

政府、企业、个人微平台实用指南

和君咨询董事长 王明夫

著名自媒体人，《罗辑思维》创始人 罗振宇

鼎力推荐

玩转 微时代

王弘张 编著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

玩转 微时代

王弘张 编著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

微时代,你准备好了吗?近年来,最火爆的互联网产品毫无疑问就是微博和微信。本书通过全方位地对微博以及微信进行解读,让企业和个人能够透彻地了解玩转微博和微信关键技巧和法门。本书从微博和微信各自不同的特点着手,分别对个人、企业、政府如何使用微平台进行了详尽的介绍和实例分析。本书堪称微博、微信营销的实用版“教科书”,绝对能另读者耳目一新。

图书在版编目(CIP)数据

玩转微时代/王弘张编著. —上海:上海交通大学出版社,2015

ISBN 978-7-313-12828-7

Ⅲ. 网络营销 Ⅳ. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 061045 号

玩转微时代

编 著:王弘张

出版发行:上海交通大学出版社

地 址:上海市番禺路 951 号

邮政编码:200030

电 话:021-64071208

出 版 人:韩建民

印 制:上海天地海设计印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:880mm×1230mm 1/32

印 张:6.875

字 数:144 千字

版 次:2015 年 4 月第 1 版

印 次:2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-313-12828-7/F

定 价:36.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:021-64366274

名人推荐

微信微博在改变我们的生活和生意,如何玩转微时代,需要大家一起来挖掘其中的精彩。推荐王弘张的《玩转微时代》。

——和君咨询董事长王明夫

财富来源于连接,创新出自于跨界。未来的商业生态虽然还在萌动期,但是你已经可以在微信和微博生态中看到其影子。

——著名自媒体人,《罗辑思维》创始人罗振宇

移动电商时代的到来,让每个人可以成为自己的老板。无论你是视而不见或者是积极投身其中,只有两个结果,一个是失去机会,一个是在机会中成就自己。玩转新世代,赢得新商机。

——畅销书《微信,这么玩才赚钱》作者王易

作者为新浪百万名博,我们一直在微博上有互动。这是一本关于传统企业进入微博微信如何落地的实操入门书籍,特别是在微博及微信如何结合电商方面有实际参考价值。推荐大家阅读。

——著名电商自媒体人,触电网创始人龚文祥

移动互联网时代,微时代是一个诞生奇迹的地方,也希望这本书对于大家在微营销上有所启发!

——著名自媒体人,大熊会创始人宗宁

序

如果看完这本书,你的微博粉丝上涨了,那么恭喜你,你找到了微博涨粉的秘诀。

如果看完这本书,你运营的微信公众号涨粉不再是难事,微信公众号开始慢慢有客户,那么恭喜你,你掌握了公众号的诀窍。

如果看完这本书,你做的微商变得更加强大、赚钱更多了,那么恭喜你,你领悟到了微商的真谛。

随着移动互联网的快速发展以及微信和微博的普及,已经有越来越多人开始利用微博和微信。用微博获取信息,用微信与朋友聊天,已经成为越来越多人的习惯。微博和微信在短短几年的时间中,都吸引了上亿的用户,不少人已经成为“手机控”,无论走到哪里,都不忘记拍几张照片“晒”到微博和微信朋友圈,让更多人分享自己的情感。分享、交流、传播等因素成为社交媒体能够火爆整个中国的原因。

自2008年底起,微博火遍整个中国,这种全新的交流方式得到了很多人的喜欢。2011年微信的横空出世,抢了微博不少的市场,也让人看到了移动互联网的强大,一个翻版的“QQ”再次在智能手机上兴起,并且火爆中国,乃至全世界。

简而言之,微博成为人们获取信息的渠道。微博的快速传播,能让信息在短短几秒钟传遍中国的每一个角落,企业微博也可以短时间吸引许多粉丝,吸引全中国的目光。此外,微博解决了与明星交流的机会,大家可以与微博上的明星进行一对一的交流。微信则解决了所有人聊天的属性,微信的聊天功能使得三大运营商的日子变得艰难,短信发布频率骤降,电话频率也变得少了很多。微信的公众号



则解决了企业客户管理的需求,成为企业无法取代的客户管理平台。不得不,说,微博和微信是两个伟大的颠覆性产品。

在微博和微信这短短几年中,不少创业者,无论是个人还是企业,都诞生了不少神话。这本书对微博和微信有全方位的解读,是全方位深度剖析对微博和微信吸金方法的第一本书。对个人微博经营、企业微博经营、个人微信经营和企业微信经营,进行了一个全方位的“覆盖”,也算是我对这几年微博和微信运营经验一次全方位的分享。

这本书的出版首先必须感谢我的家人和朋友的支持!

这本书也得感谢王明夫、罗振宇、龚文祥、万能的大熊、王易(排名不分先后)百忙之中帮我推荐!

这本书必须感谢上海交通大学出版社的各位编辑,正是他们的努力,才能让我的著作更加完美呈现出来!

最后要感谢每一位读者,也希望你们觉得这本书好,将这本书分享出去,让更多人收益!再次感谢每一位支持我的读者!我的个人微信号是 wanghz1989,微博@王者归来,邮箱 wanghz1989@qq.com,欢迎发邮件咨询,本书由于仓促,如有不足之处也请各位提出宝贵意见,谢谢!

王弘张

2014年2月冬写于上海

目 录

1 认识微博 & 微信	1
1.1 微博和微信的概念	1
1.2 微博与微信特点	4
1.3 微信与微博不同点	8
1.4 微博与微信的不同魅力	10
2 如何玩转个人微博	17
2.1 写好微博的秘诀	17
2.2 如何快速增加粉丝	24
2.3 发微博的最佳时间和频率	28
2.4 个人微博的作用	29
2.5 个人微博的经典案例	35
2.6 个人微博如何卖货	42
2.7 个人微博如何“吸金”	51
3 企业微博营销如何做	56
3.1 微博营销的概念	56
3.2 企业微博营销必做的 10 件事	57
3.3 微博营销案例	59
4 微博“吸粉大法”和留住粉丝	70



4.1	微博如何推广	70
4.2	微博如何争取粉丝	73
4.3	如何提高微博粉丝转化率	75
4.4	如何与微博粉丝互动	76
5	企业微博上如何卖货	82
6	微博上处理危机公关	87
6.1	微博学会倾听	87
6.2	如何对待负面评论	90
7	微博创意营销活动如何玩	95
7.1	如何组织微博创意营销	95
7.2	微博创意营销经典案例	96
8	微博营销注意事项	104
8.1	微博营销十大误区	104
8.2	企业高管需注意分寸	109
8.3	虚假消息切勿发布	111
9	认识微信营销	114
9.1	微信营销的概念	114

9.2	微信营销准备十件事	115
9.3	认识微信订阅号与微信服务号区别	117
9.4	微信公众号如何注册	119
9.5	微信认证如何开通	125
9.6	微信广告主如何开通	128
9.7	必须知道的微信营销概念	132
10	企业微信营销“吸粉大法”和留住粉丝	135
10.1	如何快速获得微信粉丝	135
10.2	如何与微信粉丝互动	138
11	如何玩转微信公众账号	142
11.1	认识微信公众账号	142
11.2	玩转微信订阅号	144
11.3	玩转微信服务号	150
12	如何玩转企业微信营销	159
12.1	微信营销推广必须明白哪些事	159
12.2	如何玩转微信营销活动	160
12.3	如何写好微信文案	166
13	微信营销案例分享	168



13.1	微信营销案例分享	168
13.2	“罗辑思维”微信营销全新探索	174
14	个人自媒体如何在微信赚钱	182
14.1	个人如何在微信公众号赚钱	182
14.2	微信自媒体如何赚钱	186
14.3	微信创业还有哪些机会	188
15	玩转微商	191
15.1	如何玩转微商和快速加粉	191
15.2	微商如何寻找货源	197
15.3	微商技巧之“六脉神剑”	198
15.4	微商大势分析	201
16	企业如何玩转微博和微信	204
17	附录:微信公众号官方数据披露:什么样的文章更受欢迎	206

1 认识微博 & 微信

随着智能手机的普及以及 3G 和 4G 网络的发展,智能手机已经成为我们日常生活非常重要的一部分。“你今天微博了吗?”“你今天刷朋友圈了么?”已经成为我们聊天时不时出现的话语。

确实,微博和微信已经渗透到我们生活的每一个角落,越来越多的人开始拥有了智能手机,那么微博和微信毫无疑问是最火爆的手机 APP,尤其是微信,已经成为生活中不可或缺的一部分。最近几年,移动互联网的崛起,也使得大家获取信息以及交流的方式发生了很大的变化。越来越多的人变成了低头的“手机党”,无论在大街上、地铁上、公交车上,人们无时无刻都在玩手机,玩手机游戏,看看韩剧,刷个微博和微信已经成为一种习惯。现在的餐桌上,更是有一群“手机党”,一见上菜就有许多手机打开相机进行拍照,然后把美食晒在微博和微信朋友圈上,这就是一般“吃货”的普遍特征。

确实,微博和微信,这两个产品占据了我們目前生活中大量的“碎片化时间”。那究竟什么是微博和微信,这两种火爆的互联网(移动互联网)产品又有什么与众不同的特点。我们一起来探个究竟。

1.1 微博和微信的概念

先来说说微博么,什么是微博呢?微博就是微型博客。提到微博,我们就要说到 Twitter——世界上最早的微型博客网站。它采用不到 140 字符发布文本消息的方式,页面就是短小的博客,用户可以选择转载他人的微博,也可以对任何微博发表评论,这些对于所有用户都是开放的。通过电脑和手机客户端,用户就可以发布微博。

Twitter 是 2006 年 3 月由 blogger 的创始人埃文·威廉姆斯 (Evan Williams) 推出的, 其英文原意为小鸟的叽叽喳喳声, 用户能用手机短信等数百种工具更新信息。Twitter 的出现把世人的眼光引入了一个叫微博的小小世界里。Twitter 是一个社交网络及微博客服务, 是一个新型的 web 2.0 产品。用户可以经由 SMS、即时通信、电邮、Twitter 网站或 Twitter 客户端软件 (如 Twitterrific) 输入最多 140 字的文字更新, 十分方便快捷。目前 Twitter 信息总量突破 100 亿条, 用户总数突破 2 亿, 日增用户数约 30 万, Twitter 正在悄无声息改变整个世界。

因此, 微博就是“用不超过 140 字表达自己的观点, 传播思想, 与人交流”。消息浓缩成了 140 字, 但这短短的 140 字, 正在悄无声息地改变着中国。在我国, 2007 年王兴开办了中国的第一家微博网站叫做“饭否”, 随后微型博客网站: 叽歪、嘀咕等也开始出现, 但是在 2007 年 7 月这些网站都被关闭了。一直到 2009 年 8 月新浪微博的兴起, 中国的微型博客网站犹如雨后春笋般出现。腾讯微博、搜狐微博、网易微博、凤凰微博、嘀咕、新华微博、人民微博、百度说吧等相继出现, 标志着中国微博热潮的诞生。“微博大战”也是一触即发。但到了 2014 年, 随着腾讯战略性放弃了微博, 新浪微博成功上市, 标志着新浪微博一家笑到了最后。(注: 本书所说的微博如果没特殊注明, 均指新浪微博。) 介于微博本身的特点, 也为了更好完善产品和加强用户体验, 现在的微博也加入了长微博 (克服不能发长文的苦恼), 九宫格的图片 (一次性可以发 9 张图)、秒拍、音乐、视频等功能, 这些也是微博的一些辅助功能。

微博,简而言之有如下几个基本概念:认证,跟随(following),跟随者(followers),@用户名(点名),#关键词#,评论,转发,私信,收藏,阅读数,搜索等。认证就是个人身份或者企业身份得到了确定,会有认证标志出现。跟随你所关注的人,这些人将出现在你的微博首页中,你就是他的粉丝。跟随者即你拥有的粉丝,这些人可以看到你微博的点点滴滴。@用户名,即是点名功能,只有你@好友可以在主页看到你的点名。#关键词#便是选择相关话题。评论即是对关注者微博发表观点,转发即是对关注者微博的转发,生成一条新的微博,收藏即对你觉得好的微博进行收藏。私信即是两个人之间的双向沟通,其他人则不能通过微博主页看到两人之间私信的内容。阅读数是微博被多少人阅读了,这也能从侧面说明你的单条微博的影响力和传播力。

那什么是微信呢?微信是腾讯公司于2011年1月21日推出的一个为智能终端提供即时通讯服务的免费应用程序,微信支持跨通信运营商、跨操作系统平台通过网络快速发送免费(需消耗少量网络流量)语音短信、视频、图片和文字,同时,也可以使用通过共享流媒体内容的资料和基于位置的社交插件“摇一摇”、“漂流瓶”、“朋友圈”、“公众平台”等服务插件。

微信的鼻祖——美国的 whatsapp,是具有好友之间聊天功能的一款手机 APP,国内的米聊也是此类相对比较早的聊天产品。在2011年初,腾讯公司开发出微信,也算是对腾讯之前即时聊天工具 QQ 的一次“革命”。产品经理张小龙的横空出世,造就了一个伟大的移动互联网产品的诞生。截至2013年年底,微信用户数已经突破

了6亿。

那么微信主要有哪些功能？现在的微信主要是基于即时通讯&好友关系设计的。它的主要功能是微信聊天、微信朋友圈和微信公众号。微信聊天，可以形成一对一的聊天和多对多的聊天（群聊）。目前微信聊天时，可以发布图片、语音、语音识别、大众点评、地图等一系列相关辅助功能。微信最为火爆的朋友圈，则是基于好友相对封闭的空间，用户可以通过编辑文字+图片或者纯文字的形式发布自己喜欢的内容，好友可以使用点赞和评论两个基本功能。不同于微博，微信更多是一个提供好友之间信息的分享，相当于微博的好友圈，相对比较封闭。最后，还有不得不提及的就是微信公众号，现在主要分为微信订阅号和微信服务号，这可以帮助企业和个人做新闻传播、营销、信息传递等多个功能。微信订阅号每天都可以推送，微信服务号则是一个月可以推送4次，详细的功能会在后续逐步介绍。

1.2 微博与微信特点

我们先来说下微博，微博的特点可以概括起来为六个字：“短平快碎即开”。

短：短小的记载。你可以通过图片、视频、秒拍、音乐乃至外部链接的结合，把你想在微博传递的信息通过短短140字传递，这也是博客所不同的，无需太多的文字，也更容易上手，适合大众的需求。

平：平等的交流。你在微博上可以见到你喜欢的明星，过去那些遥不可及的明星，用微博分享自己的精彩生活，微博拉近了明星与大众的距离，提供了一个平等的交流平台，我们可以赞扬、批评明星的微博，微博使彼此更加亲近。明星发布自己的动态，就会引来粉丝的

尖叫和评论。

快:裂变式传播。通过手机和电脑终端,你就可以写微博,当你在微博上拥有一定的跟随者的时候,你的微博经过你的跟随者的评论转发,你的微博将被更多的人看到,微博的裂变式传播,也是微博的强大之处。一个简单的转发,短短 140 个字将传遍世界的每一个角落,一个个“微博奇迹”也多次出现。

碎:碎片化呈现。短短的 140 字使得无论什么内容在微博上都变得碎片化,有时候也导致假消息乃至谣言的出现,于是从对谣言的质疑到后来谣言的击破,这也是微博净化的必由之路。

即:即时的搜索。通过微博自带的搜索功能,用户可以搜索到最即时的信息,微博的即时性比其他搜索引擎所达不到的。百度、谷歌等搜索引擎并不特别即时,后台的周转需要一定的时间,而微博可以搜索到上一秒发生的微博内容。好好使用微博,也能让你了解即时信息和新闻,尤其对于企业,可以做好即时的舆情监控。

开:开放的群聊。这也是微博与 SNS(社交网络)、IM(即时通讯)最大的区别。即时通讯是基于好友之间的关系,即使上千人的群聊也有一定的局限性,而微博则是开放的群聊平台,这也是微博的优势所在。

微博“短平快碎即开”的特点,造就了微博与其他 web 2.0 产品相比的不同之处,微博正在改变着整个互联网,乃至整个世界。基于以上的特点,微博的存在对于传统的门户网站也是一个很大的冲击,现在只需要通过文字、链接、视频、图片等功能就可以写出一条新闻,微博的出现也让信息传播变得更加快捷和方便。只要有足够多的

粉丝,你的微博就能在短短几分钟之内传遍世界每个角落。微博的存在,同时是对于搜索引擎极大的冲击,尤其是百度和谷歌。2011年10月,微博也单独推出了微搜索。微博的即时搜索,你上1秒的微博能在下1秒被即时搜索,这方面是一般搜索引擎所达不到的。微博搜索到达率高速度快,也引起了很多公司的注意。至于微博私信的功能,也为双方的私聊提供了很大的方便,对于即时通讯的QQ和微信,都是一个威胁。

那么微信有什么特点呢?简单总结有以下四个特点:

1. 微信相对封闭

由于微信是基于微信朋友之间的,加之平台本身的限制,它相对于微博还是较为封闭,更多时候还是朋友圈之间的自娱自乐。比如许多网友喜欢在朋友圈晒晒自己的生活照片,微信朋友圈的发布只有相关好友才能看到。相比微博,目前微信朋友圈活跃度相对较高,因为微信朋友圈刷屏并不是那么快,此外用户对于点赞和评论还是很在意。“微信之交”朋友似乎也是对于微信“点赞党”的一种总结吧。

2. 传播信息相对较慢

相比微博,由于微信是一个闭环,所以消息的传播还是比较封闭,一条爆炸性信息在微信传播难度相对较大。而微信公众平台,也就是通常所说的微信公众号,它们更多是充当传递信息的角色。如果你有足够的微信公众账号粉丝,你的信息也能在第一时间传递给粉丝,但是自从微信订阅号重叠以后,微信公众账号的打开率就一落千丈,现在微信订阅号的平均打开率不足10%,就是一个很好的例

子。相比微博,微信传播信息还是稍微慢一点。

3. 朋友圈活跃度高

比起微博,微信的出现确实让很多人开始慢慢少上微博,从而转战微信。许多草根网民愿意刷新朋友圈、看看好友的状态、点个赞、发个评论,刷微信已经成为我们在“碎片化时间”里乐此不疲的一件事情。如今在地铁上、公交车上、上厕所的时候,都能看到人们拿着手机,打开微信朋友圈刷一刷,哪怕只是一个简单的朋友间点赞,可见微信朋友圈的活跃度相当活跃。刷微信朋友圈,已经成为很多人每天不可或缺的一件事。微信朋友之间的粘度和互动,相对于微博高很多。

4. 适合营销和口碑

当微信推出了微信游戏的时候,“打飞机”火爆微信朋友圈。利用好友之间攀比的心理,打飞机游戏瞬间火爆朋友圈。就在前段时间,又有一款名叫“围住神经猫”的游戏火爆朋友圈。一名美术设计师和一名程序员两人仅耗时一天半就完成了该游戏。2014年7月22日下午2点游戏上线短短三天,游戏访问量已经过亿次。“围住神经猫”就这样火爆朋友圈。利用游戏用户攀比的心理,当用户围堵住这只猫时,会出现一个分数值,显示你击败的全国人数比。“击败百分之多少的用户”也成为微信游戏的代名词。之后,微信朋友圈就出现了50多款类似的HTML5小游戏,不知道你的朋友圈有没有被这些小游戏占据。此外,更有很多公司的微信红包、微信送礼物也火爆朋友圈。利用好友之间的信任和互相攀比,微信朋友圈为游戏制作方、企业乃至个人提供了一个很好的口碑和营销的机会,即可在短时