

个性定制 新崛起

带你走出微信营销的困局

谢伟 唐顿 ◎著

国内**第一本**详细解读微信个性化定制发展的实战宝典! **专业! 权威! 实用!**

微信个性化
定制优势

+

企业微信
运营技巧

+

国内各大行业
成功实例剖析

资深营销专家**手把手**教你用**技术**实现微信个性化定制

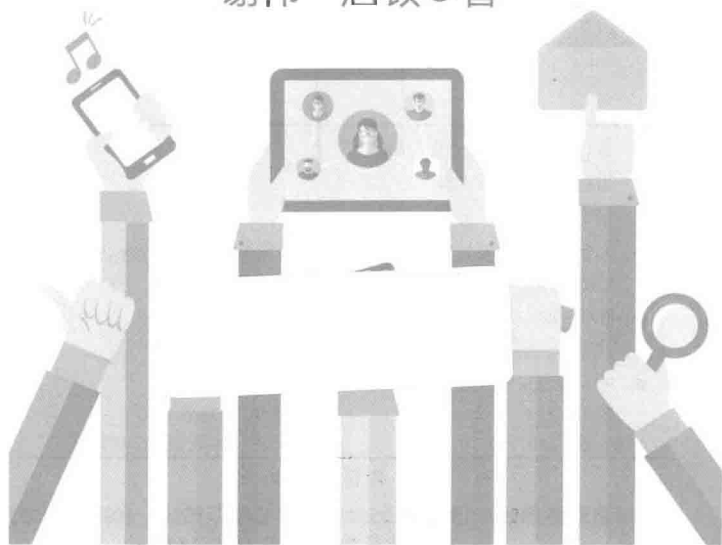


人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

个性定制 新崛起

——带你走出微信营销的困局

谢伟 唐顿◎著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

个性定制新崛起：带你走出微信营销的困局 / 谢伟，唐顿著. — 北京：人民邮电出版社，2014.11（2015.1重印）
ISBN 978-7-115-37397-7

I. ①个… II. ①谢… ②唐… III. ①网络营销
IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第243723号

内 容 提 要

时至今日，互联网经济迅猛发展，而微信带来的新一代变革也是日新月异。企业利用微信营销已经屡见不鲜，同时微信营销也已进入一个个性化定制的时代。然而，很多企业微信及其个性化定制的认知并不太清晰。为了帮助读者对此有一个正确的认识，并能够通过微信个性化定制成功营销，我们特意编写了本书。

本书是国内第一本详细解读微信个性化定制发展的专业书籍，全书包括四章，分别讲解了微信营销的发展趋势、个性化定制理论、实际操作，微信运营推广的相关技巧，并分享和深度解析了品牌企业的成功案例，希望能够帮助读者对微信以及个性化定制有一个全面而清晰的认知。相信通过阅读本书，读者能够对微信营销有一个正确的认识，找准自身的定位，从而通过技术手段成功实现微信个性化定制，构建起移动营销的框架，将自身的企业运营推向另一个全新的高峰。

◆ 著 谢 伟 唐 顿

责任编辑 李士振

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>

北京天宇星印刷厂印刷

◆ 开本：720×960 1/16

印张：13.5

2014年11月第1版

字数：258千字

2015年1月北京第2次印刷

定价：39.80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：京崇工商广字第0021号

前言

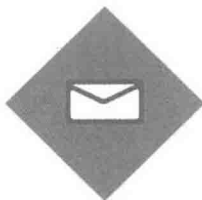
“微信营销效果好像没有大家说的那么好”、“微信营销究竟应该怎么玩”……这是笔者接触到的许多企业管理者经常提出的问题。在此，笔者挑选了其中一些具有代表性的问题进行了梳理和归纳：

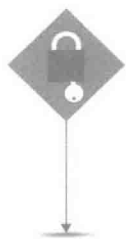
1. 微信营销可以带来新客户，但是能够带来多少，客户的数量变化大不大，是否容易计算？

2. 开通了一个微信营销平台，很快有了自己的微网站，然而要么是客户数据细化管理、客服后台、会员管理、物流等很多根本性的问题无法解决，要么是这些与公司原有的平台和资源融合度差，产生各种排异反应。

3. 购买了第三方工具，其中80%的功能是没有用的，刚开始感觉非常有用，可使用后才发现，其中有很多功能并不是自己需要的，于是这个工具就成了鸡肋。

4. 公司真正需要的功能还未开发上市，只能等待合作的第三方公司来开发出相应的微信工具模块，至于要等多长时间，谁都无法肯定，即使想自己着手开发，因为没有正在使用的系统的源代码，所以也无济于事，只能焦急地等待。





5.大转盘等游戏刚上线的时候人们感觉很新鲜，可是不久之后便成了“大路货”，发挥不了太大作用，对于企业来说，除了通过“利诱”吸引一些流量之外，再也没有什么其它价值。



6.如果利用腾讯和第三方工具，微网站的功能会十分丰富，但是宣传推广和公司其他营销资源的战略整合在一起还得靠自己，这又不是我们擅长的，做起来难免力不从心。

.....



这些问题的根源在哪里？是不是微信营销的价值真的就是鸡肋？我们可以从微信工具本身的特点来寻找答案，在微信这个生态体系中，腾讯的定位无疑是搭平台、建生态，关注的是普通用户、品牌企业、自媒体、商户等各类使用群体的普适性需求，至于某个企业真正需要什么样的工具，它自然无暇顾及。以套餐形式开发、批量推广微信营销工具的第三方服务商真正了解每个企业的需求吗？答案显而易见，因为这种以低成本、模板化优势快速抢占市场的商业模式，需要了解的，也只是某个行业内企业的普适性需求。



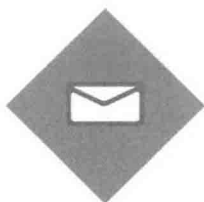
如何将微信的优势真正与企业的每个需求相对

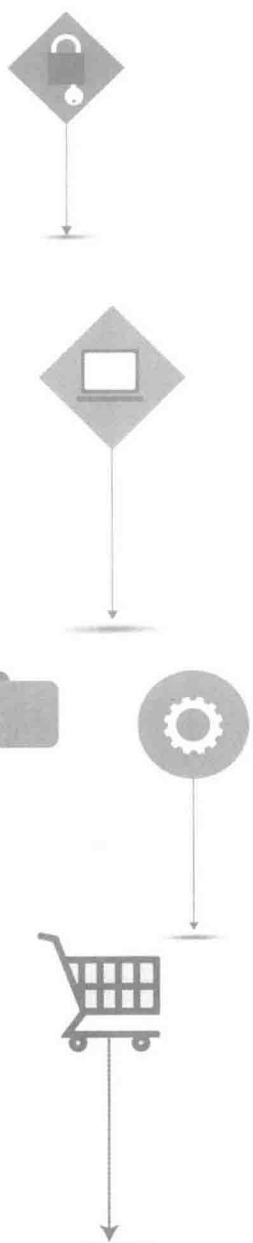
接，特别是和企业的一些个性化需求进行有效融合？了解企业需求当然是必不可少的第一步，接下来要做的就是，进行针对性的功能系统的个性化定制开发，这是品牌微信营销发挥最大化价值的关键，也是企业成功拥抱互联网的关键。

我们都知道，精准定位、成本低、性价比高、能够与目标客户互动是微信营销的特点，也是它能够快速发展的重要原因。这种新型的传播方式能够在很短的时间内渗透到多个领域、多个企业，不仅给商家带来了价值，而且也增大了他们的竞争力。如今，商家的需求已经不再只因为拥有一个微信公众平台而得到满足。这时，商家就需要在公众平台这个巨大的竞争中寻找新的突破并脱颖而出。

微信营销的第三方平台可以向运营商家提供微信公众平台的个性化定制服务，也就是能够根据不同商家的不同需求，来为其打造具有他们各自特点的微信公众平台，实现“个性营销”。

微信个性化定制，顾名思义，是为企业提供具有个性化的微信营销工具的定制服务。通过个性定制，企业能够真正用好微信这一最具影响力的互联网平台，解决





人工成本高、渠道各自为战、服务效率低下、会员互动性不强、二次购买转化率低等痛点，全面提升服务质量、用户体验、营销成效及管理效率。

对微信公众平台进行定制这一新模式为诸多商家提供了相应的解决方案。商家可以根据自身企业的特点与发展情况提出具体的要求，而第三方开发公司则会根据企业的这些需求在微信平台原有的功能上进行开发和创新，从而满足企业的产品特色和营销风格。这种做法让商家的营销服务变得更灵活、更有“个性”，同时也有利于他们给用户提供更加贴心的服务，做到真正满足客户的需求，从而也为企业自身的品牌推广和口碑营销引领了一条成功之路。

本书将结合互联网思维及微信营销发展背景，和大家共同探讨品牌微信个性化定制的思路、步骤、方法，呈现并总结分析各行业最具代表性的品牌微信营销案例，这些案例都来源于我们从头到尾、每个细枝末节的亲身实践参与，其中的思考和感悟也最真实、最完整，最具分享价值和借鉴意义。希望通过本书所有的这些分享，能和大家产生一些思想碰撞，能与大家一起赢在微信。

谢伟 唐颖

第1章

你的微信要够个性

- 第1节 **个性是微信营销的核心** 002
- 没有人想错过微信 002
- 微信不是想玩就能玩 006
- 互联网思维“专卖个性” 008
- 品牌企业的互联网营销之路 011
- 微信本质特点更要求品牌有个性 015
- 第2节 **微信生态支持品牌个性需求** 017
- 微信具有开放性发展思路 017
- “自运转生态系统”渐成型 019
- 第三方开发已经产业化 020

第2章

个性定制如何实现

- 第1节 **个性化定制思维的发展** 024
- 微信并非无所不能，个性定制也是 024
- 个性化定制的6大主要构件 025
- 第2节 **把握个性化定制5大优势** 030
- 优势1**：自有服务器，客户数据独享 030



优势2: 接入1+N微商城系统, 统一门店微管理	034
优势3: 接入多客服管理系统, 增强客户体验	037
优势4: 打通原有会员管理接口, 实现会员精准化服务	042
优势5: 打通进销存管理接口, 统一管理	047
第3节 个性定制式运营的“三度思维”	049
企业有态度, 微信公众号要拟人化	049
产品有温度, 借助产品与用户交流	053
响应有速度, 公众号服务要人本化	061
第4节 微信个性化定制的实施	068
个性化定制流程的10步曲	068
个性化定制中的第三方服务	070



第3章

企业微信运营推广的技巧

第1节 微信个性化定制的适用对象与误区	082
微信个性化定制的适用群体	082
微信个性化定制的误区	083
第2节 微信公众号的运营推广策略	086
企业公众号的运营法则	086
企业公众号的推广要点	089
公众号吸引粉丝的技巧	094



如何维护客户关系	099
促销奖品吸引更多客源	102
植入网络游戏互动	104
CRM与会员系统双管齐下	105
二维码的作用	108

第3节 微信营销传播方式	110
如何进行口碑营销	110
病毒传播式营销	113
整合营销方式	115
新型的快速营销方式	120

第4节 微信个性化定制的商业价值	123
------------------	-----



第4章

国内各大行业个性定制微信案例深度解析

第1节 【智慧生活】	128
钟表领域拓展代理商最有利工具——佳龙钟表	128
运营商主推微特权拥抱用户——广东联通	139
吃螃蟹第一人，个人品牌定制服务全解密——陈坤	146
你想问“什么”就回答你“什么”——出门问问	150
第2节 【智慧购物】	158
媒体零售业老大定位社交娱乐平台——快乐购	158



零售企业打造智能生活场景——友宝	163
利用微信作O2O延伸的快消品企业——周黑鸭	168
第3节 【智慧银行】	172
城市银行当“e生活管家”——南昌银行	172
超便捷用户体验——广发银行	175
第4节 【智慧快递】	180
用微信“玩花样”革新快递业刻板印象——顺丰速运	180
第5节 【智慧政务】	184
省时便捷创新服务——广州交警	184
第6节 【智慧招聘】	191
变身职场贴心“小秘书”——猎聘网	191
第7节 【智慧酒店】	197
连锁酒店的微会员管理创新——7天连锁酒店	197

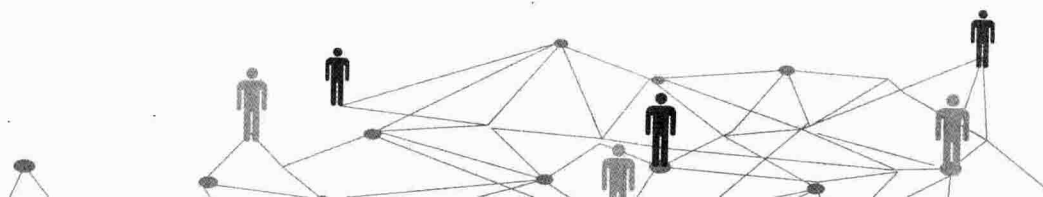
结语

微信公众号是这样玩的



第1章

你的微信要够个性



第1节

个性是微信营销的核心

没有人想错过微信

7年前，谁都没有想到互联网能够变成严肃的商业；

6年前，谁都没有想到互联网能够发展成一个独立的产业；

5年前，谁都没有想到我们能够在虚拟的互联网上购物；

4年前，谁都没有想到电子商务能够成为互联网的主要特性；

3年前，谁都没有想到微信能够成为移动互联生活的首要部分；

.....

然而现在，所有的一切都已经成为现实。并且，其发展的速



度非常快速，用“日新月异”来形容互联网发生的每一次大大小小的改变十分贴切，当然，其中包括微信带来的新一代变革。

据相关数据统计，微信在中国市场，以及以亚洲和拉美为主的海外市场，坐拥7亿用户，海内外月活跃用户总数近4亿。它直接影响了作为市场消费主力群体的中青年和上班族，从以前的“短信控”、“微博控”，纷纷变成了现在的“微信控”；以前的QQ群，也纷纷变身成微信群。微信自出现之后迅猛扩散，其速度之快超过了以往任何一种时尚潮流。那些没有开通微信，没有加入某个群的人，往往就被看作生活在原始社会的人，已经严重落伍。微信之所以能够如此迅速流行，是因为其快捷、方便的特点。通过微信，各种文字以及图片信息，可以快速得到传递，真正实现了同在“地球村”，在现代社会中，居住在城市里的人之间的关系比较冷漠，即使是邻里之间，遇到之后通常也不认识，导致大家的心理距离疏远，失去了归属感，微信正好改善了这种状况。从某种程度上来说，微信满足了都市人、或者国人目前在人际交往方面缺少的一些东西，帮助人们找到了归属感。微信中的“各种群”提供了一个平台，使人们的交往更加频繁，彼此之间的了解更加深刻，达到相互了解、相互接纳、相互认同的目的，起到了重塑人际关系的作用。

作为聊天工具，微信吸引了大量的用户，这是因为它具有文



字通讯、语音对讲、图片分享、视频会话等多种功能，让聊天方式变得多样，不仅满足了用户对社交和沟通的需求，而且也拓展了关于沟通深度与宽度的无限可能。

微信不仅从Facebook、WhatsApp、Line、Kakao Talk等全球活跃的社交应用中脱颖而出，雄踞榜首，还增添了一轮全球化的光环。而且，腾讯的创始人和首席执行官马化腾一直都对微信进军海外市场期待很高，早在2013年全国两会期间，马化腾就透露，要增大微信在海外市场的投入，“成和不成可能这辈子就这个机会了。”这就意味着，微信为各企业提供的营销渠道，也将延伸到更多的海外市场，为企业在全球化潮流中，实现将生意做得更远、更大、更强的期望，提供有效的通道。

如果你一直保持细心的、持续的、深入的关注，就会发现，微信让人兴奋的，远远不只是它表面的这些数据。

微信的作用早就已经不再局限于个人聊天和社交活动。现如今微信已经延伸到多个领域，帮助企业提高业绩，方便着人们的生活。

2014年7月9日，“广东发布”微信微视政务平台正式上线。现在广东人用手机登录微信，就能够办理生育、户籍、教育、就业、社保、出入境、消费维权等21项个人业务！民生热点、政策解读、天气预报这些“传统的”内容形式的服务，更加不在话



下。真正的随时随地，轻松方便。



类似的事例比比皆是，北京的微信查公交、河北的微信社区服务……在不到3年的时间里，微信已经极大地改变了我们的社会与生活，可以毫不夸张地说，其接下来将要改变的，就是各个行业市场的商业逻辑和格局，这些都无一避免。因为使用微信的人越来越多，人们利用微信可以办的事情也越来越多，传统市场渠道中的人相应就会不断减少、停留的时间也会不断缩短。

比如，传统零售业已经受到淘宝和京东的冲击，例如苏宁这种家电零售商在这种趋势下正努力找到自己在互联网上的优势。



南方航空公司的服务，已经深入到了手机终端；银行的服务，从网点大厅，变成了手机终端。

这是我们每个企业、甚至每个人都无法忽视的，商业的核心竞争力正依托互联网及移动终端为基础进行重新构建。微信之后，必然会有新的互联网应用创新出现，引领新的潮流，制造新的变革。但就目前来说，微信是企业拥抱互联网的最好选择，错过就可能真的“伤不起”。正如马云所说：“传统企业对互联网模式往往先是看不见，然后看不起，最后来不及。”



微信不是想玩就能玩

微信作为互联网的一个产物，跟风者只能成为行业发展的垫脚石。我们不能只看到趋势，更要洞察其背后的逻辑。和以往的任何一次浪潮一样，不是说你做个网站、开个网店、注册个微博，就意味着收益，微信也是一样，不是你拥有个公众账号，就已经是其中一员。这只是一个开始，想要结果，你需要考虑或者付出的，还有更多。

首先，你要理解互联网的逻辑。

