

玩转微博营销

小微电商微博营销

全攻略

沙凤娟◎编著



【快速入门，案例丰富】

本书主要面向小微电商的微博管理和运营人员，通过对微博相关知识的讲解及大量案例的分析，深层剖析了微博营销的特点，帮助读者掌握微博营销的手段、方法和流程。

【技巧解答，全程辅导】

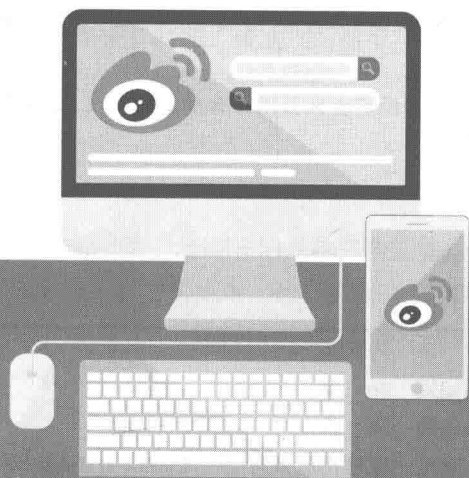
本书内容层次分明，不熟悉微博电商营销的读者，可以通过学习微博的入门知识、微博营销的实操技巧、微博营销的各种玩法和微博营销活动策划等内容，掌握微博运营的流程与方法。然后通过了解微博营销发展现状和学习社群营销方法，将微博平台与其他平台联合起来形成更有效的营销体系。

【立意新颖，实用指导】

本书没有太多的理论，语言也并不华丽，通过对不同类型微博营销的成功案例的细致讲解和深入分析，帮助小微电商运营者掌握微博营销的策略和方法，并且能够举一反三。

玩转微博营销 小微电商微博营销 全攻略

沙凤娟◎编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

玩转微博营销：小微电商微博营销全攻略 / 沙凤娟
编著. — 北京：人民邮电出版社，2018.1
ISBN 978-7-115-46867-3

I. ①玩… II. ①沙… III. ①网络营销—通俗读物
IV. ①F713.365.2-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第240935号

内 容 提 要

本书通过客观的分析和真实的案例，对微博营销的平台管理与运营进行了详细的讲解。书中从微博注册的起名技巧开始讲起，分析了微博的定位，讲述了微博的内容规划，详细介绍了微博营销的实操技巧和微博营销的各种玩法，阐述了微博营销活动策略，并对不同类型的微博营销成功案例进行了细致讲解和深入分析，帮助读者在掌握方法和技巧后能够举一反三。书中还介绍了微博营销的发展现状和社群营销，让读者将微博平台与其他平台联合起来形成更有效的营销体系。

本书适合广大小微电商的经营者和营销平台的运营人员，也可以作为培训机构、职业院校相关专业的参考教程。

◆ 编 著 沙凤娟

责任编辑 杨 璐

责任印制 陈 犇

◆ 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>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：17.5

2018年1月第1版

字数：366千字

2018年1月河北第1次印刷

定价：39.00元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147号

目录

01

微博营销入门知识 /011

1.1 微博注册 /012

- 1.1.1 微博账号注册 /012
- 1.1.2 微博取名技巧 /014
- 1.1.3 微博头像设计 /023
- 1.1.4 微博资料设置 /026
- 1.1.5 微博页面装修 /044
- 1.1.6 微博会员订购 /049
- 1.1.7 微博认证方法 /053

1.2 微博定位 /056

- 1.2.1 微博签约自媒体方向 /057
- 1.2.2 产品营销推广方向 /065

1.3 微博内容 /076

- 1.3.1 微博内容规划 /076
- 1.3.2 微博内容编辑 /077

02

微博营销实操技巧 /085

2.1 微博分组 /086

- 2.1.1 创建微博分组 /086
- 2.1.2 管理微博分组 /088

2.2 微博私信 /093

- 2.2.1 发送微博私信 /093
- 2.2.2 管理微博私信 /095
- 2.2.3 微博私信玩法 /096

2.3 微博群发 /104

- 2.3.1 微博群发设置 /104
- 2.3.2 微博群发玩法 /107

2.4 微博打赏 /109

- 2.4.1 微博打赏设置 /109
- 2.4.2 微博打赏玩法 /113

2.5 微博配图 /115

- 2.5.1 微博配图来源 /115
- 2.5.2 微博配图玩法 /119

2.6 微博相册 /123

2.6.1 创建微博相册 /123

2.6.2 管理相册专辑 /124

2.7 微博数据 /126

2.7.1 微博数据中心 /126

2.7.2 微博数据分析与应用 /129

2.8 微博收藏 /133

2.8.1 微博收藏功能操作 /133

2.8.2 添加标签 /134

2.9 微博标签 /134

2.9.1 微博添加标签 /134

2.9.2 编辑微博标签 /135

3.3.2 想成为网红的基本前提 /154

3.4 本地资讯微博玩法 /156

3.4.1 本地资讯微博取名 /156

3.4.2 本地资讯微博价值 /157

3.5 微博团购/福利活动玩法 /159

3.5.1 微博团购玩法 /159

3.5.2 微博福利玩法 /160

3.6 微博淘宝客玩法 /162

3.6.1 淘宝联盟商品推荐 /162

3.6.2 白菜价商品推荐 /163

3.7 微话题玩法 /163

3.7.1 创建微话题 /163

3.7.2 微博热门话题 /167

3.8 借势“热门话题”全攻略 /168

3.8.1 热门话题的选择 /168

3.8.2 借势热门话题的技巧 /173

3.8.3 借势热门话题的好处 /175

03

微博营销玩法集锦 /137

3.1 微博的互粉互动 /138

3.1.1 微博涨粉的方法 /138

3.1.2 微博互动的的方法 /147

3.2 草根圈子的玩法 /150

3.2.1 草根自媒体圈子 /150

3.2.2 草根产品推广圈子 /150

3.3 网红玩法 /153

3.3.1 网红的概念 /153

04

微博营销活动策划 /177

4.1 微博营销活动策划流程和形式 /178

4.1.1 微博营销活动策划流程 /178

4.1.2 微博营销活动常见形式 /188

4.2 微博营销活动的玩法 /192

- 4.2.1 自组织活动 /192
- 4.2.2 联合组织活动 /193

4.3 微博/微信/淘宝/QQ联动营销 /194

- 4.3.1 微博引流 /194
- 4.3.2 微信引流 /195
- 4.3.3 淘宝引流 /196

4.4 “姨妈公社”微博联动营销活动 /196

- 4.4.1 活动团队的组建 /197
- 4.4.2 活动方案的确定 /197
- 4.4.3 活动引流的w方法 /198
- 4.4.4 活动抽奖和晒单 /199
- 4.4.5 活动效果分析 /200

05

微博营销发展现状 /201

5.1 微电商战略 /202

- 5.1.1 微电商达人 /202
- 5.1.2 微博橱窗 /205
- 5.1.3 微博橱窗的常见问题 /206

5.2 头条文章 /210

- 5.2.1 使用头条文章的优势 /210
- 5.2.2 头条文章发布入口 /211
- 5.2.3 微博开放头条文章与视频直播协议 /212

5.3 微博“一直播” /214

- 5.3.1 微博“一直播”的操作 /214
- 5.3.2 直播中需要注意的事项 /216

06

各种群的玩法集锦 /217

6.1 微博群的玩法/218

- 6.1.1 创建微博群 /218
- 6.1.2 管理微博群 /222
- 6.1.3 玩转微博群 /224

6.2 微信群的玩法/228

- 6.2.1 创建微信群 /228
- 6.2.2 管理微信群 /229
- 6.2.3 玩转微信群 /234

6.3 QQ群的玩法/235

- 6.3.1 收费群 /235
- 6.3.2 淘宝客群 /236
- 6.3.3 分享群 /236

6.4 关于创建和管理微信群的经验分享 /237

- 6.4.1 创建微信群需注意的事项 /238
- 6.4.2 管理微信群需注意的事项 /238

07

微博营销经典案例分析 /241

7.1 热门话题#我有A4腰#一夜爆红 /242

- 7.1.1 类似#我有A4腰#的热门话题 /242
- 7.1.2 #我有A4腰#微话题火爆的原因 /244
- 7.1.3 #我有A4腰#另类的“秀” /246
- 7.1.4 借势#我有A4腰#这类热门话题的技巧 /247

7.2 短视频营销传播的魔力 /251

- 7.2.1 短视频的概念和特点 /251
- 7.2.2 短视频的发展史 /252
- 7.2.3 短视频在营销中的运用 /255
- 7.2.4 短视频营销的发展前景 /258

7.3 微博“一直播”——微博视频直播的时代到来了 /259

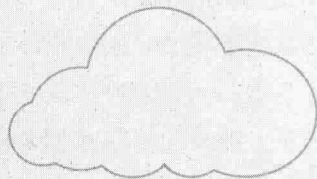
- 7.3.1 微博“一直播”的用户使用现状分析 /260
- 7.3.2 微博“一直播”的直播内容思考 /262

7.4 新浪微博“530网络红人节”之网红经济 /264

- 7.4.1 微博举办“530网络红人节”的背景分析 /264
- 7.4.2 微博“530超级红人节”的盛况 /265

7.5 蘑菇街如何利用微博等社交媒体导流量 /267

- 7.5.1 蘑菇街的定位决定其引流渠道 /268
- 7.5.2 蘑菇街利用微博引流的方法 /269



玩转微博营销 小微电商微博营销 全攻略

沙凤娟◎编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

玩转微博营销：小微电商微博营销全攻略 / 沙凤娟
编著. — 北京：人民邮电出版社，2018.1
ISBN 978-7-115-46867-3

I. ①玩… II. ①沙… III. ①网络营销—通俗读物
IV. ①F713.365.2-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第240935号

内 容 提 要

本书通过客观的分析和真实的案例，对微博营销的平台管理与运营进行了详细的讲解。书中从微博注册的起名技巧开始讲起，分析了微博的定位，讲述了微博的内容规划，详细介绍了微博营销的实操技巧和微博营销的各种玩法，阐述了微博营销活动策略，并对不同类型的微博营销成功案例进行了细致讲解和深入分析，帮助读者在掌握方法和技巧后能够举一反三。书中还介绍了微博营销的发展现状和社群营销，让读者将微博平台与其他平台联合起来形成更有效的营销体系。

本书适合广大小微电商的经营者和营销平台的运营人员，也可以作为培训机构、职业院校相关专业的参考教程。

◆ 编 著 沙凤娟

责任编辑 杨 璐

责任印制 陈 犇

◆ 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>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：17.5

2018年1月第1版

字数：366千字

2018年1月河北第1次印刷

定价：39.00元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147号



推荐语

书中自有黄金屋。玩微博和微博营销都是需要技巧的，对于中小V和中小卖家，技巧是敲门砖，更是快速成长的杀手锏！

—— 微博电商专家 食品界姜昆

微博有强大的事件营销及开放性，并具有媒体属性及传播效果，对个人品牌、企业形象等都有很好的塑造效果，@大姨妈的姨妈是微博营销的实战专家，她的经验值得学习。

—— 微博签约自媒体 外贸的那点事

用心，吸引铁杆粉丝的秘密！实战，接地气的微博实操方法！靠谱，值得深交的朋友！微博的玩法很多，但能把自媒体和卖货有效结合的，@大姨妈的姨妈是第一人。

—— 微博签约自媒体 微商播报

社交电商的时代，内容和社交二者存在的基础和前提就是碎片化和流量价格持续高走，好内容可以降低获取流量及留存的成本，社交则通过与粉丝的深度互动运营，增加黏性和收入。微博作为平台介质给了一个这样的机会，在本书中，刚好有对微博营销经验的反馈，希望大家能够有所收获。

—— 社交电商自媒体 臭臭新说

玩转微博的核心在于交流、分享、互动，打造个人IP，而非ID，@大姨妈的姨妈能够坚持每天分享电商干货，并且与粉丝之间保持互动，经常组织大家互粉和策划微博活动，有很多实战经验值得大家借鉴。

—— 社交电商分析师 蘑菇的二姐





用心·实战·靠谱

我经常会给学员推荐一些非常值得学习的博主，让他们有目标性的互动、学习。@大姨妈的姨妈是我必推荐的博主，因为我是从2012年开始做微博以来了解到的，最实战、最能“吆喝”卖货、最贴心与粉丝互动的博主，更重要的是，她在微商这一块的玩法最接地气，非常值得借鉴学习。

和她结缘是在2015年6月，近两年来，从微博好友到微信好友，从交流探究方法到相互之间的支持，已经让我们从陌生的网友成为了好朋友。虽未曾谋面，但我们之间已经建立了深厚的友谊，这就是互联网的魅力，连接无处不在。

她从不吝啬分享她的电商实战干货，随想随发，还会不定期地将一个阶段的微博内容总结归纳成长微博，阅读她的博文感觉每一次都是收获颇丰，真正能够提升自己的技能，我也慢慢成了她的铁杆粉丝。

有很多人玩微博，做了微博自媒体却卖不了货，能卖点货又缺少流量，而她能够将自媒体和卖货两者完美结合，也是我最欣赏的一点。关注久了，你会发现，她是在用心与粉丝互动，不管你的粉丝数量多少，或是@她，或是转评她的微博，或是私信求教，总是能得到她的回应，我想她之所以做得好，是因为用心积累了真正的铁杆粉丝所致。

她曾经参与过我们学员的“双11”微博营销活动，也是在这次活动策划的过程中，我对她有了新的认识，她不仅精通微博电商的玩法，还对百度、贴吧和QQ等网络平台的玩法轻车熟路，我想这也奠定了她微博电商大获成功的基础。

最后，一句话总结：想玩转微博自媒体，又能通过微博卖货，@大姨妈的姨妈的电商实战干货不能错过。

微博签约自媒体 李鑫

2017年4月6日



前言

我是一个网络推广老玩家了，集电商、微电商、微商于一体，始于淘宝、同玩双微。我从2007年就开始从事有关互联网的工作了，2007年和闺蜜一起在淘宝平台卖雪地靴。她比我还早做，开始的时候只是兼职，做她的代理。我的第一笔收入是4元，卖出一双雪地靴，但也是超开心的。那时淘宝还没有像现在这样被大家所熟知，闺蜜是我在淘宝这条路上的启蒙老师。没想到，自此便一发不可收拾，从淘宝玩到了微博，而且在这条道路上越走越远，至今已经有10个年头了。

我一直坚信，有所坚持，定会有所收获，一路走来，亲历了互联网行业发生的种种翻天覆地的变化。从最初的（淘宝、京东等）电商平台到当下（微博、微信等）社交平台的火爆，加之智能手机的普及，几乎人人都有社交账号，可以随时随地发微博、微信。而且玩法也越来越多样化，文字、图片、视频、直播等形式都在使尽浑身解数，成功吸引众多粉丝的眼球。每一个企业或个人都可以利用其最擅长的一块来运营微博账号，进而取得理想的营销效果。

作为一个淘宝店主，从淘宝过渡到微博，也就是从电商玩到微电商，两者兼而有之，对于两者之间的特质，内心有着深深的感知。淘宝更多的是依靠技术来支撑，需要懂的知识很多，是流量思维，而微博是社交媒体属性，带有最初的媒体属性，又辅之当下的社交属性，它在诸多社交平台中是出类拔萃的，人气超高的。因为它的转评赞功能是其同类产品无法比拟的，一个简单的@符号，就将人与人之间连接起来，就将一条信息传播出去，并且扩散至无限远。所以，它的主要作用主体在于人，人的作用更大，所以玩微博最重要、最核心的一点就是“互动”。人与人之间的沟通交流，无论是推广文章，还是推广产品，它这种快速传播，触达人的视觉，产生共鸣，进而建立信任，产生购买等行为，备受用户推崇。所以，越来越多的企业或个人纷纷涌入微博，创建、运营账号，收获属于他们的精彩。

微博营销，作为营销推广渠道之一，越来越被一些传统企业和诸多明星、名人、网红、草根卖家所看重。微博平台也非常重视电商这一块，不断根据用户需求调整变化，从扶持微博电商人等自媒体，到提出微电商战略，进行微电商达人认证，举办网络红人节，

推荐大家玩短视频、一直播，从而让微博内容更加丰富而立体，满足了不同用户的个性化需求。

2017年又是内容付费全面爆发的一年，微博也不例外，推出了“微博问答”，知识有价在微博问答中体现得淋漓尽致，诸多有影响力的明星、专家、大咖们基于庞大的粉丝基数，又玩得如鱼得水，游刃有余，粉丝们可以选择自己喜欢的问题进行围观，并且各自都有收益，这种玩法快速促进了博主与粉丝之间的互动，粉丝黏度越来越高。

微博平台一直紧随时代的变化，从市场、用户需求出发不断调整变化，其影响力不断扩大。从一二线城市向三四线城市甚至城镇、乡村不断延伸，很多原产地的农产品、水果生鲜在微博平台也做得风生水起，它在中国社会生活中发挥着越来越重要的作用。微博正在从实时信息网络转变到兴趣社交网络，社交电商时代的到来，微博天时、地利、人和，无疑是最具竞争力的平台。

综上所述，微博营销越来越重要，是全网营销中最关键的一环，那么小微电商如何玩好微博营销，本书将对此进行详细的阐述。本书从微博入门知识开始，到实操技巧、玩法集锦、活动策划、微博发展现状以及各种社群的玩法，再结合一些经典的微博营销案例，从理论到实操，面面俱到。看完本书，相信大家对如何玩转微博，如何通过微博进行营销推广，自然会心中有数，可以快速地操作执行，并取得不错的成绩，这也是我写这本书的初衷。

有此机缘写这本书，在此要特别感谢微博平台，在微博每天坚持免费分享电商、微商干货，结交了很多粉丝朋友，也因此得到很多合作机会，是大家的努力，本书才得以面世。

我将多年实践积累的关于小微电商如何玩转微博营销的思考和经验分享给大家，希望借此帮助更多正在从事或即将加入互联网行业的创业者们，少走一些弯路。方向对了，就不怕路远，一直在路上，让我们一起见证更美好的明天！



作者

2017年4月6日

目录

01

微博营销入门知识 /011

1.1 微博注册 /012

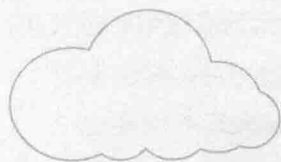
- 1.1.1 微博账号注册 /012
- 1.1.2 微博取名技巧 /014
- 1.1.3 微博头像设计 /023
- 1.1.4 微博资料设置 /026
- 1.1.5 微博页面装修 /044
- 1.1.6 微博会员订购 /049
- 1.1.7 微博认证方法 /053

1.2 微博定位 /056

- 1.2.1 微博签约自媒体方向 /057
- 1.2.2 产品营销推广方向 /065

1.3 微博内容 /076

- 1.3.1 微博内容规划 /076
- 1.3.2 微博内容编辑 /077



02

微博营销实操技巧 /085

2.1 微博分组 /086

- 2.1.1 创建微博分组 /086
- 2.1.2 管理微博分组 /088

2.2 微博私信 /093

- 2.2.1 发送微博私信 /093
- 2.2.2 管理微博私信 /095
- 2.2.3 微博私信玩法 /096

2.3 微博群发 /104

- 2.3.1 微博群发设置 /104
- 2.3.2 微博群发玩法 /107

2.4 微博打赏 /109

- 2.4.1 微博打赏设置 /109
- 2.4.2 微博打赏玩法 /113

2.5 微博配图 /115

- 2.5.1 微博配图来源 /115
- 2.5.2 微博配图玩法 /119

2.6 微博相册 /123

2.6.1 创建微博相册 /123

2.6.2 管理相册专辑 /124

2.7 微博数据 /126

2.7.1 微博数据中心 /126

2.7.2 微博数据分析与应用 /129

2.8 微博收藏 /133

2.8.1 微博收藏功能操作 /133

2.8.2 添加标签 /134

2.9 微博标签 /134

2.9.1 微博添加标签 /134

2.9.2 编辑微博标签 /135

3.3.2 想成为网红的基本前提 /154

3.4 本地资讯微博玩法 /156

3.4.1 本地资讯微博取名 /156

3.4.2 本地资讯微博价值 /157

3.5 微博团购/福利活动玩法 /159

3.5.1 微博团购玩法 /159

3.5.2 微博福利玩法 /160

3.6 微博淘宝客玩法 /162

3.6.1 淘宝联盟商品推荐 /162

3.6.2 白菜价商品推荐 /163

3.7 微话题玩法 /163

3.7.1 创建微话题 /163

3.7.2 微博热门话题 /167

3.8 借势“热门话题”全攻略 /168

3.8.1 热门话题的选择 /168

3.8.2 借势热门话题的技巧 /173

3.8.3 借势热门话题的好处 /175

03

微博营销玩法集锦 /137

3.1 微博的互粉互动 /138

3.1.1 微博涨粉的方法 /138

3.1.2 微博互动的的方法 /147

3.2 草根圈子的玩法 /150

3.2.1 草根自媒体圈子 /150

3.2.2 草根产品推广圈子 /150

3.3 网红玩法 /153

3.3.1 网红的概念 /153

04

微博营销活动策划 /177

4.1 微博营销活动策划流程和形式 /178

4.1.1 微博营销活动策划流程 /178

4.1.2 微博营销活动常见形式 /188

4.2 微博营销活动的玩法 /192

- 4.2.1 自组织活动 /192
- 4.2.2 联合组织活动 /193

4.3 微博/微信/淘宝/QQ联动营销 /194

- 4.3.1 微博引流 /194
- 4.3.2 微信引流 /195
- 4.3.3 淘宝引流 /196

4.4 “姨妈公社”微博联动营销活动 /196

- 4.4.1 活动团队的组建 /197
- 4.4.2 活动方案的确定 /197
- 4.4.3 活动引流的w方法 /198
- 4.4.4 活动抽奖和晒单 /199
- 4.4.5 活动效果分析 /200

05

微博营销发展现状 /201

5.1 微电商战略 /202

- 5.1.1 微电商达人 /202
- 5.1.2 微博橱窗 /205
- 5.1.3 微博橱窗的常见问题 /206

5.2 头条文章 /210

- 5.2.1 使用头条文章的优势 /210
- 5.2.2 头条文章发布入口 /211
- 5.2.3 微博开放头条文章与视频直播协议 /212

5.3 微博“一直播” /214

- 5.3.1 微博“一直播”的操作 /214
- 5.3.2 直播中需要注意的事项 /216

06

各种群的玩法集锦 /217

6.1 微博群的玩法/218

- 6.1.1 创建微博群 /218
- 6.1.2 管理微博群 /222
- 6.1.3 玩转微博群 /224

6.2 微信群的玩法/228

- 6.2.1 创建微信群 /228
- 6.2.2 管理微信群 /229
- 6.2.3 玩转微信群 /234

6.3 QQ群的玩法/235

- 6.3.1 收费群 /235
- 6.3.2 淘宝客群 /236
- 6.3.3 分享群 /236

6.4 关于创建和管理微信群的经验分享 /237

- 6.4.1 创建微信群需注意的事项 /238
- 6.4.2 管理微信群需注意的事项 /238

07

微博营销经典案例分析 /241

7.1 热门话题#我有A4腰#一夜爆红 /242

- 7.1.1 类似#我有A4腰#的热门话题 /242
- 7.1.2 #我有A4腰#微话题火爆的原因 /244
- 7.1.3 #我有A4腰#另类的“秀” /246
- 7.1.4 借势#我有A4腰#这类热门话题的技巧 /247

7.2 短视频营销传播的魔力 /251

- 7.2.1 短视频的概念和特点 /251
- 7.2.2 短视频的发展史 /252
- 7.2.3 短视频在营销中的运用 /255
- 7.2.4 短视频营销的发展前景 /258

7.3 微博“一直播”——微博视频直播的时代到来了 /259

- 7.3.1 微博“一直播”的用户使用现状分析 /260
- 7.3.2 微博“一直播”的直播内容思考 /262

7.4 新浪微博“530网络红人节”之网红经济 /264

- 7.4.1 微博举办“530网络红人节”的背景分析 /264
- 7.4.2 微博“530超级红人节”的盛况 /265

7.5 蘑菇街如何利用微博等社交媒体导流量 /267

- 7.5.1 蘑菇街的定位决定其引流渠道 /268
- 7.5.2 蘑菇街利用微博引流的方法 /269

