

微营销 引爆大利润

让客户追着你跑的秘密

李宇桐◎著

从此，玩圈子、玩社群都不在话下
上午学下午就能用

3大方法锁定精准客户

5大步骤提升客户黏度

7大关键点促进循环消费
引爆大利润



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

微营销引爆大利润 / 李宇桐著. —北京: 北京联合出版公司, 2014. 11
ISBN 978-7-5502-3625-7

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 216617 号

微营销引爆大利润

作 者: 李宇桐

选题策划: 北京时代光华图书有限公司

责任编辑: 牛炜征 徐秀琴

特约编辑: 王晓旭

封面设计: 新艺书文化

版式设计: 曾 放

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088)

北京晨旭印刷厂印刷 新华书店经销

字数 133 千字 787 毫米 × 1092 毫米 1/16 10.75 印张

2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5502-3625-7

定价: 39.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本社图书销售中心联系调换。电话: 010-82894445

第1章 微营销势在必行

CHAPTER

看清趋势才能掌控未来 //003

企业家为何这么累 //003

企业倒闭潮来临，我们该怎么办 //004

如何看懂趋势，抢占先机 //008

在“变”中应运而生的微营销 //011

“变”是所有事物发展的规律 //011

微营销带来新商机 //016

微营销已深入我们的生活 //020

微营销无处不在 //020

众多企业加入微信大军 //021

微营销正在改变我们的生活 //023

CHAPTER 2 第2章 微营销拥有最强大的营销功能

不懂微营销企业将遭遇瓶颈 // 029

微营销的绝佳优势 // 032

改变企业的营销模式 // 032

海量开发客户 // 034

低成本大利润 // 035

互动性更突出 // 036

更加人性化 // 036

选对途径效果好 // 037

CHAPTER 3 第3章 微营销可海量添加好友

二维码吸引潜在客户 // 043

提高二维码的“出镜率” // 043

抛出“诱饵”添加微信好友 // 045

联合商圈一起做活动 // 048

海量添加好友的方法与技巧 // 051

用真诚打动他人 // 051

手机号绑定好友 // 052

二维码扫描好友 // 053

群聊增加好友 // 053

高效添加目标人群 // 058

第4章 微营销这样经营最有效

利用微信获取客户信赖 // 065

内容专业拉人心 // 065

超级笑话送开心 // 066

精美图片送闲心 // 066

天气冷暖送关心 // 067

有圈必赞送爱心 // 067

线上礼品情谊浓 // 068

署名敬上表尊重 // 069

借助专业软件进行微营销 // 071

发动全员开展微营销 // 074

第5章 微营销引爆企业净利润

经营企业平台，搞好微营销 // 081

老板注册保证平台安全 // 082

命名要点出核心信息 // 083

申请认证离客户更近 // 085

低成本运作获取大利润 // 087

微营销为企业创造财富 // 089

订酒店 // 090

做理财 // 091

订机票 // 092

查路况 // 095

查餐厅 // 096

微商城 // 100

买茶叶 // 101

助交友 // 104

第6章 微营销对广告效果的要求更高

选好工具可助微营销一臂之力 // 109

调换微信版本 // 109

利用广告标题吸引受众 // 111

编写微信广告文案有讲究 // 112

逆向思维引好奇 // 112

头句内容抓眼球 // 113

条理清晰引力强 // 115

字字句句追结果 // 116

数字说话最致命 // 116

简单明了不啰唆 // 117

引导客户马上动 // 117

广告当中放照片 // 118

广告当中插视频 // 118

文案测试最重要 // 119

微营销广告写作的关键要素 // 120

独特卖点 // 120

客户见证 // 121

塑造客户的终身价值 // 122

加码销售 // 123

第7章 微营销引发新的商业模式

扔掉“不可能”再搞微营销 // 129

微营销为中小企业赚大钱的秘诀 // 132

不赚一次性的钱 // 133

不赚大额投资的钱 // 133

不赚利润过低的钱 // 134

不赚夕阳产业的钱 // 135

科学设计微营销的商业模式 // 137

提升产品线水平 // 137

开发合作资源 // 139

海量添加客户 // 140

一击致命成交 // 140

追踪锁定销售 // 141

打造后端利润点 // 142

全面规划微营销产品线的商业模式 // 144

推出品质好的“零利润”产品 // 144

打造客户转介绍产品 // 145

塑造高利润产品 // 147

打造令客户重复消费的产品 // 148

销售可长期获利的产品 // 149

低成本微营销的商业经营范例 // 151

前端做投入，后端做收益 // 151

微营销让小老板逆袭成功 // 154

后 记 // 161

CHAPTER

1

微 营 销 势 在 必 行



看清趋势才能掌控未来

企业家为何这么累

随着市场经济的不断发展，人们的生活水平有了质的飞跃，大中小企业也如雨后春笋般涌现出来。伴随着企业的高速发展，企业家也感到了前所未有的压力：人才越来越难找，竞争对手越来越多，竞争方式层出不穷，经济危机对企业的影响日渐加深……总之，企业家感觉企业的生存越来越难。

市场低迷、企业不景气确实是现在大部分企业的现状，但我认为，一些企业家已经形成了思维定式，将企业遇到的瓶颈归结于大环境的不景气，却没有反求诸己，发现自身的问题。而且，这些企业家只看到了企业遇到的问题，却没有真正搞清楚产生这些问题的原因。

大家都在同一个环境，处在同一起跑线，无论市场有多么低迷，总有一批企业在激烈的竞争中胜出并不断发展壮大。也许，那些只会抱怨市场环境不好的企业家，根本没有一套应对困境、挽救困局的经营模式，

以致企业陷入困境。如果企业家无法找到具有核心竞争力的企业经营模式，就不能在激烈的竞争中确保企业的正常运转，更不能奢求企业的壮大与发展。

既然无力改变大的环境，那么企业家能做的就只有改变自己。只有快速更新大脑中的运营模式、管理模式，形成自己的核心竞争力，企业家才能在适者生存的经济环境中获得一席之地。只有这样，企业家才能在正确的轨道上经营企业；也只有这样，企业家不会再感到身心俱疲，才可以把精力全部投入到企业经营之中，将压力变为动力，把困难当作对自己的磨炼，从而带领企业乘风破浪，在变幻莫测的市场竞争中成功登陆。



既然无力改变大的环境，那么企业家能做的就只有改变自己。只有快速更新大脑中的运营模式、管理模式，形成自己的核心竞争力，企业家才能在适者生存的经济环境中获得一席之地。

企业倒闭潮来临，我们该怎么办

在与众多企业家的交流中，我被问到最多的问题就是：“面对企业倒闭潮的来临，我们应该怎么办？”其实，企业家能问出这样的问题是件好事情，这证明他们已经看到了危机并努力寻找解决的办法，也许这种危机意识就能令企业摆脱困局。但也有些企业家对于企业倒闭潮持怀疑态度，他们认为这些倒闭的企业只是个别现象，自己的企业未必会受到影响，也不存在倒闭的危机。在我看来，“每个企业都会倒闭”的观点确

实有些以偏概全，但居安思危、未雨绸缪是每个企业家应该具备的意识。

近几年，各种企业的经营者携款潜逃、畏罪自杀的新闻频频见诸报端，不得不让我们感到市场经营环境的恶化正在影响着每个企业。比如：

凤凰网报道，湖南跑路老板为逃避欠款跳楼自杀；

酷6网报道，女老板无奈跳楼讨巨债；

一财网报道，温州10天内3个老板跳楼自杀，温州企业倒闭潮蔓延；

凤凰资讯报道，2008年6.7万中小企业倒闭；

新浪财经报道，浙江2011年跑路老板超过两百个，9个月
消亡企业2.5万家；

网易财经报道，温州制造业，恐再现六成破产倒闭潮；

搜狐新闻报道，广东万户企业亏损，中小企业面临严冬；

网易新闻报道，中国企业遭遇破产潮；

.....

面对企业倒闭潮的来临，企业家是应该未雨绸缪，还是等到“倒闭潮”来临再想办法呢？许多成功的企业家给出了自己的答案。马化腾先生说：“看准趋势才有出路。”马云先生说：“只知道低头拉车，不懂抬头看路的人，一定会死得很惨。”李嘉诚先生说：“做事业一定要会看趋势，不能只看现在，不问将来，不懂改变的老板会倒闭，不懂创新的老板会被淘汰。”以上几位成功企业家的话无不提醒着大家：要早为自己的企业打算，做到防患于未然。

众所周知，最初，大中电器、苏宁电器、国美电器，在电器销售行业可谓三大巨头，其实力和影响力在业内都不可小觑。但京东商城的出

现给了这几大电器销售巨头沉重的打击，导致这些企业的竞争优势逐渐减弱。究其原因，这几家电器企业的众多门店均设在城市的繁华路段，高额的店面费用是其运营的巨大成本之一，而作为电商的京东商城无疑不用支付这笔费用。

京东商城不用考虑店面费用的问题，便可以把店面费用和营业员费用节省出来贴补到企业运营之中，这就在很大程度上降低了企业的运营成本。面对复杂的经济环境，京东商城这种网上运营的商业模式给了同行极大的启发，目前，其他电器销售企业也纷纷开设了网络店面。

面对企业倒闭潮的来临，京东商城的经营模式给了企业家很好的启发，但企业不可能完全复制他人的商业模式，只有吸收他人长处、弥补自己的不足也许才能拓宽企业的发展思路。



未来个体户的经营模式将逐渐消失，取而代之的将是团队及商业模式的创新，其中主流的商业模式将是电子网购与直销服务的协调与整合。

了解了京东商城的经营模式，我们再来看看运动品牌李宁所遇到的困境。李宁品牌服饰一直受到广大消费者的追捧，但近年来其销售额却并不乐观。在销售困境中，李宁品牌服饰的网上销售额远远超过了实体店的销售额，因此，李宁公司相继关掉了 1800 多家实体店。究竟是谁打败了 1800 多家李宁实体店呢？我认为市场经济的大势所趋。未来个体户的经营模式将逐渐消失，取而代之的将是团队及商业模式的创新，其中主流的商业模式将是电子网购与直销服务的协调与整合。

众所周知，淘宝网可谓是网络购物的领军企业，仅某年“双十一”

一天的营业额就突破了 191 亿元。大型连锁超市沃尔玛是世界上最大的零售企业，在世界 500 强企业中连续几年排名第一，它在中国所有的连锁超市 2013 年盈利是 580 亿元，而淘宝网一天的营业额就是 191 亿元，可见网络营销能为企业带来多么可观的收益。

再来看一下阿里巴巴，阿里巴巴 2012 年的营业额近 3 万亿元，而中国主要的 17 个省份全年的 GDP 加起来才近万亿，还抵不过阿里巴巴一个网站全年的营业额。

我在上文列举了众多传统企业与电子商务企业的经营状况，无非是想告诉大家，未来经济的发展趋势一定是网络。就拿离人们最近的移动终端产品手机来说，以前利用电脑操作的事情现在已经大多转移到手机上来了，导致人们用电脑来娱乐消遣的时间越来越短，而利用手机的时间越来越长。

这也意味着网络即将向移动互联网方向发展，未来的发展趋势以及未来的财富聚集地也将是移动互联网。如果我们的企业还没有抓住这个契机，那么，在未来移动互联网领域，我们也许错过的不是一次机遇，而是错过了企业的一次生机；面临的也许不是损失大量的财富，而是倒闭的结局。



如果我们的企业还没有抓住这个契机，那么，在未来移动互联网领域，我们也许错过的不是一次机遇，而是错过了企业的一次生机；面临的也许不是损失大量的财富，而是倒闭的结局。

面对如此恶劣的市场环境，企业家到底该怎么办？答案就是，一定

要找到一个符合当今市场环境的平台,而这个平台就是移动互联网。也许,上文提到的“企业家为何这么累”的企业错就错在没有选择移动互联网平台。这类企业的经营者只会感觉赚钱越来越难,因为他们在选择企业经营方式时没有想到会遇到今天的情况,所以注定会陷入困局。

既然了解了未来市场经济的发展趋势,也清楚了企业家越来越累的真正原因。面对“企业倒闭潮来临”的大环境,企业家只有顺应经济发展的潮流,跟上时代发展的步伐,才不会总是面临企业经营窘困的局面,才不会被时代遗弃。

如何看懂趋势,抢占先机

在选择从事的行业或是投资的项目时,企业需要在实现自身价值的同时追求更多的利润,这是无可厚非的。从某种角度来看,获得的利润越多越能证明其选择的正确性。那么在选择项目的时候,企业家就要尽可能准确地调查一下哪个行业的前景最好,哪个行业的发展最持久,哪个行业的利润最高。

我相信,大多数企业家都会在创业之初慎重选择投资项目,但能否准确把握市场商机就是另外一回事了。在与众多企业家的沟通中,我发现大家在投资之前都做了大量的调查工作,但效果却并不太好,究其原因,大多是市场前景变幻莫测,难以精准地把握投资时机。那么,我们应该如何看准市场发展趋势,把握时代脉搏呢?

有人说,“读万卷书不如行万里路,行万里路不如名师指路”,如果企业家很难在有限的时间内看准市场的发展趋势,那么,最简单的方式就是找一位阅历丰富、对诸多行业都非常了解的资深人士帮助自己选择