

软文营销

理论、方法、策略与案例分析

徐茂权 马玉芳 / 编著



笔杆子赚钱硬道理！让笔杆子撑起企业的腰杆子！

软文营销实力派专家软文撰写干货分享，实战案例深度解析！

做好内容，你能行！玩转传播，你能赢！

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

软文营销

理论、方法、策略与案例分析

徐茂权 马玉芳 / 编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

软文营销：理论、方法、策略与案例分析 / 徐茂权，
马玉芳编著. — 北京：人民邮电出版社，2017.5
ISBN 978-7-115-44621-3

I. ①软… II. ①徐… ②马… 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005239号

内 容 提 要

随着互联网的发展，特别是移动互联网的发展，软文营销已经开始突显其巨大的智慧和能量。本书全面系统地介绍软文营销的实践方法、策略与技巧。全书共十四章，主要内容包
括软文概述、软文营销概述、软文营销的常规操作步骤、软文营销的策略与技巧、搜索营销
与软文营销、软文创意、软文撰写攻略、危机公关软文的写作、软文营销的误区、软文营销
的风险以及防范、软文营销常用工具、软文营销常用平台、软文营销的未来和经典软文案例
点评。

本书适用人群包括个人站长、网店店主、企业策划人员、文案，以及志在从事软文营
销的人士。

◆ 编 著 徐茂权 马玉芳

责任编辑 许金霞

责任印制 杨林杰

◆ 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：15.75

2017年5月第1版

字数：295千字

2017年5月河北第1次印刷

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055256 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

专家推荐

我听过徐老师讲课，纵横捭阖，案例深入浅出。每一个企业都要有笔杆子，让笔杆子撑起企业的腰杆子，深有感触。新三板的企业更需要软文营销，对树立品牌、招商、公关、产品销售都有所帮助。我认为上市企业常讲的市值管理，软文也能发挥一定的作用。强力推荐本书。

——深圳市新三板上市企业协会秘书长 承薇

中顾法商集团在全国数十个城市，举办过数百场律师和企业家的线下培训课程。我们邀请徐老师分享过软文营销，学员反馈非常好。法律创造价值，软文能够树立法律行业品牌，传播法律知识和经典案例。法律也能帮助软文规范操作，徐老师的软文有正能量，我郑重推荐徐老师的新书。

——中顾法商集团创始人 高度强

忘不了在北京与徐老师当面沟通的三个小时，从内容策划到品牌传播，从网络推广到媒介策略，与徐老师切磋得很过瘾。无论是平面媒体还是PC端、移动端媒体，都已经无法离开软文营销，清华紫光成为物联网行业的知名企业，也是在传播方面受益良多。祝徐老师的新书热销。

——清华紫光物联网董事长 叶龙

CGN 在美国纳斯达克挂牌，现计划回归国内资本市场。为了不让废旧路灯、旧荧光灯以及废旧LED灯污染环境，我们投入巨资研发，CGN中国光能已经成为

全球第一家利用废旧灯制造纳米节能灯的企业。拥有全球领先的技术和设备，为废旧灯具的高价值利用创造了一个新的万亿级产业，我们有太多的专利技术和经典案例，在和徐老师交流后受益匪浅。

软文营销，能够帮助我们开拓市场，提升人们对节能环保及变废为宝循环经济的认知度，提升 CGN 中国光能的品牌价值，扩大市场份额。徐老师的这本书值得期待。

——中国光能科技集团董事长 戴建国

圣华盾在国内工装领域，特别是特种防护装领域，取得了一定成绩，已经在新三板成功挂牌。圣华盾的电商已经开始运营，企业自媒体通过软文引流效果明显，也产生了一定的销售业绩。如果系统地操作软文营销，效果会更好。希望徐老师的新书能够帮助我们和更多的新三板企业。

——圣华盾防护科技股份有限公司总经理 王炳来

拿起就别放下

亲爱的朋友，当你拿起这本书，翻到这个页面，请不要匆忙放下。

因为，这不是一本普通的网络营销类的书籍。

这里没有高深的理论，这里没有看不懂的案例，这里没有消极的抱怨，这里没有照搬的内容。

这本书可以越读越薄。

因为可以一边看，一边尝试着写，写完还可以尝试着发布出来。感受飞扬文字的乐趣，感受打开营销思路和局面的喜悦。看着，实践着，找到了适合你自己的路子，这本书就读薄了。

这本书也可以越读越厚。

因为这本书中有多个二维码，扫码可以延伸阅读，如果让你自己去百度检索，很难针对性地找到这么多典型的软文案例。如果你愿意，延伸阅读的内容能让这本书变得很厚很厚。

一个微店卖苹果，如何做到4天成交1500单？

一篇软文，如何让七星岛布草借力G20峰会成为焦点？

一篇软文，为何看完感人却没有人愿意转发陷入尴尬？

携程数据被删，且看人家如何公关。

.....

在这本书中你都可以找到答案。

软文的世界太美妙了，
 软文营销的魅力太迷人了。
 电商引流，客户转化，不在话下。
 直接卖货，打造品牌，不是问题。
 搜索营销，危机公关，不再困难。

.....

感受文字的力量，
 见证软文营销的奇迹，
 开启你的营销新智慧，
 就从这本书开始，
 拿起就请不要放下！

中关村互联网+人才学院执行院长 鄂翔

2017年1月

软文营销真心话，我只想说这四点

给这本书写前言，我思来想去，想找个定位。给文案、运营小白看？还是给大学生看？或者给创业者看？另外，企业主也要能看！我不是啥大牛专家，充其量算个有传播、营销、公关经验的笔杆子而已。干脆和读者聊点自己从业的感受吧，或许这样才能最真实地让读者了解软文营销的现状。

第一，态度不同结果不同。

曾经有企业家和我说：“徐老师，你研究啥软文营销啊，软文不就是让文案写篇文章吗？或者我找几家媒体报道一下不就完了吗？”

我没有回答，只问他有没有找过媒体报道。他很骄傲地和我说，做过几次新闻发布会，自然找过媒体报道。我问他有没有效果？他说没有啥效果。

我又问他，为什么没有效果？他回答不出来了。我接着问他是不是准备了新闻稿，是不是把新闻稿给媒体发到邮箱了，是不是又给了媒体现场照片，是不是之后继续和媒体沟通了，在媒体报道的时候给予支持和指导了，是不是配合主流媒体也做传播了，是不是从营销的角度做的传播？

在他陷入沉思的时候，我告诉他即使按照上面的做法做了，也不一定有效果。因为现在的信息已经高度碎片化，传播的渠道已经多元化，更何况有一部分媒体记者到现场只是为了车马费。

不过话又说回来，我们给媒体付了多少钱，能让他们认真研究企业的定位和产品卖点呢？即使研究了，他们能否按照营销的要求去表现出来呢？要知道，大多数媒体人是没有做过销售的，也不具备营销的思维，他们重视的是第三方的新闻视觉，还要遵守媒体的选题以及采访制度，你又凭什么要求媒体人写的文章能解决你的营销问题呢？当然，有些具有营销策划能力的媒体也很优秀，如曾经推动褚橙做“80后向80后致敬”选题的新京报。

对软文营销不了解、不重视，这是很多老板的态度，我们再来看看重视软文营销的企业老板。我们在浙江有个学员叫黄文英，是七星布草品牌的创始人，是一家酒店布草行业的佼佼者，她本人对软文营销非常重视。杭州 G20 峰会前，黄总的产品有幸成为供货商，专程从杭州到北京找我商量内容和传播策略。我们一起做了深入交流，整合了慧聪酒店频道和酒店行业内媒体的资源，在峰会期间推出了一篇软文获得了浙江企业界的广泛关注和好评，在业内外的品牌知名度也得到了很大地提升。

扫一扫



扫码阅读：G20 峰会，
凭啥火了永康这四家企业

第二，软文营销到底有啥用？

曾经有一个西安的高中女孩，以 QQ 空间为平台帮同龄人代购，赚了点小钱。2014 年 5 月休学，创办了一家公司。

2014 年 9 月，结识一位著名投资人，获得了天使轮投资。

2016 年 1 月，上了一期创业真人秀电视节目，也获得了 1000 多万的融资，之后迅速成为媒体追捧的对象。媒体广泛报道：“95 后” CEO 创造财富神话。

然而时隔 100 天之后，她的运营出现失误和困难，媒体又广泛报道：

“95 后” CEO 跌下神坛，某某公司不再神奇！

其实，不管成功也好，失败也罢，在这个大众创业、万众创新的今天，只要想做一番事业并勇于拼搏的创业者，我们都应该为他们鼓掌。没有资本，创业速度会减慢，愿意投资创业者并且希望赢取超额投资利润的投资人，也应该为他们点赞。

这个女孩在情绪低谷时，在朋友圈只发了四个字：人言可畏！

请大家思考，她创业从顶峰跌落谷底，有她的失误，但是媒体的力量也不容小觑。

告诉大家一句真心话：这是一个你必须懂传播的时代！那么，软文营销到底有啥用呢？结合前面我的讲述，可以总结出来软文营销的重要作用：舆论公关。

请大家认真思考一下，衰败的企业，乃至一夜关门的企业，难道真的没有救了么？一旦进入舆论的漩涡中心，就会把失误放大，一发不可收拾。

2016 年年底，有两篇文章引起了人们的深度思考。一篇是《罗一笑，你给我站住》，如果不是腾讯微信后台对于文章打赏金额的限制，吸金能力恐怕要创造历史新高。当然，这个事情因欺骗了善良的人们而倍受谴责，微信也把募集的资金原数退回，但是这篇文章的传播力量和传播途径值得深思。

另外一篇是《每对母子都是生死之交，我要陪他向校园霸凌说 NO》，这一篇文章直接将“中关村二小霸凌”事件推成了一个社会热点，教委介入、家长争执、校方僵持、大众热议。

两篇文章的火爆有特殊的背景，但是在新媒体时代软文作为具体的表现形式起着重要的作用。除此以外，软文营销在搜索营销方面还有更为显著的作用，在此不做详细展开，在本书正文中有详细的说明。

接下来说一下软文营销最现实的意义：那就是卖货，收钱！

销售起源于西方营销界，在今天依然值得学习。在国内刘克亚、陈帝豪老师都是高手。我去年创办泉之媒，用一封销售信，四天时间就收到了启动资金，并收获了我的第一批合伙人，他们至今都在鞭策我不断前行。

2016年9月，我指导过的一家企业，一个月就写了一篇软文，花费15万元投放，赚回了300万元！

2016年第五期软文营销集训营后，我的学员写了一篇软文，尽管水平不是太高，但是利用网络推和微信推，每周都能卖好几台起天大圣护理机。

我调研过的一家新三板挂牌的企业，年销售额两个亿。我发现他们不是卖产品的，而是做内容的公司！产品只是载体而已。

互联网对于营销非常有用，软文是重要手段，但是也不是万能的。在线下面对面给你机会都不能成交，想在线上成交我看也比较难！

软文营销不是高大上，但也不是随随便便就能见到效果的。一篇好文案，胜过十万销售大军，这绝对不是传说！

其实用一句话，就能终结软文营销的作用，那就是“软实力”！一个无论多么牛的企业，它要想发展，都离不开软实力。即使是小企业，只要把内容和传播做好，一定能运转起来。

也许你会和我说：“徐老师，要先解决定位、商业模式”。

没错！请问定位和商业模式又有哪个企业敢说一直就是对的呢？不去市场上试一下又怎么能知道呢？最近两年经常有人用众筹解决了资金或者销售的问题。那么请问，众筹是靠软实力还是硬实力呢？产品都没有呢？如何说服别人买单呢？是不是靠软实力，靠图片，靠文字？所以，软文营销就是软实力！

扫一扫



扫码阅读：起天大圣
护理机软文

第三，软文营销存在哪些问题？

声明一下，这个问题主要是从内容和传播的角度。

首先，很多企业听说过软文营销，但是没有干过！至少没有认真干过，至少没有系统地干过！

“小张，咱们公司新推一款产品，写篇软文吧”。老板根本就不参与，甚至不去看！你都不知道怎么策划和如何操作，请问公司的文案能干吗？能不能有效果？不要和我说完全外包，请问谁最了解你自己，请问谁在日夜思考你的项目？外脑可以借，但是绝对不能完全依靠！

其次，很多企业老板不懂装懂瞎指挥！

好不容易，文案写了篇稿子，或者广告公司、公关公司拿来提案给你看，本来挺好的，你看着不顺眼，让改。改了一次，你觉得想说的话没有说出来，恨不得把公司所有想卖的东西，产品的所有卖点全部加进去。改来改去，有情怀的笔杆子们一定炒掉你！忍着，一定是你说怎么改就怎么改！

最后，很多老板过分重视技术和平台。

大家有没有听说过 H5？H5 在火爆的时候，可口可乐用这个新的传播方式获得了营销上的多次成功。可是，可口可乐的欧洲副总裁却说了这样一句话：在大数据和科技盛行的今天，各位营销者或许应该冷静一下，想想在追求数据与趋势的同时，自己的品牌是否印记了创意的灵魂与情感。

可口可乐的欧洲副总裁在说啥呢？说的是内容的重要性！

当下，大部分传统的企业家有一个最大的优点，那就是埋头苦干，干得实，说得少。其实，在酒香也怕巷子深的今天，这是最需要改变的。不会说，不会对消费者表达，不知道如何做内容，不知道怎么去传播，是要吃亏的。

一个企业家真正的财富不是今天兜里有多少钱，有多少资产，而是你有什么样的思维和落地能力。不具备软实力，钱越多，死得越快！

第四，软文营销成功靠系统。

说一下软文营销成功的关键因素，那就是系统。从实施团队来讲，要有领导支持，文案运营执行，相关人员配合。从操作上来讲，要建立流程，我在本书中将流程总结为五部曲。

说实话，在国内专业的软文营销培训机构比较少，我经常和团队调侃，我们算是非专业机构中比较专业的一个。通过多期的线下软文营销集训营活动，我们终于把自己给讲明白了。那就是，老板要做指挥的事情，文案、运营要做落地的活。老

板解决思维，从传播和运营的角度梳理公司的战略，让文案和运营做好计划。

最后，为我这本书做做广告：想做好软文营销，请先把这本书通读一遍吧。

这本书是我受到马玉芳教授邀请，与其共同完成的。马老师和我一起梳理了2016年最新的案例，当然也加入了我们团队自己操作的一些案例。无论你是大学生还是创业者，无论你是做电商还是微商，无论你是企业主还是文案、运营，想要做好互联网时代的营销，就离不开软文营销。

套用微信的广告语：“再小的个体也有自己的品牌”，马老师说“再小的主体也可以用软文营销”。我们希望本书能够让更多的人拿起笔杆子，让软文的世界洒满阳光，让每一位读者都能有所收获。

祝各位好友和所有关注文字的朋友们，践行传播的企业老板和文案运营们，事业旺顺，身体健康。

编著者

2017年1月

第1章 软文概述	1
1.1 软文的概念	1
1.2 软文的分类	2
1.3 软文的特点	7
1.4 软文的载体	21
思考与任务	28
第2章 软文营销概述	29
2.1 软文营销的概念	29
2.2 软文和软文营销的区别	29
2.3 国内外的软文营销现状	30
2.4 软文营销的优势	31
2.5 软文营销的缺点	35
思考与任务	38
第3章 软文营销的常规操作步骤	39
3.1 软文营销中的调研	40
3.2 软文营销中的策划	41
3.3 软文营销中的撰写	42
3.4 软文营销中的发布	43
3.5 软文营销中的评估	46
思考与任务	48
第4章 软文营销的策略与技巧	49
4.1 软文营销的分层策略	49

4.2 软文营销的整合策略.....	53
4.3 软文营销的创意技巧.....	54
4.4 软文营销的说服技巧.....	56
4.5 软文营销的感召技巧.....	59
思考与任务	61
第5章 搜索营销与软文营销	62
5.1 SEM 概念.....	62
5.2 软文与搜索相得益彰.....	66
5.3 认识关键词.....	67
5.4 设置关键词.....	69
5.5 自媒体软文中的关键词	70
5.6 软文中关键词应该植入到哪里.....	71
5.7 网络软文如何与 SEM 合力	71
思考与任务	74
第6章 软文创意	75
6.1 软文创意的 3 个手法	75
6.2 内涵软文创意的 4 个原则	77
6.3 软文创意的 5 种经典类型	79
6.4 软文创意的 11 个具体方法	86
任务与思考	100
第7章 软文撰写攻略.....	101
7.1 为什么要研究软文标题	101
7.2 软文撰写标题前必须知道的两件事	102
7.3 软文如何撰写标题	103
7.4 软文如何写开头.....	106
7.5 软文正文如何布局	108
7.6 软文如何写结尾.....	113
7.7 软文中如何植入行动目标.....	115

7.8 软文排版中的 5 个规则	116
思考与任务	118
第 8 章 危机公关软文的写作.....	119
8.1 什么是危机公关软文.....	120
8.2 危机公关软文的操作原则.....	121
8.3 危机公关软文的 5 个技巧	123
8.4 危机公关软文的两个法宝.....	125
8.5 危机公关软文的 3 个案例	125
思考与任务	133
第 9 章 软文营销的误区.....	133
9.1 软文营销实施不系统.....	134
9.2 软文营销一把手工程出问题	135
9.3 软文营销没有重点	135
9.4 软文营销求量不求质.....	135
9.5 软文营销中的独轮车.....	136
9.6 软文营销吹大牛.....	136
9.7 软文营销不注重正能量	137
第 10 章 软文营销的风险以及防范	139
10.1 软文营销操作上的风险	140
10.2 道德风险	145
10.3 法律风险	146
10.4 投入风险	158
思考与任务	159
第 11 章 软文营销常用工具	160
11.1 搜索引擎工具	160
11.2 站长工具	162
11.3 导图工具	164

11.4 软文撰写工具	166
11.5 二维码生成工具	167
11.6 微信公众号排版工具	169
11.7 H5 页面制作工具	170
11.8 图片编辑工具	170
11.9 直播工具	172
11.10 电子笔记工具	173
11.11 内容传播工具	173
任务与思考	175
第 12 章 软文营销常用平台	176
12.1 猪八戒	176
12.2 传播易	177
12.3 微播易	178
12.4 泉之媒	178
12.5 梅花网	179
12.6 插座学院	179
12.7 馒头商学院	180
思考与任务	181
第 13 章 软文营销的未来	182
13.1 软文营销必须要重视社会责任	182
13.2 软文营销将重视正能量	183
13.3 软文营销必将成为阳光下的行业	184
13.4 软文营销践行社会责任和正能量的 4 个注意事项	185
思考与任务	187
第 14 章 经典软文案例点评	188
14.1 化妆品软文: 云妮玫瑰精油	188
14.2 电商软文: 沂蒙好苹果微店	191
14.3 农产品软文: 胡子哥山茶油的行业呼吁	199

14.4	新媒体软文：雾霾散了，我差点被炒了，大家来评理	201
14.5	房地产软文：通州燕郊之后北京置业何去何从.....	203
14.6	图片式软文：普宙无人机略有遗憾的 图片软文营销	206
14.7	典当行软文：新闻报道深藏不漏	208
14.8	无厘头组合式软文：大胆联想	212
14.9	情感软文：似曾相识，依然有效	215
附 录		219
附录 1	软文营销标题的 36 个公式	224
附录 2	微信软文六大模板以及示例	229
后 记		235