

何志康◎著

买就赠价值
1579.00元
微信运营商VIP会员服务

资深营销实践者——何志康先生，亲自操刀、倾囊相授
只讲实用方法，拒绝泛泛之谈



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

一微万利

粉丝、利润 双丰收的微信营销秘诀

何志康◎著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

一微万利：粉丝、利润双丰收的微信营销秘诀 / 何志康著. — 北京：人民邮电出版社，2015.1
ISBN 978-7-115-37238-3

I. ①一… II. ①何… III. ①网络营销 IV.
①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第229021号

内 容 提 要

如果你也想加入微信营销的大军，想要了解微信营销背后的秘密，那么不妨打开这本书。这里有微信营销入门技巧、粉丝运营策略、微信营销平台的搭建方法、微信营销推广方法、各行各业的赚钱之道、微信营销活动的策划方案以及七大微信营销模式的运营技巧。书中提到的每种方法、每个点子都来自作者的实战经验、悉心总结，是业内人士很少外传的营销秘诀。不仅如此，笔者还为大家列举、剖析了行内许多成功案例，以帮助大家更好地掌握微信营销的技巧。

这是一本极具实用价值的微信营销书，拒绝泛泛而谈，适合普通大众以及公司、企业等团体组织阅读与实践。

◆ 著 何志康

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：15.5

2015年1月第1版

字数：268千字

2015年1月北京第1次印刷

定价：45.80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



Preface

前言

笔者曾听到过这样一段对话：一家企业的管理者要求他的员工做微信营销，员工十分好奇，问管理者：“为什么要做微信？”管理者回答道：“现在谁没有微信，谁就挖不到下一桶金。”是的，作为当下最火爆的应用软件之一，微信早已渗透到人们的生活中：用微信聊天代替发短信、打电话，用微信办理银行业务，用微信查询交通状况、旅游资讯，用微信预约各种服务，用微信交话费、购物，用微信看视频，用微信参与政务建设……衣食住行、娱乐休闲等几乎都可以用微信解决。

尽管微信诞生的时间比电话、短信、视频、门户广告、微博、网络社区等各种各样的营销方式都要晚，但是它却力压群雄，以迅雷不及掩耳之势成功登顶，成为备受推崇的新兴营销工具。微信简直为我们创造了一个潜藏着巨大营销潜力的“微世界”！所以，此时不做微信营销，更待何时？

如果你也想加入微信营销的大军，想要了解微信营销背后的秘密，那么不妨打开这本书。这里有微信营销入门技巧、粉丝运营策略、微信营销平台的搭建方法、微信营销推广方法、各行各业的赚钱之道、微信营销活动的策划方案以及七大微信营销模式的运营技

Preface

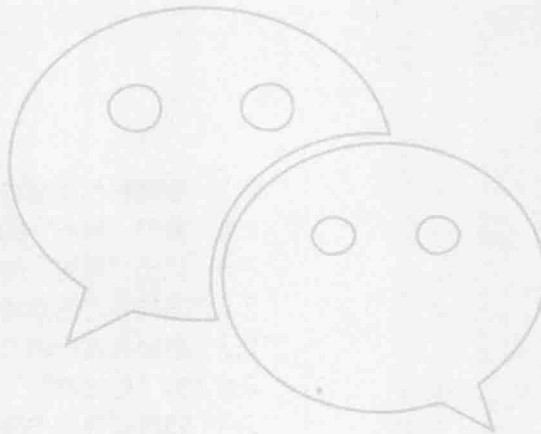
前言



巧，书中提到的每种方法、每个点子都来自笔者的实战经验、悉心总结，是业内人士很少外传的营销秘诀。不仅如此，笔者还为大家列举、剖析了行内许多成功案例，以帮助大家更好地掌握微信营销的技巧。

在这里，笔者只和大家谈具体、实际的操作方法，不讲空话和大道理。我们的目标是：用最有效的方式实现营销目的，在微信上把东西卖出去。无论你是知名企业、大品牌，还是名不见经传的小商户或个人，只要你想通过微信营销来“吸粉”、“吸金”，那么，本书就是与你最合拍的营销搭档。

每个时代有每个时代的特色，微信营销就是这个时代的经济特色之一。你做或者不做，它就在那里，继续以自己独有的方式发展着、变化着。选择它，我们可以在营销的路上走得更轻松一些；不理它，我们可能会继续缓慢前进，也可能被时代淘汰。无论如何，如果你想要开创美好的“钱”景，那么，微信营销就不是选不选的问题，而是为了成功就必须要做的问题。最后，笔者祝愿每一位读者都能从微信营销中赚得盆满钵满。



目录 CONTENTS

Part 1 “吸粉”、“吸金”开始之前， 摸清微信营销的价值与入门技巧

- 1.1 解读微信的多重“身份” / 002
- 1.2 微信能创造什么价值 / 005
- 1.3 如何判断自己是否适合微信营销 / 008
- 1.4 在微信上可以卖哪些东西 / 011
- 1.5 微信营销能为客户带去什么 / 014
- 1.6 找准营销定位的方法 / 016
- 1.7 发掘并善于运用自身优势 / 021
- 1.8 突破订阅号“被折叠”的局限 / 024
- 1.9 全面提升服务号的关注度 / 026
- 1.10 抓住企业号的商机 / 029
- 1.11 如何建立自己的客户群 / 031
- 1.12 从竞争对手那里“取经” / 035
- 1.13 规避微信营销中的误区 / 037

Part 2 没“粉儿”怎么行？ 了解微信营销的粉丝运营策略

- 2.1 快速“吸粉”的10大方法 / 040
- 2.2 怎样分辨“真人粉”与“僵尸粉” / 045

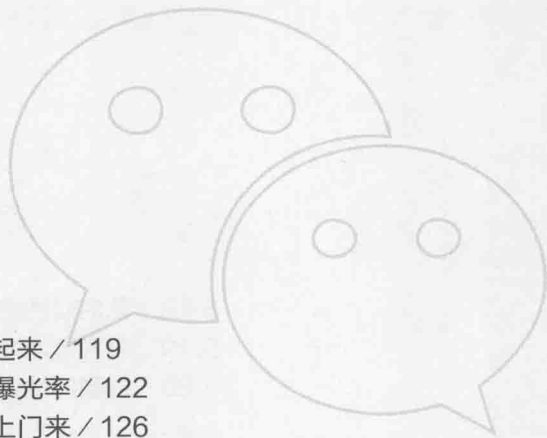
- 2.3 提高粉丝质量的技巧 / 046
- 2.4 警惕“吸粉”的雷区 / 049
- 2.5 找出“掉粉”的根源 / 051
- 2.6 怎样将产品卖给真正需要的人 / 054
- 2.7 借助老客户的力量发展新客户 / 056
- 2.8 将“他的客户”转化为“我的客户” / 059
- 2.9 如何提升客户服务的质量 / 062
- 2.10 别让一次性销售断了财路 / 065
- 2.11 如何实现营销双赢 / 067

Part 3 招“粉”引蝶， 搭建最吸引眼球的微信营销平台

- 3.1 注册专属的微信公众账号 / 070
- 3.2 进行微信认证的意义和方法 / 073
- 3.3 打造响亮的名号与醒目的头像 / 077
- 3.4 充分发挥功能介绍的作用 / 081
- 3.5 设置有吸引力的欢迎语 / 085
- 3.6 巧妙编写信息标题 / 089
- 3.7 打造精准的推送内容 / 092
- 3.8 设置精彩的自动回复 / 095
- 3.9 开展有效的人工回复 / 099
- 3.10 如何把握消息推送时间 / 101
- 3.11 推销二维码的方法 / 103
- 3.12 接入第三方应用的技巧 / 106
- 3.13 发掘广告主、流量主的潜力 / 109
- 3.14 如何突破现有格局 / 113

Part 4 想要快速“吸金”？ 掌握便捷的微信营销推广方法

- 4.1 如何开展朋友圈口碑营销 / 116



- 4.2 让“免费广告”漂流起来 / 119
- 4.3 一摇、一扫提升产品曝光率 / 122
- 4.4 让附近的客户主动找上门来 / 126
- 4.5 游戏和表情也能创造商机 / 129
- 4.6 拓宽微信支付的财路 / 133
- 4.7 打造有价值的“菜单” / 136
- 4.8 有声有色的推广技巧 / 139
- 4.9 强有力的短信推广妙招 / 143

Part 5 “钱”景无限好， 看各行各业如何在微信上“吸金”

- 5.1 餐饮行业如何进行微信营销 / 146
- 5.2 酒店行业如何进行微信营销 / 149
- 5.3 金融行业如何进行微信营销 / 152
- 5.4 医疗行业如何进行微信营销 / 154
- 5.5 教育行业如何进行微信营销 / 157
- 5.6 旅游行业如何进行微信营销 / 159
- 5.7 汽车行业如何进行微信营销 / 162
- 5.8 航空行业如何进行微信营销 / 165
- 5.9 美容行业如何进行微信营销 / 167
- 5.10 服装行业如何进行微信营销 / 170
- 5.11 家装行业如何进行微信营销 / 172
- 5.12 电商行业如何进行微信营销 / 175
- 5.13 房产行业如何进行微信营销 / 178
- 5.14 零售行业如何进行微信营销 / 180
- 5.15 食品行业如何进行微信营销 / 183
- 5.16 健身行业如何进行微信营销 / 185
- 5.17 酒吧如何进行微信营销 / 188

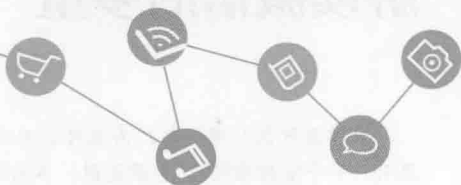
- 5.18 花店如何进行微信营销 / 190
- 5.19 政务领域如何进行微信营销 / 193
- 5.20 视频网站如何进行微信营销 / 196

Part 6 “粉儿”、“金”双丰收， 必知的微信营销活动策划方案

- 6.1 策划活动前需要做好哪些准备工作 / 200
- 6.2 如何打造特色鲜明的营销活动 / 203
- 6.3 有效开展“免费活动”的策略 / 205
- 6.4 “摇转”大奖激发用户参与积极性 / 208
- 6.5 创意游戏产生巨大吸引力 / 211
- 6.6 将节假日变成热门“营销日” / 214
- 6.7 充分利用天时、地利、人和 / 216
- 6.8 活动后台的重要性不可忽视 / 219

Part 7 更上一层楼， 七大微信营销模式拓宽生财之路

- 7.1 惊喜不断的O2O折扣模式 / 222
- 7.2 无微不至的CRM客户管理模式 / 225
- 7.3 避繁就简的F2F互动模式 / 228
- 7.4 精准的LBS定位服务模式 / 231
- 7.5 取长补短的双号运营模式 / 233
- 7.6 独具特色的“微网站”品牌模式 / 236
- 7.7 潜力无穷的社交分享模式 / 239



Part 1



“吸粉”、“吸金” 开始之前， 摸清微信营销的价值与入门技巧

自诞生之日起，微信就在不断刷新人们的营销观，其爆棚的用户量、与众不同的营销方式、广阔的市场前景等彻底颠覆了传统营销，让越来越多的人加入到了微信营销大军中。这些人既包括经验丰富的营销人员，也有对营销知之甚少的普通大众；然而不管身份如何，众人的共同目标就是：赚钱。那么，微信营销的价值究竟藏在哪些地方呢？人们应该从哪里开启这扇营销大门呢？本章将为大家一一详解。

1.1

解读微信的多重“身份”

微信是什么？用一句广为流传的艺术名言来回答就是“一千个读者眼里有一千个哈姆雷特”，也就是说，不同的人对微信有着不同的看法。有的人说，微信是通信工具，可以发短信、语音聊天，还可以互相视频；有的人说，微信是交友工具，摇一摇、扔一扔、搜索一下地理位置就能认识各种各样的人；有的人说，微信是移动钱包，买东西方便又省钱；还有人说，微信就是一个App，打车、订餐、预约……用起来超级省事。当然，这些看法都没错，但是综合来看我们不难发现，这些人只是将微信当作一种“生活用品”，拿来解决一些琐碎的事情。而对于想要通过微信赚钱的人来说，你的目光就要穿透这些表面现象，认识更深层次的微信。



从营销者的角度来看，微信是一个拥有多重“身份”的“人”，了解它的多面性，有助于我们更好地掌握微信营销的技巧。

第一，微信是企业的“形象代表”，主要任务就是彰显企业品牌文化，有时候，它还要站在官方立场发布一些重要决策，因此要以庄重、正式等基调为主，避免哗众取宠。

第二，微信是企业的“公关代表”，除了向客户推送产品信息、与同行合作互推、开展营销活动等任务外，在遇到突发事件时，还要及时采取有效的应对策略。因此营销者要具备敏锐的市场洞察力、强大的执行能力等素质，这样才能充分发挥微信的公关价值。

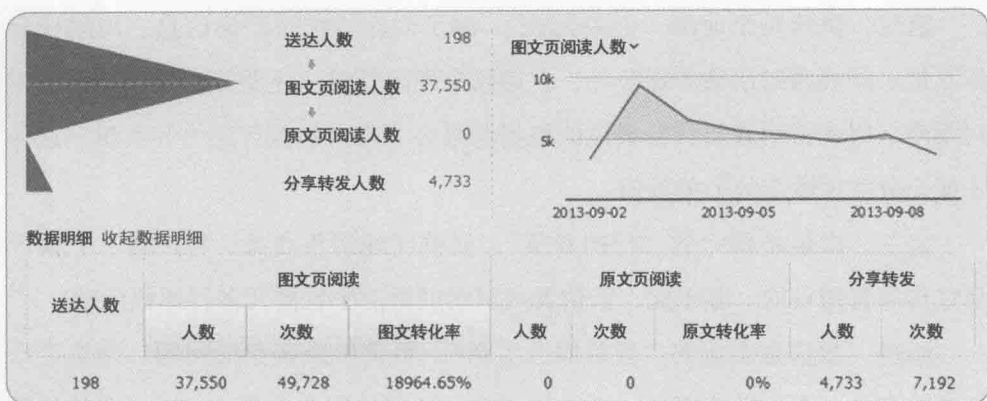
第三，微信是得力的“行销专员”，能够实现销售商品、打广告、扩大产品宣传等营销目的。鉴于此，营销者可以借助微信平台展开多种销售活动。

第四，微信是企业的“售后服务专员”，负责解决客户的问题、搜集客户反馈等任务。营销还可以通过微信平台建立良好的客户关系，这对企业的长远发展具有重要意义。

第五，微信是企业的“行政部经理”，对传播企业文化具有重要影响。另外，营销者也可以借助“企业周年庆”等特殊日子开展营销活动，将客户融入到企业文化中来。

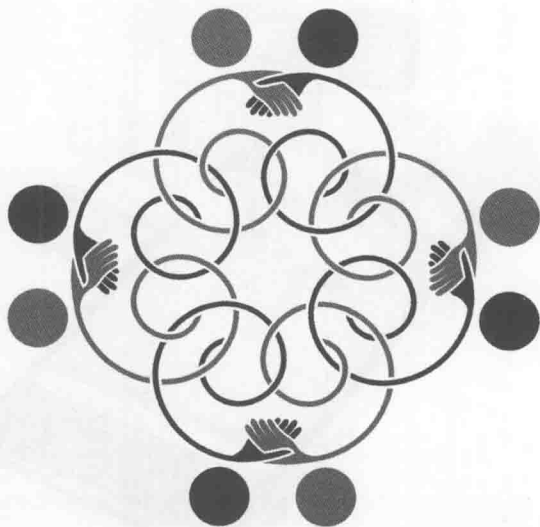
第六，微信是企业的“数据管理员”，主要任务就是为企业建立客户数据库。营销者可以根据后台数据统计分析、维系现有客户并发掘潜在客户，打造庞大的客户群。





第七，微信是企业的“客座讲师”，能够凭借精彩的评论分析，为企业吸引一大批关注者。此外，营销者若是能在微信平台上分享一些企业、品牌背后鲜为人知的小故事，不仅能让品牌形象深入人心，还可以增加客户的黏度。

这些都是微信潜在的营销“身份”，同时也是其基本营销功能的体现。用营销者的眼光来看待微信，那么在移动互联网日益发达的今天，微信将成为培养客户、抢占市场的得力助手和低成本营销利器，让你轻轻松松就能赚得盆满钵满。



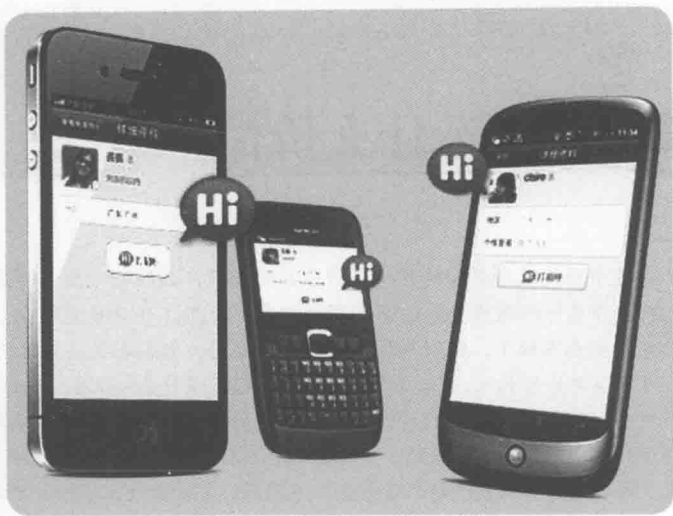
1.2 微信能创造什么价值

在这个科技日新月异的时代，新产品取代旧产品的例子比比皆是，就连之前十分盛行的微博营销也降了不少热度。从2011年开始到现在，微信流行的时间也不短了，按照事物惯常的发展趋势，它现在也应该江河日下了。可事实却恰恰相反，微信营销的呼声不仅没有变小，反而还在不断攀升。原因何在？这就要从微信的价值说起了。是的，正因为微信能够创造其他社交产品无法企及的营销价值，所以它仍可以傲然屹立在众多科技产品中。那么，微信究竟可以创造什么价值呢？在这里，笔者就为大家一一剖析。



价值一：真正实现与客户对话，创建稳固的客户群

在社会化时代，“互动”是营销的必要手段，只有和客户建立起关系，了解客户的心声，营销之路才能走得长远。众所周知，微信“出道”的时候走得就是“社交工具”的路线。



这一基本功能恰好体现了它最大的营销价值：真正实现与客户一对一沟通，而且私密性极强。营销者若是能够合理运用这一功能，那么完全可以通过微信创建稳固的客户群，为自己奠定坚实的营销基础。

价值二：信息曝光率高，投放精准

不少人喜欢拿微博和微信做比较，认为微博消息转发率高，其信息曝光率也会很高，而事实并非如此。要知道，转发率和曝光率并不是成正比的。因为并不是所有人都会关注信息内容，有时候人们只是单纯的转发，而根本不去阅读信息内容，这就谈不上曝光率了。微信则不同，它可以直接将信息推送到用户面前，曝光率与投放率几乎是 100%。这一点是微博无法比拟的。

价值三：杜绝“扰民”，开启多元化的销售渠道

相信不少人有过这样的经历，走在大街上，突然被强行塞了一张小广告，

这种感觉往往让人十分恼火。许多传统营销模式就是如此，它们在没有得到用户许可的情况下，常常强行向用户推送广告，完全不考虑用户需不需要。这种“扰民”的方式对营销的长远发展十分不利。而微信则摆脱了这一缺陷，因为微信公共账号是不能主动添加用户的，也就是说，用户选择的通常就是自己需要的，这就为公共账号开启了一条畅通的销售渠道。营销者可以根据用户的需求不断完善自我，从而开启多元化的营销模式。

价值四：低成本投入，高利润收益

广告向来是营销过程中不可或缺的一环，其费用往往也是一笔不小的开支。有时候广告虽然做的好，但是推广效果和收益并不理想。而微信则解决了这一弊端。在微信上，我们可以选择多种广告形式，如文字、图片、图文混搭、视频、语音等，只要消耗一点点流量，我们就可以将这些广告精准地投放到用户的手机上，用最少的投入，实现最高的广告曝光率。不仅如此，微信简单实用的功能还大大降低了技术要求，让普通大众也能轻松实现低投入、高收益。

当然，除了上述这些主要方面外，微信还蕴藏着许多其他方面的价值，只要你善于发现，一定会从微信营销中获得更多的利益。



1.3

如何判断自己是否适合微信营销

微博火了，于是许多人去做微博营销，结果成功的人寥寥无几。现在，微信成了营销新宠，一大波企业、公司、各色人等又开始向微信靠拢。那么，我们是不是也应该紧跟潮流踏上微信这条船呢？别太心急，笔者建议大家先站在一个清静的地方，认真地考虑一下：我为什么要做微信营销？我是否适合做微信营销？因为当太多人挤在一条小船上时，沉船的几率会更高。

有的人说：“大家都在做微信营销，说明微信是个好东西，如果我不做微信营销的话，岂不是要落于人后被动挨打？”在这里，笔者要提醒大家：盲目跟风的结果往往要比挨打更惨痛。因为许多人在做同一件事情时并不代表这件事是对的，比如大家都站在船的一边。所以，无论何时，我们都应该用客观的心态来看待新事物的发展，根据自身的实际情况来理性分析利弊。在这里，大家可以下面这些方面来判断自己是否适合做微信营销。

