

零基础运营者从入门到精通

创建账号 / 设计模块 / 文案技巧 / 排版推送 / 推广吸粉
推广引流 / 策划活动 / 分析定位 / 设计技巧 / 变现盈利

微信公众号运营实战

108招

小营销大效果

谭静◎编著

专注于细致入微的小营销
实现变现盈利的大效果
10大专题内容 + 108个干货技巧

微信公众号运营实战 108招 小营销大效果

谭静◎编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

微信公众号运营实战108招：小营销大效果 / 谭静
编著. — 北京：人民邮电出版社，2019.2 (2019.6重印)
ISBN 978-7-115-50145-5

I. ①微… II. ①谭… III. ①网络营销 IV.
①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第266961号

内 容 提 要

10大专题内容，从微信公众号的认证注册、模板设计、文案技巧、排版方式等角度切入，帮助大家从微信公众号运营新手成为高手。

108个干货技巧，从推广宣传、吸粉引流、策划活动、分析用户、变现盈利等方面，完成从0到1万元、10万元、100万元的利润突破。

全书分为10章，具体内容包括：9种前期准备，快速入门经营；9种设置技巧，完善公众号界面；10种撰写方法，打造热门爆文；14种操作技巧，制造优美图文；9种吸粉渠道，宣传微信公众号；13个平台引流技巧，引领超高人气；11个主要步骤，吸引优质粉丝；13个分析要点，找到标准用户；10种构思方法，增强粉丝黏性；10种变现方式，快速盈利。

全书结构清晰，语言简洁，对于微信公众号运营具有较强的指导性和针对性，适合微信公众号平台的运营者、管理者，特别是内容编写者、数据分析人员等阅读。

◆ 编 著 谭 静

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>

北京虎彩文化传播有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：15.75

2019年2月第1版

字数：308千字

2019年6月北京第4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：京东工商广登字20170147号

前言

目前，微信公众号的数量早已突破 2 000 万，但公众号的阅读打开率从 5% 左右下降到了 2% 左右。

一边是大军过境，一边是力争过独木桥，越来越多的公众号运营者陷入困兽斗，这么说并没有恶意，因为这是我自己的亲身体会。

“在运营公众号之前满是抱负，而真实情况却往往不尽如人意”。许多人以为开办公众号能赚大钱，从此迈进“豪门”了；结果呢，整日加班加点，为博阅读量、点赞率，从此朋友是路人！

买本书的读者，相信对公众号感兴趣，甚至已经着手公众号的运营工作，那我们只能像诗人汪国真所言：既然选择了远方，便只顾风雨兼程。力争将我们的公众号做成“豪门”！

因此，我想跟你分享一些公众号运营的干货，挤去水分，越干越好，让你学会公众号运营的方法和技巧。

俗话说：大道至简。本书不讲复杂的内容，只讲简单有效的操作技巧，笔者从自身和朋友运营的公众号经历中，提炼、总结出了 108 个技巧，帮助你在公众号的运营中，步步为营，稳扎稳打，早日实现商业变现，达到盈利。

本书从创建账号的类型、名称，以及如何设计有特色的头像、关注哪些链接、标题的取法、排版的技巧讲起，到如何吸粉引流、策划活动、分析客户、增强黏性，最后如何实现商业变现，达到盈利，都进行了全面、深入的讲解。

公众号的运营说到底就是三大块：一是内容生产，二是吸粉引流，三是商业变现，三者是层层递进的关系。

没有好的内容，就很难吸粉引流，而没有流量，谈何变现？所以如果想通过流量变现，我的建议是：做垂直领域的公众号，最好是原创为主，打造人格 IP。

我之前参股过一个摄影公众号，因为做得早，2014 年就开始做，正是公众号风口大势之时，每天与其他公众号互推互送文章，每天 8 条信息，短短一年时间，就做到了百万粉丝的级别，然后通过广告（每条广告 3 万元以上）快速盈利了，做到

200 万粉丝时，开始向电商转型，年营业额在 5 000 万元以上。但现在公众号的红利期已过，打开率低，这种通过转载、互推来维持内容运营的公众号渐渐举步维艰了。

于是支持朋友开始做原创型的摄影公众号，通过大量原创的文章打造个人 IP，然后将原创文章定期汇编成书，做到边运营边盈利；吸粉是附带的，通过粉丝打造属于自己的品牌平台和销售渠道。

为什么建议你做原创公众号？很简单，如果是信息收集或转载型的公众号，你的文章在别的公众号也可以被看到，那你的公众号就变得可有可无了，是没什么价值的。

不管是其他生意的经营，还是公众号的运营，我们必须想办法做得更好或做出不同，而做得更好非常难，但做出不同容易得多。因此，只要你的公众号原创性够强，不用一天发 8 条信息，哪怕一天发一条信息，甚至有许多号一周只发一条信息，依然有几十万的粉丝，通过广告、培训等盈利模式，利润都在百万元级别以上。

本书一共介绍了 108 个技巧，在此，我着重介绍两个方面。

一是吸粉引流。前面讲过，有人气才能带来财气，因此建议从零开始办公众号的朋友仔细看看第 5 章、第 6 章的内容。公众号好比一个池塘，我们要蓄水，一定要多架水管导水进来，而且要从这些平台中找到最适合自己公众号特质的粉丝，然后发文，引流过来。从笔者亲身经历的吸粉效果而言，有 3 种方式效果最明显，建议你多去试试，找到最有效的引流方式：通过公众号大号互推、通过爆款活动吸粉引流、通过今日头条导粉（今日头条的用户已破 6 亿，能导多少人过来看你的本事了）。

二是商业变现。很多有一定经济基础的运营者的打法是前期“烧钱”，待积累到几十万或上百万的粉丝时再考虑盈利，我不建议这么做，因为现在各行各业的变化太快，也许待烧钱烧到百万元时公众号的形势又发生了变化了，那岂不是白“烧”了？风险太大。我个人觉得一开始就要考虑好盈利模式，就从 1 000 人开始，或者 10 000 人开始，因为盈利的核心是要能够抓住用户的需求或痛点，然后提供价值服务，因此哪怕只有 1 000 人或 10 000 人，只要服务到位，他们也会消费，如果都不能精准抓住 1 000 人或 10 000 人的痛点需求，以后人多时怎么抓？人少时就要考虑盈利，是希望通过盈利倒推，逼你一再分析、剖析用户的需求是什么，不要稀里糊涂地运营。只要能解决用户的痛点，他们会主动买单！人少时都赚钱，人多时

还怕赚不到更多的钱？

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。公众号的运营真的深似海，我的建议和方
法意在抛砖引玉，希望你在运营中能有自己的心得体会、创意技巧，在公众号这一
片汪洋大海中，不仅要船稳、方向准，还能打捞到好鱼、大鱼！

目录

Contents

第1章 创建账号：9种前期准备，快速入门运营

- 实例1 了解传统的3大类公众号 / 2
- 实例2 选择适合企业运营的公众号 / 5
- 实例3 如何取一个合适的公众号名称 / 8
- 实例4 怎样设置一个容易让人记住的ID / 9
- 实例5 注册个人微信公众号的流程 / 14
- 实例6 注册企业微信公众号的流程 / 19
- 实例7 公众号认证前的资料准备 / 21
- 实例8 正式进行微信公众号认证 / 22
- 实例9 一年后微信公众号的年审流程 / 24

第2章 设计模块：9种设置设计，完善公众号界面

- 实例10 设计一个有特色的公众号头像 / 27
- 实例11 设置被关注回复 / 32
- 实例12 设置自动回复框中的文字超链接 / 33
- 实例13 充分设计好公众号的页面模板 / 34
- 实例14 在页面模板中设计好封面文章 / 36
- 实例15 汇总各类优质文章做好内容宣传 / 37
- 实例16 合理设计公众号下方的菜单列表 / 39
- 实例17 设置菜单名称的图文跳转页面 / 47
- 实例18 将图文跳转页面设置为微店 / 淘宝店 / 50

第 3 章 文案技巧：10 种撰写方法，打造热门爆文

- 实例 19 怎样取标题让用户有点击欲望 / 52
- 实例 20 文章摘要很重要，是点击文章的前提 / 55
- 实例 21 选择用户喜欢的文案语言风格 / 56
- 实例 22 文案语音、图片、视频合理搭配 / 58
- 实例 23 利用节日热门头条事件做文案 / 61
- 实例 24 在正文中植入软广告又不惹人厌 / 62
- 实例 25 利用图片或文字向读者主动求赞 / 64
- 实例 26 善于利用连载性文案吸引读者 / 65
- 实例 27 文章开头增加关注类图片做宣传 / 65
- 实例 28 文章结尾做一个阅读推荐文章链接 / 66

第 4 章 排版推送：14 种操作技巧，制造优美图文

- 实例 29 在图文中插入图片和视频素材 / 68
- 实例 30 在图文中插入音频多媒体素材 / 74
- 实例 31 在文章中插入投票活动增强互动 / 81
- 实例 32 在正文中插入超链接跳转网页 / 83
- 实例 33 在秀米编辑器中制作图文消息 / 86
- 实例 34 在秀米编辑器中制作 H5 动画页面 / 91
- 实例 35 在 135 编辑器中制作图文消息 / 93
- 实例 36 在 i 排版编辑器中制作图文消息 / 94
- 实例 37 设置具有个性化的图文封面图片 / 94
- 实例 38 把握好原文链接功能有助于营销 / 96
- 实例 39 开启文章的留言功能广吸人气 / 98
- 实例 40 做好内容版权声明，标注原创文章 / 99
- 实例 41 文章推送前再一次预览，谨防错误 / 101
- 实例 42 精心安排文章推送的时间 / 102

第5章 推广吸粉：9种吸粉渠道，宣传微信公众号

- 实例 43 通过爆款公众号大号互推 / 105
- 实例 44 通过爆款活动策划吸粉引流 / 106
- 实例 45 借助爆款 APP 引流 / 110
- 实例 46 运营者通过官方网站宣传推广 / 117
- 实例 47 借助爆款设备推广引流 / 117
- 实例 48 通过好友互推吸粉引流 / 119
- 实例 49 通过红包吸粉引流 / 120
- 实例 50 通过线上微课吸粉引流 / 122
- 实例 51 通过二维码吸粉引流 / 123

第6章 推广引流：13个平台引流技巧，引领超高人气

- 实例 52 今日头条引流技巧 / 127
- 实例 53 一点资讯引流技巧 / 129
- 实例 54 搜狐号引流技巧 / 133
- 实例 55 微博平台引流技巧 / 134
- 实例 56 企鹅媒体引流技巧 / 135
- 实例 57 QQ 公众号引流技巧 / 138
- 实例 58 QQ 群引流技巧 / 140
- 实例 59 UC 云观引流技巧 / 141
- 实例 60 百家号引流技巧 / 143
- 实例 61 网易媒体引流技巧 / 143
- 实例 62 知乎平台引流技巧 / 144
- 实例 63 简书平台引流技巧 / 146
- 实例 64 爱微帮引流技巧 / 147

第 7 章 策划活动：11 个主要步骤，吸引优质粉丝

- 实例 65 准备活动策划文案内容 / 150
- 实例 66 注册第三方投票系统 / / 152
- 实例 67 在投票系统中绑定微信公众号 / 155
- 实例 68 创建微信投票活动 / 157
- 实例 69 开启微信公众号关键词回复功能 / 157
- 实例 70 设置活动简介以及相关操作流程 / 158
- 实例 71 后台审核通过报名人员信息 / 159
- 实例 72 后台查看最新票数排行信息 / 160
- 实例 73 通过验证粉丝信息防止恶意刷票 / 162
- 实例 74 通过屏蔽刷票 IP 地址防止恶意刷票 / 163
- 实例 75 活动结束后之后的善后工作与经验总结 / 166

第 8 章 分析定位：13 个分析要点，找到标准用户

- 实例 76 价值体现，微信后台数据分析 / 173
- 实例 77 数据汇总，了解昨日关键指标 / 173
- 实例 78 好好分析新增的用户数据与来源 / 174
- 实例 79 发现问题，及时了解取消关注人数 / 177
- 实例 80 查看和分析净增的用户人数 / 178
- 实例 81 查看用户累积人数与累积趋势 / 179
- 实例 82 了解用户，必须构建用户画像 / 180
- 实例 83 分析用户性别、语言、地域分布 / 181
- 实例 84 从后台用户消息发送中看需求 / 183
- 实例 85 分析单篇图文详解数据 / 186
- 实例 86 分析全部图文日报、周报数据 / 190
- 实例 87 分析菜单点击次数，提炼优质内容 / 194
- 实例 88 分析投票数据，提高用户参与度 / 197

第9章 设计技巧：10种构思方法，增强粉丝黏性

- 实例 89 利用后台收到消息回复 / 199
- 实例 90 利用后台关键词回复 / 202
- 实例 91 后台消息自动回复也是一种宣传推广 / 205
- 实例 92 巧妙回复网友文章评论留言 / 208
- 实例 93 设置网友留言精选 / 211
- 实例 94 使用手机端管理后台留言 / 213
- 实例 95 将不文明的网友加入黑名单 / 215
- 实例 96 创建微信群积攒人气提升互动 / 216
- 实例 97 建立群规以免粉丝被同行吸走 / 218
- 实例 98 通过线下沙龙提升用户黏性 / 219

第10章 变现盈利：10种变现方式，快速盈利

- 实例 99 粉丝上万开通流量主 / 222
- 实例 100 文章点赞打赏赚零花钱 / 227
- 实例 101 利用头条软文广告变现 / 228
- 实例 102 文中嵌入商业广告变现 / 231
- 实例 103 头条文章中推广公众号变现 / 231
- 实例 104 电商品牌特卖入口变现 / 232
- 实例 105 添加微店、淘宝店菜单变现 / 233
- 实例 106 文章付费阅读、VIP 会员变现 / 236
- 实例 107 商业活动冠名赞助变现 / 239
- 实例 108 线下举办商业收费活动变现 / 240

第1章

创建账号： 9种前期准备，快速入门运营



学
前
提
示

随着微信公众号越来越火，人们关注的各类公众号越来越多，大部分企业也想拥有属于自己企业的微信公众号。

那么，如何快速创建公众号呢？可能大部分人还不太了解，所以本章将介绍如何快速创建公众号。

要点展示

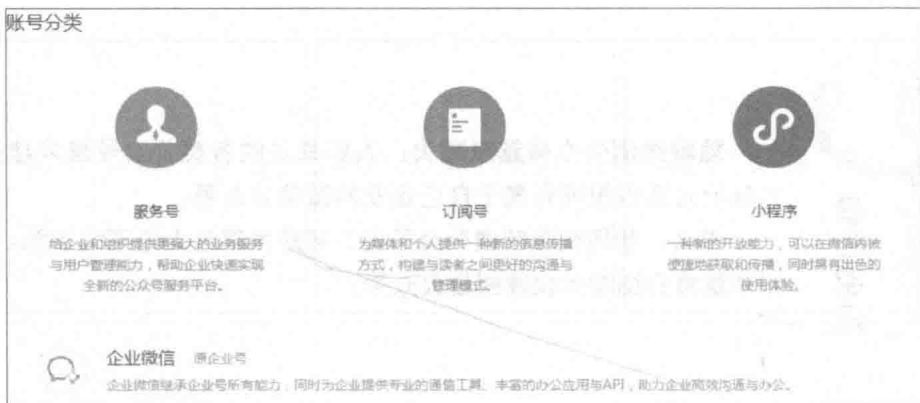


- ※ 了解传统的3大类公众号
- ※ 选择适合企业运营的公众号
- ※ 如何取一个合适的公众号名称
- ※ 怎样设置一个容易让人记住的ID
- ※ 注册个人微信公众号的流程
- ※ 注册企业微信公众号的流程
- ※ 公众号认证前的资料准备
- ※ 正式进行微信公众号认证
- ※ 一年后微信公众号的年审流程

实例 1 了解传统的 3 大类公众号

在申请微信公众号的时候，有一个选择公众号类型的页面。在该页面中，微信公众号的运营者需要选择自己的账号类型。一旦建立账号，就不能再更改账号的类型了，但是可以把订阅号升级为服务号。

众所周知，微信公众号的账号类型有四类，分别是服务号、订阅号、小程序和企业微信。在注册账号的时候，平台会跳出选择类型页面，如图 1-1 所示。其中小程序为微信公众号的扩展功能，本节还是以传统的 3 大类公众号为重点，对小程序就不进行过多说明了。

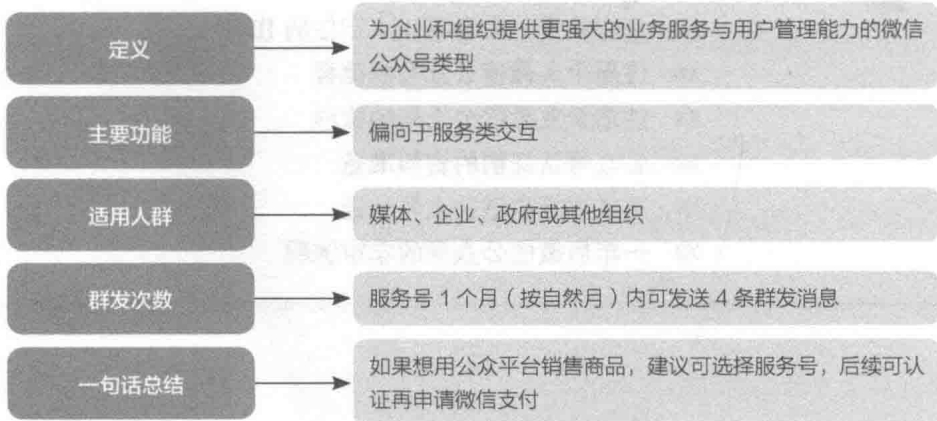


▲ 图 1-1 微信公众号的分类

不同公众号的功能和服务会有一些的区别，接下来笔者分别介绍一下这 3 种微信公众号。

1. 服务号

有关服务号的介绍如图 1-2 所示。



▲ 图 1-2 有关服务号的介绍

图 1-3 所示为服务号的例子——“邮储银行电子银行”。



▲ 图 1-3 “邮储银行电子银行”微信公众号

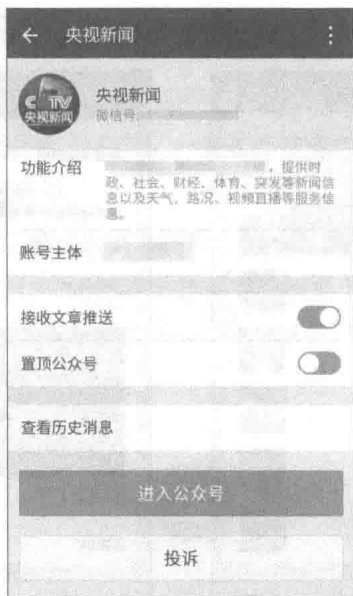
2. 订阅号

有关订阅号的介绍如图 1-4 所示。



▲ 图 1-4 有关订阅号的介绍

图 1-5 所示为订阅号例子——“央视新闻”。

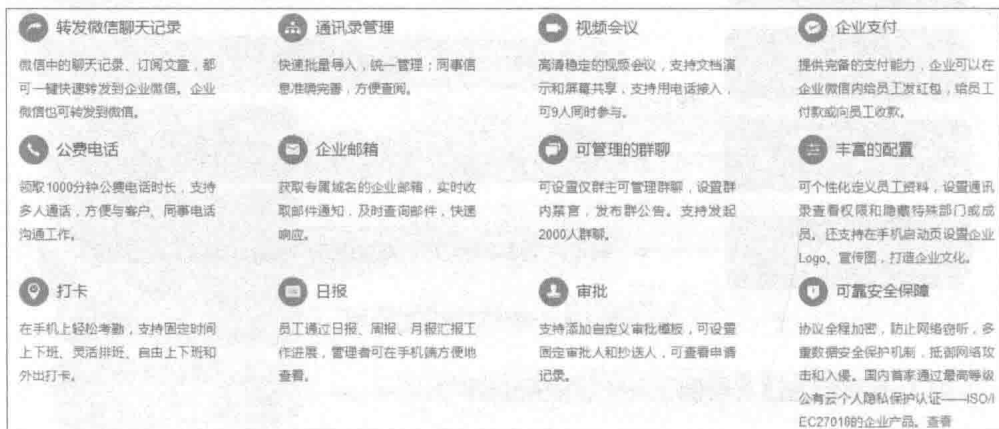


▲ 图 1-5 “央视新闻”微信公众号

3. 企业微信

企业微信（原企业号）主要用于公司内部通信，想要关注企业号的人员，就必须先验证通信信息，因此，如果企业想要通过一个微信公众平台来管理内部企业员工、团队，就可以申请企业微信。

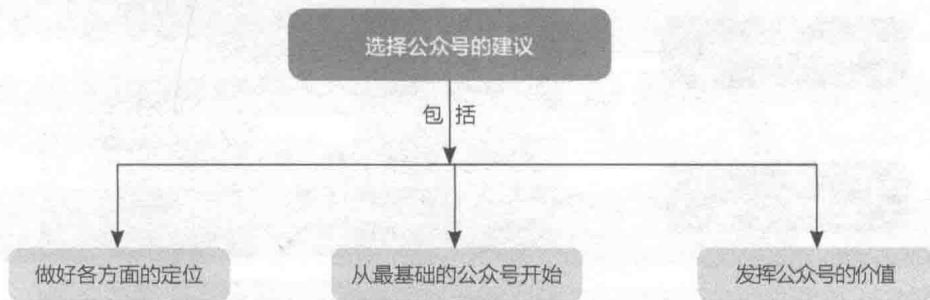
企业号的应用范围非常广泛，它可以用于政府机构、高等教育、酒店等方面，帮助各领域的企业实现业务及管理。如图 1-6 所示，就是企业微信所具有的各种功能。



▲ 图 1-6 企业微信的各种功能

以上就是对3类传统公众号的介绍。在运营公众号的时候，运营者必须知道不同类型的公众号所具有的功能以及自己想要哪些功能。

关于运营者如何选择公众号，笔者有几点建议可供参考，具体如图1-7所示。



▲ 图 1-7 选择公众号的建议

接下来，笔者就对图1-7中选择公众号的3点建议进行具体解读。

1. 做好各方面的定位

运营者在选择公众号时要明确自己的目标，找好方向，同时还要清楚自己想要传递信息的对象是什么样的，这样才能确保选择的公众号是合适的。

2. 从最基础的公众号开始

运营者在选择公众号的时候，可以考虑从最基础的公众号类型开始，慢慢积累关注者。等所有功能都摸索透彻或者是现有功能已经无法满足商家需求时，再选择功能更多的公众号类型。

3. 发挥公众号的价值

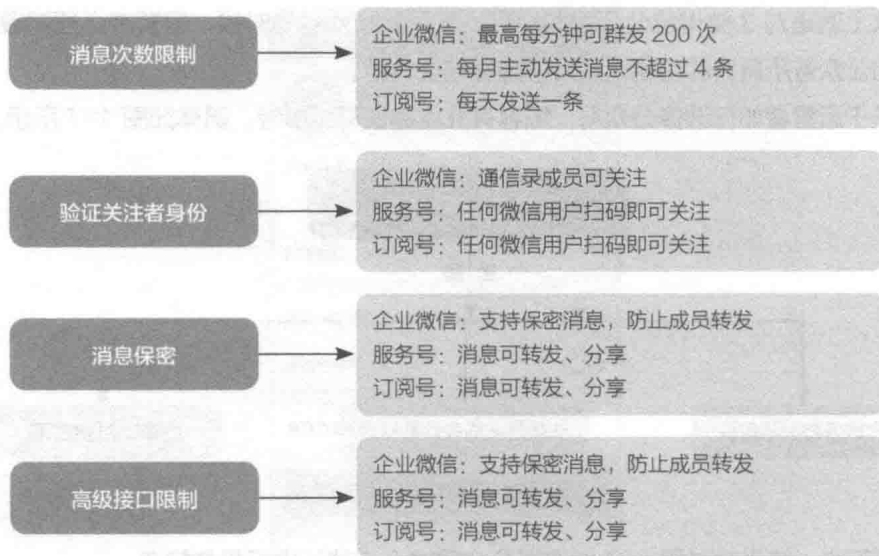
不管是选择哪种类型的公众号，都要发挥所选的公众号的最大价值，以求给客户最佳的使用体验。只有做好了用户体验，才有可能让关注者长期跟随。

实例2 选择适合企业运营的公众号

运营者在选择公众号的时候，一定要慎重。如果是用于企业内部通信管理的，就应该选择企业微信；对于订阅号和服务号，运营者需要根据自己的目标需求选择。

如果账号类型和目标需求不匹配，那么，花在账号上的时间和精力就都白费了。

下面，让我们通过一张图来了解这3类账号在4个方面的特点，具体如图1-8所示。



▲ 图 1-8 3类公众账号的特点

服务号与订阅号存在一定差别，具体如图 1-9 所示。

功能权限	普通订阅号	微信认证订阅号	普通服务号	微信认证服务号
消息直接显示在好友对话框列表中			☑	☑
消息显示在“订阅号”文件夹中	☑	☑		
每天可以群发1条消息	☑	☑		
每个月可以群发4条消息			☑	☑
无限制群发				
保密消息禁止转发				
关注时验证身份				
基本的消息接收/回复接口	☑	☑	☑	☑
聊天界面顶部，自定义菜单	☑	☑	☑	☑
定制应用				
高级接口能力		部分支持		☑
微信支付——商户功能		部分支持		☑

▲ 图 1-9 服务号与订阅号的差别

图 1-9 所示的 9 大高级接口，只有认证服务号才能使用这些接口。这 9 大接口是哪些呢？如图 1-10 所示。