

影响力

你不必讨好所有人

徐悦佳◎著

变现

一本让朋友圈价值翻倍，体面赚钱的红宝书

像经营品牌一样经营自己 · 教你在互联网时代，链接对的人 · 全方位实现个人价值精准变现

《好好学习》

作者

成甲

《写作是最好的自我投资》

作者

Spenser

创业邦

前总裁

方军

《爆款文案》

作者

关健明

等大咖 激赏推荐

北方文艺出版社

影响力

你不必讨好所有人

徐悦佳◎著

变现

图书在版编目 (CIP) 数据

影响力变现：你不必讨好所有人 / 徐悦佳著. --
哈尔滨：北方文艺出版社，2019.6 (2019.7 重印)
ISBN 978-7-5317-4564-8

I. ①影… II. ①徐… III. ①成功心理 - 通俗读物
IV. ①B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 106580 号

影响力变现：你不必讨好所有人

Yingxiangli Bianxian: Ni Bubi Taohao Suoyouren

作 者 / 徐悦佳

责任编辑 / 富翔强

出版发行 / 北方文艺出版社

发行电话 / (0451) 85951921 85951915

地 址 / 哈尔滨市南岗林兴街 3 号

印 刷 / 天津旭非印刷有限公司

字 数 / 116 千

版 次 / 2019 年 6 月第 1 版

书 号 / ISBN 978-7-5317-4564-8

装帧设计 / **WONDERLAND** Book design
仙墨 QQ:344581934

邮 编 / 150080

经 销 / 新华书店

网 址 / www.bfwy.com

开 本 / 880 × 1230 1/32

印 张 / 7.5

印 次 / 2019 年 7 月第 3 次印刷

定价 / 42.80 元



第一章

朋友圈，就是影响力

朋友圈，每个人的自媒体 _ 003

四大隐形价值 _ 011

重新发现你的朋友圈 _ 019

给你的朋友圈一个人设 _ 030

建立自己的影响力 _ 037

影响力变现：
你不必讨好所有人

第二章

让自己成为朋友圈“明星”

用故事“包装”自己 _ 045

如何让自己成为社群明星 _ 051

情商高，人际关系资源的秘密 _ 057

怎么撩，让每个人都喜欢你 _ 063

提升信任感的高段位沟通法 _ 073

第三章 快速扩展精准人际关系资源

如何快速找到种子用户 _ 081

扩展精准人际关系的4个小妙招 _ 087

学会这4点，增粉so easy _ 097

活跃微信群最有效的十大招数 _ 105

交心，才能链接到你认识的人 _ 111

影响力变现：
你不必讨好所有人

第四章

让人际关系资源充满“黏性”

私聊时要避免5个坑 _ 123

4招，让私聊快速破冰 _ 131

小小红包炸出潜水党 _ 140

跟进重点客户的方法论 _ 146

线下活动怎么做，才能升级朋友圈关系 _ 151

第五章 不可忽视的“引爆”策略

如何发出一条“高赞”朋友圈 _ 161

打造价值“10万+”的朋友圈就这几招 _ 168

朋友圈内容的“小”心机 _ 175

让你的活动引爆朋友圈 _ 182

提升形象的秒回技巧 _ 188

影响力变现：
你不必讨好所有人

第六章

变现朋友圈影响力

人际关系资源变现的7条路径 _ 197

用精准引流找到你的用户 _ 202

掌握刷屏背后的“营销心理” _ 209

会“种草”才能“割草” _ 217

让朋友圈“批发式成交” _ 224

第一章
DIYIZHANG

朋友圈，就是影响力



当你拥有了比别人更高质量的朋友圈时，你会比他人更容易获得成功与财富。换句话说，你的朋友圈就是你的财富，朋友就等于你拥有的财富价值和社交身价。

朋友圈，每个人的自媒体

新媒体时代，人人都是自媒体，人人都是发言人，只要有一部手机，你就能做自媒体。

自媒体时代的发声平台众多，你可以在自媒体平台表达和展现自己的价值观，来吸引喜欢你的粉丝并影响身边的人。下面我会列举几个用户量较大的平台——新浪微博、抖音、今日头条、知乎、微信，来讲讲它们之间的区别。

新浪微博

新浪微博于2009年上线，现在月活跃用户有4亿多。虽然平台已经发展了10个年头，但它依然是国内用户排名前三的智能手机APP（应用），依然是最有传播力的媒体渠道之一。因为其开放性，微博成了国内重要的社交媒体平台，有

影响力变现：

你不必讨好所有人

很多明星、网红、意见领袖、企业都在利用微博生产优质内容，并获得了大范围的传播。微博除了支持长文字，还支持视频、多图片、长图文、链接，等等。

微博与微信的不同之处在于：微博是公开的，而微信中的朋友圈是比较私人的；微博的内容可以随时转发，微信朋友圈的内容则需要下载、复制或截图以后才可以转发；微博的内容，无论是不是好友，你都可以查看、评论，微信的朋友圈，只有好友才能够看到、评论，如果好友设置了部分可见，那么其他好友就看不到；微博可以@好友，而微信不可以。

由于其公开性，微博具有非常大的营销价值，是非常好的品牌传播利器，可以帮助个人或者企业进行品牌传播。

那么，如果我们决定要运营一个新的微博账号，该如何快速获得第一批粉丝呢？

第一，和朋友圈的亲朋好友互粉。

第二，让朋友在朋友圈帮你推荐好友关注。

第三，通过已有的自媒体，比如微信公众号、微信群、微信朋友圈等来导流粉丝，同时还可以通过其他平台，比如直播、问答、短视频等吸粉。

第四，通过微博互推。用同类粉丝的微博进行微博互推，互推的方式跟朋友圈互推、公众号互推是一个模式。

第五，通过送奖品、抽奖等活动来增加粉丝，比如送书、送零食，送与你的目标粉丝定位受众需求一致的奖品。

微博是一个公开的平台，它让更多粉丝搜索你。你可以持续地在微博输出内容，吸引更多的人了解你。当你的微博积累了一定粉丝后，就可以往微信号导流了，通过发微博、私信，还有评论的方式，留下你的个人微信号就可以。

抖音

抖音是新兴的内容渠道和流量入口，利用抖音做内容营销，已经成了当下传统行业转型升级的新宠。

发一条抖音就可以捧红一个普通人或者一个品牌。比如，我的抖音就已经有百万粉丝了，旗下的几个抖音号中，一个50万粉丝的抖音号可以导流2万多好友到微信，并且产生变现和收益。一开始玩抖音的人基本都是95后人群，到目前为止，已经遍布各个年龄阶段了。

• 抖音与微信的不同之处在于，抖音是公开性的短视频平

影响力变现：

你不必讨好所有人

台，内容以15秒短视频和魔性音乐为主。想要在抖音获得高质量的粉丝，从账号注册时的定位开始，就要精心运营。内容要垂直、优质，画面要清晰。

目前，抖音最火的内容是：

（1）颜值类：美女、帅哥、萌娃、美妆、时尚和穿搭；

（2）兴趣类：汽车、旅行、游戏、科技、动漫、星座、美食、影视、魔术、声音、二次元；

（3）生活类：动物、母婴、育儿、玩具、生活、体育、教育、情感；

（4）技艺类：搞笑、音乐、舞蹈、记忆、文字、画画、职场；

（5）其他的还有：影视明星、励志故事、文学影视，以及办公软件技巧，家居收纳技巧等。

抖音的机制是去中心化的，这种算法让每个人都有机会爆红。

当你的作品被上传以后，平台会做一个审核，然后给你一个初始流量；之后根据你的视频完播率、点赞率、评论率、转发率等去推算，再判断你是否能进入后续流量池。流量池是什么？举例来说，比如一开始平台会根据你的作品给你

推送几百用户，如果效果不错，平台又会给你推送4000用户，如果反响不错，平台会再提升到12000的用户量……以此类推，不断叠加。

当粉丝达到一定数量后，就可以将粉丝引流到微信号了，方法就是在签名的地方留下你的微信号。如果你的某一条视频火了，那么可能会有非常多的人加你的微信。

今日头条

抖音也是今日头条系的，所以今日头条和抖音的算法是一致的，也是去中心化，即把你所做的内容分发、推送给对这个内容感兴趣的人。今日头条系的产品包括：今日头条、抖音、西瓜视频、悟空问答、微头条等，全都可以粉丝互通、同步。

今日头条与微信公众号的不同之处在于，今日头条不需要有粉丝，只要你的内容优质，平台就会把你的内容分发、推送给对这个内容感兴趣的人，帮你涨粉。

同样，如果你想涨粉、获得精准粉丝，你的内容也要垂直。“垂直”的意思就是，如果你想要职场粉丝，你的内容就要专

影响力变现：

你不必讨好所有人

注于职场；想要美妆粉丝，你就要专注于美妆内容；如果你要汽车粉丝，那么你就专注做汽车的内容。

但是，今日头条是不能够在上面留下自己的微信号、不能打广告的，不过你可以在评论区留下微信号，或者有人问你要微信号时，和他私聊。

知乎

知乎是一个拥有高质量用户的问答平台，有很多公众号“大V”就是从知乎问答开始积累粉丝的，而且知乎在百度的权重特别高。

你可以在知乎回答一些与自己的定位相符的问题，但要注意，写答案时不要灌水，不要写流水账，不要把评论当作答案来发布。如果你的答案没有太大的价值，那么其他用户会点击“没有帮助”，导致答案被折叠起来。你可以通过故事或者有数据支撑的答案来提供有价值的信息。这样，别的用户在看到你的答案时，会觉得你的信息对他非常有帮助，从而关注你。

知乎是一个垂直平台，是意见领袖打造个人品牌的优质