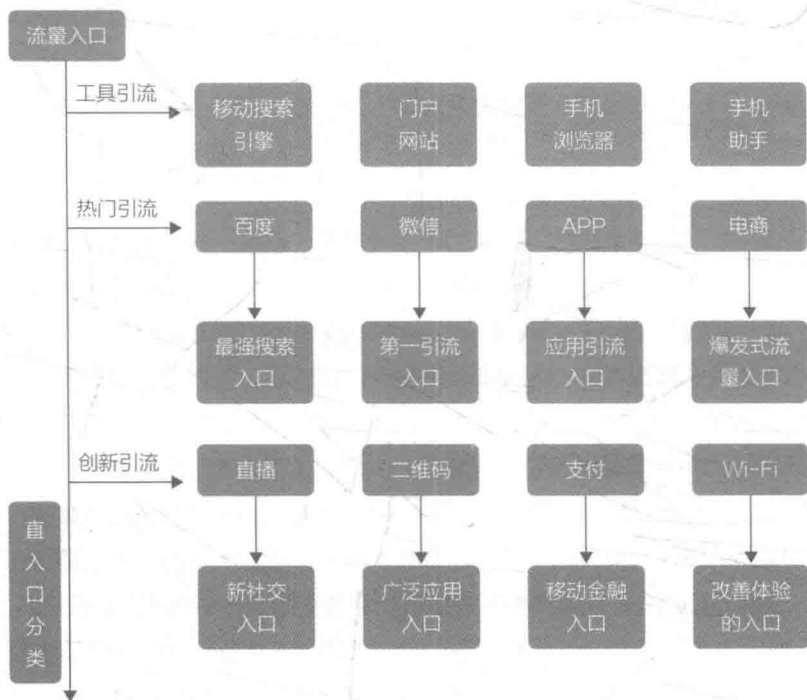
- 手机是入口，APP也是入口，APP中还可以植入入口中的入口；
- 手机桌面是入口，手机地图是入口，手机浏览器是入口，手机搜索是入口；
- 更有微信、微博、QQ等亿级用户群作为社交、游戏、生活服务入口的中坚支撑。

可以说，移动互联网为入口创造了无限可能，也为企业带来了无限商机，谁对入口的理解更透彻，谁对入口的作用更明了，谁对入口更深挖，谁就能最快、最好地把握入口盈利思维，谁就能更快地抢占入口“红海市场”。

💡 本书内容

本书是一本以移动互联网入口为核心，以探索移动互联网入口类型、入口引流方式为根本出发点的专著，以图片、图解的方式深度剖析移动互联网时代百度搜索、微信搜索、APP等多种渠道的引流模式，全面解析了总计八大最热的引流入口和四大工具引流入口！

本书最大的特点是通过10多个最常用最热门的入口类型，以及400多幅通俗易懂的图表，让您轻松读懂移动互联网引流入口！



由于作者的知识水平有限，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 itsir@qq.com。

目录 Contents

第1章

流量为王—— 抢占移动互联网搜索入口

- 1.1 什么是移动互联网搜索 / 2
 - 1.1.1 移动搜索的概述 / 2
 - 1.1.2 移动搜索的种类 / 3
 - 1.1.3 移动搜索的特点 / 5
 - 1.1.4 与桌面搜索的区别 / 5
- 1.2 为什么要抢占移动互联网搜索入口 / 6
 - 1.2.1 移动互联网流量入口的趋势和未来 / 6
 - 1.2.2 打造移动互联网流量入口的方法 / 8
 - 1.2.3 得入口者得天下 / 10
- 1.3 硬件 + 软件的移动互联网的流量入口 / 12
 - 1.3.1 硬件入口到智能硬件入口 / 12
 - 1.3.2 不容错过的操作系统 / 13
 - 1.3.3 经久不衰的浏览器 / 14
- 1.4 网络化 + 移动化 + 虚拟化的引流入口 / 14
 - 1.4.1 网络化流量入口 / 15
 - 1.4.2 移动化流量入口 / 19
 - 1.4.3 虚拟化流量入口 / 26

第2章

入口集合—— 分析移动互联网引流格局

- 2.1 互联网三巨头引领移动入口 / 29

2.1.1 A：阿里巴巴 / 29

2.1.2 T：腾讯 / 30

2.1.3 B：百度 / 31

2.2 不可缺少的个人电脑入口 / 33

2.2.1 传统：台式机 / 33

2.2.2 新式：电脑一体机 / 33

2.2.3 快捷：笔记本电脑 / 34

2.2.4 方便：平板电脑 / 34

2.2.5 创新：掌上电脑 / 34

2.3 广泛分布的智能手机入口 / 34

2.3.1 功能：无线网络实现扩展 / 35

2.3.2 特色：聚集碎片化信息 / 36

2.3.3 市场：竞争激烈的“红海战略” / 36

2.3.4 趋势：智能化配置明显升级 / 37

2.3.5 掌控：颠覆移动发展的工具 / 38

2.4 智能硬件创造新入口工具 / 40

2.4.1 拥有信息处理能力的手表 / 41

2.4.2 带给用户便捷的观影体验 / 42

2.4.3 与传统电视连接的功能盒子 / 43

2.4.4 自由安装各种应用的眼镜 / 45

2.4.5 现代化技术集成家居生活 / 46

2.4.6 推动汽车进入智能时代 / 48

2.4.7 与人类亲密接触的可穿戴设备 / 49

第3章

工具引流—— 开启移动互联网搜索入口

3.1 工具引流之移动搜索引擎入口 / 52

3.1.1 百度搜索 / 52

3.1.2 Google 搜索 / 54

3.1.3 阿里巴巴商务搜索 / 54

3.2 工具引流之门户网站入口 / 56

3.2.1 新浪网 / 56

3.2.2 腾讯网 / 57

3.3 工具引流之手机浏览器入口 / 58

3.3.1 UC 浏览器 / 59

3.3.2 QQ 浏览器 / 61

3.3.3 百度浏览器 / 63

3.4 工具引流之手机助手入口 / 64

3.4.1 360 手机助手 / 64

3.4.2 腾讯手机管家 / 66

3.4.3 百度手机助手 / 67

第4章

百度引流—— 搜索为王的最强流量入口

4.1 搜索推广排名原理 / 71

4.1.1 综合排名指数 (CRI) / 71

4.1.2 拆分解析——质量度 / 72

4.1.3 拆分解析——出价 / 77

4.1.4 点击价格 / 78

4.2 百度搜索推广的方法 / 79

4.2.1 目标定位——定投放目标 / 79

4.2.2 搭建——账户的相关设置 / 81

4.2.3 优化——关键词相关策略 / 83

4.2.4 创意——直接影响点击率 / 87

4.2.5 设置——详解账户设置 / 89

4.2.6 监控——数据的优化监测 / 90

4.3 百度搜索推广流程 / 90

4.3.1 资质准备 / 90

4.3.2 方案准备 / 91

4.3.3 方案上传，等待审核 / 91

4.3.4 测试期管理 / 92

4.3.5 稳定期管理 / 92

4.4 百度搜索引流的方法 / 92

4.4.1 百度网盟推广 / 93

4.4.2 节日营销推广 / 96

4.4.3 整合营销推广 / 97

4.4.4 移动贴吧推广 / 97

4.4.5 百度地图推广 / 99

4.5 百度推广工具引流 / 100

4.5.1 百度统计 / 100

4.5.2 百度推广客户端 / 103

4.5.3 百度指数 / 103

4.5.4 百度搜索风云榜 / 105

第5章

微信引流—— 掌握移动互联网第一引流入口

5.1 微信移动互联网搜索的壮大 / 107

5.1.1 扩大腾讯互联网地盘 / 107

5.1.2 微信成为移动互联网的最大引流入口 / 109

5.1.3 应用号：微信平台的新式玩法 / 110

5.2 变化——搜狗搜索的新战略投资 / 114

5.2.1 搜狗正式接入微信公众号数据 / 114

5.2.2 微信推出搜索势在必行 / 115

5.2.3 搜狗微信搜索的排序解析 / 115

5.2.4 搜狗微信搜索的信息展示 / 116

5.2.5 搜狗微信搜索的使用流程 / 117

5.3 为企业带来流量的微信入口 / 120

5.3.1 入口1：微信公众平台 / 120

- 5.3.2 入口 2: 微信朋友圈 / 122
- 5.3.3 入口 3: 微信支付 / 123
- 5.3.4 入口 4: 微网站 / 124
- 5.3.5 入口 5: 微店 / 124
- 5.3.6 入口 6: 微信小程序 / 125

5.4 微信搜索入口的引流方法 / 128

- 5.4.1 如何做到朋友圈内容搜索第一 / 129
- 5.4.2 提高文章关键词的搜索率 / 129
- 5.4.3 如何做到公众号搜索第一 / 130
- 5.4.4 提高文章关键词排名的技巧 / 131
- 5.4.5 文章标题的优化 / 132
- 5.4.6 文章内容的优化 / 133

第6章

APP 引流—— 持续高涨的应用流量入口

6.1 APP 成为移动互联网超大流量入口 / 135

- 6.1.1 APP 引流时代已经来临 / 135
- 6.1.2 APP 引流市场有哪些竞争 / 135
- 6.1.3 手机 APP 的发展现状 / 136
- 6.1.4 社交分享成为 APP 流量主入口 / 137
- 6.1.5 如何提高 APP 的下载量 / 137
- 6.1.6 APP 开发的未来发展趋势 / 138

6.2 超级 APP 入口的应用 / 138

- 6.2.1 超级 APP 入口之微信 / 138
- 6.2.2 超级 APP 入口之支付宝 / 138
- 6.2.3 超级 APP 入口之百度轻应用 / 139
- 6.2.4 超级 APP 入口之微博开放平台 / 139
- 6.2.5 超级 APP 入口之 UC+ 开放平台 / 140
- 6.2.6 超级 APP 入口之手机地图 / 141
- 6.2.7 超级 APP 入口之车载软件 / 142

6.3 增强用户黏性引爆流量 / 142

- 6.3.1 以用户为核心设计 APP / 142
- 6.3.2 内容服务是 APP 的核心价值 / 145
- 6.3.3 通过奖励模式来辅助引流 / 146
- 6.3.4 利用互动形式来培养核心用户 / 146
- 6.3.5 APP 线上推广渠道 / 146
- 6.3.6 APP 线下推广渠道 / 147
- 6.3.7 使用方便的应用商店 / 148
- 6.3.8 通过新媒体宣传品牌形象 / 148
- 6.3.9 实际运作中的引流方法 / 149

6.4 营销推广成就入口引流 / 149

- 6.4.1 广告营销模式 / 150
- 6.4.2 植入营销模式 / 150
- 6.4.3 内容营销模式 / 150
- 6.4.4 饥饿营销模式 / 150
- 6.4.5 借力营销模式 / 151
- 6.4.6 事件营销模式 / 152

第7章

电商引流—— 爆发增长颠覆传统交易入口

7.1 移动电商网购的发展 / 155

- 7.1.1 网购与移动互联网搜索入口的关联 / 155
- 7.1.2 移动互联网人群网购分析 / 156
- 7.1.3 移动网购争抢平台多入口 / 157

7.2 网购电商平台入口 / 157

- 7.2.1 微淘 / 158
- 7.2.2 淘宝 / 158
- 7.2.3 京东 / 159
- 7.2.4 天猫 / 160
- 7.2.5 亚马逊 / 161

7.3 淘宝运营提高店铺搜索流量 / 162

- 7.3.1 影响淘宝搜索排名的因素 / 162
- 7.3.2 哪些违规做法会被降权 / 164
- 7.3.3 卖家的流量问题 / 164
- 7.3.4 提升宝贝的搜索排名 / 165
- 7.3.5 淘宝店铺装修的细节 / 166

第8章

直播引流—— 展现人气力量的新社交入口

8.1 直播与移动互联网入口的关联 / 169

- 8.1.1 移动互联网视频直播的发展 / 169
- 8.1.2 直播的未来趋势 / 169
- 8.1.3 网络直播成为移动互联网的“宠儿” / 169
- 8.1.4 打造全民直播生态 / 169
- 8.1.5 视频直播 APP 将风靡全球 / 170
- 8.1.6 视频直播创业也将成为一种考验 / 170

8.2 直播热门入口 / 170

- 8.2.1 优酷直播 / 170
- 8.2.2 乐视直播 / 171
- 8.2.3 美拍直播 / 172
- 8.2.4 映客直播 / 172
- 8.2.5 斗鱼 / 172
- 8.2.6 虎牙直播 / 173
- 8.2.7 龙珠直播 / 174
- 8.2.8 考拉 FM / 174

8.3 直播引流方法 / 176

- 8.3.1 创意引流 / 176
- 8.3.2 积累行业经验 / 176
- 8.3.3 专业的技能 / 176
- 8.3.4 打造知识交易模式 / 176

- 8.3.5 利用网红直播引流的原则 / 177
- 8.3.6 保证互动率 / 177
- 8.3.7 与社交平台结合直播 / 178
- 8.3.8 二维码名片 / 179
- 8.3.9 直播购物 / 179
- 8.3.10 热门活动现场直播 / 179
- 8.3.11 直播制作过程或培训 / 179

第9章

二维码引流—— 改变生活的移动入口

9.1 二维码与移动互联网入口的关联 / 182

- 9.1.1 智能手机普及打开二维码市场 / 182
- 9.1.2 线上线下极大地方便了人们的生活 / 183
- 9.1.3 二维码在 O2O 营销中架起桥梁 / 184
- 9.1.4 二维码成为 O2O 入口 / 185
- 9.1.5 网购扫码成购物新入口 / 186

9.2 巨头在二维码入口领域的动作 / 187

- 9.2.1 腾讯推出微信二维码 / 187
- 9.2.2 阿里巴巴推出支付宝二维码 / 189
- 9.2.3 搜狗推出手机输入法二维码 / 190

9.3 行业案例：二维码的广泛应用 / 190

- 9.3.1 餐饮消费，二维码的引流方法 / 190
- 9.3.2 旅游景区，二维码海量引流 / 192
- 9.3.3 医疗行业，借助二维码看病 / 193
- 9.3.4 交通出行，二维码带来便利 / 194
- 9.3.5 会员营销，二维码积分运用 / 195

第10章

支付引流—— 移动金融的流量入口

10.1 移动支付入口的发展 / 197

- 10.1.1 挖掘移动支付入口 / 197
- 10.1.2 发现移动支付入口的价值 / 197
- 10.1.3 提供更个性化的需求 / 198
- 10.1.4 移动支付成为金融入口 / 198
- 10.1.5 银联抢夺线下支付 / 199

10.2 认识移动支付 / 199

- 10.2.1 什么是移动支付 / 199
- 10.2.2 支付方式 / 200
- 10.2.3 使用方法 / 200
- 10.2.4 发展趋势 / 200
- 10.2.5 安全隐患 / 200

10.3 多样化移动支付场景 / 200

- 10.3.1 场景 1: 远程支付 / 200
- 10.3.2 场景 2: 近场支付 / 201
- 10.3.3 场景 3: 手机刷卡 / 202
- 10.3.4 场景 4: 短信支付 / 203
- 10.3.5 场景 5: 声波支付 / 203
- 10.3.6 场景 6: 二维码支付 / 204
- 10.3.7 场景 7: 刷脸支付 / 205
- 10.3.8 场景 8: HCE 云支付 / 205

10.4 支付引流的案例分析 / 206

- 10.4.1 通过红包抢夺移动支付入口 / 206
- 10.4.2 移动支付成为线上线下的入口 / 207
- 10.4.3 支付和商业结合产生金融王国 / 208
- 10.4.4 银联“4折”夜来袭 / 209

第11章

Wi-Fi引流—— 改变生活的移动入口

11.1 Wi-Fi 成为场景移动入口 / 212

- 11.1.1 Wi-Fi 打造流量入口 / 212

11.1.2 巨头 Wi-Fi 布网争夺移动入口 / 213

11.2 Wi-Fi：蕴含巨大的商业机遇 / 213

11.2.1 Wi-Fi 可以实现商业化应用 / 214

11.2.2 Wi-Fi 让传统企业开始变革 / 215

11.2.3 微信连 Wi-Fi 打造 O2O 营销入口 / 216

11.3 Wi-Fi 常见入口端 / 217

11.3.1 360 入口 / 217

11.3.2 小米入口 / 218

11.4 巨头借 Wi-Fi 打造入口级生态链 / 219

11.4.1 腾讯免费 Wi-Fi 入口布局广泛 / 219

11.4.2 阿里巴巴推出“淘 Wi-Fi”应用 / 220

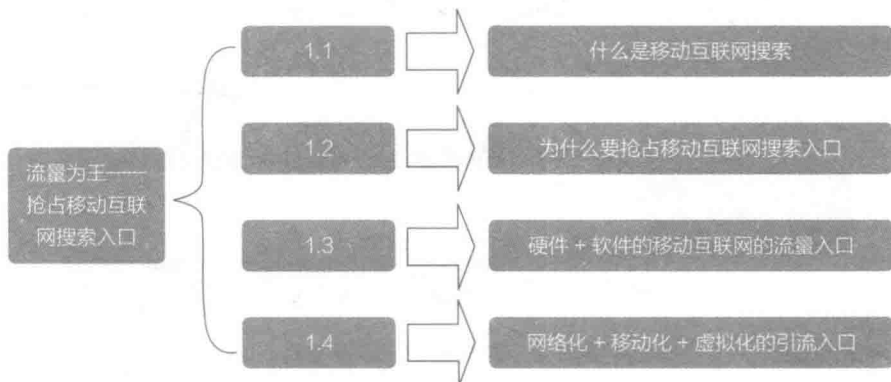
11.4.3 猎豹推广免费 Wi-Fi 应用 / 221

第1章

流量为王—— 抢占移动互联网搜索入口



如今，很多移动互联网报道都提到了“搜索入口”几个字，同时也有很多的移动互联网创业者把“抢占搜索入口”作为奋斗目标。那么，到底“搜索入口”是什么呢？为什么要抢占它呢？抢占它对于引流、平台流量有什么作用呢？



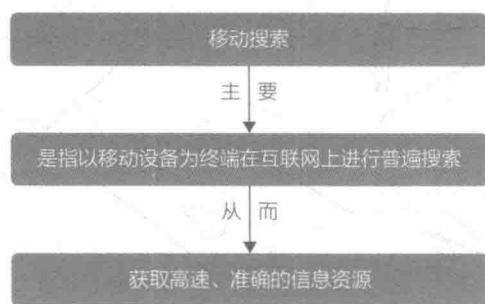
1.1 什么是移动互联网搜索

想要了解移动互联网搜索入口，首先要了解什么是移动互联网搜索。本节内容包括移动互联网搜索的概述、种类及与桌面搜索的区别。

1.1.1 移动搜索的概述

随着科技的发展，智能手机、平板电脑等移动设备的利用率越来越高，尤其是智能手机的使用。随着信息的迅速膨胀，智能手机几乎成为人们最主要的信息流通设备之一，随时随地刷微信朋友圈、刷微博、逛论坛贴吧、看视频等，都是人们离不开手机的理由，而能够实现这些的，全都依赖于3G、4G、无线网络技术的发展。正是这些技术的发展，让手机上网成为了人们获取资源信息的主流方式之一，也因此让移动搜索变得越来越受欢迎。

移动搜索是一种高速、准确获取信息资源的方式，它主要是指基于移动终端设备，让用户在互联网上搜索任何自己想要的信息，从而实现资源的分享与获取，如图1-1所示。



▲ 图 1-1 移动搜索的概述

移动搜索主要是使用内容提供商的引擎对网络进行搜索，主要实现方式有两种，如图1-2所示。



▲ 图 1-2 移动搜索主要实现方式