



软文营销

从入门到精通

苏航 著

内容营销时代，创新、有效的软文营销实战宝典

提炼3大技巧——正文写作技巧、标题写作技巧、软文营销技巧

帮助企业用文字获得更多的用户关注度

通过5大营销工具——微信、微博、百度、论坛、视频

全面展现软文营销的精髓

列举6大行业——微商、电商、旅游、数码、房地产、汽车

帮助读者打造极具吸引力的爆款软文



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

软文营销

从入门到精通

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

软文营销从入门到精通. 第2卷 / 苏航著. — 北京 :
人民邮电出版社, 2017. 4
ISBN 978-7-115-44737-1

I. ①软… II. ①苏… III. ①营销—基本知识 IV.
①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第036449号

内 容 提 要

本书作为软文营销的应用实战篇, 不仅讲解了标题写作技巧、正文写作技巧、软文营销技巧, 还重点剖析了软文营销在微信、微博、百度、论坛、视频5大主要的新媒体营销工具和微商、电商、旅游、数码、房地产、汽车6大热门行业中的应用实战, 帮助读者打造极具吸引力的爆款软文。

本书结构清晰、实战性强, 适合软文营销从业人员、广大文案工作者、网络营销人员等阅读使用, 还对大中专院校的师生等有参考价值。

-
- ◆ 著 苏 航
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>
大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 16.75 2017年4月第1版
字数: 327千字 2017年4月河北第1次印刷
-

定价: 55.00 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

市场上针对软文营销的图书较多，但是内容大多不够创新，或者不够全面。本书是一本软文营销实战宝典，是《软文营销从入门到精通》的第2卷，相比第1卷，本书在分析软文营销写作技巧、营销工具及行业案例方面更为突出，内容上集众家所长，力求做到差异创新，尤其书中关于软文营销的干货技巧，是笔者潜心收集并整合最新营销资料提炼出来的。

本书的核心是帮助企业或个人通过软文营销，推广企业产品、树立良好的企业品牌、最终促进销售。这是一本笔者结合软文营销技巧与实战案例打造的，针对企业、商家或个人进行软文营销的实战型宝典。

本书内容

互联网时代带来的内容多样化，为各式各样的线上营销活动提供了良好的外部发展环境，而企业、商家、平台要想获得更多的用户关注度，就不能错过软文营销这把利器。本书内容主要分为三个方面：

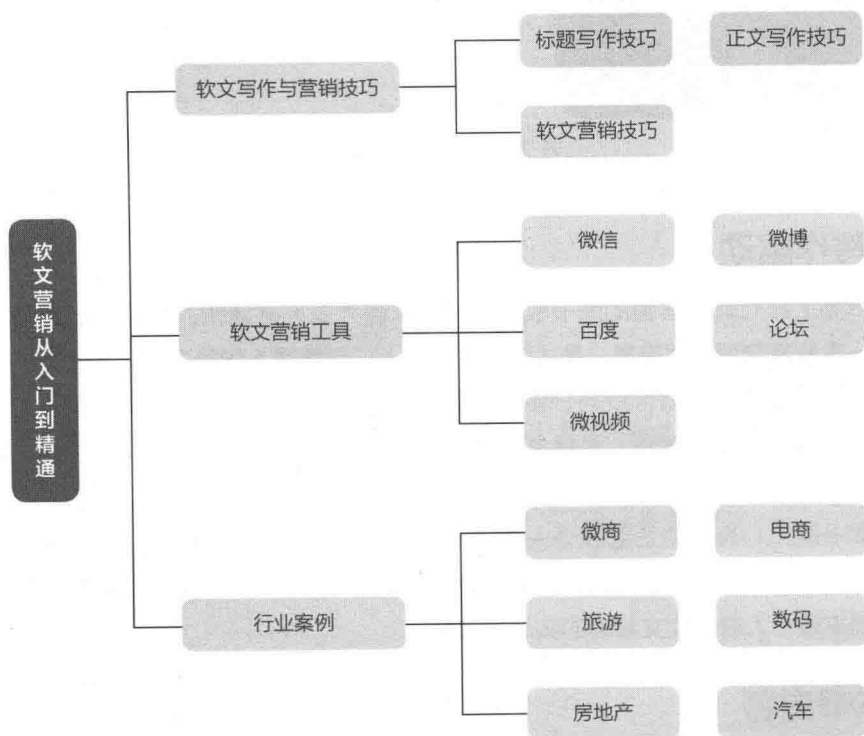
一是主要提炼了三大内容，包括标题写作技巧、正文写作技巧以及软文营销技巧，结合基础知识，对正文类型、标题类型进行了全面详细的讲解，同时通过营销技巧帮助企业快速进入角色，获得最精华的内容。

二是通过微信、微博、百度、论坛、微视频这5大最具创新的营销工具，将最主要的营销技巧大放送，帮助企业透彻了解每一种营销工具的作用、功能、实战操作方法和策略，将最精华的部分展现给读者。

三是通过微商、电商、旅游、数码、房地产、汽车这6大行业深入阐述软文营销的写作技巧，同时通过40多个经典案例鉴赏，让企业更深刻地掌握软文营销技巧。

笔者在本书中通过3大软文写作技巧、5大软文营销工具、6大行业软文应用、40多个行业案例、110多个逻辑图解和170多张清晰图片，让读者从入门到精通。

本书涵盖同名书《软文营销从入门到精通》的营销特色和技巧，同时博采其他同类图书的特色之处，通过这种系统而翔实的讲述，希望能够为读者带来真实的营销帮助，让读者快速获得软文营销的成功。



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。

目录 Contents

第1章 标题写作技巧

1.1 通过标题放大营销效果 / 2

- 1.1.1 核心：一句话的学问 / 2
- 1.1.2 标题：美妙的吸睛术 / 3
- 1.1.3 关键词：学会合理运用 / 8

1.2 不得不掌握的标题类型 / 10

- 1.2.1 一本正经类：将基本要素告诉读者 / 10
- 1.2.2 经验分享类：传以鱼不如传以“渔” / 11
- 1.2.3 疑惑自问类：帮助读者答疑解惑 / 12
- 1.2.4 比对突显类：告诉读者产品的特色 / 14
- 1.2.5 论述观点类：告诉读者重要观点 / 14
- 1.2.6 统计冲击类：与读者心灵产生碰撞 / 15
- 1.2.7 扣住“十大”类：比普通更具影响力 / 16
- 1.2.8 网络词汇类：分分秒秒夺人眼球 / 17
- 1.2.9 警告提醒类：起警示预防的作用 / 18

第2章 正文写作技巧

2.1 引起读者阅读兴趣的正文技巧 / 20

- 2.1.1 例子：填补说服力的神器 / 20
- 2.1.2 特色：语言风趣有新意 / 21
- 2.1.3 攻心：情感诱导打动读者 / 23
- 2.1.4 关键词：融会贯通获曝光率 / 24
- 2.1.5 定位：了解消费者的需求 / 27

2.2 全世界喜爱的创意软文类型 / 27

- 2.2.1 表达情感类：给予心理上的需求 / 28
- 2.2.2 叙述故事类：拉近与读者的距离 / 31
- 2.2.3 制造悬疑类：“卖关子”激发好奇心 / 33
- 2.2.4 促销活动类：直白的形式吸引注意 / 36

- 2.2.5 新闻报道类：形成二次传播来助力 / 40
- 2.2.6 权威专家类：让用户产生信赖 / 42
- 2.2.7 实战分享类：将广告以成功案例形式植入 / 44
- 2.2.8 数字呈现类：数字也是实力的一种证明 / 46

第3章 软文营销技巧

3.1 掌握让营销事半功倍的规律 / 50

- 3.1.1 调研：知己知彼百战不殆 / 50
- 3.1.2 热点：与软文结合吸眼球 / 52
- 3.1.3 排版：高质量软文的技巧 / 55
- 3.1.4 平台：借助渠道努力扩展 / 55

3.2 重点提醒的推广事项 / 60

- 3.2.1 准备：磨刀不误砍柴工 / 60
- 3.2.2 发布：让搜索引擎收录 / 60
- 3.2.3 推送：把握黄金时段 / 61

3.3 软文营销之6大技巧 / 61

- 3.3.1 痛点 + 软文 = 激发购买欲 / 61
- 3.3.2 情景 + 软文 = 推动购买欲 / 63
- 3.3.3 图片 + 软文 = 增加说服力 / 64
- 3.3.4 话题 + 软文 = 提升吸引力 / 65
- 3.3.5 卖点 + 软文 = 提供购买原因 / 66
- 3.3.6 口碑 + 软文 = 扩大传播效率 / 68

第4章 微信营销

4.1 微信 + 软文的特点 / 71

- 4.1.1 展现形式多元化 / 71
- 4.1.2 传播效率比较高 / 71
- 4.1.3 将朋友变为客户 / 71

4.2 朋友圈 + 软文营销技巧 / 72

- 4.2.1 图文结合更醒目 / 72
- 4.2.2 软文篇幅需简短 / 74
- 4.2.3 不要放过评论区 / 75
- 4.2.4 强化功能撰写法 / 75
- 4.2.5 用户反馈博信任 / 76

- 4.2.6 多角度介绍产品 / 76
- 4.2.7 消除买家的风险 / 77
- 4.2.8 用户常见的问题 / 77

4.3 公众号 + 软文营销技巧 / 77

- 4.3.1 内容：兼具个性和价值 / 78
- 4.3.2 互动：提起用户的兴趣 / 79
- 4.3.3 包装：诉说产品的价值 / 79
- 4.3.4 好奇：激发阅读的欲望 / 82
- 4.3.5 三步：套路式写作方法 / 82

4.4 其他功能 + 软文营销技巧 / 82

- 4.4.1 摇一摇寻找有缘人 / 83
- 4.4.2 漂流瓶引流一把手 / 83
- 4.4.3 附近的人从身边入手 / 84

第5章 微博营销

5.1 微博 + 软文营销前的准备 / 87

- 5.1.1 设置一个好名称 / 87
- 5.1.2 设置合适的头像 / 87
- 5.1.3 设置讲究的标签 / 88
- 5.1.4 设置深刻的简介 / 89
- 5.1.5 设置完善的资料 / 89

5.2 微博 + 软文营销的技巧 / 89

- 5.2.1 借时下热门话题 / 89
- 5.2.2 要善于挖掘历史 / 89
- 5.2.3 要经常制造新闻 / 91
- 5.2.4 学会与对手比较 / 91
- 5.2.5 借势提升影响力 / 91
- 5.2.6 招纳优秀的人才 / 92
- 5.2.7 140 字打造精华 / 93
- 5.2.8 巧用“@”功能 / 95

5.3 微博 + 软文营销的注意点 / 95

- 5.3.1 注意发布的时间 / 95
- 5.3.2 跳出转发的误区 / 96
- 5.3.3 注意精准客户群 / 97
- 5.3.4 注意培养粉丝群 / 97

第6章 百度 + 软文

6.1 百度 + 软文营销推广 / 100

6.1.1 方式一：竞价推广 / 100

6.1.2 方式二：SEO 推广 / 101

6.1.3 方式三：免费推广 / 102

6.2 百度贴吧 + 软文营销的技巧 / 105

6.2.1 制作一个勾人标题 / 105

6.2.2 要合理布置关键词 / 106

6.2.3 前期自己需要顶帖 / 107

6.2.4 利用节日营销引流 / 107

6.3 百度知道 + 软文营销的技巧 / 108

6.3.1 提出问题回答问题 / 109

6.3.2 选择问题回答问题 / 109

6.3.3 不要鼓吹产品的好 / 110

第7章 论坛 + 软文

7.1 论坛推广的特点 / 112

7.1.1 话题的开放性 / 112

7.1.2 有利的优势性 / 112

7.1.3 成本的低廉性 / 113

7.1.4 精准的针对性 / 113

7.1.5 传播的高效性 / 113

7.2 论坛推广的三大利器 / 114

7.2.1 论坛加精 / 114

7.2.2 论坛置顶 / 115

7.2.3 论坛回帖 / 116

7.3 论坛推广的流程和策略 / 116

7.3.1 高人气论坛才好炒帖 / 117

7.3.2 注册论坛账号做铺垫 / 117

7.3.3 设置个性签名引人气 / 119

7.3.4 选择特色帖子来回复 / 120

7.4 论坛软文的吸引法则 / 121

7.4.1 吸金标题 / 121

7.4.2 暖帖妙招 / 122

7.4.3 关键布局 / 123

7.4.4 无痕植入 / 123

第 8 章 微视频 + 软文

8.1 微视频营销的特点 / 125

8.1.1 具有强互动性 / 125

8.1.2 具有强大众性 / 125

8.1.3 具有强娱乐性 / 125

8.2 微视频 + 软文营销的技巧 / 125

8.2.1 文案呈现在画面中 / 126

8.2.2 把最重要的放进标题 / 126

8.2.3 抓住视觉、听觉、情感 / 127

8.2.4 一定要将卖点展示出来 / 127

8.2.5 有创意更能够吸引用户 / 128

8.2.6 反思维法诠释产品卖点 / 128

8.2.7 抓住痛点进行微视频营销 / 128

8.2.8 与其他平台进行整合营销 / 129

8.2.9 凭借热点话题博得关注 / 130

8.3 微视频 + 软文营销步骤 / 131

8.3.1 准备微视频材料 / 131

8.3.2 选择合适关键词 / 131

8.3.3 选择合适的平台 / 131

第 9 章 微商行业

9.1 微商 + 软文营销的特点 / 134

9.1.1 沟通便捷性 / 134

9.1.2 用户广泛性 / 134

9.1.3 病毒传播性 / 134

9.1.4 多元展示性 / 135

9.1.5 营销成本低 / 135

9.2 微商 + 软文营销的技巧 / 135

9.2.1 QQ 上软文营销 4 大技巧 / 135

9.2.2 微信上软文营销 5 大技巧 / 139

9.2.3 微博上软文营销 8 大技巧 / 143

9.3 微商软文营销案例 / 148

9.3.1 “西瓜王子” QQ 空间营销 / 148

9.3.2 凭借公众号销货月入 3 万元 / 149

9.3.3 真人真事的励志故事 / 151

9.3.4 直接推广产品博出彩 / 151

9.3.5 打造属于自己的营销模式 / 152

第 10 章 电商行业案例

10.1 电商 + 软文营销的方法 / 154

10.1.1 用卖点吸引用户 / 154

10.1.2 产品关联营销 / 156

10.1.3 促销活动营销 / 156

10.1.4 一句话文案营销 / 158

10.2 经典软文营销的技巧 / 161

10.2.1 抓住消费心理 / 161

10.2.2 学会关联销售 / 161

10.2.3 注重首页文案 / 162

10.2.4 进行情感设计 / 163

10.2.5 讲述勾人故事 / 164

10.2.6 投射消费心理 / 164

10.2.7 制造紧迫心理 / 165

10.2.8 进行适当诱导 / 166

10.2.9 展示产品细节 / 168

10.2.10 文字不要太多 / 169

10.3 深层次挖掘撰写方法 / 170

10.3.1 以趋势为切入点 / 170

10.3.2 从消费者生活出发 / 171

10.3.3 写连载短片故事一样写 / 171

10.3.4 幽默口吻突出产品 / 172

10.4 电商软文营销案例 / 172

10.4.1 以讲故事的形式推荐淘宝店铺 / 172

10.4.2 淘宝社区的软文营销 / 173

- 10.4.3 淘宝论坛的软文营销 / 174
- 10.4.4 京东商城多功能一体机软文营销 / 176
- 10.4.5 京东网银钱包软文营销 / 177

第11章 旅游行业

11.1 旅游软文成功的条件 / 179

- 11.1.1 对受众进行精准定位 / 179
- 11.1.2 广告意味不要太重 / 179
- 11.1.3 读者喜欢的旅游软文类型 / 180
- 11.1.4 将最精华的内容展现出来 / 180

11.2 旅游软文写作技巧 / 181

- 11.2.1 标题：要让消费者愿意放缓节奏 / 181
- 11.2.2 主题：帮助消除“选择困难症” / 182
- 11.2.3 内容：攻略让消费者直奔主题 / 184

11.3 旅游软文营销案例 / 185

- 11.3.1 亲身经历撰写三亚旅游记 / 186
- 11.3.2 爱飞网的自驾游软文 / 187
- 11.3.3 长白山三日游软文 / 188
- 11.3.4 抓住节日气氛写软文 / 190
- 11.3.5 最全攻略指南类软文 / 191
- 11.3.6 用写故事的方式来写软文 / 193
- 11.3.7 用实时更新的方式来写软文 / 194

第12章 数码行业

12.1 数码软文营销关键点 / 198

- 12.1.1 “攻心”才是成功之道 / 198
- 12.1.2 让读者更有代入感 / 198
- 12.1.3 从价值和应用角度出发 / 199

12.2 数码软文写作技巧 / 199

- 12.2.1 要结合产品的卖点 / 200
- 12.2.2 在对比中突出优势 / 200
- 12.2.3 测评给出决策建议 / 201

12.3 数码软文营销案例 / 201

- 12.3.1 用新鲜的信息撰写资讯类软文 / 201

- 12.3.2 为用户放送丰富的知识技巧 / 202
- 12.3.3 测评类的软文也很受欢迎 / 204
- 12.3.4 从数码产品的更新换代入手 / 206
- 12.3.5 从娱乐趣味性的角度进行撰写 / 208
- 12.3.6 通过价值造成二次传播 / 209
- 12.3.7 提问类的标题更加吸引人 / 209
- 12.3.8 放送新产品的性能进行预热 / 211
- 12.3.9 直接对产品进行描述 / 212

第13章 房地产行业

13.1 房地产软文布局 / 215

- 13.1.1 通过设置悬念激发用户兴趣 / 215
- 13.1.2 用总分总的手法进行写作 / 215
- 13.1.3 运用镜头组合法进行撰写 / 216
- 13.1.4 将全文分为三部分表达主旨 / 219
- 13.1.5 不分主次地进行平行式布局 / 220
- 13.1.6 逐层深入进行论点的阐述 / 220

13.2 房地产软文写作技巧 / 221

- 13.2.1 让企业品牌打响知名度 / 221
- 13.2.2 深化房地产产品的卖点 / 222
- 13.2.3 从3个方面进行强势促销 / 222

13.3 房地产软文营销案例 / 223

- 13.3.1 条理清晰地撰写开盘软文 / 223
- 13.3.2 以情感做媒介打动消费者 / 225
- 13.3.3 罗列型布局进行软文撰写 / 227
- 13.3.4 用活动类软文宣传品牌 / 228
- 13.3.5 用高质量可读性内容做铺垫 / 229
- 13.3.6 二级标题式软文最受欢迎 / 231
- 13.3.7 从外界环境方面进行撰写 / 232
- 13.3.8 从消费者需求角度撰写软文 / 233

第14章 汽车行业

14.1 汽车软文技巧 / 237

- 14.1.1 如何让读者进行简洁明了的阅读 / 237
- 14.1.2 如何让文章显得更有视觉冲击性 / 237

14.1.3 如何让汽车软文字数控制最合适 / 238

14.1.4 如何控制好汽车软文关键词频率 / 240

14.2 汽车软文写作技巧 / 240

14.2.1 用活动来吸引消费者眼球 / 240

14.2.2 用高性价比来吸引消费者 / 241

14.3 汽车软文营销案例 / 241

14.3.1 汽车行情软文用价格打动读者 / 241

14.3.2 用试驾软文对汽车作全面介绍 / 242

14.3.3 用知识科普型的软文宣传产品 / 244

14.3.4 用情感软文来提升营销的效益 / 245

14.3.5 用业绩软文来提升用户的信任 / 246

14.3.6 用活动预告软文增加互动性 / 247

14.3.7 用图文并茂的方式展现产品 / 248

14.3.8 用评测类型软文展示产品主题 / 250

14.3.9 用新闻类的汽车软文宣传汽车 / 253

第1章

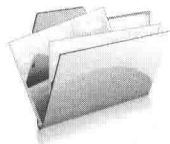
标题写作技巧



学前提示

在撰写软文之前，软文撰写者需明白标题对于一篇营销类软文的重要性，因为无论撰写软文的主题内容是什么，首先吸引用户点击阅读的都是强大的标题。所以撰写一个有吸引力的标题是很有必要的。

要点展示



- » 通过标题放大营销效果
- » 不得不掌握的标题类型

1.1 通过标题放大营销效果

对于软文写作技巧，我们首先要提的就是软文标题的设计了。从上学开始，老师就常告诉我们写作文技巧：“题好一半文。”意思就是说一个好的标题就等于成功了一半。不过优秀的标题也不是那么容易写出来的，下面来看看撰写软文标题的一些技巧，可以让我们很好地掌握软文的写作技巧。

1.1.1 核心：一句话的学问

读者最喜欢的软文标题，就是简短好记的，扫一眼就可以在脑海里产生印象，太过冗长的软文标题，往往容易让读者反感，从而失去阅读的兴趣。

下面来做个对比，很明显就可以看出简短明确标题的优势，如图 1-1 所示。

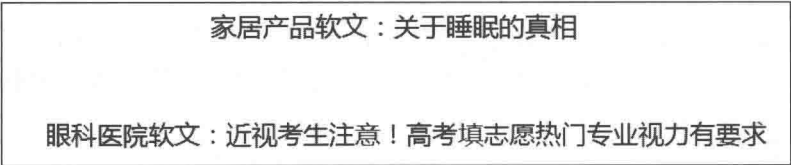


图 1-1 简短传神的标题与繁复冗长标题的对比

通过对比看得出“关于睡眠的真相”这个标题明显简单直接，可以让人在看到标题的第一眼就知道这是讲睡眠质量的。第二个软文的标题就太过冗长，而且表达的主题也不够清晰。

标题是通往软文营销成功的大门，如何让软文标题为内容点睛，抓住读者的眼球是所有软文撰写者必须思考的问题。

笔者给出的建议是，用一句话概括软文内容的核心，就是让读者看到这个标题，就知道文章内容是讲什么的，这样做有两大好处，如图 1-2 所示。

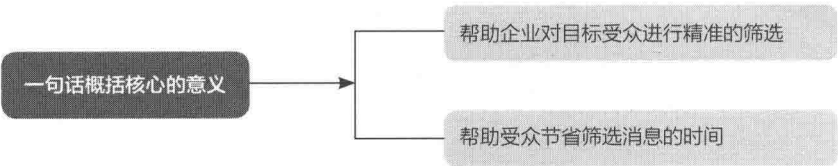


图 1-2 一句话概括核心的意义

软文的标题需要点题，必须在标题中体现软文所要表达的主题，一个主题模糊的标题不仅无法吸引读者，更是没有任何意义的。而且对于软文写作的撰稿人来说，如果不能够用一句话来概括文章的核心内容，就说明其对软文内容的了解度还

不够，还没有完全认识到软文内容的本质，那么，这样的软文作品，最终的营销效果会好吗？

同时，因为软文标题要用一句话来点明主旨，就意味着标题的字数也要受到控制，具体控制在多少字数，笔者觉得在 10~15 字范围内比较好，就是能够让读者扫一眼就看完，这样读者注意到并产生点击行为的概率会大很多。



专家提醒

除此之外，在设计软文标题的时候，还可以尝试使用一些比较有吸引力的词，来抓住读者的眼球。

1.1.2 标题：美妙的吸睛术

一提到标题党，可能大多数人都对其“恨之入骨”，不过标题党之间，也是有所不同的，按照标题党行为作风，可分为以下两种——良性标题党和恶性标题党，如图 1-3 所示。

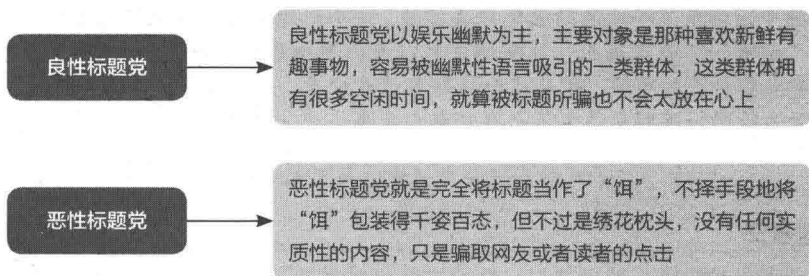


图 1-3 良性标题党和恶性标题党

对于一篇有道德的软文来说，一定要选择做一个良性标题党。当然，除了选择正确的标题党方向外，还需要掌握一定技巧。

1. 打感情牌

感情牌的效果一般都会非常不错，这是因为人们都有同情受压迫者的天性。博取同情标题最常用的就是使用先抑后扬的手段，先说自己如何被人排挤，最后又是如何成功的。像这样一个标题，大家都会陶醉于文章中的主角一个人克服巨大的困难，战胜周围人的揶揄，最终取得胜利的故事。

在标题里打出感情牌，站在读者的角度，很容易会联想到自己想做而未做并且目前只是处于谈论阶段的事情，然后就会想这篇文章里面的主角是不是也和自己一样，