

移动互联网营销 从入门到精通

即学即用的移动互联网营销指导书

商业模式、管理模式、产品模式、营销模式……

全方位解构移动互联网营销的内在商业规律与管理逻辑!



中国商业出版社

移动互联网营销 从入门到精通



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

移动互联网营销从入门到精通 / 郭阳著. — 北京 :
中国商业出版社, 2016.9

ISBN 978-7-5044-9567-9

I . ①移… II . ①郭… III . ①网络营销
IV . ① F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 215195 号

责任编辑: 唐伟荣

中国商业出版社出版发行

010 - 63180647 www.c - cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京时捷印刷有限公司印刷

*

710 × 1000 毫米 1/16 19 印张 250 千字

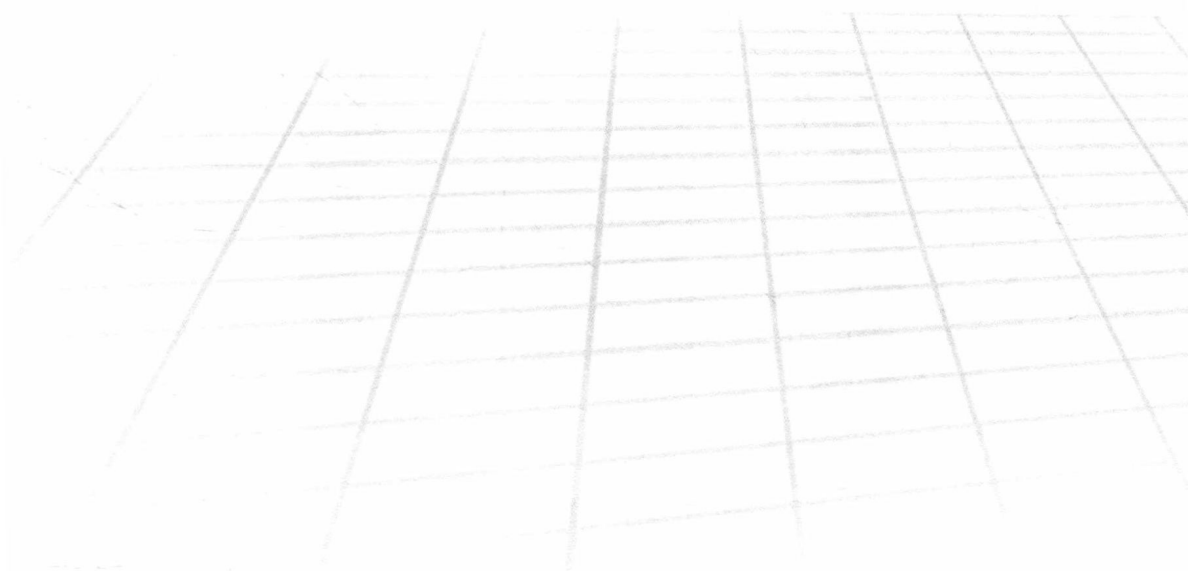
2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

定价: 42.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

移动互联网营销 从入门到精通



即学即用的移动 互联网营销指导书



P 前言

PREFACE

移动互联网已经全面侵袭到我们的生活中，越来越多的人开始通过手机、PAD等移动终端设备上网娱乐、学习甚至工作。

移动互联网时代的来临，颠覆了商业模式、思维模式、娱乐模式，毫不夸张地说，移动互联网正在改变一切，而且这种改变不可逆转。

移动互联网正以前所未有的速度，席卷着各行各业，如何利用新的营销工具，如何制定有效的营销策略，如何让产品在手机屏幕占据一席之地，如何实现线上和线下的融合，如何让广告宣传裂变式传播，如何和客户紧密黏着，如何将粉丝经济效益最大化……这些都是移动互联网营销需要解决的问题。而破解这些难题也是本书的精髓所在。

本书从实战的视角，全景呈现了移动互联网营销的成功本质。本书详细解读了移动互联网营销的四大营销工具，包括公众账号营销、APP营销、社会化媒体的经营和二维码营销；同时深刻解读了移动互联网三大平台的营销和推广，包括微信、论坛、QQ空间的开发与营销。

本书既讲解了移动互联网营销工具的使用技巧，又包括了“互联网+

营销”的策略和方法，同时对营销细节做了深度分析。

本书共分为10章。第1章系统、详细，多角度、多渠道地阐述了移动互联网营销的概念、特点、模式及核心。第2至10章着重从微信营销、APP营销、二维码营销、百科营销、O2O营销、微博营销、论坛营销、大数据营销和微视频营销9大主流移动互联网营销方式分析了各种方式的优势及运用方法、注意要点和成功案例解析，让读者一本书完全读懂移动互联网营销。

本书在编排上紧密结合移动互联网从入门到精通的先后过程，从准备知识起，逐步带领大家深入学习移动互联网营销的各种技巧，侧重实战，摒弃晦涩难懂的技术理论，配上一目了然的流程图，除适当的关键理论简明扼要地阐述以外，绝大多数内容是基于实际操作指导，让读者读起来简明轻松，操作起来有章可循。

所以，这本书值得你花上一段时间，慢慢地阅读和思考。当然，你也可以一边阅读，一边操作，看看本书对你的移动互联网营销之旅是否真实有效。我相信，本书将会为你开启一段高效移动网络的盈利旅程。

本书以实用的内容、鲜活的案例，为商家提供了节省成本、效果显著的新型营销模式，如果和传统营销模式结合使用，将爆发出惊人的盈利增长。

移动互联网营销，深刻地改变着商家的生存模式，微商如果打赢“互联网+营销”之战，就有机会成为时代的标杆企业；否则，巨无霸也会轰然倒塌。

拥抱移动互联网营销浪潮，你做好准备了吗？

C 目录

CONTENTS

第 1 章 移动互联网+ 营销改变一切

什么是移动互联网营销 / 002

移动互联网营销的4大特点 / 006

移动互联网营销第一步：营销定位 / 009

移动互联网运营必备的4款常用工具 / 015

移动互联网营销的核心：时间碎片化 / 021

移动互联网营销案例解析 / 025

第 2 章 微信营销：移动互联网营销的至高点

什么是微信营销 / 032

微信营销第一步：注册微信账号 / 034

微信自带独特的营销功能 / 036

高级营销：拥有微信公众平台 / 042

玩转公众账号关键策略 / 045

个人账号+公众账号=营销作用加强 / 050

微信营销的三大误区 / 053

微信营销案例解析 / 056

第3章 APP营销与推广：粉丝经济最大化

- 什么是APP营销 / 066
- 如何设计出让用户喜欢的APP / 070
- 如何运营APP / 073
- 如何推广APP / 078
- 如何让用户心甘情愿下载和安装你的APP / 082
- APP营销案例解析 / 085

第4章 二维码营销：扫一扫

- 什么是二维码营销 / 096
- 如何制作二维码 / 099
- 设计高颜值二维码 / 101
- 放置二维码的最佳地点 / 104
- 用户扫描二维码的最佳时机 / 107
- 移动扫码软件让用户瞬间看到你 / 110
- 如何利用二维码营销做活动 / 117
- 二维码营销案例解析 / 120

第5章 百科营销：品牌的确立

- 什么是百科营销 / 128
- 百科营销4大形式 / 131
- 百科营销的成本计算 / 133
- 如何创建百科 / 135
- 百科营销的操作流程 / 138

百科营销的4种营销技巧 / 142

百科营销案例解析 / 150

第6章 O2O营销：线上到线下

什么是O2O营销 / 154

O2O营销线上线下互动的两种关系 / 159

牢牢黏住O2O客户的营销策略 / 162

最适合O2O营销的4大行业 / 169

O2O营销案例解析 / 177

第7章 微博营销：品牌裂变式传播

什么是微博营销 / 184

微博营销从注册微博账号开始 / 187

最佳发布微博的时间和频率 / 189

微博的基本设置技巧 / 191

微博营销，内容为王 / 194

微博营销如何快速吸粉 / 200

7个指标评估微博营销效果 / 203

避开微博营销的误区 / 208

微博营销案例解析 / 211

第8章 论坛营销：引导目标受众

什么是论坛营销 / 220

如何筛选人气论坛 / 223

如何做论坛高质量个性签名 / 225

- 论坛如何发贴——什么样的贴子会火 / 229
- 怎样让论坛营销贴子互动起来 / 233
- 论坛营销实战技巧 / 237
- 论坛营销的方式 / 242
- 论坛营销最重要的营销策略——口碑营销 / 245
- 论坛营销经典案例解析 / 249

第9章 大数据营销：定位客户

- 什么是大数据营销 / 254
- 分析用户行为是大数据营销的根本 / 258
- 筛选重点客户是大数据营销的本质 / 261
- 如何进行大数据营销 / 264
- 大数据营销案例解析 / 267

第10章 微视频营销：靠内容取胜

- 什么是微视频营销 / 274
- 如何制作一个“诱人”的微视频 / 278
- 微视频营销的5大操作步骤 / 281
- 一学就会的微视频营销技巧 / 284
- 如何用微视频快速地获得粉丝 / 287
- 微视频营销案例解析 / 289

第1章

移动互联网 + 营销改变一切

移动互联网时代的来临，可以说使整个人类世界站在了一个新时代的前沿。移动互联网时代在为人们带来更加便捷、丰富和流畅的信息体验的同时，也加快了人们的工作、生活节奏，并在无形中改变了人们早已习惯了几个世纪的信息获取方式和决策方式。毫不夸张地说，移动互联网正在改变一切，而且这种改变不可逆转。这些改变既增加了互联网营销的难度，也为其带来了前所未有的机遇，下面就跟随移动互联网营销的脚步去了解一下到底什么是移动互联网营销，开启你的移动互联网营销之旅。



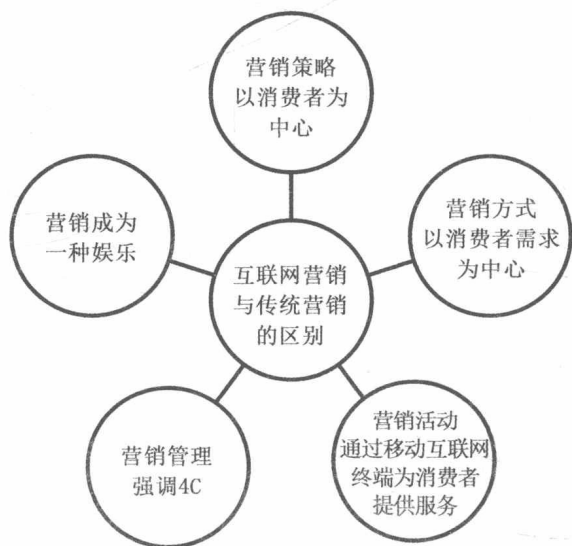
什么是移动互联网营销

互联网营销起源于上世纪90年代，随着信息传播方式的变革和计算机技术的日趋成熟，一种新的营销模式随之诞生了，那就是移动互联网营销。

移动互联网营销，也叫移动网络营销，是以互联网为媒体，以新的方式、方法和理念，通过一系列营销策划制定和实施的营销活动。

如今，随着4G时代的到来和智能手机的普及，移动互联网已经成为人们生活中必不可少的元素。同时，利用移动互联网营销也迅速成为新的市场营销途径。

移动互联网营销之所以发展如此迅速，原因在于它与传统营销相比有很大的不同，这两种营销模式的差异主要表现在以下几方面。



■ 营销策略以消费者为中心

传统营销策略：重心是围绕产品、价格、渠道、促销组合（4P）开展的，更加注重和强调的是营销者自己的利润，总是想办法让自己的利润可以达到最大化，而不是消费者是否得到了最好的满足，也不是其产品是否符合消费者的需求。

移动互联网营销策略：重心是围绕顾客、成本、便利、沟通（4C）开展的，注重的是消费者，强调以消费者为中心，通过满足消费者需求，为消费者提供优质、便利服务而实现企业价值，最终实现利润。

■ 营销方式以消费者需求为中心

传统营销方式：是营销者主动向消费者推销，而消费者不管愿不愿意接受这种产品，只能被动接受，这样很容易使顾客与企业之间的关系变得僵化，甚至于给顾客带来很多不便和烦恼。从长远来看，这种营销模式并不利于长期发展。

移动互联网营销方式：是以消费者为中心，更加注重消费者的心理需求，通过分析顾客的喜好、需求，为顾客提供优质产品和服务。而消费者在需求的驱动之下也会主动通过互联网寻求相关产品或服务的信息，从而使营销者与顾客的关系变为真正的合作关系，有利于长期发展。

■ 营销活动通过移动互联网终端为消费者提供服务

传统营销活动：是营销者直接拿着广告或宣传单，面对面地说服消费者，使顾客被动接受。

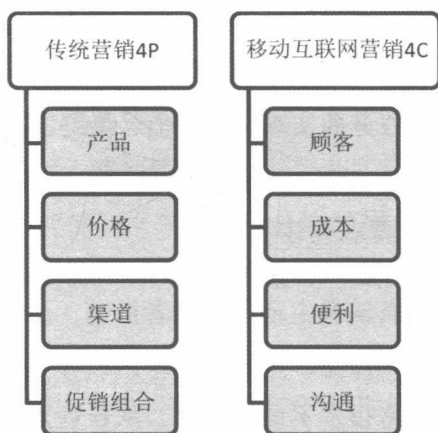
移动互联网营销活动：作为一个新的理念和营销方式，具有跨时空、多媒体、交互式、整合式、高效性、经济性和技术性等特点。这种营销方

式主要是以互联网为基本平台，通过计算机、手机、电视机等互联网终端为顾客提供服务从而实现营销目的。

■ 营销管理强调4C

传统营销管理强调4P：产品、价格、渠道、促销组合。

移动互联网营销管理强调4C：顾客、成本、便利、沟通。



不管是传统营销还是移动互联网营销，都必须遵守一个原则：营销者必须实行全程营销，即必须由产品的设计阶段开始就充分考虑消费者的需求和意愿。

传统营销很难做到这个原则，原因在于，消费者与营销者之间缺乏合适的沟通渠道或沟通成本太高。

而移动互联网营销可以轻轻松松地实现这个需求。即使你是再微小的商家，也可以通过发邮件、QQ、微信、微博等，为消费者即时提供产品和服务，消费者也有更多的机会对产品从设计到定价和服务等一系列环节发表意见和建议。

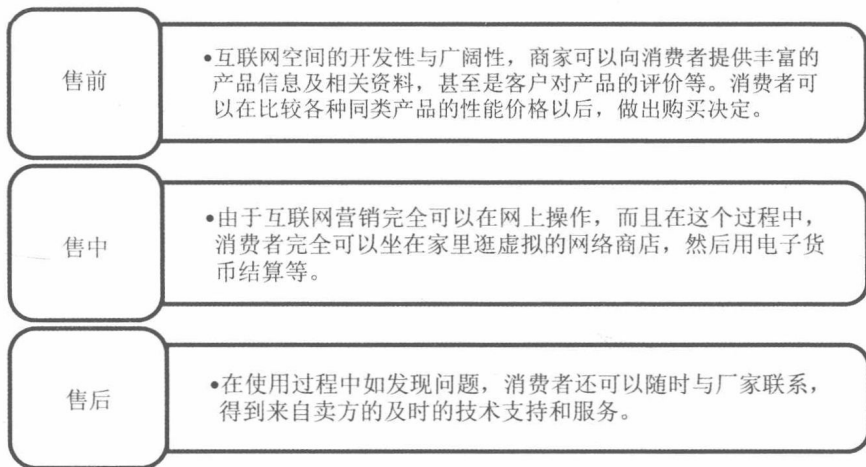
这种双向互动的沟通方式提高了消费者的参与性与积极性，更重要的是它能使营销者的决策有的放矢，从根本上提高消费者满意度，创造出更

加符合消费需求的产品。

■ 营销成为一种娱乐

传统营销体验：在传统的营销中，人们想要购买一件商品，必须亲自去实体店面体验，并且为此耗费半天甚至一天的时间。此外，由于受地点的限制，很多消费者在当地无法购买到最时尚的商品，这就限制了消费者的消费。

移动互联网营销体验：移动互联网营销为人们描绘了一个诱人的场景，它使购物不再是一种劳心费力的过程，甚至有时还是一种休闲、一种娱乐。让我们看一看移动互联网营销是怎样简化购买过程的。



营销提醒

互联网营销能简化购物环节，节省消费者的时间和精力，将购买过程中的麻烦减少到最小。消费者则可在全球范围内寻找最优惠的价格，甚至可绕过中间商直接向生产者订货，因而能以更低的价格实现购买。此外，互联网营销也能为企业节省巨额的促销和流通过费用，使降低产品成本和价格成为可能。

移动互联网营销的4大特点

说起移动互联网营销，大多数人都能道出其中的一二。但谈及根本，却又一知半解。在移动互联网营销这个课题面前，我们的未知远远大于已知。

所以，当你从上一节知道什么是移动互联网营销后，接下来就是了解它的特点。只有知道移动互联网营销的4大特点，你才能在营销中找到适合自己的营销方法和策略。

移动互联网营销有4个特点，它们分别是：



■ 与消费者即时互动

移动互联网营销可以通过QQ、微信等方式与消费者即时互动，这是移动互联网营销最大的特点，也是最重要的特点。越互动客户黏度越大，越互动客户越能跟你分享，营销也就会越成功。