

6个规律、4个策略、11度法则、软硬件准备、2个综合案例，帮企业通过
微信营销激活粉丝，让粉丝数量转为销售额

激活粉丝

微信变现的策略、技巧与实操

姜峻峰◎等著



机械工业出版社
China Machine Press

激活粉丝

微信变现的策略、技巧与实操

娄峻峰 闫肃 杨乐乐 周良硕
耿丽红 古容容 王新安 郭晨钟 © 著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

激活粉丝：微信变现的策略、技巧与实操 / 娄峻峰等著. —北京：机械工业出版社，2017.12

ISBN 978-7-111-58577-0

I. 激… II. 娄… III. 网络营销 - 基本知识 IV. F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 294915 号

激活粉丝：微信变现的策略、技巧与实操

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码：100037）

责任编辑：孙海亮

责任校对：殷虹

印刷：北京瑞德印刷有限公司

版次：2018 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本：147mm×210mm 1/32

印张：8.625

书号：ISBN 978-7-111-58577-0

定 价：59.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379426 88361066

投稿热线：(010) 88379604

购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版 本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

实践中的价值创新是一个营销人毕生的追求

为什么写这本书

在当前微信营销成为企业营销工具标准配置的大背景下，越来越多的企业开始重视微信营销。作为一个营销领域的新生事物，微信营销没有任何成熟的经验可以借鉴，只能通过不断实践来总结有效经验，尤其是对于微信营销如何产生销售额的问题，目前，大多数企业只是有一个朦胧的想法而已，对于如何付诸实践可以说是毫无头绪。

解决企业微信营销工作中的变现痛点是本书的关键内容和主要目的。目前大部分企业对于微信营销的认识还停留在加粉丝、发红包的初级阶段。不仅如此，通过昂贵的营销成本加来的粉丝，成为企业潜在客户的却寥寥无几。企业付出了昂贵的微信营销成本却没有直接带来潜在成交客户，没有产生实质的销售额，使微信营销沦为一种赔本赚吆喝的行为。本书从管理者和执行者两个维度对微信变现的方法论进行了梳理：

第一，解决微信变现管理难题。帮助负责企业微信营销的管理人员提高团队成员的微信营销能力，是本书帮助企业解决微信营销痛点的重要手段。微信营销团队的管理者需要转变自身对于微信营销的认识，重新定位，摒弃无用的粉丝，留住潜在目标客户，持续优化微信营销的数据和日常的推送内容。同时也要了解团队成员需要具备哪些基本能力，选对人，做对事，培养团队成员的自我思考能力和数据分析能力，在日常的微信营销工作中，逐步总结出适合自身企业目标客户的推送内容，吸引目标客户的关注，将目标客户转化为企业的消费者，从而使微信营销步入良性循环阶段。

第二，直接指导微信营销人员学会微信变现的方法。指导微信从业人员提高自身职业素养，为日常的微信营销工作提供参考依据和实践操作指南，将微信营销理论付诸实践，这也是本书撰写的重要目的。由于目前大多数企业的微信营销没有帮企业产生销售额，导致其微信营销部门和从事微信营销工作的相关员工在企业中不受重视。本书对微信营销变现的理论与实践进行了体系化的总结，在理论与实践结合的基础上，不仅将微信营销的定位、目标、过程、结果进行了体系化的梳理，而且重视微信营销工作的实际落地执行。书中从微信营销的误区，到微信营销变现所需要的策略，再到微信营销变现的实战操作方法都进行了全面的系统化解释。从更直观、可操作、改思维的渐进式角度切入，从错误的做法、运营中的操作、微信营销变现所需要的思维和规律、微信营销变现的案例等多方面进行了体系化的整理，从日常基本操作到每日数据分析都有详细的说明，手把手地帮助微信营销从业人员获取真正有价值的微

信粉丝。希望读者能从这套方法论中快速了解、学会微信营销变现的方法，通过微信为企业创造实实在在的销售额，以实际的变现来证明微信营销的价值。

作为一个具有 12 年营销管理经验的营销人，作为一个一直奋斗在一线营销战场的营销人，作为一个一直在探索、实践微信营销价值的微信营销人，作为一个有梦想的营销人，我想，实践中的价值创新才应是我毕生的追求。谨以本书与所有营销人共勉。

读者对象

- **企业营销管理者及企业管理者。**通过阅读本书，读者可以从微信营销变现要做哪些事、如何招聘人员、员工应具备哪些能力等方面进行全面的知识梳理，了解、熟知微信营销变现所需要具备的各类条件，从宏观上做好微信营销变现的管理。
- **新媒体营销管理者及社会化营销管理者。**通过阅读本书，读者可以从实战的角度知道哪些是微信营销的错误做法，并了解微信营销的规律、操作技巧、变现策略和思维。
- **正在探索微信变现的营销人员，以及有一年以上工作经验的微信营销人员。**通过阅读本书，读者可以从直接的微信营销变现经验中找到变现规律，以经验复制的方式探索适合自己的变现方法。

本书特色

本书是我和我的团队在实践中提炼出来的微信营销变现经验，与一般微信营销类书籍更关注微信营销各类操作不同，本书中以微信营销变现为核心，将变现的各类误区、问题、瓶颈，变现所需要了解的规律、思维、策略，以及变现操作所需要的硬性准备、软性准备等梳理为一个渐进式的微信营销变现实践体系。

上篇：运营现状——认知误区。主要分析了微信营销的背景、误区、问题、瓶颈等，要进行微信营销变现必须了解整体的大背景和各类易犯的错误。

中篇：变现策略——思维谋变。主要分析了微信营销变现所需要了解的6大规律、4个策略和11度法则，从而帮助读者做好思维方式层面的准备，在制定策略时能做到思想上的真正改变，为后面的实操打好基础。

下篇：变现操作——实战提升。主要通过微信变现必备的硬性准备和思维方式的软性准备，渐进式地介绍微信变现的操作。最后通过2个不同的微信营销变现案例来展示微信营销变现的定位、策略、系统性思维等，完整地展现微信营销变现的详细过程，使其更易于学习。

致谢

感谢我的领导以及跟我一起战斗在一线的微信营销团队，你们的包容和支持使得本书中所讲的微信营销变现理论为企业创造了更

多的价值，并形成一个体系。

谨以本书献给所有从事微信营销，并一直致力于微信营销价值创新的同仁。

勘误和支持

由于编写时间仓促，书中难免会出现一些错误或者不准确的地方，恳请读者批评指正。为此，我特意创建一个微信公众号：wuji5789。你可以将书中的错误反馈到我的微信公众号，同时，如果你遇到任何与微信营销相关的问题，也可以在我的微信公众号提问，我将尽量提供最满意的解答。如果你有更多宝贵的意见或者关于微信营销的问题，也欢迎发送邮件至邮箱 loujunfeng777@126.com，期待能够得到你们的真挚反馈。

| 目录 |

前言

上篇 运营现状——认知误区

第 1 章 微信营销——目前企业存在的致命问题	002
第 1 节 企业微信运营存在的 6 大行业痛点和 4 个层次	002
微信运营存在的 6 大行业痛点	002
目前企业微信运营的 4 个层次	005
第 2 节 错误认知——你对微信的认识全错了!	009
微信运营的 3 种错误心态	010
微信变现的 9 个误区	013
第 3 节 微信变现一定要懂的 6 大特点和 8 个问题	037
微信变现一定要懂的 6 大特点	037
企业进行微信营销需面对的 8 个问题	041

第4节	微信营销2个背景限制和3个尴尬窘境	044
	微信营销的2个背景限制	044
	微信运营3个尴尬现状	047
第5节	你不知道的4个微信发展瓶颈	050
	认知瓶颈：观念需要改变	051
	内容瓶颈：缺乏有价值的原创内容	052
	粉丝瓶颈：必然要经历的粉丝瓶颈	053
	形式瓶颈：过度重视形式不会有任何进展	054

中篇 变现策略——思维谋变

第2章	微信变现必须懂的6个定律	060
第1节	粉丝定律——抓住哪些粉丝才会有变现	060
第2节	转化定律——知道转化谁更重要	062
第3节	持续定律——持续运营才会有变现	064
第4节	销售额定律——过程高于结果	066
第5节	周期定律——有量变才会有质变	067
第6节	99步定律——你最关心的技巧最没用	069
第3章	微信营销变现的4个策略	072
第1节	微信变现策略是什么？——策略定成败	072

	微信营销变现的 2 个策略	073
	如何制定微信变现策略	077
第 2 节	定位策略——定位是核心，只有方向对了才能达到目标	079
第 3 节	规划策略——有正确的规划才能实现目标	084
第 4 节	并行策略——粉丝的存量与增量决定是否可持续发展	090
第 5 节	数据策略——抓数据背后的规律才能实现变现	092
	现状：微信无数据分析	092
	为什么要做微信的数据统计分析	094
	如何做微信数据的统计分析	095
	5 个数据找出微信变现数据规律	098
	数据技巧	100
第 4 章	微信营销变现的法则和运营思维	103
第 1 节	微信营销变现 11 度法则	103
	1 度：认知度	104
	2 度：定位度	104
	3 度：方向度	105
	4 度：用人度	106

5 度：专业度	106
6 度：理解度	107
7 度：结合度	108
8 度：支持度	109
9 度：考核度	110
10 度：激励度	110
11 度：循环度	111
第 2 节 运营思维——决定微信变现运营成败的 2 条线	112
明线：操作执行	113
暗线：营销思维	116

下篇 变现操作——实战提升

第 5 章 必备基础——微信变现硬性准备 124

第 1 节 账号推广准备：微信变现不得不看的账号和 推广设置	124
账号和推广设置	124
微信变现一定要注册订阅号	125
第 2 节 能力准备：微信变现运营人员要具备的能力有 哪些	130
微信变现人员能力现状	131

	微信运营人员要具备的 5 项主要能力、 4 个辅助能力	132
第 3 节	招聘准备，4 看原则	137
第 4 节	培训准备，导培优比原则	144
	导：引导	145
	培：培训	148
	优：优化	150
	赛：比赛	152
第 5 节	管理准备，微信团队管理 6 步法	153
	树价值观	153
	传文化	155
	赛专业	156
	比业绩	157
	抓协作	158
	愿分享	159
第 6 节	专业提升准备，快速提高专业素质的 2 个计划	160
	计划 1 知识提升计划：微信运营人员必看的 11 本专业书籍	161
	计划 2 实战提升计划：微信运营人员快速提高 专业的 3 战 3 问策略	162
第 7 节	支持准备，微信变现需要的 2 个支持体系	165

体系 1	消费者信息决策体系：综合信息 + 关键 信息 = 消费者消费决策	166
体系 2	销售变现支持体系：多网点 + 紧跟踪 + 促成交	168
	两个体系的关系：互相依存 + 共同发展	169
第 8 节	禁忌准备，微信变现操作的 8 个禁忌	170
	注册禁忌	170
	设置自动回复禁忌	172
	微信菜单栏禁忌	175
	图片禁忌	176
	表单禁忌	178
	文章排版禁忌	179
	侵权禁忌	181
	增粉丝、做活动等禁忌	184
第 9 节	工具准备，你一定要学会的 13 个微信变现 操作工具	186
	5 个辅助微信变现的实用工具	186
	3 个好用的微信编辑排版工具	191
	关于配图的 3 个好用工具	193
	制作 HTML5 的工具——易企秀	195
	第三方公众号助手——新媒体管家	196

第 10 节	技巧准备，6 个技巧让你的微信粉丝更易产生销售额	197
	产生销售额	197
	选题技巧	197
	找素材技巧	198
	排版技巧	198
	推送技巧	199
	数据分析技巧	200
	植入技巧	201
第 6 章	必学的思维——微信变现软性准备	203
第 1 节	原则指导，微信变现需要注意的 7 个原则	203
	原则一：标题决定了阅读量	203
	原则二：内容与营销点并重	204
	原则三：语言娱乐化幽默化	205
	原则四：互联网语言比重大	206
	原则五：植入是内容的重点	207
	原则六：活动推广不宜过多	208
	原则七：慎用 H5 进行传播	209
第 2 节	系统思维，微信变现一定要会的 8 步法	210
	第一步 清定位：确定清晰定位始运营	210
	第二步 强规划：全年运营规划利执行	210

第三步	围核心：围绕产品抓核心卖点	210
第四步	敢放弃：放弃盲目追求阅读量	211
第五步	跟关注：紧跟粉丝关注的问题	211
第六步	活动拉：活动拉动客户留信息	211
第七步	增入口：增加不同客户的入口	212
第八步	利循环：多考虑利于正向循环	212
第3节	执行落地，微信变现每日工作计划和执行	213
第一步	微信发布前准备	213
第二步	微信发布后优化	220
第4节	关键点把控，需要注意4个问题、 3个核心和9个关键点	221
	用户关注的4个问题	221
	必须坚持的3个核心	223
	需要注意的9个关键点	224
第5节	系统优化，微信变现需要长期坚持优化的 11个环节	226
第7章	复盘微信变现的2个经典案例	231
第1节	1年微信变现3000万元案例复盘	231
	背景情况	231

单个微信号变现案例：1个月优化， 变现翻5倍	232
集团化微信矩阵变现案例：8周变现操作复盘	237
第2节 以微信群活动拉粉丝实现微信变现——	
2天营收113万的微信营销案例复盘	248
微信是营销平台，更是营销生态	248
活动背景	249
如何用微信打一场变现战役	249
微信朋友圈：让你的活动再炸一波	257
公开课的关键点——课程设计	258