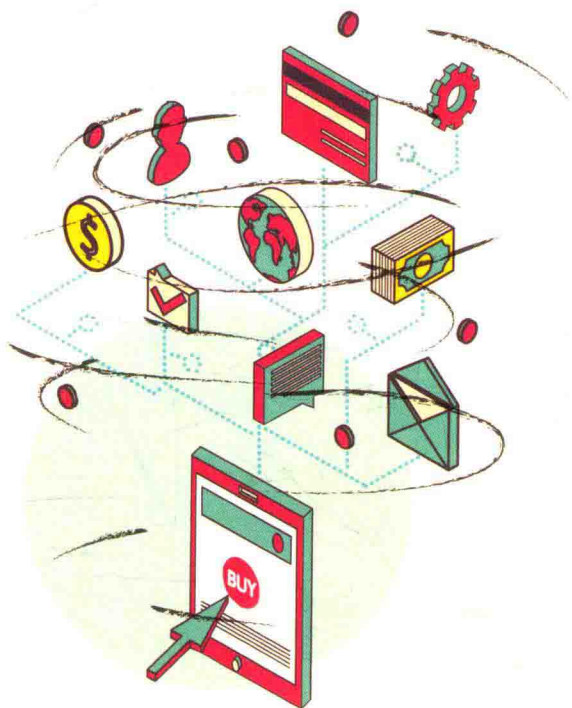


微信营销

数据化精准运营

恒盛杰资讯◎著



案例、理论、实操，360度解析微信营销技巧 用数据思维轻松玩转微信营销

大数据分析
精准引流
高效转化

系统解密微信各大功能模块的数据分析方法
分析数据，全面解读用户特征，实现精准引流
用数据深刻剖析微信营销方案，巧妙实现微信
用户和订单的高效转化

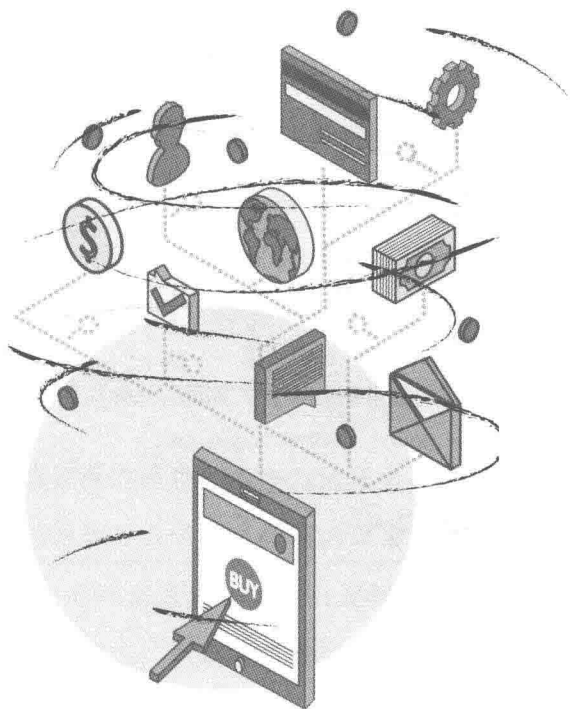


文化发展出版社
Cultural Development Press

微信营销

数据化精准运营

恒盛杰资讯◎著



文化发展出版社
Cultural Development Press

内容提要

全书共分为8章和1个附录。第1章讲解了微信运营的精髓所在。第2章将数据与微信相结合,讲解了如何从数据的思路运营微信平台。第3章~第7章则分别详细讲解了微信后台“用户增长”“用户属性”“图文群发”功能页面下的数据内容。第8章除了补充微信后台其他类型的数据外,还加入了大型案例,使读者可以将前面学到的知识点融会贯通。附录部分针对微信软文写作的精华要点进行补充,为微信软文写作者提供思路和灵感。

本书适合网络创业者、微商、站长、店长以及从事网络营销工作的相关人士阅读。也适合作为网络营销课程参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

微信营销——数据化精准运营/恒盛杰资讯著. —北京:文化发展出版社,2016.3

ISBN 978-7-5142-1291-4

I. ①微… II. ①恒… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第039142号

微信营销——数据化精准运营

恒盛杰资讯 著

责任编辑:张宇华

特约编辑:张安

执行编辑:王丹

责任校对:郭平

责任印制:孙晶莹

责任设计:侯铮

出版发行:文化发展出版社(北京市翠微路2号 邮编:100036)

网 址:www.printhome.com www.keyin.cn

经 销:各地新华书店

印 刷:中煤(北京)印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

字 数:285千字

印 张:15

印 数:1~4000

印 次:2016年4月第1版 2016年4月第1次印刷

定 价:49.80元

I S B N : 978-7-5142-1291-4

◆ 如发现任何质量问题请与我社发行部联系。发行部电话:010-88275710

前言

PREFACE

跟不上时代的营销怎么能称为好的营销？在过去网络还不普及的时代，众商家争抢的营销宝地是电视黄金档广告，或是报纸的一个“豆腐块”；随着网络的普及，各种即时通信工具开始出现，众商家又开始研究起了微博营销、网络营销；直到最近几年，微信开始作为一个集通信、购物、交友等功能为一体的强大工具风靡全中国，于是营销跨入了微信营销时代。然而，随着时代的发展，“大数据”这个概念开始出现在人们的生活中，商业运作越来越数据化了，此时此刻营销就不能再是单纯的微信营销，而是将微信营销和数据分析紧密结合、能顺应当下时势的微信数据化营销。

为了将微信营销的理念、方法传播开来，本书从微信营销的本质讲起，再到微信公众号后台数据的详细分析与应用，全书包括大大小小的20多个典型微信数据化营销案例，用最直白的叙述、最容易理解的方法，教读者将数据化运营的思想应用到微信营销中。

全书共分为8章和1个附录。第1章讲解了微信运营的精髓所在。第2章将数据与微信相结合，讲解了如何从数据的思路运营微信平台。第3章~第7章则分别详细讲解了微信后台“用户增长”“用户属性”“图文群发”功能页面下的数据内容。第8章除了补充微信后台其他类型的数据外，还加入了大型案例，使读者可以将前面学到的知识点融会贯通。附录部分针对微信软文写作的精华要点进行补充，为微信软文写作者提供思路和灵感。

通过本书的学习，您可以获取到成为一名微信自媒体从业人员的知识技能，可以知道如何通过数据有理有据地管理微信号，可以判断某个微信营销策略的可行性，可以找出微信号营销不顺的原因所在……

由于编者水平有限，在编写本书的过程中难免有不足之处，恳请广大读者指正批评，也可加入QQ群227463225与我们交流。

编者

2016年3月



目录

CONTENTS

第1章 微信营销开启新型营销时代

1.1 全面认识微信公众平台 / 2

1.1.1 注册微信公众账号 / 2

1.1.2 正确使用微信公众号的功能模块 / 5

1.2 微信营销是顺应时势的营销 / 10

1.2.1 微信用户行为数据报告 / 10

1.2.2 微信影响力数据报告 / 13

1.2.3 从微信性能上发现营销优势 / 15

1.3 部分行业的微信营销方式举例 / 18

1.3.1 电商行业的微信营销 / 18

1.3.2 餐饮行业的微信营销 / 21

1.3.3 教育行业的微信营销 / 23

1.3.4 医疗行业的微信营销 / 24

1.4 靠什么来成功进行微信营销 / 25

1.4.1 没有粉丝就没有一切 / 25

- 1.4.2 让粉丝流连忘返的内容 / 28
- 1.4.3 给予粉丝最大方便的功能 / 28
- 1.4.4 让粉丝热情高涨的互动 / 29
- 1.4.5 时时不忘的粉丝维护 / 30

第2章 / 大数据时代下的微信营销理念

2.1 厘清数据分析的思路 / 33

- 2.1.1 从这3个地方收集数据 / 33
- 2.1.2 高效整理收集的原始数据 / 37
- 2.1.3 选择数据的表现形式 / 42
- 2.1.4 分析处理好的数据 / 45
- 2.1.5 得出结论 / 47

2.2 分析数据找到微信的营销点 / 49

- 2.2.1 让百度数据告诉你什么事件最受关注 / 49
- 2.2.2 让微话题告诉你什么话题最热门 / 50
- 2.2.3 让排行榜告诉你什么东西最好卖 / 51

2.3 研究顶尖微信公众账号的数据 / 52

- 2.3.1 分析微信公众账号前100强的类型 / 52
- 2.3.2 顶尖微信公众账号的消息发布规律 / 54

2.4 微信营销的流程是怎样的 / 57

第3章 / 微信数据的用户分析：用户增长

3.1 研究“用户增长”数据的意义 / 65

3.2 昨日关键指标——你的用户昨天都干了什么 / 65

3.2.1 读懂“昨日关键指标”数据 / 66

3.2.2 将“昨日关键指标”数据可视化 / 68

3.2.3 案例小回顾——如何实现“昨日关键指标”数据的可视化 / 68

3.3 新增人数——新增的人数是否达到预期效果 / 70

3.3.1 了解“新增人数”功能模块下的数据内容 / 70

3.3.2 利用“新增数据”分析问题 / 72

3.3.3 案例小回顾——分清问题的轻重 / 74

3.4 取消关注人数——有多少人选择默默离开 / 75

3.4.1 “取消关注人数”数据的查看与分析 / 76

3.4.2 利用“取消关注人数”找出推广活动问题所在 / 76

3.4.3 有多少用户取消了关注才是大事 / 79

- 3.5 净增人数——衡量用户增长的指标 / 80
- 3.6 累积人数——检验推广效果的数据 / 81
 - 3.6.1 学会分析用户累积趋势 / 81
 - 3.6.2 深层次地分析用户累积趋势 / 82
- 3.7 详细数据——更全面地分析用户增长 / 86
- 3.8 用户增长渠道的拓展分析 / 88
 - 3.8.1 结合地理位置分析用户增长 / 88
 - 3.8.2 结合关注时间分析用户增长 / 90

第4章 / 微信数据的用户分析：用户属性

- 4.1 谁最了解粉丝谁就抢占了先机 / 95
 - 4.1.1 客户属性研究在商业中的应用 / 95
 - 4.1.2 客户属性研究在微信公众平台的应用 / 95
 - 4.1.3 案例小回顾——利用高级条形图进行微信数据统计 / 97
- 4.2 微信用户的性别比例数据研究 / 99
 - 4.2.1 让数据来告诉你用户是男还是女 / 100

- 4.2.2 性别营销的数据分析 / 102
- 4.2.3 性别营销案例的执行和结果 / 106
- 4.3 微信用户语言分布数据研究 / 107
- 4.4 微信用户地域分布数据研究 / 108
 - 4.4.1 正确地查看用户的地区分布数据 / 108
 - 4.4.2 迎合地区用户关注度的营销案例 / 111
 - 4.4.3 案例小回顾——解决问题的方法不只一种 / 114
 - 4.4.4 迎合地区用户需求度的营销案例 / 115
- 4.5 从用户的手机数据中挖掘信息 / 116
 - 4.5.1 超级强大的手机数据挖掘案例 / 117
 - 4.5.2 用户手机的终端分布数据分析 / 118
- 4.6 利用数据表轻松做汇报 / 120

第5章 / 微信数据的图文分析：图文群发

- 5.1 一眼看清图文群发的效果 / 123
 - 5.1.1 厘清数据项间的逻辑关系 / 123
 - 5.1.2 对“图文群发”的数据信手拈来 / 124

- 5.1.3 “图文群发”数据让你轻松发现商机 / 125
- 5.2 对图文消息进行针对性更强的分析 / 130
 - 5.2.1 “图文详解”中都有些什么 / 130
 - 5.2.2 “图文对比”究竟如何对比 / 134
 - 5.2.3 图文数据的另一种对比法 / 135
- 5.3 分析图文数据，人性化运营餐厅 / 139
- 5.4 拿什么拯救阅读量、转发量、收藏量 / 142

第6章 / 微信数据的图文分析：图文统计

- 6.1 以“日”为单位进行分析 / 146
 - 6.1.1 图文数据指标的百分比变化 / 146
 - 6.1.2 轻松计算指标变化百分比 / 146
 - 6.1.3 解读关键指标数据 / 152
 - 6.1.4 利用“详细数据”还可以做什么 / 156
 - 6.1.5 利用Excel摸清用户的阅读习惯 / 161
- 6.2 以“小时”为单位进行分析 / 163
 - 6.2.1 以“小时”为单位的指标详解 / 164

6.2.2 数据抽样分析助您找到最合适发布时间 / 165

6.3 图文阅读量的相关性分析 / 169

第7章 / 用户每一次发送消息都值得推敲

7.1 分不同的时间单位分析用户消息 / 173

7.1.1 用户消息发送的“小时报”数据 / 173

7.1.2 用户消息发送的“日报”数据 / 176

7.1.3 用户消息发送的“周报”数据 / 178

7.1.4 用户消息发送的“月报”数据 / 180

7.1.5 将用户的参与度提高到理想效果 / 181

7.2 看看用户究竟发送了什么消息 / 187

7.2.1 理解微信消息自动回复机制 / 187

7.2.2 找到用户消息回复所对应的数据 / 188

7.2.3 不会设置关键词, 自动回复就会适得其反 / 191

7.2.4 通过消息数据分析什么产品好卖 / 197

第8章 / 微信数据化运营拓展提高篇

- 8.1 认识微信后台的其他数据 / 200
 - 8.1.1 接口分析中的数据 / 200
 - 8.1.2 多客服功能中的数据 / 201
 - 8.1.3 投票管理功能中的数据 / 206
 - 8.1.4 卡券功能中的数据 / 208
- 8.2 手机端管理公众号技术详解 / 211
- 8.3 数据运营拯救即将衰败的微信公众号 / 213
 - 8.3.1 分析微信公众号现状 / 213
 - 8.3.2 对症下药,拯救微信公众号 / 217
 - 8.3.3 趁热打铁,增加用户黏性 / 218
 - 8.3.4 一切的一切,都是为了营销 / 221

附录 神级微信软文精华要素

第1章

微信营销开启 新型营销时代

当下无疑是一个数据爆炸的时代，人们可以利用数据做很多事情。正是基于此，很多营销人士开始学习利用数据进行问题分析，提高营销的精准性。然而，只有建立在对数据产生的平台了如指掌的基础上，才能真正地做好数据分析。毫无疑问，对微信数据进行分析之前，需要对微信平台有一个充分的认识，从而为数据分析打下坚实的基础。

本章将告诉你全面的微信公众平台知识、微信营销的精髓、微信营销的形式及特点，让你对这些问题的认识不再停留在浅显的层面。

1.1 全面认识微信公众平台

随着微信应用的逐渐火热，腾讯公司在微信的基础上新增了微信公众平台这个功能模块。有了这个功能模块，微信的应用不再局限于一对一的模式，而是实现了一对多的模式。个人或企业可以通过微信公众平台与群体用户进行图文消息的发送与沟通。

微信公众平台可以分为两大版块——注册版块和操作界面版块。

1.1.1 注册微信公众账号

微信公众号的注册并不复杂，但是其中有一些事项需要注意。

首先进入网站<https://mp.weixin.qq.com>，如图1-1所示，单击“立即注册”链接就可以进入微信公众号的注册页面了。



图 1-1 进入微信公众号的注册页面

图 1-2 填写基本信息

进入微信公众号的注册页面后，首先需要填写基本信息，如图1-2所示，然后单击“注册”按钮进入下一个环节。

进入注册微信公众号所使用的邮箱，单击链接进行激活，如图1-3所示。



图 1-3 激活邮件

邮件激活后，需要选择微信公众号的类型。公众号一共有3种类型可供选择，如图1-4所示。

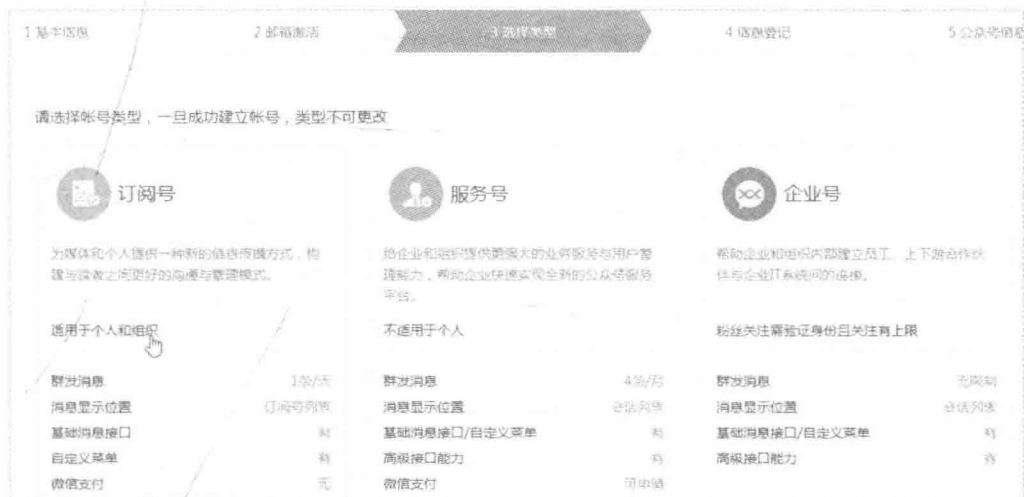


图 1-4 选择类型

面对可以选择的3种微信公众平台，我们需要事先了解不同类型的平台有什么不同的特点，再结合自身需求选择最合适的类型。企业号、服务号 and 订阅号的特点见表1-1。

表 1-1 企业号、服务号和订阅号的特点

	企业号	服务号	订阅号
面向人群	面向企业、政府、事业单位和非政府组织，实现生产管理、协作运营的移动化	面向企业、政府或组织，用对用户进行服务	面向媒体和个人，提供一种信息传播方式
消息显示方式	出现在好友会话列表首层	出现在好友会话列表首层	折叠在订阅号目录中
消息次数限制	最高每分钟可群发200次	每月主动发送消息不超过4条	每天群发一条
验证关注者身份	通讯成员可关注	任何微信用户扫码即可关注	任何微信用户扫码即可关注
消息保密	消息可转发、分享，支持保密消息，以防成员转发	消息可转发，分享	消息可转发、分享
高级接口权限	支持	支持	不支持
定制应用	可根据需要定制应用，多个应用聚合成一个企业号	不支持，新增服务号需要重新关注	不支持，新增订阅号需要重新关注

选择类型后，接下来填写相关的登记信息。选择微信公众号的主体类型，然后填写与主体相关的信息，如图1-5所示，如这里选择“个人”，则后面就要填写个人的身份证号码等信息。

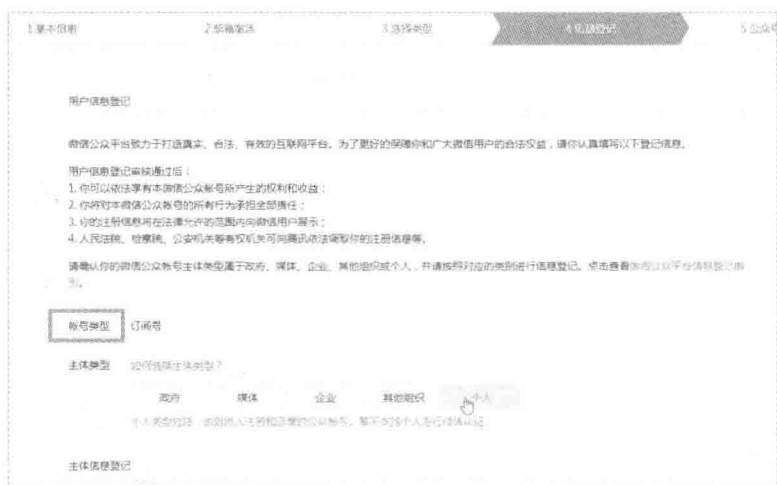


图 1-5 登记信息

完成以上步骤后，进入公众号的信息设置页面，如图1-6所示。在该页面中设置账号名称等信息，其中名称是不唯一的，所以不用担心重复问题。但要注意，一定要选择容易记忆和输入且能表现公众号意义的名称。



图 1-6 设置公众号信息

微信公众号注册成功以后，就可以在微信公众平台登录的界面中输入账号名称和密码进入公众号界面，如图1-7所示。



图 1-7 登录公众号