

软文写作 与营销实战

从入门到精通

苏航◎著

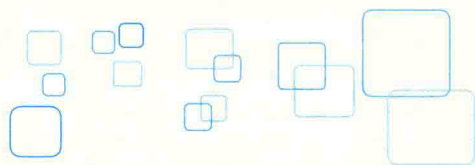
内容营销时代，爆文写作与营销实战宝典



好产品如何介绍，才能让用户怦然心动？
好内容如何传播，才能让内容精准送达？
好营销如何引爆，才能让产品快速热卖？

 中国工信出版集团

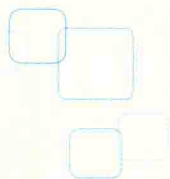
 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



软文写作 与营销实战

从入门到精通

苏航◎著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

软文写作与营销实战从入门到精通 / 苏航著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2016. 10
ISBN 978-7-115-42842-4

I. ①软… II. ①苏… III. ①市场营销学 IV. ①F713.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第157687号

内 容 提 要

本书通过 408 个软文营销知识要点与技巧的介绍, 帮助读者从零开始学习软文策划、写作与营销知识。读者认真阅读后, 将对软文写作、关键词设置、软文策划、软文营销策略、营销误区等有深入了解。

软文写作技巧包括: 标题写作、正文写作、开头与结尾的写法、关键词的设置、软文的发布等。

软文营销技巧包括: 微信营销、QQ 营销、口碑营销、事件营销、病毒营销、新闻营销、论坛营销、微博营销、百度营销等。

本书最后从案例专题角度, 对最为热门的电商软文、房地产行业软文、饮食行业软文、家电行业软文、汽车行业软文进行深入剖析, 让读者可以举一反三。

本书结构清晰、内容实用, 非常适合做内容营销的新手阅读, 对广大文案工作者、网络营销人士、大中专院校的师生等有参考价值。

◆ 著 苏 航

责任编辑 恭竞平

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>

北京鑫丰华彩印有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16

印张: 20.25

2016 年 10 月第 1 版

字数: 374 千字

2016 年 10 月北京第 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: 京东工商广字第 8052 号

前言

写作驱动

随着互联网的迅速发展和普及，越来越多的行业都把目光放在了互联网上。不过也正因为如此，太多的广告在互联网中出现，这也就造成了网络广告的效果不再那么理想。

在此背景下，软文广告应运而生，并且得到了各类企业的热烈追捧。软文也不负众望，为企业带来了非常好的营销效果和不菲的利润。

本书共介绍了 408 个软文营销入门、软文写作技巧、软文营销策略、软文操作方法等招数，用最全面、最实用的技巧帮助企业营销人员掌握软文营销技巧，为企业带来口碑和利润。

本书特色

本书主要特色：内容详细 + 实战技巧 + 方法全面。

内容详细：本书从基础到高级，对读者进行一步步的引导，就算是初入行的新手在认真学习本书后也能变成软文营销高手。本书内容非常详细和全面，知识覆盖面极广，有助于企业营销人员掌握软文营销的技巧。

实战技巧：拿到就能上手，轻松易学，手把手教会读者进行软文营销。

方法全面：无论是软文的撰写还是营销手段，本书都用了大篇幅来详解和说明，而且还介绍了当前互联网市场中众多的软文营销的手段和方法。

本书内容

本书共有 19 章，内容涵盖了软文写作的各类技巧。介绍了如何设置软文关键词，如何进行软文营销和推广，最后以各类软文案例为切入点，让读者具体了解不同行业的软文写作关键点，从而不至于只会“纸上谈兵”，增加了读者的“实践”经验。

读者定位

- 初入行的软文营销新手。
- 急于在营销工作中有所突破的营销人员。

- 广大的对软文营销感兴趣的人士。
- 互联网与移动互联网营销行业的从业者。
- 各类企业的营销经理、品牌经理、广告策划人员、产品经理等。
- 企业的决策者。
- 相关专业的学生。

作者售后

由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系邮箱：licaijulebu@qq.com。

目录 Contents

第1章 软文入门

1.1 什么是软文 / 2

- 001 软文的基本定义 / 2
- 002 软文的主要形式 / 3
- 003 软文传播的要素 / 6

1.2 软文的作用 / 7

- 004 软文的直接作用 / 7
- 005 软文的间接作用 / 8
- 006 软文在营销中的作用 / 8

1.3 软文的分类 / 9

- 007 推广类软文 / 10
- 008 公众类软文 / 10
- 009 品牌力软文 / 11

1.4 软文在硬广中的应用 / 12

- 010 硬广有优缺点和原则 / 12
- 011 在平面媒体中硬广的应用 / 12

1.5 软文推广工具的应用 / 13

- 012 在博客中的应用 / 13
- 013 在微博中的应用 / 16
- 014 在微信中的应用 / 18
- 015 在论坛中的应用 / 18
- 016 在网络媒体中的应用 / 19
- 017 在淘宝网店中的应用 / 20
- 018 在电子邮件中的应用 / 22

第 2 章 软文写前准备

2.1 市场调研先行 / 24

- 020 内部和外部调研 / 24
- 021 进行不同人群调研 / 25

2.2 市场细分如何进行 / 25

- 022 什么是市场细分 / 25
- 023 市场细分有什么作用 / 26
- 024 依靠地理变量细分市场 / 28
- 025 依靠人口变量细分市场 / 29
- 026 依靠心理变量细分市场 / 31
- 027 按行为变量细分市场 / 32

2.3 了解软文写作中的痛点 / 35

- 028 给予客户安全感 / 35
- 029 体现个人价值点 / 36
- 030 满足感 / 36
- 031 爱情与亲情 / 36
- 032 建立支配感 / 37
- 033 给予归属感 / 38
- 034 归根感 / 38
- 035 建立不朽感 / 38

第 3 章 软文写作技巧

3.1 软文写作的 21 个技巧 / 40

- 036 掌握软文写作的要点 / 40
- 037 把读者放在第一位 / 40

- 038 关注消费者的需求 / 41
- 039 作者间接署名 / 41
- 040 必须具有价值 / 42
- 041 抓住灵感来写 / 43
- 042 切入点很重要 / 44
- 043 有观点和思想 / 44
- 044 巧妙植入产品 / 44
- 045 思路需要扩展 / 45
- 046 产品属性分解 / 45
- 047 使用情景再现 / 46
- 048 正视竞争对手 / 47
- 049 充满视觉感 / 47
- 050 制造附着力 / 48
- 051 制造导火索 / 49
- 052 软文要短小精悍 / 49
- 053 标准的 800 字软文 / 50
- 054 讲简洁明了的故事 / 50
- 055 学会使用新媒体的文字 / 51
- 056 给软文增加卖点 / 52

3.2 营销类软文写作技巧 / 52

- 057 营销软文的定义 / 52
- 058 如何写营销软文 / 53

3.3 广告类软文写作技巧 / 54

- 059 广告软文写作方法 / 54
- 060 报纸广告软文坚持的原则 / 56

第 4 章 软文标题的撰写

4.1 撰写软文标题的要求 / 58

- 061 简单直接 / 58

- 062 呼应正文 / 59
- 063 画龙点睛 / 59
- 064 擅用关键词 / 59

4.2 撰写标题应遵循的原则 / 59

- 065 百度收录原则 / 59
- 066 换角度思考 / 60
- 067 进行关键词组合 / 60
- 068 标题形式要新颖 / 60
- 069 不同阶段的标题 / 60

4.3 标题撰写的技巧 / 61

- 070 符号标题 / 61
- 071 学会借势 / 61
- 072 使用特色语言 / 61
- 073 巧用谐音 / 62
- 074 进行对比 / 62

4.4 撰写常规类标题 / 62

- 075 用问题引起关注 / 62
- 076 直奔主题 / 64
- 077 经验分享 / 65
- 078 制造悬念 / 65
- 079 用标题讲故事 / 67
- 080 标题中的寓意 / 68
- 081 学会在标题中总结 / 69
- 082 在标题中引爆 / 70
- 083 用新闻引导内容 / 71
- 084 通过对比来说明 / 72

4.5 撰写创新类标题 / 73

- 085 标题 + 流行语 / 73
- 086 标题 + 知识 / 74
- 087 标题 + 提示 / 75
- 088 标题 + 借势 / 75
- 089 标题 + 数字 / 76

- 090 标题 + 注意 / 77
- 091 标题 + 鼓励 / 78
- 092 有趣式标题 / 79
- 093 观点式标题 / 79
- 094 指导式标题 / 80
- 095 推动式标题 / 81
- 096 问题式标题 / 82
- 097 “十大”式标题 / 83

4.6 撰写有吸引力的标题 / 83

- 098 良性标题党 / 83
- 099 恶性标题党 / 84
- 100 打出感情牌 / 84
- 101 隐含意义的玩法 / 84
- 102 现身说法 / 85
- 103 让标题有针对性 / 85
- 104 思维逆向拓展 / 85
- 105 标题里的警告 / 86
- 106 用标题做承诺 / 86

4.7 撰写有震撼力的标题 / 87

- 107 标题带有“恐惧感” / 87
- 108 标题里的交易技巧 / 88
- 109 抓住需求点 / 88
- 110 时间 + 历史 / 89
- 111 两极对比 / 89
- 112 标题里的关键词 / 90

第5章 软文正文写作

5.1 常规式正文 / 92

- 113 情感式正文 / 92
- 114 促销式正文 / 92

- 115 事件式正文 / 93
- 116 炮制式正文 / 93
- 117 数据式正文 / 94
- 118 观点式正文 / 95
- 119 研究式正文 / 95
- 120 专家式正文 / 96
- 121 揭秘式正文 / 96
- 122 技巧式正文 / 97
- 123 通讯式正文 / 97
- 124 历史式正文 / 98
- 125 数字式正文 / 98
- 126 故事式正文 / 99
- 127 逆向式正文 / 100
- 128 访谈式正文 / 100
- 129 感动式正文 / 101
- 130 权威式正文 / 101

5.2 创新型正文 / 102

- 131 罗列型正文 / 102
- 132 悬念型正文 / 103
- 133 组合型正文 / 104
- 134 创编型正文 / 104
- 135 书信型正文 / 105
- 136 剧本型正文 / 105
- 137 独白型正文 / 106
- 138 热点型正文 / 106
- 139 实验报告型正文 / 106
- 140 说明书类型正文 / 107
- 141 穿针引线型正文 / 107
- 142 先抑后扬型正文 / 107
- 143 层层递进型正文 / 108
- 144 剑走偏锋型正文 / 109
- 145 娱乐报道型正文 / 110
- 146 借势报道型正文 / 110

第6章 软文开头与结尾写法

6.1 软文开头的写作方法 / 112

- 147 想象与猜测型 / 112
- 148 波澜不惊型 / 113
- 149 开门见山型 / 113
- 150 幽默故事分享型 / 114
- 151 引用名人名言型 / 114
- 152 修辞手法型 / 115

6.2 软文结尾的写作方法 / 115

- 153 抒情法 / 116
- 154 祝福法 / 116
- 155 回味无穷法 / 117
- 156 首尾呼应法 / 117
- 157 号召法 / 117

第7章 软文关键词的设置

7.1 关键词的含义 / 120

- 158 网络中的关键词 / 120
- 159 软文中的关键词 / 120

7.2 关键词的分类 / 120

- 160 分类方法 / 120
- 161 如何确定软文关键词 / 122

7.3 关键词的设置技巧 / 123

- 162 利用八卦新闻 / 124
- 163 用故事做引导 / 124
- 164 心得体会中插入 / 124

7.4 关键词撰写的注意点 / 125

- 165 关键词的出现频率及位置 / 125
- 166 不要将关键词神化 / 125
- 167 关键词的植入 / 126

第 8 章 软文的发布

8.1 了解软文发布平台 / 128

- 168 软文发布平台的优势 / 128
- 169 软文发布平台的操作 / 128

8.2 常用的软文发布平台 / 129

- 170 软文街 / 129
- 171 艾瑞网 / 132
- 172 TechWeb / 133
- 173 百度平台 / 133
- 174 博客类站点 / 133
- 175 Donews IT / 133
- 176 站长网 / 133
- 177 站长优势网 / 133
- 178 站长类论坛 / 134
- 179 PCW 专家专栏 / 134
- 180 SNS 类站点 / 134
- 181 其他网站 / 134

8.3 软文发布的表现形式 / 134

- 182 软文发布平台的类型 / 134
- 183 软文链接的操作方法 / 135

8.4 软文发布的策略 / 135

- 184 明确推广目的 / 135
- 185 明确目标客户 / 136
- 186 分析不同用户的特征 / 136
- 187 将用户转化成企业的营销目标 / 136

8.5 论坛软文投放方法 / 136

- 188 挑选合适的论坛 / 137
- 189 选择合适的版块 / 137
- 190 撰写软文的方法 / 138
- 191 软文的投放技巧 / 138
- 192 账号的安全维护 / 138

第9章 软文营销入门

9.1 什么是软文营销 / 140

- 193 软文营销的意义 / 140
- 194 软文营销的发展 / 140

9.2 软文营销的概述 / 141

- 195 软文营销的效益 / 141
- 196 软文营销的特点 / 142
- 197 软文营销的策略 / 142

9.3 软文营销的要素 / 144

- 198 热点 / 144
- 199 标题 / 145
- 200 排版 / 145
- 201 广告 / 145

9.4 软文营销须知 / 146

- 202 实施步骤 / 146
- 203 成功秘诀 / 147
- 204 网站收录 / 147

第10章 软文的营销推广

10.1 软文推广的作用 / 149

- 205 对于宣传的作用 / 149

- 206 对于销售的作用 / 150
- 207 对于信任的作用 / 150

10.2 软文推广的介质 / 151

- 208 主媒体 / 151
- 209 次媒体 / 152
- 210 边际媒体 / 153

10.3 软文推广的优势 / 153

- 211 将产品“软”化 / 153
- 212 注意外链的增加 / 153
- 213 提高软文推广效果 / 154
- 214 提高搜索引擎权重 / 155
- 215 大量软文发布下的扩散 / 155
- 216 获得展示机会 / 155
- 217 推广覆盖面较广 / 156
- 218 容易获得转载率 / 156
- 219 降低成本 / 156
- 220 增添砝码 / 156
- 221 树立形象 / 156

10.4 软文推广的技巧 / 156

- 222 推广计划要做好 / 157
- 223 标题需要精心雕琢 / 157
- 224 正文结构要合理 / 158
- 225 学会使用新闻词汇 / 158
- 226 把广告毫无痕迹地植入进去 / 160
- 227 设计排版风格 / 160
- 228 故事推广法 / 161
- 229 实时话题推广 / 162
- 230 运用经验推广 / 162
- 231 相关技术推广 / 162

10.5 软文的痛点式营销 / 163

- 232 营销痛点如何实现 / 163
- 233 如何寻找痛点 / 163

234 痛点法则 3 大策略 / 163

10.6 软文的自赞式营销 / 165

235 “自赞”不等于炒作 / 165

236 突破思维定式 / 165

237 打破传统规律 / 166

238 借明星之口夸赞 / 166

239 用实际行动“自赞” / 167

240 走在前列 / 167

241 用爆炸点引发讨论 / 168

242 与消费者进行互动 / 168

243 制造具有争议的话题 / 169

10.7 软文的头脑风暴式营销 / 169

244 头脑风暴的流程 / 170

245 头脑风暴的成功要点 / 172

246 头脑风暴的结果处理 / 172

247 头脑风暴的思维训练 / 173

10.8 软文的“一句话”与“二八法则”营销 / 175

248 “一句话”营销 / 175

249 “二八法则”营销 / 176

第 11 章 软文的微信营销

11.1 了解微信营销 / 178

11.2 微信营销的优势 / 178

250 高传播率 / 178

251 方式多元化 / 179

252 高关注率 / 179

253 高准确率 / 179

11.3 微信营销的策略 / 179

254 用领袖的力量来引导 / 180

255 借助病毒营销策略 / 180

256 动、静形象策略 / 180

11.4 微信营销的实用技巧 / 180

257 微信营销的 3 个特点 / 181

258 朋友圈营销的 4 个技巧 / 182

259 微信营销软文的 6 个方法 / 183

260 微信公众平台营销的 15 个技巧 / 186

第 12 章 软文的 QQ 营销

12.1 QQ 营销须知 / 190

261 一对一的推广法 / 190

262 QQ 社群推广法 / 190

263 病毒式营销法 / 191

264 QQ 群图片推广法 / 191

12.2 QQ 邮件软文营销 / 191

265 QQ 邮件营销打造现金数据库 / 191

266 QQ 邮件营销要做得精准 / 192

267 邮件不能直接营销 / 192

12.3 QQ 邮件营销中的六不要 / 192

268 不要狂轰滥炸发送邮件 / 192

269 不要眉毛胡子一把抓 / 193

270 不要过于复杂 / 193

271 不要发没经过严格测试的邮件 / 193

272 不要浪费消费者的时间 / 193

273 不要丢弃实践中获得的经验 / 194

12.4 QQ 空间软文营销 / 194

274 关于 QQ 日志软文 / 194

275 关于评论和点赞 / 194

276 关于相册和说说 / 195