

超级自媒体营销段子写手 03

极品女友教给 我的微信营销

柒先生 著

社交媒体大号背后的写手

- 一句话破壳
- 一句话共情
- 一句话说动消费者点击
- 一句话说动消费者购买



人民东方出版传媒
东方出版社

体营销段子写手03

女友教给我的微信营销

柴先生 著



人民东方出版传媒
东方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

极品女友教给我的微信营销/柒先生 著. —北京: 东方出版社, 2014. 4
ISBN 978-7-5060-7363-9

I. ①极… II. ①柒… III. ①网络营销-通俗读物 IV. ①F713.36-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 056940 号

极品女友教给我的微信营销

(JIPIN NÜYOU JIAOGEI WODE WEIXIN YINGXIAO)

作 者: 柒先生

责任编辑: 崔雁行 乔 俏

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区朝阳门内大街 166 号

邮政编码: 100706

印 刷: 北京京都六环印刷厂

版 次: 2014 年 5 月第 1 版

印 次: 2014 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1—6 000 册

开 本: 880 毫米×1230 毫米 1/32

印 张: 8.125

字 数: 123 千字

书 号: ISBN 978-7-5060-7363-9

定 价: 29.00 元

发行电话: (010) 65210056 65210060 65210062 65210063

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场

如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 65210012

前言

我想问你一个问题，你还相信爱情吗？

我的人生跟你的没有什么不同，我也曾经爱过、伤过、彷徨过、迷茫过，谁的青春不曾是一盆狗血呢？但是当我从26场失恋中厮杀出来的时候，我还是宁愿让自己去相信，相信爱情，因为爱情改变了我的一生。

如果非要扭头回去把自己的伤口撒点盐撒点辣椒面再弄点孜然的话，我想我可以告诉你一个故事。如果我不相信爱情的话，我现在有可能还是一个化肥厂的保安，有可能在路边摊的包子店卖着5元一笼的肉包子，有可能是某个建筑工地推着小车的临时工。尽管我曾经梦比天高，但是这就是在命比纸薄的人生里我曾经做的职业。我进过传销，送过外卖，发过传单，写过三流的剧本，在威海的街头啃过别人丢的馒头，在泰安路边抽过别人扔的烟头，但是现在，因为我相信爱情，我成了一个广告人。

我相信这个世界还没有变坏，只要你敢去想敢去做，你总能逆袭成你想要的样子。当你回头再去审视自己故事的时候，你会发自肺腑地感谢那些在你生命里曾伤害过你的人，因为这伤害我们懂得了坚强，因为伤害我们懂得了成长。一个人起码要在感情上失恋一次，在事业上失败一次，在选择上失误一次，只有承受了这些最致命的打击，才能经得起最轰轰烈烈的赞美。

老家有一条狗叫颠颠。为什么叫颠颠呢？她出生的时候被放在炉子边烤火，差点丧命。

她的4个兄弟姐妹们中只有她一个有活下来，腿基本上报废了，走起路来前腿一颠一颠的。几乎所有人对她的未来都不抱任何希望了，然后我妈从我大姑家把她抱了回来，后来她就坚强地活了下来，狠狠地给了这个世界一巴掌。

如今三年过去了，她已经嫁为狗妇，生了三个孩子。每一个孩子都有最理想的归宿。我回家的时候看到她对我的笔记本电脑很感兴趣，就决定带她到大城市见见世面。我觉得她不是一般的狗，她习惯每天蹲在门口看电视，对《中国好声音》、《非诚勿扰》这些节目不感兴趣，但习惯看每天19点的栏目，也许是19点我妈开始给她准备晚餐的原因。我不知道她是否能够读懂19点这一档栏目的深刻内涵。

从老家到我工作的城市需要坐4个小时的车。她临走前去跟村东头的大黄道了别，跟小黑告别，跟花花告别。这个时候，她老公

已经离开她回大城市将近小半年了，她老公是一条叫做欢欢的狗，我觉得他的名字应该是令狐欢欢这类的感觉。她老公是一条大城市里面的狗，见过大世面。那一年她老公还不是她老公的时候下乡寄养在我们家，后来他们就发生了爱情。

我知道她想跟这个世界谈谈，她应该有很多的想法需要倾泻给这个世界。但是她现在跟这个世界不熟，她去过最远的地方是村子最最南头的大水沟。她听过最好听的故事莫过于每天准时的19点档。

坐上车的那一刻，天灰蒙蒙的，她察觉出她的世界就要翻天覆地改变了。经过跨海大桥的时候她看到了海，然后高兴地叫了两声。

她的一生坎坷，几乎丧命却仍旧艰难地活了下来，这个世界不欠她什么，每一个生命都应该如此坚强。只是我不知道她为什么会活下来，究竟她的内心里有一个怎样的信念。但是我坚信在她最青春的时光里，做了一件值得她一生炫耀的事情，那就是，她谈恋爱了，她生孩子了，这改变了她一生。她应该和这个世界谈谈，谈一些她想说的话，就算她年老了，她依然可以骄傲地朝着旁边的一条老狗说：“汪汪，汪汪！”我明白她的意思，她想告诉我：你看，我的初恋就是我的老公，我多幸福！

悲剧的人生从来都各有各的悲，而我的悲却悲出了一种意外的格调，那就是在我的微信里，我的现女友发现了前女友的号码。女

友遇见前女友是一幕很有戏剧性的舞台剧，在这一出剧目里，我理论上应该是一只风箱里的老鼠两头受气，而现实却发生了逆转。尤其是在现女友非但没有表现出一个女人应该有的愤怒，却反而成了我前女友的微信好友、现实闺蜜的情况下，她们甚至一起约逛街、喝咖啡。女人果然是一种神奇的动物。

对于一个有着敏锐触觉和洞察力的广告人来说，我无法分析这种女人的内心世界究竟是什么样的。直到有一天，现女友告诉我，改变一个人最好的方式就是走入他过去的世界，而前女友则是最好的月光宝盒。于是我似乎开始懂得了，当你开始懂得了成长，你的内心就会开始蔓延滋生一种叫做心结的东西。

无论是源于微信还是电话，前女友的存在都是不争的事实。尽管多年后我们再也没有联系过，但是看到她的微信号仍会感到温暖，看到她分享到朋友圈里的照片会感到温暖，看到她不开心的签名会有点心疼。这也许就是人生，活着总是为了牵挂一个人，尽管我们的关系前面加了一个形容词“前”，但是从初见到听说，我们已然经历了人生的蜕变。

当社交网络不停更迭：从QQ到微博、陌陌再到微信，认识一个人的成本越来越低，所以此刻我想问你，你还相信爱情吗？我知道，那些曾经用心爱过的人，手机里都躲着一个形容词是“前”的人。所以现在我想告诉你一个故事，关于26个女孩子的故事，我相信她们在你的生命里也曾经以各种名义出现过，只是最后她们都走了，但是也教会了我们很多，比如微信营销。

目录

Contents

前言 那些前女友教给我的微信营销⁰⁰¹

· 接受 (Accept)

A 天真烂漫派：微信漂流瓶营销⁰⁰¹

你只看见他们人前的幸福，却永远看不见他们人后的厮杀。爱情的世界里，要么忍要么滚，你接受了怎样的人，就意味着开启了怎么样的人生。

· 信任 (Belief)

B 我行我素派：微信摇一摇营销⁰¹¹

世间所有相爱，皆因信而缘起，因疑而缘灭。能够打动你的爱情永远不是“我爱你”、“在一起”，而是“爱过”。

· 关心 (Care)

C 纯洁善良派：微信语音营销⁰²¹

大铁锅恋着锅盖，心里却装着猪肉炖粉条子。爱你的未必懂你，懂你的未必爱你，觉得孤独就对了，因为你关心的那个人从来没有关心过你。

· 理解 (Digest)

D 保守顽固派：微信相册营销⁰²⁹

我所理解的爱情，就是你放她走，她绕了一大圈回来了，然后就永远不会离开了。如果她没有回来，就算你化身石桥经历500年风吹日晒雨打，她也不会从桥上踩过。

· 欣赏 (Enjoy)

E 风情万种派：微信 LBS 营销⁰³⁹

男女之间每一种欣赏的背后都有一段爱情的阴谋，因为最后总有一个人先忍不住把另一个人从欣赏的位置挪到心窝上。

· 自由 (Freedom)

F 自由奔放派：微信群聊天营销⁰⁴⁹

自由就是你要一个拥抱，然后多了一瓶酒，后来多了一个吻，刚好一张床，天亮说分手。来不及相爱，就只是谈谈人生而已。

· 付出 (Give)

G 执著努力派：微信活动营销⁰⁵⁷

“一生至少该有一次，为了某个人而忘了自己，不求有结果，不求同行，不求曾经拥有，甚至不求你爱我，只求在我最美的年华里，遇到你。”——徐志摩

· 心 (Heart)

H 感性派：微信图文信息⁰⁶⁵

喜欢就去争取喽！错过就放弃喽！何必在乎世间所有人的看法呢？平常心，生活应该如此简单的。

· 独立 (Independence)

I 天生明星派：微信个性签名营销⁰⁷³

生命中一定要遇见一个独特的人，她会教你独立，改变你的规则，让你生活在她的习惯里，她不特殊，却是你生命里的一个意外。

· 妒忌 (Jealousy)

J 内心起伏派：微信事件营销⁰⁸³

这个世界上，有一种嫉妒叫做全世界都怕你成功，而有一个人却轻轻地在你耳边说：再试一次。

· 吻 (Kiss)

K 高不可攀派：微信会员卡营销⁰⁹³

爱情的必经之路有一个动作叫做：吻。有的人一吻定情，有的人一吻各自天涯。

· 爱 (Love)

L 头脑冲动派：微信促销营销¹⁰¹

这个世界上最短的爱情是7秒钟，最长的爱情是一辈子，爱一个人可能只需要三秒钟让体温从36.5°升到38.6°，爱上一个人可能需要从7年之痒挣扎到白首相托。

· 成熟 (Mature)

M 宽宏大量派：微信内容营销¹¹¹

成熟是一个自然过程，从开花到结果。成熟是一种人生态度，从华丽的跌倒到站起来重新起跑。成熟是一种爱情信仰，从哭着分手到微笑着原谅。

·等待 (Wait)

W 文静派：微信扫一扫营销²⁰³

世上的爱情，没有几份真能经得起等待。等，只不过是怕心死得太快而已。在“我等你”面前，“我爱你”瞬间黯然无色。

·乘法符号 (X)

X 内向忧郁派：微信微表情营销²¹¹

爱情就像乘法，无论你付出多少，只要有一项为零，最终的结果就是零。

·想念 (Yearn)

Y 小鸟依人派：微信签到营销²¹⁹

“我想念的是无话不说，我想念的是一起做梦，我想念的是争吵以后，还是想要爱你的冲动。”这就是爱情吧！

·热情 (Zest)

Z 随和派：微信情感倾泻营销²²⁷

热情跟爱情仅一字之差，努力一下是不是就可以转化？别玩文字游戏，我不是你的小浣熊，玩不出你要的其乐无穷。

·3.1415926……

π X 派：第27个女朋友²³⁵

有一种爱情叫做无限不循环，有一种故事也叫做无限不循环，有一种营销同样叫做无限不循环。

番外篇 这可能是一封道歉信²⁴³

A

天真烂漫派：微信漂流瓶营销



在收到小 A 第 7 封情书的时候，我开始觉得我们的人生实际上是多点触控的，我发现小 A 的出现并不是所谓的巧合，而是经过一系列设计有预谋的营销行为。

你只看见他们人前的幸福，却永远看不见他们人后的厮杀。爱情的世界里，要么忍要么滚，你接受了怎样的人，就意味着开启了怎么样的人生。

十一年，你知道是一个什么概念吗？你知道什么叫做“郎骑竹马来，绕床弄青梅”吗？知道愚人节收到分手短信那种假戏真做是什么感受吗？也许你从来都不懂把一个人弄丢了的悲伤，那就像是你亲手毁掉了自己一手打造的品牌，眼睁睁地看着它一夜倾倒，所有该品牌的产品一夜下架，你知道从此也许世界上再也不会会有这个品牌。这个品牌在我的世界里叫做初恋。

世界那么小，充斥着我们相遇的概率，但却在0与1之间徘徊了十一年。十一年后当我准备开始写这个故事的时候，我想小A已经结婚了，没有听说，只有猜测，这也是我最纠结的结局。然而爱一个人不就是希望她幸福吗？就像多年以后赵薇做了黄太太却没有嫁给黄晓明，因为黄晓明最后“按着了Baby”。

小A是一个天生浪漫派的姑娘，我遇见她的那个上午，阳光很好，她坐在餐厅靠窗的位置，那个侧影好看到像是节日促销时产品的外包装，无论是从视觉还是味觉，你都有想要靠近她的冲动。后来的我才知道那是一种色彩的影响力，产品在货架上实际上只有三秒钟的时间与消费者发生交集，如果你的色彩没有打动一个人的眼

睛，那么就不可能存在与他的手发生一次邂逅的机会。我深刻地了解了这个道理，以至于后来每次在规划产品包装的时候，我首要的任务就是去商超做市场调研，研究产品的色彩及陈列。

那天我点了一盘辣炒土豆丝。土豆丝于是在后来的时光里成为我的一个心锚。人生里这种心锚叫做触景生情，生物学里叫做条件反射，商业领域里把这种心锚叫做心智阶梯。这也就意味着从那一刻起，土豆丝所代表的商业属性成为我初恋的味道。

在我收到小 A 第 7 封情书的时候，我开始觉得我们的人生实际上是多点触控的，我发现小 A 的出现并不是所谓的巧合，而是经过一系列设计有预谋的营销行为。这就像多年以后我每周会定时收到的超市促销海报一样，久而久之就会形成习惯，进而主动促发消费行为。她在我所能触及的环境里制造了 N 多与我交集的机会，但是却从来没有对我说一句“你好”，只是似有似无地展示着自己最好的一面，让我慢慢地形成了一种习惯。这就是为什么在始终没有收到第 8 封情书的时候，我开始变得焦虑了，想说她究竟怎么了？

当我开始对她产生好奇的时候，我就知道我已经注定要为自己的初恋埋单了。喜欢上一个人的感觉，无非就是在见不到的日子里不停地思念她下一次出现的样子。她这一招用得很巧妙：欲擒故纵。明明是她预谋的，却等着我先说一句“我爱你”。

2002 年 11 月 14 日，还是在那家餐厅的同一个位置，我用一盘土豆丝拼出了一个“我喜欢你”。那个时候我知道这种感觉谈不上爱，爱是一个遥远的字眼，只是台前舞蹈的生旦净末丑，而责任

才是舞台后操控整局的幕后使者。“台上三分钟，台下十年功”，我很明白这个道理，所以在表白的文案里我的用词很恰当。

那一天我牵起了她的手，那一天我终于开始明白，喜欢上一个人连呼吸和眼神都要开始重新练习。多年后我也终于明白了，爱情就是高手过招，“牵手、拥抱、接吻”，招招毙命，谁先动情谁就已经输了。而在商业营销的领域，人们习惯的大招基本上就是“赠、送、折”。大多数人在看到这三个字的时候心就开始微微一动，然后喜就慢慢地爬上了眉梢，这个微表情告诉我们：你马上就要沦陷了。

我生活的这座城市有一条长长的河流穿过。我能想到的我和小A做得最浪漫的一件事就是去放漂流瓶，只是到今天我都不知道当年小A放进去的愿望是什么，那个愿望里有没有关于我的字眼。最后这个漂流瓶是被谁捡到了还是进入了黄海，我都再也知道了。因为在放漂流瓶的一周后我再也没有见过小A，我不知道她是转学了还是退学了，直至今天一共11年过去了，我们再也没有任何故事。最后我终于读懂了那7封情书的故事，每一封情书都藏了头，是说：我爱你生死由命。这句话我一生都不会读懂，这就是我初恋的slogan（品牌口号或标语），像是所有商业领域里你张口就来的slogan一样，我想你也未必会读懂它的意思。

每一个人的心里都有一个漂流瓶，有的装满了疑惑，有的装满了真心话，有的装满了祝愿，有的则装满了求交往的纸条，它就像一个秘密伴随着我们成长。当社会逐渐朝快餐化发展，信任一个人的成本也变得越来越高，这个时代终于变成了一个微信的时

代，于是我们开始躲在手机里，躲在陌生的微信号里向陌生人发着漂流瓶。你永远不知道下一个故事会怎样发生，这就是微信的诱惑！只有当漂流瓶被捡起的时候，你才会有 50% 的概率让你的故事继续。

据说这个世界上遇见一个人的概率是千万分之一，爱上一个人的概率是五亿分之一，说一句“我爱你”要消耗掉两个苹果的卡路里。11 年后，我学会了如何去爱，可是吃水却忘不掉挖井的人，然而我再也找不到当年挖井的那个小 A 了。不是每一个人的情窦初开都会换来一份完美的回忆，就像商店里跳楼吐血的大促销并不能每次都换来大多数人的青睐一样。促销的核心是降低产品的原价，这只能吸引一部分贪图便宜的人。而爱情的世界里那是真金白银过日子，贫贱夫妻百事哀，就算是买一瓶百事都可乐不起来——没有可口的生活别指望有可乐的日子。但是时间告诉我们：其实，爱对了人，每天都会过情人节，只是有些人比较心急，因而每天都想过育人节。

所有有效营销都是在讲故事，如同一道算术题“漂流瓶 + 爱情 + 2 月 14 日 = ?”你想等于什么完全取决于你想要传递的品牌文化。有时候爱实际上是很简单的事情，两个人滚一个床单，永远不要去想改变对方，喜欢就是喜欢，若情动一眼万年，不喜欢就是不喜欢，再过 500 年她也不会喜欢你。那些所谓的日久生情都是一个学习接受的过程，这接受的受，是爱字去掉了一横一撇，是去掉蛮横与撇嘴。当你明白了这一点你就会清楚，漂流瓶营销实际上就

是能让接受的人接受就可以了，别指望那些随机遇见的每一个人都会喜欢，这不现实。这种小概率营销实际上需要讨好的是大部分人的一个兴趣爱好，那么我们就不妨在漂流瓶里讲一个爱情故事。

赌上一辈子的桃花运去遇见一个对的人是小A离开我之前我愿意去做的。但是多年以后我才知道，不出现、不打扰即是彼此爱过的最好证明。这是藏在我心底的结。大概每一个人内心里都会有一个暗恋的故事，你舍不得说，只是怕一说梦就空了。但是我想让你说出来，为什么不给自己一点勇气呢，趁还在彼此身边。

这就是我们用微信漂流瓶策划的第一个主题：“7盒糖为爱加点勇7”。

小A用7封情书遇见了自己的爱情。作为我们推介的品牌，其想要传递的核心情感价值是：我想遇见你的人生。于是第一波我们发出了情感传递漂流瓶：写下你的城市和你暗恋的人。讲故事要欲扬先抑，但一定要知道自己的包袱点设在哪里，所以我们只是轻微地做了品牌广告的植入，并没有着急去让大家关注我们的微信公众号，我们只是想知道这一条微信能够走多远。

按照网友自己写下的城市，100个漂流瓶抵达了近150个城市，一共出现近800个陌生的名字，我们知道每一个名字的背后都是一场惊心动魄的爱情故事。但是就是由于缺少那么一点勇气，这个故事从此卡在了人生的节点上，然而这些对于品牌营销来说却是一笔巨大的财富。

所以我们必须让这些故事继续，按照原计划，第二波12000只