

双色
印刷

玩转移动互联网营销系列

干货多！通过大量的干货知识，全方位图解微信营销与运营方法！
剖析深！大量放送引流技巧、运营手段、营销方法！

企业高盈利的
微信营销是
这样玩的！



玩转微信

商业分析 + 运营推广 + 营销技巧 + 实战案例

海天电商金融研究中心 编著

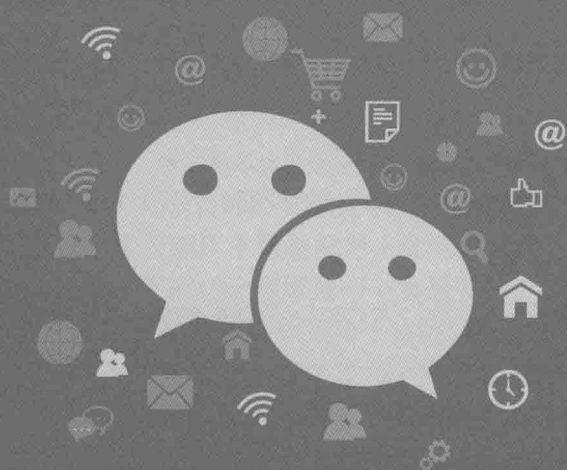
微信营销、公司运营，一本就够！

☒ 微信功能 ☒ 微信引流 ☒ 营销技巧 ☒ 公众平台 ☒ 内容编辑 ☒ 内容推送 ☒ 经营策略
☒ 互联网行业 ☒ 餐饮行业 ☒ 娱乐行业 ☒ 旅游行业 ☒ 生活休闲业 ☒ 营销模式 ☒ 盈利途径
☒ 未来展望 ☒ 隐患预防

清华大学出版社



玩转移动互联网营销系列



玩转微信

商业分析 + 运营推广 + 营销技巧 + 实战案例

海天电商金融研究中心 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

一个行业，怎样运用微信营销进行产业分析、商机挖掘？一家公司，又如何运用微信进行营销推广、品牌传播？

本书全面介绍了微信功能、微信引流、营销技巧、公众平台使用技巧、内容编辑、经营策略、营销模式、盈利途径、隐患预防以及对各行各业的前景展望，特别是对旅游业餐饮服务业、生活休闲业、娱乐业、互联网行业、电商行业等影响力大的领域进行剖析，帮助读者了解如何才能更好地进行微信营销。

书中通过 9 个行业应用挖掘+10 章专题内容详解+20 多个营销案例+130 多个图解展示+400 多张图片，深度剖析微信营销的商业分析、运营推广、营销技巧和实战案例，让您一书在手，轻松掌握微信公众营销。

本书适合对微信营销感兴趣的所有人员；特别是企业经营者、管理者，以及互联网营销岗位的工作人员等。

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

玩转微信：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例/海天电商金融研究中心编著. —北京：清华大学出版社，2017

(玩转移动互联网营销系列)

ISBN 978-7-302-45012-2

I. ①玩… II. ①海… III. ①网络营销—基本知识 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 218508 号

责任编辑：杨作梅 吴艳华

装帧设计：杨玉兰

责任校对：吴春华

责任印制：杨 艳

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

课 件 下 载：<http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 刷 者：北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者：三河市溧源装订厂

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：16.25 字 数：290 千字

版 次：2017 年 1 月第 1 版 印 次：2017 年 1 月第 1 次印刷

印 数：1~3000

定 价：49.80 元

产品编号：069734-01

序言

发生于 2015 年的各种轰轰烈烈互联网转型、跨界、创新、创业方兴未艾地渐渐远去了。2016 年，APP、微信、大数据、WiFi 的营销，已作为互联网及移动互联网最为典型也最为火爆的营销手段汹涌来袭！O2O、电商、微商、自媒体等，依旧在炮火纷飞中快速成长。

作者团队基于过去的经验、现在的经历、未来的趋势，特策划了本套“玩转移动互联网营销系列”丛书，力求从产业痛点、行业分析、运营推广、营销技巧、实战案例等角度，为大家做出一点分析，奉献自己的绵薄之力。本套丛书的具体书目如下：

《玩转 O2O：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转 APP：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转微信：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转大数据：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转电商：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转微商：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转 WiFi：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

《玩转自媒体：商业分析+运营推广+营销技巧+实战案例》

本套书在编写时，从行业产业的高度，进行商业模式的分析；从公司经营的角度，讲解推广和营销的技巧；从实战的角度，精选案例进行剖析；从最难点和痛点入手，专门解决客户最头痛的问题；最后，这些内容的核心，就是帮助用户解决某个问题或某类问题！

作为电商类的图书，有些经验及技巧是互通的，比如 O2O 的商业模式，与 APP 线上线下运营可能极为相关，而大数据与电商的关系极为密切，如微商最大的痛点引流，却也是自媒体最需要的内容，因此，本套丛书的知识内容是可以融会贯通、相互借鉴的。

借用某款口香糖的一句广告词：两粒一起吃，效果可能更好哦！同理，对电商、微商、自媒体等感兴趣的朋友，可以多参考两三本的内容，这样收益会更大。

本套图书在编写时，采用了 MBA 逻辑图解的方法，更加直观、形象地展示文字知识和逻辑关系，希望读者认真体会，学有所获。

■ 写作驱动

随着移动互联网的快速发展以及智能手机的普及，越来越多的人成为微信用户。微信以其独特而巨大的营销价值和史无前例的发展速度，为企业提供了一个绝佳的营销平台，引领企业走向移动电子商务时代下经济发展的春天，开启营销的新时代。

本书以微信营销为核心，以图解的方式全面、深入剖析微信功能、微信引流、营销技巧、公众平台技巧、内容编辑、经营策略、营销模式、盈利途径、隐患预防以及对各行各业的前景展望，特别是第6章结合与营销相关的行业内容，围绕6个行业全面解析了其微信营销的模式。

本书采用集理论、案例和技巧于一体的结构框架对微信营销进行了全面的剖析，让您轻松掌握如何开拓新的市场空间，焕发企业活力。



■ 本书特色

(1) 技巧丰富，包含 20 多个营销案例：本书巧妙地将微信营销知识与运营方法嵌入到行业案例中，通过 20 多个案例生动形象地将营销手段与运营方法表述出来，让读者能够快速吸收、全面掌握微信营销与运营的相关事宜。

(2) 针对性强，渗透近 9 个行业领域：涉及餐饮行业、服务行业、住宿行业、交通行业、通信行业、传媒行业、娱乐行业、旅游行业、互联网行业等人们生活和工作的各个领域！通过对大量案例进行深入地讲解和分析，使读者全面了解整个行业产业的微信营销与运营思路与方法。

(3) 容易理解，构建近 130 多个逻辑图解：针对微信的相关案例，通过详细的逻辑图解从微信营销的技巧、应用等方面将微信的营销手段进行分析，推动读者进入微信营销新时代。

■ 图解提示

本书侧重于微信营销的实际案例分析，采取了全图解的方式帮助读者快速了解和掌握重点和核心知识，为提高读者的阅读效率做了很大努力。而读者需要在阅读过程中理清逻辑关系，以便更好、更快地理解本书内容，从而感受到阅读的知识性和趣味性。

■ 作者信息

本书由海天电商金融研究中心编著，参与编写的人员有易苗、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。由于作者知识水平有限，书中难免有疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系邮箱：feilongbook@163.com。

编者

目录

第1章 由浅入深：轻轻松松

掌控微信 1

1.1 微信入门指导 2

1.1.1 轻松认知微信 2

1.1.2 微信下载安装流程 2

1.1.3 微信的账号注册及登录 4

1.1.4 微信界面一览 7

1.2 微信有哪些热门功能 10

1.2.1 语音功能：更为便捷的 聊天方式 10

1.2.2 摇一摇功能：增加用户 之间的交流互动 13

1.2.3 公众平台：快速实现 全新的公众服务 16

1.2.4 消息推送：最基本 的信息散播方式 18

1.2.5 附近的人：让用户扩大 社交圈 19

1.2.6 二维码：图形记录数据 符号 20

1.2.7 漂流瓶：扩大你的 朋友圈 25

1.3 微信版本更新优化了哪些内容 27

1.3.1 在收藏界面中创建 图文笔记 27

1.3.2 微信聊天记录群转发 28

1.3.3 微信支持智能手表收红包 28

1.3.4 微信的其他功能 29

1.4 使用微信是否收费 30

1.4.1 微信使用资费详情 30

1.4.2 如何节省手机流量 31

第2章 微信引流：让你的微信

公众号瞬时火起来 33

2.1 个人微信号引流攻略大全 34

2.1.1 导入手机通讯录引流法 34

2.1.2 三号合一引流法 36

2.1.3 雷达快捷添加引流法 39

2.1.4 软文引流法 41

2.1.5 人际关系引流法 41

2.1.6 产品二维码引流法 42

2.2 公众平台号引流攻略大全 43

2.2.1 微信导航网站引流法 43

2.2.2 个人微信号推广引流法 46

2.2.3 图片加水印推广引流法 47

2.2.4 硬件刷粉引流法 47

2.2.5 线下宣传推广引流法 48

2.2.6 线上活动推广引流法 49

2.2.7 BBS 推广引流法 49

2.2.8 QQ 邮箱推广引流法 51

2.2.9 名片推广引流法 52

第3章 智取金山：玩转营销

必学精髓 55

3.1 怎样牢牢抓住用户眼球 56

3.1.1 定位要足够准确 56

3.1.2 内容要足够精彩 57

3.1.3 账号域名要有特色 58

3.2 如何策划用户参与的互动 59

3.2.1 站在粉丝的角度设置

栏目 59

3.2.2 站在粉丝的角度编辑	4.1.3 公众号导航..... 76
内容60	4.2 微信公众平台使用手册..... 77
3.2.3 站在粉丝的角度	4.2.1 账号申请：属于自己的
策划活动61	品牌大本营..... 77
3.2.4 企业对活动流程的	4.2.2 账号认证：让你的平台
思考与衡量62	有个显眼的身份..... 82
3.3 玩转微信的十大营销法则63	4.2.3 账号加友：粉丝是经营的
3.3.1 法则一：找准目标群体63	根本所在..... 83
3.3.2 法则二：借鉴成功案例63	4.2.4 账号营销：与收益直接
3.3.3 法则三：利用各种资源64	挂钩..... 84
3.3.4 法则四：了解受众需求64	4.2.5 账号管理：给自己账号
3.3.5 法则五：升级营销效率65	一个健康发展的未来..... 85
3.3.6 法则六：突出营销亮点66	4.3 微信公众平台的经营策略..... 85
3.3.7 法则七：用优惠吸引	4.3.1 内容定位..... 85
顾客66	4.3.2 尽快认证..... 86
3.3.8 法则八：推陈出新，	4.3.3 线上线下相结合..... 87
突破固有67	4.3.4 设置自动回复功能..... 87
3.3.9 法则九：吸引用户目光67	4.3.5 有奖活动互动..... 88
3.3.10 法则十：坚持就是胜利68	4.4 微信公众平台成功案例运行
3.4 微信营销成功案例展示68	分析..... 88
3.4.1 豆瓣同城69	4.4.1 “招商银行”案例分析..... 88
3.4.2 《南方周末》70	4.4.2 “1号店”案例分析..... 89
3.4.3 琢磨先生71	4.4.3 “政务微信”案例分析..... 90
3.4.4 iPhone 频道71	4.4.4 “ONE 一个”案例分析 91
3.4.5 果壳网72	
第4章 不可或缺：微信公众平台	第5章 特立独行：编辑与众不同的
使用技巧73	微信内容93
4.1 微信公众平台的作用74	5.1 微信公众平台的内容运营技巧..... 94
4.1.1 微信公众号的概念及	5.1.1 微信公众平台群发
定位75	信息的操作步骤..... 94
4.1.2 微信公众号的推广途径75	5.1.2 微信公众内容推送的
	类别..... 98

5.1.3 微信公众号的运营模式	102	6.2 微信营销对传统电商行业的	
5.2 微信公众平台的内容推送技巧	105	作用	134
5.2.1 内容: 不同情况,		6.2.1 实现一对一互动	134
不同类型	106	6.2.2 打造 O2O 新模式	135
5.2.2 标题: 构思精巧,		6.2.3 促进物联网的发展	136
引人注目	106	6.3 如何让微信在电商领域大显	
5.2.3 素材: 真实可靠,		身手	136
知识延伸	107	6.3.1 “微信+O2O” 电商模式 ..	136
5.2.4 推送时间: 考虑全面,		6.3.2 传统电商平台的	
定时发送	108	微信营销	140
5.2.5 自动回复: 细心体贴,			
通俗易懂	109	第 7 章 黄金时代: 开创财富	
5.3 微信公众平台的内容写作技巧	112	大道	145
5.3.1 什么样的内容才能吸引		7.1 八大方向, 开创财路	146
用户眼球	112	7.1.1 开发微信新产品创业	146
5.3.2 什么形式的广告植入		7.1.2 利用 APP 平台创业	148
更容易被接受	113	7.1.3 数据开放平台创业	150
5.3.3 微信公众号有哪些		7.1.4 品牌商家账号代运营	152
写作误区	116	7.1.5 微信开放接口代开发	153
第 6 章 潜移默化: 微信用途之		7.1.6 垂直化或区域化的	
传统行业和电商行业	117	简易搜索	154
6.1 如何让微信融入、推动传统		7.1.7 移动电商平台	155
行业	118	7.2 个人创业微信营销案例分析	155
6.1.1 旅游业微信营销策略	118	7.2.1 微信卖粟米进账 200 万	155
6.1.2 餐饮服务业微信营销		7.2.2 微信直销草鸡蛋	156
策略	123	7.2.3 “水果哥” 凭微信月入	
6.1.3 生活休闲行业微信		4 万	157
营销策略	126	7.2.4 微信卖酒月销 5 万	158
6.1.4 娱乐业微信营销策略	129	7.2.5 “小农女” 通过微信卖菜	162
6.1.5 互联网行业微信营销		7.3 企业创新微信营销案例分析	166
策略	131	7.3.1 凯迪拉克	166
		7.3.2 金六福	168

7.3.3	中金在线	169
7.3.4	慕思	170
7.3.5	飘柔 Rejoice	172
7.3.6	绿源电动车	173
7.3.7	中国联通	175

第8章 异曲同工：实现共同

盈利的途径.....177

8.1	挖掘微信的营销模式	178
8.1.1	草根植入式—— 附近的人	178
8.1.2	品牌活动式——漂流瓶	180
8.1.3	O2O 折扣式——扫一扫	183
8.1.4	社交分享式——朋友圈	187
8.1.5	互动营销式—— 微信公众平台	189
8.2	实现盈利目的的途径	190
8.2.1	微信 VIP：通过付费形式 获利	191
8.2.2	LBS 推荐：占领移动 营销市场	191
8.2.3	APP 应用：开发接入 各种应用	194
8.2.4	客户管理：挖掘更多 真实客户	195
8.2.5	流量引导：通过微信 搜索引流	196
8.2.6	硬性广告：借助微信 植入广告	197
8.2.7	付费订阅：采用付费 阅读模式	198

8.2.8	开发物联网：“微信+ 物联网”模式	200
-------	----------------------------	-----

第9章 透析行情：微信的现状和 前景分析.....203

9.1	目前微信营销是什么处境	204
9.1.1	竞争越来越激烈	205
9.1.2	投资多种多样	211
9.1.3	创业方式增多	211
9.2	微信营销发展有什么阻力	214
9.2.1	在 PC 端上的用户不多	214
9.2.2	用户排斥广告消息的 推送	214
9.2.3	对客服的投入增加	215
9.2.4	很难平衡用户感受和 商业利润	216
9.2.5	容易造成大企业的 “垄断”	217
9.2.6	微信公众平台尚未成熟	217
9.3	微信营销商该怎么做才能 减少阻力	218
9.3.1	寻找适合微信营销的 品牌	218
9.3.2	尽量满足用户的需求	219
9.3.3	结合地理位置贴心服务	221
9.4	微信营销未来发展趋势与法则	222
9.4.1	三大趋势，把握微信 营销发展方向	223
9.4.2	三大法则，抓住微信 营销的要点	225

第 10 章 小心翼翼：预防微信营销的隐患.....	227	10.3 微信创业有哪些弯路.....	239
10.1 小心微信的风险.....	228	10.3.1 盲目跟风.....	239
10.1.1 避免掉入微信代购的圈套.....	228	10.3.2 犹豫不决.....	239
10.1.2 注意防范微信奢侈品骗局.....	230	10.3.3 害怕封号.....	240
10.1.3 朋友圈的广告现象.....	233	10.3.4 管理不当.....	240
10.2 企业微信该如何防骗.....	236	10.3.5 鼓吹人工客服.....	240
10.2.1 不要相信陌生人.....	236	10.3.6 过度群发消息.....	241
10.2.2 不要使用“站街”软件.....	236	10.4 微信营销的八大禁忌.....	241
10.2.3 不要热衷于微信“刷粉”.....	237	10.4.1 不注重粉丝的质量.....	242
10.2.4 不要选择不好的服务公司.....	238	10.4.2 不了解互动的形式.....	242
		10.4.3 错误理解微信 APP.....	243
		10.4.4 过度推送微信消息.....	243
		10.4.5 随意编写微信内容.....	244
		10.4.6 把朋友当作营销桥梁.....	244
		10.4.7 单一无趣的微信广告.....	245
		10.4.8 盲目地开发功能.....	245



第 1 章

由浅入深：轻轻松松掌控微信



学
前
提
示

微信于 2011 年 1 月由腾讯公司发布，是一款具有时效性的聊天工具。短短几年的发展，微信从简单的短信聊天升级到了火热的语音聊天，很快便拥有了超过 6 亿的庞大用户群。

微信的不断完善让用户享受到了全方位、高品质的体验。



要
点
展
示

- ▶ 微信入门指导
- ▶ 微信有哪些热门功能
- ▶ 微信版本更新优化了哪些内容
- ▶ 微信使用是否会收费

1.1 微信入门指导

现如今微信使用越来越频繁，从聊天到创业，微信逐渐融入人们的生活中，成为不可或缺的一部分。

微信到底是什么？企业又该如何更好地去驾驭微信呢？

1.1.1 轻松认知微信

微信是腾讯公司于 2011 年年初推出的一款通过网络快速发送语音短信、视频、图片和文字，支持多人群聊的手机聊天软件。微信从开始研发至今拥有几亿的用户，只用了短短几年时间，不得不说这是一个有着巨大潜力的软件。

微信与同类聊天工具比较起来更具有时效性，更为强大，平台的局限性较小。只要安装了微信，随时随地都可以跨地域地畅聊。

至今，微信已经更新到了版本 6.3.22，如图 1-1 所示。



图 1-1 微信 6.3.22

微信不仅仅只是单纯的聊天工具，更是一种全新的生活方式，给人们的生活带来了许多便捷之处。微信不仅在国内风靡，因其拥有 20 多种语言功能，也使得其在海外的地位节节飞升。目前，微信已覆盖 200 多个国家，有着非常巨大的影响力。大量数据都在表明，微信时代已经来临。

1.1.2 微信下载安装流程

微信在 iPhone、Android、Symbian、Windows Phone、BlackBerry 等手机平台上

都可以顺畅地运行。下面就以 Android 为例，介绍微信的下载安装方法。

目前，在微信官网有 6 种下载方式，分别为：官网点击下载、腾讯管家一键安装下载、扫二维码下载、手机上网下载、手机腾讯网下载、发送手机短信下载，如图 1-2 所示。

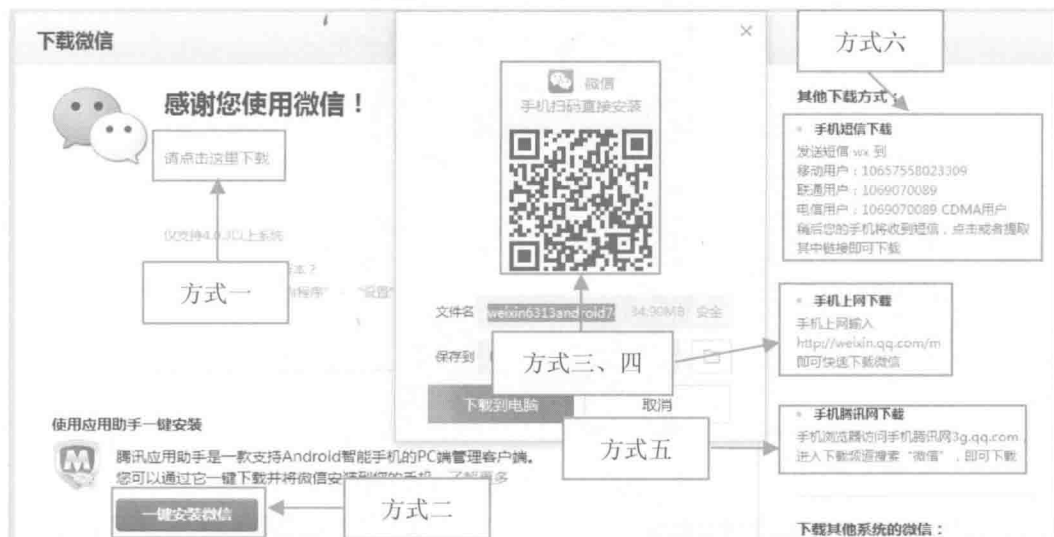


图 1-2 微信官网下载方式

当然用户也可以在手机上，通过相关应用商店进行微信下载，如图 1-3 所示。



图 1-3 手机软件下载方式

下载完成后，点击“下一步”按钮进行安装，如图 1-4 所示，安装界面如图 1-5 所示。



执行以上步骤后点击“确定”按钮，然后再点击“完成”按钮，如图 1-6 和图 1-7 所示。至此，微信安装完毕。



图 1-4 点击“下一步”按钮



图 1-5 微信的安装



图 1-6 点击“确定”按钮



图 1-7 点击“完成”按钮

1.1.3 微信的账号注册及登录

1. 微信账号的注册

在登录界面点击“注册”按钮，如图 1-8 所示，进入“填写手机号”界面，输入

昵称、国家/地区、手机号码、密码，如图 1-9 所示。

点击“注册”按钮，弹出“确认手机号码”对话框，点击“确定”按钮，如图 1-10 所示。



图 1-8 微信界面



图 1-9 微信手机号注册(1)

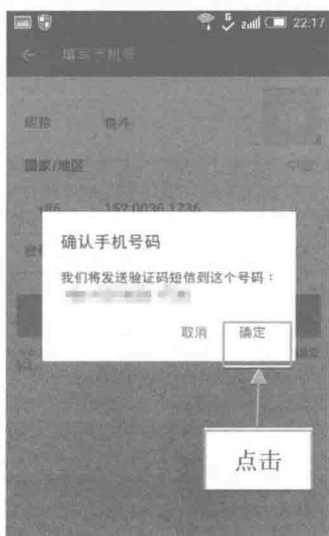


图 1-10 微信手机号注册(2)

进入“填写验证码”界面，输入官方短信发送的验证码，然后点击“下一步”按钮，即可完成注册操作，如图 1-11 所示。



图 1-11 微信手机号注册(3)

2. 微信账户的登录

用户登录微信可以使用手机号、微信号、邮箱地址和 QQ 号，一般来说，用得较多的就是使用 QQ 号或者手机号登录。

如果用户有 QQ 账号，可以直接使用 QQ 账号登录微信，如图 1-12 所示。

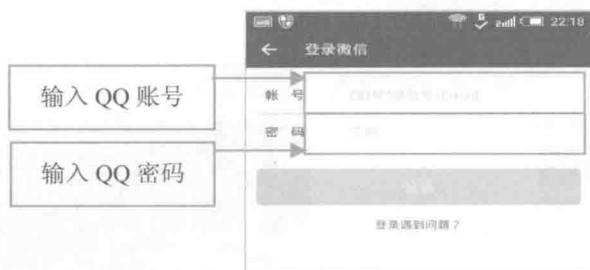


图 1-12 QQ 账号登录

如果用户用手机号码登录，如图 1-13 所示。



图 1-13 手机号码登记