

汇学电商学院 校长倾囊相授，价值百万的**微信营销**大课堂

# 微信**朋友圈** 营销**实战**

**运营技巧+盈利模式+经典案例**

**6招**微信吸粉引流

**7招**内容提升秘诀

**7招**打造最红自明星

**7招**轻松玩转微信群

**7招**搞定促销技巧

**5大**赚钱商业模式

**7大**最强销售话术

**7大**心理揣摩策略



# 微信 朋友圈 营销实战



倪林峰◎著



店铺开在手机端，商品摆上朋友圈

版权专有 侵权必究

---

图书在版编目 (CIP) 数据

微信朋友圈营销实战 / 倪林峰著. —北京: 北京理工大学出版社,  
2016.10

ISBN 978-7-5682-2351-5

I. ①微… II. ①倪… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第109642号

---

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市华骏印务包装有限公司

开 本 / 710毫米 × 1000毫米 1/16

印 张 / 14.5

字 数 / 185千字

版 次 / 2016年10月第1版 2016年10月第1次印刷

定 价 / 39.80元

责任编辑 / 王晓莉

文案编辑 / 王晓莉

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

---

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

# 目录

## 第一章 把熟人变成客户，把朋友圈变成生意圈

微信朋友圈带有一定的私密性，一个圈子中的人彼此之间往往相对熟悉，有亲戚、朋友、同事、老师这些关系很“铁”的人，也有客户、孩子老师、孩子同学家长、驴友、网友等关系一般的“熟人”。总之，你的微信朋友圈中存在的人，和你之间都存在着或多或少的联系，相对于那些陌生人，他们则很好说话，也更容易相信你的话。

正是因为微信朋友圈天生具有的“熟人”优势，才使个人在其中进行某些商业活动的成功概率更大，效果更佳。也就是说，只要方法得当，掌握相应的技巧，那么个人就能将熟人变成客户，把朋友圈变成生意圈，获得更多的互联网经济红利。

- 1.1 成本低廉，在家就能做老板 ..... 2
- 1.2 天然信任做营销屏障，提高成交率 ..... 7
- 1.3 客户精准，营销信息到达率高 ..... 11
- 1.4 文字、图片、语音让营销更便利 ..... 16
- 1.5 一对一服务，让营销更具人性化 ..... 21
- 1.6 连环人际模式，迅速扩大影响力 ..... 25

## 第二章 流量决定销量，朋友圈里的吸粉大法

要想让营销信息在微信朋友圈获得尽可能多的关注，就必须让朋友圈具备

相应的流量，吸收尽可能多的粉丝。如此，产品营销信息只有发布到朋友圈中，才能被更多人看到，从而被转发到更多的圈子中去。所以不管企业还是个人，要想在微信朋友圈打开“市场”，首先要做的就是引流，想方设法地增加粉丝。

2.1 把手机通讯录导入朋友圈 .....	32
2.2 请QQ好友进朋友圈 .....	35
2.3 添加附近的人，准确定位 .....	37
2.4 摇一摇，摇出更多客户 .....	41
2.5 消息群发，吸引潜在客户 .....	43
2.6 鼓励朋友转发，挖出朋友的朋友 .....	46

### 第三章 内容提升黏性，多分享有价值的内容

如果想用在微信朋友圈内发布的内容最大限度地吸引客户的关注，那么需要跟客户分享有价值的内容，如此，才能不断地提升自己与客户的关系黏性，拉近和客户情感上的距离。一篇好的内容发布，必须具备一些吸引客户关注的亮点，才能显得与众不同，易于引发大家深入阅读的兴趣——或给客户带来愉悦，或为客户奉献上专业性“大餐”，或让客户增加见识……总之，微信朋友圈中的内容发布只有存在相应的价值，才能让你真正走进客户的视野，走进客户的内心。

3.1 标题要让人看一眼就有打开的欲望 .....	50
3.2 使用富有人情味的句子，才能留住粉丝 .....	53
3.3 满足用户需求，用户才会关注 .....	56
3.4 用原创日志感染粉丝 .....	58
3.5 故事让内容更具吸引力 .....	61
3.6 让图片替你“说话” .....	64

3.7 将内容和时事热点“捆绑销售” .....	67
--------------------------	----

## 第四章 自明星，成为产品最好的代言人

要想在微信朋友圈做好营销，让自己的产品和服务为大家所熟知和认可，一个关键的前提就是做出明星效应。正如一个产品在电视上做广告的时候需要找明星代言一样，你在微信朋友圈卖产品同样需要明星代言，这样才能吸引大家的关注，而这个明星的第一人选就是你自己。可以这样说，能不能将自己打造成微信朋友圈中的明星，决定着你在微信朋友圈营销的成败。

4.1 卖产品不如“卖自己”，制造自己的影响力 .....	72
4.2 给自己贴上标签，从凡人堆里突围出来 .....	75
4.3 秀出绝活，把自己打造成“达人” .....	79
4.4 撰写自己的故事，增强神秘感 .....	83
4.5 多平台宣传自己，广泛吸粉 .....	85
4.6 开展兴趣社交模式，吸引真爱粉丝 .....	90
4.7 晒出你的体验，做最好的产品代言人 .....	93

## 第五章 微信群，朋友圈里的新营销阵地

很多人在利用微信进行产品营销时总是会有意无意地忽视微信群，觉得微信群无非就是大家闲聊的场所，其营销价值并不大。持有这种观点的人显然对微信群缺乏深入的认知，其实利用好微信群，它就可以成为你朋友圈里的新营销阵地，有助于你和你的产品走进更多客户的内心，占领更多的市场份额。

5.1 做能掌握微信群“生杀大权”的群主 .....	98
5.2 创造娱乐化入口，把弱关系变成强关系 .....	101
5.3 适时发红包，活跃群内气氛 .....	104
5.4 挑起热门话题，用互动征服客户的心 .....	106

5.5 针对群定位每天发消息 .....	109
5.6 与群内活跃成员沟通，使其帮助你带动他人 .....	113
5.7 建立多个微信群进行互推，使粉丝利用最大化 .....	114

## 第六章 花式促销活动，在朋友圈掀起狂欢

要想在微信朋友圈为你的产品打开销路，你就必须善于利用各种各样的促销方法和技巧，在朋友圈内掀起狂欢。假如你只依靠某种有特点的营销手段，那么最终的销售效果可能不会理想，但是假如你能将各种营销方法和技巧巧妙地综合在一起，使之相互促进，便会收到更大的营销红利。

6.1 节日促销，提销量还能提人气 .....	118
6.2 赠送礼品，有“礼”走遍朋友圈 .....	123
6.3 抛出小奖品，点点滴滴的诱惑 .....	128
6.4 限时抢购，给消费者制造出紧迫感 .....	131
6.5 折扣，折扣，还是折扣 .....	135
6.6 免费体验产品，激发客户购买欲 .....	140
6.7 小游戏也是朋友圈的营销利器 .....	142

## 第七章 玩转6大商业模式，让圈内营销圈外红

在微信朋友圈进行营销，除了要掌握好各种营销技巧和活动外，还需要了解各种商业模式，根据自身所经营产品的实际情况选择适合你的营销商业模式，以便让你在朋友圈中开展的营销活动更吸引人，更加高效。当你了解这一点，学会了根据自己所销售产品的行业属性和特点采取最合适的营销商业模式时，你就能在微信朋友圈快速地打开市场，提升自身人气和产品销量。

7.1 广告模式：在朋友圈进行产品宣传 .....	146
7.2 直销模式：直接从商户到客户 .....	152

- 7.3 O2O模式：线上线下双向借力 ..... 154
- 7.4 代理模式：把营销的种子遍播各处 ..... 158
- 7.5 品牌模式：不卖产品，卖品牌 ..... 161

## 第八章 能说还要会说，7大话术让你口到钱来

在微信朋友圈开展营销，离不开与客户的沟通和互动。很多时候，能不能成交和你的口才有很大关系，当你在和客户沟通的时候能够抓住对方的关注点，巧妙地回应对方的期待，或者将你的产品性能、功效等方面说清楚、讲明白，抑或精准地揣摩到客户的心理，进而有针对性地互动时，就能成功地获得客户的好感，促使对方下单。

- 8.1 提出问题，引导对方回答 ..... 166
- 8.2 以朋友的口吻说话，让客户觉得你在帮他 ..... 170
- 8.3 重要的话说三遍，加深客户的印象 ..... 174
- 8.4 搬出专业术语，增加说服力 ..... 176
- 8.5 用数据说话，客户的印象更深刻 ..... 179
- 8.6 利用比较，突出产品“卖点” ..... 180
- 8.7 劝购不同客户用不同语言 ..... 183

## 第九章 揣摩客户心理，促成绝对成交

在微信朋友圈卖产品，除了要掌握一些具体的营销技巧之外，还要学会揣摩客户的心理。很多时候，客户买与不买，其实都在一念之间，距离成交只差临门一脚，这个时候假如你能见缝插针，分析透彻客户的心理，并且顺应他们的心理，说一些客户想听的话，那么促成其下单成交的概率就会大大提升。

- 9.1 利用客户的从众心理，促成销售 ..... 192
- 9.2 让客户亲身体验，产生冲动 ..... 195



9.3	制造短缺效应，迫使客户尽快下单 .....	198
9.4	用新品挑起客户兴趣，激发他们的购买欲 .....	201
9.5	找到客户的顾虑，坚定他的购买决心 .....	206
9.6	让客户内心难安，他才会有购买决策 .....	209
9.7	巧妙赞美，让客户在陶醉中下单 .....	213
<b>附录</b>	<b>朋友圈营销，七大铁律要遵守 .....</b>	<b>216</b>

## 第一章 把熟人变成客户，把朋友圈变成生意圈

微信朋友圈带有一定的私密性，一个圈子中的人彼此之间往往相对熟悉，有亲戚、朋友、同事、老师这些关系很“铁”的人，也有客户、孩子老师、孩子同学家长、驴友、网友等关系一般的“熟人”。总之，你的微信朋友圈中存在的人，和你之间都存在着或多或少的联系，相对于那些陌生人，他们则很好说话，也更容易相信你的话。

正是因为微信朋友圈天生具有的“熟人”优势，才使个人在其中进行某些商业活动的成功概率更大，效果更佳。也就是说，只要方法得当，掌握相应的技巧，那么个人就能将熟人变成客户，把朋友圈变成生意圈，获得更多的互联网经济红利。

## 1.1 成本低廉，在家就能做老板

微信朋友圈营销的一个最大优点就是成本低，相对于电视、报纸杂志等传统渠道，微信朋友圈营销成本低廉，甚至可以实现零成本营销。也就是说，个人只要有相应的进货渠道，就可以在微信朋友圈中进行营销，在家当老板，获得人生的第一桶金。

### 1.1.1 不用交店租

很多想要创业的人，受制于启动资金不足，最头痛的一件事就是门店问题。卖产品，必须有门店，而且必须选择位置相对优越的店面，才能吸引更多的客流，但是这么一来，店面的租金也必定会水涨船高，占去了启动资金的大部分，成了压在创业者肩头的沉重负担。

而随着移动互联网的迅猛发展以及智能手机的大规模普及，微信朋友圈开始走进每个人的生活，渐渐地占领了人们的碎片化时间，这样一来，人们利用微信朋友圈进行营销便成为可能。更重要的是，对于创业者而言，在微信朋友圈进行营销，并不需要租门店，这样就为自己省去了大笔的店租，从而可以将有限的启动资金用在最需要的方面。

也就是说，个人在微信朋友圈进行营销活动并不需要一个固定的店面，从而也就不需要投入大量的资金进行装修。只要有地方储存产品，或者直接做代理，便可直接赚取差额费用。

### 1.1.2 不用买流量

在微信出现之前，企业、商家和个人想要利用互联网进行产品营销，必须从网站和搜索服务商那里购买流量。一般而言，购买流量的方式有两种：一种获取流量的方式是企业从搜索引擎网站购买关键字的竞价排名，按照点击付费，客户可以通过搜索关键字了解企业的相关信息，诸如产品、品牌、官网以及所在地等；另一种获取流量的方式是电子商务企业在电子商务平台通过购买直通车等方式直接展示自身产品。在客户搜索和浏览产品网页时，电子商务平台会根据其消费行为的数据主动显示搜索结果并向其推送商品页面。但是随着竞争的日趋激烈，流量也越来越难以购买，越来越昂贵，随之而来的就是网络营销成本越来越高，特别是对个人而言，高昂的流量购买费用是营销推广路上的拦路虎，导致个人在营销之路上举步维艰，很难做大自己的品牌，也很难推广自己的产品和服务。

而微信诞生之后，特别是朋友圈功能推出之后，对有志于创业的个人而言无异于打开了一扇获取无限流量的大门。个人创业方面，用流量归集客户的成本可以分为两种：一种是发展新客户的成本，另一种是维护老客户的成本。而微信朋友圈的流量价值则正好能够在发展新客户和维护老客户两个方面同时起到作用，从而最大限度地降低个人的营销成本。

更为重要的是，个人在微信朋友圈中进行营销活动不受流量限制，因为这种流量是可以免费获得的，比如在WiFi环境中，个人只要登录微信，就可以在朋友圈中进行营销活动。

现举一例，王梅和微信结缘完全就是个偶然事件，一开始，在朋友的推荐下，微信对她而言，最吸引人的亮点就是语音聊天不花钱，大大节约了通信成本。但是玩了半个月的微信之后，王梅便开始思考：之前

通过搜索网站做网络广告的投入非常大，最初购买200元的流量可能产生600元的利润，但是现在流量费用越来越高，投入200元获得的利润甚至连成本都收不回来。而微信朋友圈里面有很多熟人，这些人无疑是潜在的客户资源，利用朋友圈进行营销活动则不需要购买流量，不需要花费任何费用。于是，王梅开始在朋友圈中有意识地宣传自己的产品。因为朋友圈里的人都比较熟，所以她的宣传很快就有了回报，获得了朋友们的“信任背书”，产品因此大卖。



王梅在微信朋友圈推广产品

### 1.1.3 免费用微信

对个人而言，在WiFi环境中，微信的使用成本近乎为零，这种零成本优势让个人第一次真正拥有了属于自己的营销工具。即使脱离WiFi环

境，移动流量费用也非常少，相对于庞大的网站流量购买费用，几乎可以忽略不计。

更为重要的是，微信的功能众多，用户在使用的时候不需要二次付费。也就是说，微信自身携带的所有功能都是向用户免费开放的，只要登录微信后，就可以利用微信自身具备的所有功能进行营销活动，诸如朋友圈、附近的人、漂流瓶、语音通信等。这些功能可以很好地服务于个人微信营销活动，而且零成本的优势让这些活动变得更“亲密”，只要利用得当，就可以带来良好的营销效果。

#### 1.1.4 活动成本低

个人想要利用微信朋友圈进行营销，将更多的熟人变成客户，除了要和大家进行互动之外，还需要组织一些活动，利用这些活动来增强自己和朋友圈众人之间的关系黏性。也就是说，对个人而言，想要做好微信朋友圈营销，活动是必须做的。

##### 微信具有天然的互动属性

微信具备天然的互动属性，而互动是活动的基础，是营销成功的根本所在。个人利用微信开展各种互动，能够快速地拉近彼此的距离，继而建立起信任关系，促使大家进行“信任背书”，在保证预期效果的前提下有效地降低活动成本。

##### 朋友圈活动成本低

相对于实体店组织营销活动的巨大成本，个人在微信朋友圈开展活动的成本则非常低。比如在朋友圈开展纯粹的线上小活动——一些打折抢购活动，则可以和大家实现零成本互动；即使为了提升活动的效果而设置了一些小奖品，该成本相对于实体店活动的成本来说，也是非常低的。

“甜蜜的小葡萄”就经常在微信朋友圈开展各种小活动，一是为了推销产品，增强和朋友圈中众人的互动，二是从成本角度考虑。因为在微信朋友圈开展各种小活动，只需要动动手指头，就可以将活动信息精准地推送到大家眼前，比传统的传单既节省成本，效果又好。

## 1.2 天然信任做营销屏障，提高成交率

对个人而言，相对于其他营销方式，微信朋友圈有一个优势——彼此之间存在着天然的信任关系。因为微信朋友圈具有私密性，大家都是“熟人”关系，诸如亲友、同事、同学等。这种“熟人”关系就是信任的基石，当个人在微信朋友圈中推广产品和服务时，就很容易获得大家的认同，以最快的速度打开销售局面。

### 1.2.1 以了解做前提

在微信朋友圈中，大家或多或少地都存在着某种联系，正是这种联系使得大家聚集在一个圈子之中，成为彼此关注的对象。但是需要强调的一点是，尽管微信朋友圈天生带有一定的私密性，大家相对熟悉，但是对个人而言，很多时候，这个圈子中真正了解的人还是小部分，其余则可以归纳为“熟悉的陌生人”行列。因此个人想要获得所有人的信任，就必须首先学会了解朋友圈中的每一个人。

#### 互动是了解的第一步

个人想要最大限度地获得朋友圈众人的信任，一个首要的前提就是了解对方，和朋友圈中的每一个人做真正的朋友。想要了解朋友圈中的每一个人，就离不开频繁互动。这种以加深彼此关系黏性为目的的互动可以是一对一的互动，也可以是一对多的互动，只有用心经营，你才能真正成为别人内心认定的知己，甚至是朋友圈中的明星，获得大家的喜爱和拥戴。



## 了解加快信任“萌芽”

人和人之间的关系都是从陌生到熟悉慢慢演化的，当某人从最初的陌生人变成你知根知底的朋友时，那么你对他的信任也会慢慢增加。也就是说，了解是你和别人建立信任关系的基础，是一个必须努力实践的过程。当然，了解是一个相互的过程，你在微信朋友圈了解别人的时候，也需要尽量曝光自己，展示自己，让别人更多地了解你。如此，你和朋友圈中的众人才能成为朋友，建立起更加稳固的信任关系。



在朋友圈展示手艺

## 1.2.2 安全感做后盾

对消费者而言，网上购物的最大缺陷就是缺乏安全感。要知道，网上购物和服务相对于实体店中的面对面交流和选购，存在着很大的虚拟性和不确定性。而正是这种虚拟性和不确定性，导致消费者对网上购物