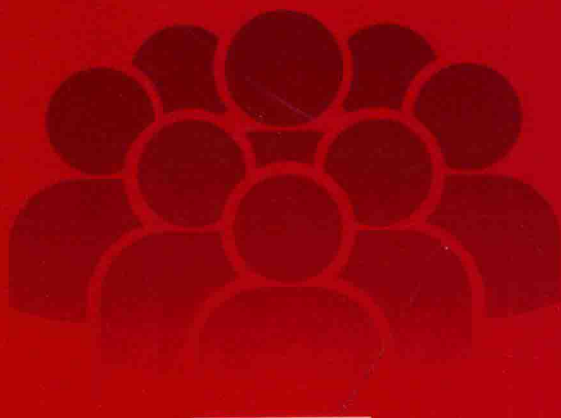


懂心理、能吸粉、会互动，让你的才华支撑起你的梦想！

# 用户增长 与 运营实战

张宇微 等编著



很实用：全面剖析100多种运维方式，让你拿来就用

很简单：包括80多个实操案例，还原真实工作场景

很新颖：分析当前大众心理，告诉你这么做为什么有效



中国工信出版集团

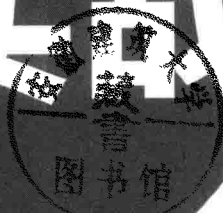


电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>



# 用户增长 与 运营实战

张宇微 等编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书以微信、微博等自媒体互动方式为例，深刻剖析用户运营的特征、成因、营销规律、活动互动方法及产生的问题，并给予详细讲解，让你从新媒体“门外汉”轻松成长为用户运营高手，掌握符合时代要求的吸粉互动秘籍，将万千阅读者吸引在自己周围。

本书侧重讲解用户运营心理互动实操、阅读者心理，具有共鸣感强、实战性强、可借鉴性强的特点，符合现代市场的工作需要。

本书实用性强，既是新媒体求职者和职场新进人员的入行宝典，又是职场老将的借鉴工具，还可以帮助企业通过免费的方式建立起自己的自媒体，使其对微信、微博等自媒体的互动方式拥有全新的认知。

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

### 图书在版编目（CIP）数据

用户增长与运营实战 / 张宇微等编著. —北京：电子工业出版社，2018.4  
ISBN 978-7-121-33623-2

I. ①用… II. ①张… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 021888 号

策划编辑：高洪霞

责任编辑：牛 勇

特约编辑：赵树刚

印 刷：三河市华成印务有限公司

装 订：三河市华成印务有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：15.25 字数：244 千字

版 次：2018 年 4 月第 1 版

印 次：2018 年 4 月第 1 次印刷

定 价：55.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 [zltz@phei.com.cn](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件到 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式：010-51260888-819，[faq@phei.com.cn](mailto:faq@phei.com.cn)。

# 前言

随着互联网的不断发展，自媒体逐渐走进了大众视野。由于自媒体介于明星与普通人之间的特殊身份，其既可以酣畅淋漓地直抒胸臆，又可以像专家一样一板一眼。这种非常接地气的感觉，让无数人热衷并追随。很多现代年轻人也都以“成为自媒体”为奋斗目标。加之近年来互联网市场的火爆，很多企业在进行全网营销的同时，也都逐渐开始研究成为自媒体的方法，渴望将自己的品牌人格化、个性化。

那么，自媒体都是如何吸引数万追随者的呢？成为自媒体是否有秘诀呢？“怕上火，就喝王老吉”的广告语为何能够口口相传？怎样才能读懂大众心理吸引大批追随者呢？

其实，只要仔细观察就会发现，自媒体并不神奇，只是利用好了大众的心理而已。凡事只要切中阅读者的心理，就不愁不能引发共鸣。当阅读者与你形成共鸣后，就会在情感上对你产生依赖，那么还愁产品卖不出去吗？

本书便从人类基本的心理入手，进行深度剖析，挖掘大众盲区，让你迅速拥有大批追随者。

作为微信、微博等自媒体运营人员，如果你一直苦于找不到突破瓶颈的方法；如果你一直无法掌握新媒体运营之道；如果你想要真正洞悉市场、了解用户；如果你渴望有人为你的网络营销指明方向，那么不妨仔细阅读本书，相信你可以从中找到问题的答案。

本书主要由张宇微编著，其他参与编写的人员还有张昆、张友、赵桂



芹、张金霞、张增强、刘桂珍、陈冠军、魏春、张燕、孟春燕、项宇峰、李杨坡、张增胜，在此表示感谢。

---

轻松注册成为博文视点社区用户（[www.broadview.com.cn](http://www.broadview.com.cn)），扫码直达本书页面。

- **提交勘误：**您对书中内容的修改意见可在 [提交勘误](#) 处提交，若被采纳，将获赠博文视点社区积分（在您购买电子书时，积分可用来抵扣相应金额）。
- **交流互动：**在页面下方 [读者评论](#) 处留下您的疑问或观点，与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口：<http://www.broadview.com.cn/33623>



# 目 录

第 1 章	无限贪婪：想要更多福利	1
1.1	秒杀活动：中午 12 点限时秒杀	2
1.1.1	案例：从秒杀抢珍珠说起	2
1.1.2	秒杀活动的优势	3
1.1.3	秒杀活动的五大注意事项	3
1.1.4	秒杀活动的关键要素	5
1.2	积分抽奖：积分满 70 即可获得一次抽奖机会	6
1.2.1	案例：积分满 70 即可抽取幸运好礼	6
1.2.2	积分抽奖活动的优势	7
1.2.3	积分抽奖活动应该注意的五大问题	8
1.2.4	积分抽奖活动的关键要素	9
1.3	特惠活动：原价 188 元，微信购买 88 元即得	10
1.3.1	案例：【二月二重磅巨惠】精品猪肉礼盒活动解析	11
1.3.2	特惠活动的优势	11
1.3.3	特惠活动应该注意的五大问题	12
1.3.4	特惠活动模板	13
1.4	推荐阅读：@ 3 位好友，即可免费得	14
1.4.1	案例：××新书，@ 3 位好友即有机会赢取一本	14
1.4.2	@ 3 位好友活动为何备受追捧	14
1.4.3	@ 3 位好友活动中应该注意的五大问题	15
1.4.4	活动模板	16
1.5	抢楼活动：立即回复，抢到 8、88、188 楼即可获得礼品	17
1.5.1	案例：年终巨惠，占楼疯抢笔记本	17



1.5.2	抢楼活动为何备受追捧 .....	17
1.5.3	抢楼活动应该注意的问题 .....	18
1.5.4	抢楼活动参考模板 .....	19
1.6	每日签到活动：每日添加话题或转发文章可获得礼物 .....	21
1.6.1	案例：签到 10 天即可换取充电宝一个 .....	21
1.6.2	每日签到活动备受追捧的原因 .....	21
1.6.3	每日签到活动应该注意的问题 .....	22
1.6.4	每日签到活动参考模板 .....	23
1.7	返现金券活动：购物即送 50 元现金券，可当现金使用 .....	24
1.7.1	案例：购物即送 50 元现金券 .....	24
1.7.2	返现金券活动备受追捧的原因 .....	25
1.7.3	返现金券活动应该注意的问题 .....	25
1.7.4	返现金券活动参考模板 .....	27
1.8	晒单返现活动：将菜品拍下并晒出即可返现 10 元 .....	28
1.8.1	晒单返现活动备受追捧的原因 .....	28
1.8.2	晒单返现活动应该注意的问题 .....	29
1.8.3	晒单返现活动参考模板 .....	30
1.9	红包活动：转发文章即得红包 .....	31
1.9.1	案例：天降红包雨，动动手指即可获得红包 .....	32
1.9.2	红包活动备受追捧的原因 .....	32
1.9.3	红包活动应该注意的问题 .....	33
1.9.4	红包活动参考模板 .....	34
1.10	扫码活动：扫码即得 .....	35
1.10.1	扫码活动备受追捧的原因 .....	35
1.10.2	扫码活动应该注意的问题 .....	36
1.10.3	扫码活动参考模板 .....	36
<b>第 2 章</b>	<b>追求个性化：不愿与人雷同 .....</b>	<b>38</b>
2.1	建立会员体系：会员免费、终极会员特价 .....	39
2.1.1	案例 1：会员价格差 .....	39

2.1.2	案例 2: 会员服务/特权差 .....	39
2.1.3	案例 3: 会员层级差 .....	40
2.1.4	建立会员体系备受追捧的原因 .....	40
2.1.5	建立会员体系应该注意的问题 .....	41
2.1.6	会员体系参考模板 .....	42
2.2	成立团体: 被团体认可, “小白” 瞬间变 “大神” .....	44
2.2.1	案例: 任何组织都会成立团体 .....	44
2.2.2	成立团体备受欢迎的原因 .....	45
2.2.3	成立团体应该注意的问题 .....	45
2.3	明星推荐: 明星同款, 当红明星有的东西我也有 .....	47
2.3.1	明星推荐的优势 .....	47
2.3.2	明星推荐应该注意的问题 .....	48
2.3.3	明星推荐的操作流程 .....	49
2.4	学会贴标签: 成功人士的选择! 90 后必备! 极客都爱 .....	50
2.4.1	案例: 追 × × 族 .....	50
2.4.2	贴标签的优势 .....	51
2.4.3	贴标签时应该注意的问题 .....	52
2.4.4	贴标签的思考流程 .....	53
2.5	给予特殊待遇: 入群即享更多福利 .....	54
2.5.1	案例 1: 入群福利 .....	54
2.5.2	案例 2: 关注享福利 .....	55
2.5.3	给予特殊待遇活动的优势 .....	56
2.5.4	给予特殊待遇活动中应该注意的问题 .....	56
2.5.5	给予特殊待遇活动的思路 .....	57
2.6	小众福利: 管理员优先报名、微信志愿者免费听课 .....	58
2.6.1	小众福利活动的优势 .....	58
2.6.2	小众福利活动中应该注意的问题 .....	59
2.6.3	小众福利活动的操作流程 .....	60





2.7	与读者多交流：×××@了你.....	61
2.7.1	与读者多交流的优势.....	61
2.7.2	与读者交流时应该注意的问题.....	62
2.7.3	与读者多交流的操作方法汇总.....	63
<b>第3章</b>	<b>追求便捷：想要缩短阅读思考时间.....</b>	<b>65</b>
3.1	简化购买渠道：微信立即支付.....	66
3.1.1	案例：将店铺/购物平台嵌入公众号中实现 直接购买.....	66
3.1.2	简化购买渠道的优势.....	67
3.1.3	简化购买渠道时应该注意的问题.....	68
3.1.4	简化购买渠道的操作流程.....	69
3.2	设置收藏功能：点击一下，方便下次查看.....	70
3.2.1	设置收藏功能的好处.....	70
3.2.2	设置收藏功能时应该注意的问题.....	71
3.2.3	收藏功能开发模板汇总.....	72
3.3	学会总结：将发生的事情进行总结.....	74
3.3.1	学会总结的好处.....	74
3.3.2	总结时应该注意的问题.....	75
3.3.3	案例：《李翔商业内参》选段.....	76
3.4	简化报名程序：不用去其他地方找，在这里就能报名.....	77
3.4.1	简化报名程序的优势.....	77
3.4.2	案例：点击“阅读原文”立即报名.....	78
3.4.3	简化报名程序时应该注意的问题.....	79
3.4.4	从报名活动发起到数据汇总的流程.....	80
3.4.5	报名页面设定.....	80
3.4.6	报名页面链接获取.....	81
3.5	将菜单分类：你想要的，我都已经整理好了.....	82
3.5.1	将菜单分类的优势.....	82
3.5.2	案例：某公司自定义菜单.....	83

3.5.3	将菜单分类时应该注意的问题 .....	83
3.5.4	案例：搭建自定义菜单的注意事项分析 .....	84
3.6	引导关注：下次直接将信息推送给你 .....	85
3.6.1	引导关注的优势 .....	86
3.6.2	引导关注应该注意的问题 .....	86
3.6.3	引导关注的撰写方法归纳 .....	87
3.7	找助理：找不到我，找我助理解决也行 .....	88
3.7.1	找助理的优势 .....	88
3.7.2	找助理应该注意的问题 .....	89
3.8	发布语音：如果没有时间看，就直接听 .....	90
3.8.1	发布语音的优势 .....	90
3.8.2	发布语音时应该注意的问题 .....	91
3.9	发布短视频：不用花太多时间，看1分钟即可 .....	93
3.9.1	发布短视频的优势 .....	93
3.9.2	发布短视频时应该注意的问题 .....	94
3.10	展示最新动态：最新、最适合你的都在这里 .....	96
3.10.1	展示最新动态的优势 .....	96
3.10.2	展示最新动态时应该注意的问题 .....	97
<b>第4章</b>	<b>不愿孤独：想找人一起做事 .....</b>	<b>99</b>
4.1	利用视频直播：实时互动，与房间内的粉丝一起看明星 .....	100
4.1.1	视频直播备受欢迎的原因 .....	100
4.1.2	视频直播应该注意的问题 .....	101
4.1.3	视频直播分享流程 .....	102
4.2	在群内进行分享：感同身受，群里所有人为你出谋划策 .....	103
4.2.1	群内分享的优势 .....	103
4.2.2	群内分享的注意事项 .....	104
4.3	进行案例分析：通过图文的形式告诉更多的人 .....	106
4.3.1	进行案例分析的优势 .....	106
4.3.2	进行案例分析时应该注意的问题 .....	107



4.4	招募义工：找到更多与你三观相符的人.....	108
4.4.1	招募义工的优势 .....	108
4.4.2	招募义工时应该注意的问题.....	110
4.5	搭建社区：在社区内讨论，大家都说好才是真的好.....	111
4.5.1	搭建社区的优势 .....	111
4.5.2	搭建社区时应该注意的问题.....	112
4.6	在朋友圈积极评论：明星朋友都来给我评论，特有面子 .....	113
4.6.1	在朋友圈评论的优势 .....	113
4.6.2	在朋友圈评论时应该注意的问题 .....	114
4.7	秀出自己的生活：其实我们都一样 .....	116
4.7.1	秀出自己的生活的优势 .....	116
4.7.2	案例：女友要和你玩游戏 .....	116
4.7.3	秀出自己的生活时应该注意的问题 .....	117
4.8	学会偶尔自黑：其实我没架子，可以将心事都说出来 .....	119
4.8.1	学会自黑的优势 .....	119
4.8.2	自黑时应该注意的问题 .....	120
<b>第 5 章</b>	<b>强烈的好奇心：越是不让看的就越想看 .....</b>	<b>122</b>
5.1	设置隐私权限：不让别人随意看朋友圈.....	123
5.1.1	设置隐私权限的优势 .....	123
5.1.2	设置隐私权限时应该注意的问题 .....	124
5.2	偶尔隐身：我能看到你，但你看不到我.....	125
5.2.1	偶尔隐身的优势 .....	126
5.2.2	偶尔隐身时应该注意的问题.....	126
5.3	积极与同行互动：看一看别人都在干什么 .....	128
5.3.1	与同行互动的优势.....	128
5.3.2	与同行互动时应该注意的问题.....	129
5.4	直播：大 V 的生活与你的生活有何不同 .....	131
5.4.1	直播的优势 .....	131

5.4.2	直播时应该注意的问题 .....	132
5.5	偶尔发布心情：此时此刻你和我的心情是否一样 .....	134
5.5.1	偶尔发布心情的优势 .....	135
5.5.2	偶尔发布心情时应该注意的问题 .....	135
<b>第 6 章</b>	<b>以自我为中心：想让所有人都为我服务 .....</b>	<b>137</b>
6.1	进行兴趣选择：根据自己的喜好选择是否关注 .....	138
6.1.1	进行兴趣选择的优势 .....	138
6.1.2	进行兴趣选择应该注意的问题 .....	139
6.1.3	案例解析：在营销过程中应该如何进行兴趣选择 .....	140
6.2	设置评论区：根据自己喜欢与否选择夸奖或批评 .....	142
6.2.1	案例：博文评论区截图 .....	142
6.2.2	设置评论区的优势 .....	143
6.2.3	设置评论区应该注意的问题 .....	144
6.3	设置投诉板块：利益被侵犯，我要直接告诉老总 .....	146
6.3.1	设置投诉板块的优势 .....	146
6.3.2	设置投诉板块应该注意的问题 .....	147
6.4	明确告知所花费的时间：阅读本文大约需要 5 分钟 .....	148
6.4.1	案例：阅读本文大约需要 5 分钟 .....	148
6.4.2	明确告知所花费的时间的优势 .....	149
6.4.3	明确告知所花费的时间在营销中的应用 .....	150
6.4.4	明确告知所花费的时间应该注意的问题 .....	150
6.5	主动回复阅读者：让阅读者知道你在他身边 .....	151
6.5.1	主动回复阅读者的优势 .....	152
6.5.2	主动回复阅读者应该注意的问题 .....	152
6.6	商品可退换：放心购买，不合心意可退换 .....	154
6.6.1	商品可退换的优势 .....	154
6.6.2	商品可退换在营销中应该注意的问题 .....	155



<b>第 7 章 渴望娱乐：将大把富余时间利用起来</b> .....	157
7.1 利用好小游戏比拼：玩游戏不仅可以消磨时间，还能获得礼品.....	158
7.1.1 案例：【微信游戏】新春孵小鸡+羊年我要赢大奖.....	158
7.1.2 小游戏比拼的优势.....	158
7.1.3 小游戏比拼在实践中应该注意的问题.....	159
7.1.4 小游戏比拼活动模板推荐.....	161
7.2 建立兴趣组：慢跑团、读书团，有人带着你做有意义的事 ...	162
7.2.1 建立兴趣组的优势.....	162
7.2.2 建立兴趣组应该注意的问题.....	163
7.3 发布一些连载：连载动漫、网络自制剧、自制节目，让生活不再无聊.....	164
7.3.1 案例：腐漫连载/古风故事连载.....	164
7.3.2 发布连载的优势.....	165
7.3.3 发布连载应该注意的问题.....	165
7.4 设置投稿板块：如果你有故事或好照片，投稿给我就能获奖.....	167
7.4.1 设置投稿板块的优势.....	167
7.4.2 设置投稿板块应该注意的问题.....	168
7.4.3 投稿板块活动模板.....	169
7.5 定期发起小活动：找个由头和朋友们一起交流.....	171
7.5.1 定期发起小活动的优势.....	171
7.5.2 如何定期发起小活动.....	172
7.5.3 小活动模板推荐.....	173
7.5.4 发起小活动应该注意的问题.....	174
7.6 让读者客串嘉宾：在大 V 的账号里客串嘉宾，有面子也有意义.....	175
7.6.1 让读者客串嘉宾的优势.....	175
7.6.2 让读者客串嘉宾时应该注意的问题.....	176

<b>第 8 章</b>	<b>讲究情怀：追求有层次感的生活</b>	<b>178</b>
8.1	企业家要塑造自身形象：让大众先追随你，再爱上你的品牌	179
8.1.1	企业家塑造自身形象的优势	179
8.1.2	企业家塑造自身形象时应该注意的问题	180
8.2	宣传时给出画面感：让读者在无形之中听你的	181
8.2.1	案例 1：人头马一开，好事自然来	182
8.2.2	案例 2：一品黄山，天高云淡	182
8.2.3	案例 3：高高兴兴上班去，平平安安回家来	182
8.2.4	案例 4：要想皮肤好，早晚用大宝	183
8.2.5	在广告文案中给出画面感的优势	183
8.2.6	如何在广告文案中给出画面感	184
8.3	以第一人称撰写文章：与读者开诚布公，以心换心	185
8.3.1	以第一人称撰写文章的优势	185
8.3.2	以第一人称撰写文章时应该注意的问题	186
8.4	撰写好大 V 简介：直接告诉读者我能做什么，从而快速吸引意向客户	187
8.4.1	案例 1：大 V 冷笑话简介	188
8.4.2	案例 2：大 V 新闻哥简介	188
8.4.3	撰写好大 V 简介的优势	189
8.4.4	撰写大 V 简介时应该注意的问题	189
8.4.5	大 V 简介的撰写模板	190
8.5	公开秀内幕：将产品制作流程、品牌故事公之于众	191
8.5.1	案例：世界上最昂贵的牛肉面	191
8.5.2	公开秀内幕的优势	193
8.5.3	公开秀内幕应该注意的问题	194
<b>第 9 章</b>	<b>情感共鸣：先有情感，后有认同</b>	<b>196</b>
9.1	晒惨营销：学会适当示弱、晒惨	197
9.1.1	案例：加多宝广告	197



9.1.2	晒惨营销的优势 .....	198
9.1.3	晒惨营销应该注意的问题 .....	198
9.1.4	晒惨营销参考模板 .....	199
9.2	找到一致性：挖掘能让阅读者引发共鸣的事物 .....	200
9.2.1	找到一致性的优势 .....	201
9.2.2	找到一致性应该注意的问题 .....	201
9.3	寻找年代感：找到具备年代感的事物进行营销 .....	202
9.3.1	案例：追忆 90 年代的相关文章 .....	203
9.3.2	寻找年代感的优势 .....	203
9.3.3	寻找年代感在营销中应该注意的问题 .....	204
9.3.4	寻找年代感软文模板格式 .....	205
9.4	将生活中的趣事呈现出来：你的生活插曲也许就是 阅读者的生活常态 .....	206
9.4.1	呈现生活趣事的优势 .....	206
9.4.2	呈现生活趣事时应该注意的问题 .....	207
9.5	校园也是营销的好题材：每个人都会偶尔回忆起校园 .....	208
9.5.1	校园题材在营销中的优势 .....	208
9.5.2	校园题材在营销中应该注意的问题 .....	208
<b>第 10 章</b>	<b>寻求价值感：品位高端，品质象征 .....</b>	<b>210</b>
10.1	将研发单位展示出来：本产品经过 × × × 认证或者 由 × × × 研发 .....	211
10.1.1	展示研发单位的优势 .....	211
10.1.2	展示研发单位时应该注意的问题 .....	211
10.2	利用权威人物为产品增值：× × 都在用的产品 .....	213
10.2.1	利用权威人物为产品增值的优势 .....	213
10.2.2	利用权威人物为产品增值时应该注意的问题 .....	214
10.3	打造稀缺感：Darry Ring——一生只能定制一枚钻戒 .....	215
10.3.1	案例：Darry Ring——一生只能定制一枚钻戒 .....	215
10.3.2	在营销中打造稀缺感的优势 .....	215

10.3.3	在营销中打造稀缺感应该注意的问题 .....	216
10.4	宣传产品细节 .....	217
10.4.1	宣传产品细节的优势 .....	217
10.4.2	宣传产品细节应该注意的问题 .....	218
<b>第 11 章</b>	<b>渴望学习：想要了解更多专业知识 .....</b>	<b>220</b>
11.1	专家大号为何接连崛起 .....	221
11.1.1	专家运营大号的优势 .....	221
11.1.2	专家运营大号应该注意的问题 .....	221
11.2	互动教学类平台为何接踵而至 .....	222
11.2.1	互动教学类平台的优势 .....	223
11.2.2	进驻互动教学类平台需要注意的问题 .....	223
11.3	为何各大自媒体平台争相解析热点事件 .....	224
11.3.1	解析热点事件的优势 .....	225
11.3.2	解析热点事件应该注意的问题 .....	225





## 第 1 章

# 无限贪婪：想要更多福利

“双十一”“双十二”大家都经历过，而且购买数据呈现出逐年上升的趋势。那么，我们不妨静下心来仔细想一想，为什么会这么火呢？没错，答案就是：在“双十一”和“双十二”这两个节日，商家的打折力度大，平台也给予了很大的支持，且消费者平时根本无法享受到这样的优惠。所以，购买的人才会多。

如果你打折了，人们就会期望你一折到底。如果你这个阶段打折，而平时没有，人们就会抓住契机大力购买。因此，很多大 V 抓住了人们这种“贪婪”的心理，不定期地搞秒杀、抽奖、特惠、抢楼等活动，进而促成了品牌的火爆。本章就为读者一一分析这些活动，并总结发起方法，让你瞬间拥有更多追随者，成为下一个大 V。