

彩刷
全印

行业案例、即学即用·108个经典行业案例
全方位解读微信营销与运营！
营销技巧、一学就会，多种微信营销模式、
推广方法、运营技巧，应有尽有！

电商营销与运营实战系列

微信公众营销 与运营

(案例实战版)

海天电商金融研究中心 编著

完全 攻略



成为微信公众营销高手，一书精通！

- 餐饮微信
- 房产微信
- 住宿微信
- 航空微信
- 旅游微信
- 新闻微信
- 影视微信
- 家政微信
- 家居微信
- 社区微信
- 数码微信
- 服装微信
- 医疗微信
- 教育微信
- 美容微信
- 婚庆微信
- 汽车微信
- 母婴微信
- 金融微信
- 自媒体微信

清华大学出版社



电商营销与运营实战系列

微信公众营销 与运营

(案例实战版)

海天电商金融研究中心 编著

完全 攻略



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书以微信营销的实战操作为主,通过108家平台和企业的108个实战案例,深层讲解微信营销,由浅入深,一步步地诠释微信营销的奥秘,从两条线专业地帮助读者从入门到精通微信营销,从新手到成为微信营销的高手。

一条是横向案例线,通过软文营销做得最好的20个行业(餐饮、房产、住宿、航空、旅游、新闻、影视、家政、家居、社区、数码、服装、医疗、教育、美容、婚庆、汽车、母婴、金融、自媒体),对微信营销的成功案例进行展示。

另一条是纵向技巧线,通过108个成功案例中应用的微信营销技巧(推广、盘点、情感、解读、攻略、报价、时评、公告、促销、说明、分享等),对微信营销案例进行详细分析与说明。

本书适合准备从事微信营销的人员或者企业、从事微信营销有一段时间却没有获得预期效果的人员或者企业、专业的微信营销公司、各大企业负责微信营销的人员或者部门、想了解微信营销并且利用微信赢利的个人或者企业阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

微信公众营销与运营完全攻略(案例实战版)/海天电商金融研究中心编著. —北京:清华大学出版社, 2016

(电商营销与运营实战系列)

ISBN 978-7-302-43865-6

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第110567号

责任编辑:杨作梅

封面设计:杨玉兰

责任校对:王 晖

责任印制:宋 林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm

印 张:19.5 字 数:316千字

版 次:2016年7月第1版

印 次:2016年7月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:69.80元

产品编号:068117-01

前言

■ 写作驱动

随着互联网的发展，营销方式也越来越多样化，当下最热门的还要数微信营销。企业通过微信营销能迅速、低成本地提高企业和产品的形象，提升企业和产品的知名度和公信力，可以说微信营销是一种既节约经济成本又节省时间成本的营销方式。本书基于微信营销的特点，结合 20 个热门行业的 108 条实战案例，给读者提供最全面的微信营销实战技巧。

本书紧扣“微信营销案例实战”，从横向案例线，系统地分析 20 个行业中具有代表性的 108 个软文实战案例；从纵向技巧线，深入讲解 60 多种类型的微信营销技巧与营销手段，对 100 多家平台进行介绍以及功能解析，以便让读者更切实地理解微信营销的概念和实战方法，帮助读者从中获得更为有用的实战经验，如下图所示。





■ 本书特色

本书有以下 4 大特色。

(1) 实践性强，渗透 20 个行业领域：内容涉及衣、食、住、行、游、购、娱等人们生活与工作的各个领域！

(2) 案例丰富，列举 108 个案例分析：对 20 大行业中具有代表性的 108 个软文案例进行透彻的讲解和分析，让您一本书通晓整个行业产业的微信营销！

(3) 便于理解，构建 108 个分析图解：对微信营销案例进行专业剖析，从推广、服务等方面明确分析微信营销。

(4) 渠道众多，展示 108 个平台及企业：对众多的微信营销案例进行介绍及功能解析，极大地展示了微信营销的必要性。

■ 作者介绍

本书由海天电商金融研究中心编著，参加编写的人员有余慧、谭贤、柏松、谭俊杰、徐茜、苏高、曾杰、张瑶、刘斌、罗磊、罗林、蒋鹏、田潘、李四华、刘琴、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、卢博、徐婷、余小芳、蒋珍珍、吴金蓉、陈国嘉、曾慧、向彬珊、李龙禹、徐旺等人，在此表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正，联系邮箱：itsir@qq.com。

本书在编写时，以各企业当时的微信公众号截图为主，因此书中内容仅供抛砖引玉，帮助读者学习企业原来公众号是如何运营的，但因各企业在公众号的使用过程中，会进行公众号的信息更新与修改，最后本书出版时，难免与公众号的图片和信息会有区别，请大家一并分析，进行学习。

目录

第 1 章 餐饮微信：一号在手，美食我有	1
1.1 网络平台	2
【案例 001】美食工场：几十万吃货为你挑选极品美食 ——活动策划有新意	2
【案例 002】口袋优惠：微信上的优惠券——实用功能符合需求	4
1.2 线下商家	6
【案例 003】星巴克中国：“早安闹钟”让你“自然醒” ——创意完善微信功能	7
【案例 004】肯德基宅急送：微信订餐让宅急送更快速——巧用 LBS 定位	9
【案例 005】周黑鸭：微信购买新体验——吸引眼球的账号域名	12
第 2 章 房产微信：足不出户，货比三家	17
2.1 房地产商	18
【案例 006】深圳万科：微信使服务更有质量——服务引导新要求	18
【案例 007】紫薇地产：互动式推送服务——微信内容丰富有趣	22
【案例 008】万通上园国际_微房产：全民组团去看房 ——有计划地运营微信账号	25
【案例 009】富力盈通大厦：“扫一扫”的营销——独特的二维码	27
2.2 房地产咨询平台	28
【案例 010】搜狐焦点：用微信整合营销——诱导用户购买	29
【案例 011】中国房地产报：深入了解楼盘信息——关注需求	31
第 3 章 住宿微信：真实信息，最新优惠	35
3.1 酒店预订	36
【案例 012】维也纳酒店：十佳企业微信公众平台——平台定位准确	36
【案例 013】布丁酒店：不一样的售后服务——栏目设置贴心	38
【案例 014】速 8 酒店：狂吸粉丝的诀窍——全民娱乐活动	40



【案例 015】铂涛会：微信“签到”赚粉丝——关注用户利益	43
3.2 网络预订平台	45
【案例 016】周末酒店：轻松度假不是问题——打造独立 APP	45
【案例 017】蚂蜂窝：领先的自由行服务平台——资讯服务	47
第 4 章 航空微信：政策先知，信息尽览.....	49
4.1 航空公司	50
【案例 018】中国南方航空：不做营销做服务——做好服务让用户依赖	50
【案例 019】海南航空：多重智能服务——特色定位的智能服务	52
【案例 020】亚洲航空：更多购买机票资讯——坚持营销路程	54
4.2 网络航班管理助手	57
【案例 021】航班管家：制定完美旅程——营销要抓住亮点	57
【案例 022】我要飞机票：专业做机票——注重线上宣传	59
【案例 023】一起飞国际机票网：线上活动——游戏不可少	61
第 5 章 旅游微信：动有攻略，静有美图.....	65
5.1 旅游网站	66
【案例 024】途牛旅游网：牛人专线——活动刺激消费	66
【案例 025】去哪儿网：个性化定制——定位消费人群	69
【案例 026】艺龙旅行网：“一站到底”——服务与活动兼具	71
5.2 综合站点	73
【案例 027】景点打折门票：LBS 快速定位——实时定位	73
【案例 028】驴妈妈旅游网：微信订门票——活动增加人气	75
第 6 章 新闻微信：天下大事，尽收眼底.....	79
6.1 传统媒体	80
【案例 029】央视新闻：微信阅读的首选——权威品牌的营销	80
【案例 030】南方周末：在这里读懂中国——阅读新模式	82
6.2 网络媒体	83
【案例 031】腾讯新闻：借力微信——官方入驻	84
【案例 032】头条新闻：第一时间发布热门新闻——实时推送	86



【案例 033】 新浪新闻：让新闻有力量——微信微博两手抓	88
【案例 034】 搜狐新闻客户端：传递新闻资讯——打通信息通道	89
第 7 章 影视微信：最新最全，优劣皆知	91
7.1 综合影视平台	92
【案例 035】 万达电影：中国电影第一终端品牌 ——产品体验和服务最重要	92
【案例 036】 电影头条：陪你聊电影——微信 CRM 聊点不一样的	95
【案例 037】 Mtime 时光网：权威电影信息——传播企业文化	97
7.2 购票平台	99
【案例 038】 微信电影票：微信的第三方服务——看中线上整合	100
【案例 039】 猫眼电影：国内最大电影在线购票平台——推送紧跟动态	103
【案例 040】 抠电影：低价看电影——制造新体验	106
第 8 章 家政微信：一屋难扫，微信解决	109
8.1 综合服务平台	110
【案例 041】 云家政：安心的家政服务——微信植入 APP	110
【案例 042】 e 家洁：值得信任的家庭保洁服务——微信活动是重点	113
【案例 043】 小区管家：智慧生活的开端——营销特色出其不意	115
8.2 O2O 家政模式	118
【案例 044】 阿姨帮：懒人必备的公众号——粉丝互动活动	118
【案例 045】 阿姨来了：统统帮你搞定——聚集微信平台人气	121
第 9 章 家居微信：最潮家居，选你所选	125
9.1 大家具	126
【案例 046】 尚品宅配：全屋家具定制平台——宣传要以实用为主	126
【案例 047】 美乐乐：一站式家居综合平台——内容吸引用户	129
【案例 048】 酷漫居：孩子分房学堂——微信营销要找重点	131
9.2 家装网	135
【案例 049】 土拨鼠装修网：装幸福好家——注重全面推广	135
【案例 050】 我要装修网：主打线下活动的现场团购 ——线上线下的整合	137



第 10 章 社区微信：本地服务，召之即来	141
10.1 社区综合服务平台	142
【案例 051】住这儿：创造智能便捷生活——助力手机 APP	142
【案例 052】小区无忧：小区生活服务家——智能终端应用	145
【案例 053】叮咚小区：从小区社交切入周边服务 ——移动互联网下的睦邻关系	147
10.2 商品配送	149
【案例 054】生活半径：本地生活服务专家——打造用户生态系统	150
【案例 055】爱鲜蜂：各种新鲜闪电送——掌上便利服务	152
第 11 章 数码微信：未来世界，一机掌握	155
11.1 数码产品	156
【案例 056】OPPO：手机上的“刮刮乐”——开启微信新玩法	156
【案例 057】小米手机：刷新抢购“神速度”——活动吸引粉丝	158
11.2 数码电器商城	161
【案例 058】京东 JD.COM：抱住微信的“大腿” ——第三方服务的综合商城	162
【案例 059】苏宁易购：综合网上购物商城——活动引爆关注度	164
【案例 060】美的生活电器：关爱你的生活——从售前到售后的服务	165
第 12 章 服装微信：阅尽品牌，打造双赢	169
12.1 营销平台	170
【案例 061】美丽说：开放平台试水——开放第三方平台	170
【案例 062】优衣库：开启微信营销——经营粉丝	172
12.2 品牌营销	175
【案例 063】路易威登：个性解答服务——揣摩用户的喜好	176
【案例 064】ONLY：借助微电影——活动推广	178
【案例 065】VERO MODA：开通微会员——宣传不只是营销	180
第 13 章 医疗微信：贴身医生，健康顾问	183
13.1 药房	184



【案例 066】好药师大药房：健康问题解决专家——开拓送药新渠道	184
【案例 067】老百姓大药房：在线咨询——即时回复引关注	186
13.2 医院	188
【案例 068】北京维尔口腔医院：微信推广——提升用户体验	189
【案例 069】蒙恩齿科：民营口腔诊所——一站式服务	191
第 14 章 教育微信：	
专属老师，全面教育	195
14.1 高等院校	196
【案例 070】南昌大学：学生微服务——掌上服务	196
【案例 071】西安交通大学：教师微服务——开发互联网	198
【案例 072】西北大学：微信整合营销——善用各种资源	201
【案例 073】华中科技大学：微信漂流瓶——互动聚集人气	203
14.2 培训机构	205
【案例 074】北京新东方学校：人工服务——人性化服务更贴心	206
【案例 075】无忧英语 51TALK：一对一真人外教——增强学习体验	207
第 15 章 美容微信：爱美行动，随时随地	209
15.1 化妆品	210
【案例 076】欧珀莱：无处不在的 O2O 营销——互动式的答题模式	210
【案例 077】珀莱雅：跟用户聊天——陪聊式的服务	213
【案例 078】Olay：增强粉丝的可控性——引导粉丝营销	216
【案例 079】自然堂：微信活动营销策略——活动吸睛策略	218
15.2 网络平台	219
【案例 080】聚美优品：CEO 营销——开发领导魅力	220
【案例 081】小红书：千万妹子的海淘指南——注重用户体验	222
第 16 章 婚庆微信：全面了解，婚礼定制	225
16.1 订婚宴	226
【案例 082】到喜啦：专业婚宴预订服务——垂直 O2O 模式	226
【案例 083】喜事网：一键轻松办喜事——快速便捷的服务模式	229
16.2 婚礼策划	231



【案例 084】婚礼纪：打造完美婚礼——高质量的咨询需求	231
【案例 085】易结网：一站式婚礼定制服务平台——定制式活动策划	234
【案例 086】聚喜猫：让用户做自己的婚礼策划师——平台标准简单化	237
第 17 章 汽车微信：爱车一族，细节至上	239
17.1 汽车	240
【案例 087】凯迪拉克：微信感受“CUE”——可视化图标	240
【案例 088】奔驰 smart：3 分钟销售 388 辆——合作互推	242
【案例 089】浙江奥通：奥迪车主最值得关注的公众号 ——拒绝“离线请留言”	244
【案例 090】吉利汽车：借微信造势——了解粉丝	246
17.2 汽车网络平台	248
【案例 091】汽车报价大全：购车必备工具——做好内容定位	249
【案例 092】汽车之家：全心全意为有车族服务——模式出奇制胜	251
第 18 章 母婴微信：权威资讯，共建品牌	255
18.1 育儿网站	256
【案例 093】宝宝树：权威的宝宝孕育资讯网站——引导社会关注	256
【案例 094】萌宝派：中国妈妈的掌中育儿世界——全面化的服务	258
18.2 母婴商品导购平台	261
【案例 095】辣妈汇：母婴商品限时特卖网站——微商城导向	262
【案例 096】蜜芽：进口母婴品牌商品限时特卖网站 ——特殊的平台定位	263
【案例 097】妈淘网：母婴用品购物分享平台——用户导向	267
第 19 章 金融微信：玩转金融，皆在平台	271
19.1 银行业	272
【案例 098】招商银行：首家微信银行——功能齐全	272
【案例 099】交通银行信用卡 买单吧——诱导客户消费	274
【案例 100】中国工商银行：手机银行——利用 APP 平台	277
19.2 典当业	279
【案例 101】创业典当微助手：微信助你合同审批——微信简化流程	279



【案例 102】华夏典当行：各类资产典当——整合线上资源	282
第 20 章 自媒体微信：魅力征服，自成一家	285
20.1 视频自媒体	286
【案例 103】淮秀帮：华人网络第一支创意配音团队——创意微信	286
【案例 104】小咖秀：“人生如戏，全靠演技”——明星效应	288
【案例 105】唱吧：手机上的 KTV——全民 PK 活动	291
20.2 人气自媒体	293
【案例 106】糗事百科：全宇宙最糗——分享至上	293
【案例 107】冷笑话精选：搞笑大咖——二次创作	296
【案例 108】果壳网：让科技有意思——图文解读	297



第1章



餐饮微信： 一号在手，美食我有

餐饮微信：
一号在手，
美食我有



网络平台

【案例001】美食工场：几十万吃货为你挑选极品美食
——活动策划有新意

【案例002】口袋优惠：微信上的优惠券
——实用功能符合需求



线下商家

【案例003】星巴克中国：“早安闹钟”让你“自然醒”
——创意完善微信功能

【案例004】肯德基宅急送：微信订餐让宅急送更快速
——巧用LBS定位

【案例005】周黑鸭：微信购买新体验
——吸引眼球的账号域名



1.1 网络平台

在过去的 20 年里，餐饮业每年都以两位数的增速保持着平稳快速增长的态势，是消费品市场的一大亮点。然而最近几年，我国的餐饮业发展却出现了各种让人始料未及的转变。

经过 20 多年粗放式发展的餐饮业已经走到阵痛转型的十字路口，餐饮业转型升级主要是从粗放式、经验式向集约化、精细化、产业化方向转变，产业发展以往偏重于追求数量，将来要偏重于提高发展质量和效益。

因此，利用低碳科技大力节能减排、利用信息化加强流程管理不仅是未来餐饮业新的利润增长点，而且还是企业做强做大的关键。

【案例 001】美食工场：几十万吃货为你挑选极品美食 ——活动策划有新意

【平台简介】

“美食工场”是一个集结“手把手系列”“多种做法”以及“吃货特权”等内容的公众平台。其特点是发布一些简单易学的美食教程，从西式的马卡龙到中式的红烧猪蹄，从港式甜品到街边小吃。

【功能解析】

“美食工场”微信公众平台的功能如图 1-1 所示。



图 1-1 “美食工场”微信

【实施分析】

1. 权威排名

“美食工场”是2015年美食类微信公众号权威排行榜中排名第6位的公众号。通过添加微信公众号 meishicc 即可进入该公众号。

2. 私人定制

粉丝可以向“美食工场”微信号发送消息“我要学+菜名”，该公众号会定期从收到的消息中随机抽取几道菜发菜谱教程。在推送教程的同时，取得一定的关注度，并以这种定期抽取的方式与粉丝互动，解决粉丝想学习而苦于没有好教程的烦恼，如图 1-2 所示。



图 1-2 微信用户反馈

说起微信粉丝的重要性，下面就来谈谈近几年出现的一种新的经济现象——粉丝经济。所谓粉丝经济，泛指架构在粉丝和被关注者关系之上的经营性创收行为，被关注者多为明星、偶像和行业名人等。

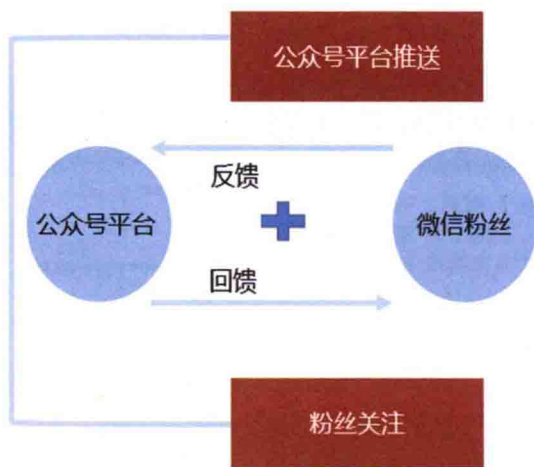
不管是做微信营销还是微博营销，粉丝都是很重要的一个方面，尤其是在微信营销的初期，足够的粉丝数量不仅方便公众账号的认证(500人以上)，而且如果微信账号上没有一个粉丝的话，就算出了新的公众账号，再好的应用也没有意



义。此外,大量的粉丝也是企业或个人身价的体现。

“美食工场”微信公众平台就很好地利用粉丝经济策划了有新意的活动,如图 1-3 所示。

“美食工场”里不仅有不同类别的菜谱制作,同时还会分享当季合适的食疗与养生。粉丝在接收推送消息的同时还可以将自己想要学的菜反馈给公众号,而公众号也会将这些菜的菜谱回馈给粉丝



在美食公众号满天飞的时代,“美食工场”依然保持在年度美食排行榜单的前列,可见几十万吃货粉丝的选择是没有错的

图 1-3 “美食工场”营销解析

【案例 002】口袋优惠：微信上的优惠券 ——实用功能符合需求

【平台简介】

“口袋优惠”是一个分享生活优惠资讯的微信公众平台。该微信公众平台每日分享美食、购物、休闲娱乐等精品优惠资讯。用户只需回复关键字,即可获取最新优惠资讯。微信公众号:koudaikfc。

【功能解说】

“口袋优惠”微信公众平台的功能如图 1-4 所示。



图 1-4 “口袋优惠”微信

【实施分析】

“口袋优惠”微信公众号为优惠券大集合，集肯德基、麦当劳、必胜客、德克士、永和大王、真功夫、吉野家、棒约翰等知名连锁品牌优惠于一体，旨在为用户真正地省钱。

1. 领取优惠券

电子优惠券不需要购买，只需要将自己选择的优惠券展示给前台点餐的服务员即可。关注“口袋优惠”微信公众号后，在“口袋优惠”界面中点击自己想要吃的品牌，如肯德基，就会进入“肯德基优惠券”信息列表页面，如图 1-5 所示。

2. 管理优惠券

想对自己保存的优惠券进行管理时，只需要点击“我的券”就可以进入肯德基优惠券管理页面，如图 1-6 所示。在该页面中，用户不仅可以通过“保存至手机”按钮将优惠券保存到手机里，而且可以通过“移除”按钮删除所保存的优惠券。