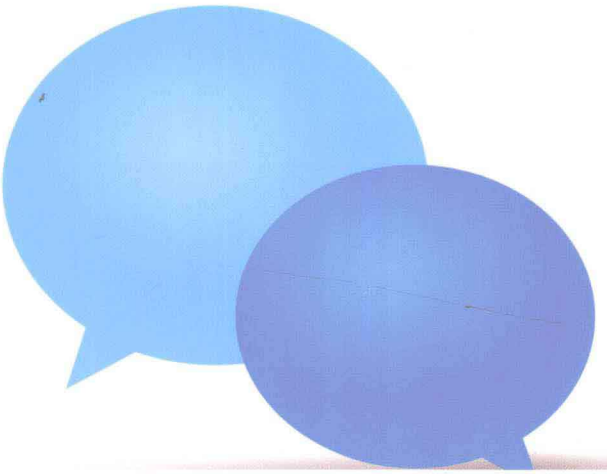
HZ BOOKS
华章科技



微信营销与运营

策略、方法、技巧与实践

王易◎著

从商业模式角度全面分析微信5.0推出的“扫一扫”、表情商店、微信游戏、微信支付等新功能背后的商业机会，以及订阅号折叠给企业带来的影响和应对策略

+

从运营角度系统归纳微信公众账号的规划、设计和运营方式，微信内容的规划、写作和推送技巧，利用服务号提供客户服务的类型、方式和流程规范，利用订阅号提供增值服务的本质、运营模式和经营策略

+

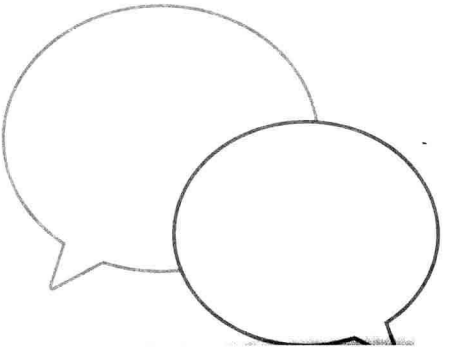
从营销角度深刻总结微信营销的步骤、方法、技巧、禁忌、营销效果的量化与评估，利用微信寻找新客户的有效途径，如何充分利用老顾客的价值、如何留住老顾客、如何挖掘新顾客、如何基于客户数据进行营销和商业决策

+

从实践角度对近60个成功的知名商业案例进行全方位剖析，详细解读企业微信营销与运营的策略、方法和技巧，可操作性极强

WeChat Marketing and Operation
Strategies, Methods, Skills and Practice

机械工业出版社
China Machine Press



微信营销与运营

策略、方法、技巧与实践

王易◎著

机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目（CIP）数据

微信营销与运营：策略、方法、技巧与实践 / 王易著 . —北京：机械工业出版社，2013.11

ISBN 978-7-111-44618-7

I. 微… II. 王… III. 网络营销 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 259232 号

版权所有 · 侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

这是一本深度介绍微信营销的书，也是一本系统讲解微信公众账号运营的书，它基于微信的最新版本，从策略、方法、技巧与实践等多角度详细解析了微信的营销与运营，所有内容都是行业经验的结晶，旨在为企业运用微信提供有价值的参考。

本书首先从商业模式角度全面分析了微信 5.0 推出的“扫一扫”、表情商店、微信游戏、微信支付等新功能背后的商业机会，以及订阅号折叠给企业带来的影响和应对策略；其次从运营角度系统归纳了微信公众账号的规划、设计和运营方式，微信内容的规划、写作和推送技巧，利用服务号提供客户服务的类型、方式和流程规范，利用订阅号提供增值服务的本质、运营模式和经营策略；然后从营销角度深刻总结了微信营销的步骤、方法、技巧、禁忌、营销效果的量化与评估，利用微信寻找新客户的有效途径，如何充分利用老顾客的价值、如何留住老顾客、如何挖掘新顾客、如何基于客户数据进行营销和商业决策；最后从实践角度对近 60 个成功的知名商业案例进行全方位剖析，详细解读企业微信营销与运营的策略、方法、技巧，而且每一章都有精心设计的实战训练，可操作性极强。

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：罗词亮

三河市杨庄长鸣印刷装订厂印刷

2014 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

170mm × 242mm · 14 印张

标准书号：ISBN 978-7-111-44618-7

定 价：49.00 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）88378991 88361066 投稿热线：（010）88379604

购书热线：（010）68326294 88379649 68995259 读者信箱：hzjsj@hzbook.com

前　言

微信营销，就在你身边

在开始写前言时，我想起了有关张小龙的一件事。曾经有人请教过张小龙关于公众平台的一些想法，他的答复是“我特别希望，微信能帮助到个人，让个人能发光。一个人只要有一点点想法，就可以有100个读者。哪怕一个盲人，只要有一技之长，比如按摩，也能通过微信找到他的100个顾客而生存下去。那么这个盲人，也可以有自己的品牌，自己的粉丝群，自己的客户。”这是微信团队做公众平台的初衷。这段话给我留下了深刻的印象。由此，也激发我展开对微信的研究与实践，当然也包括微信营销。

闲话休提，我来说说自己吧。

这是新的一天，打开微信，我收到了10份简历、董事长关于下午开会的留言，更有朋友群里聊到的晚上聚会……我开始一一回复。

这是新的一天，我用微信订了一本小说和机票，因为我决定前往上海旅游。在去旅游之前，我想放松一下，于是就又订了一张电影票……我感觉一切是多么的惬意，只需一部手机，所有事情立即搞定。当然这只是我生活的一个缩影。除此之外，还有用微信调用地图、推送打折消息、卖衣服、订酒店，或者跟好友寒暄几句、来个街景扫描、开个“微信店”……强大的微信作为一股新生力量，诞生至今给用户带来了许多便利，而也这也让越来越多的商家开发微信的“赚钱助手”功能。

作为移动互联网的“超级入口”，我们知道微信打通了“生活圈”、“工作圈”和“社交圈”，由此，产生了无数的机会和可能。比如，用户可以在微信上订阅各种内容和服务，微信这时则俨然已经成为了一种生活方式、工作方式和消费方式。不要惊讶，这就是微信时代。

在微信时代，企业可以在微信上完成从市场调研到客户管理、客户服务、销售支付、老客户维护、新客户挖掘等工作。企业要做的就是让目标人群依赖于己，将信任度加深，将黏度加强。

基于腾讯用户基数庞大、投放人群精准等突出优势，微信营销已经成为了当前最快速、最精准、最有效、最新型的网络营销手段。通过微信渠道可以将品牌

推广给上亿的微信用户，减少宣传成本，提高品牌知名度，打造更具影响力的品牌形象。

说到这里，我们不得不说，目前已经有许多企业在微信上建立品牌官方公众账号，将其作为高效、方便的CRM（客户关系管理）工具。品牌微信公众账号通过推送丰富的信息（文字、语音、图片、视频等）给网友，与网友实时互动，拉近品牌与网友之间的距离，还可根据关键词设置自动回复。特别是当品牌有推广活动的时候，品牌还可以在微信上设置活动站点，发布活动、促销信息等。

另外，微信还具有更多的营销因素。首先，微信拥有庞大的精英用户群。其次，微信让UV（独立访客）、手机号、E-mail等“数据”变成了鲜活的人。再次，微信的SCRM（社会化客户关系管理）将微信粉丝从关注、查询产品信息、接受服务咨询到参与调查或营销活动的信息，通过智能分析，形成用户的特征描述，并基于这些特征将粉丝分类、存入CRM数据库，形成后续传播、营销的基础。

值得一提的是，将来微信公众平台若能够提供数据挖掘并对企业开放，用户和企业将各得其所，用户获得自己想要的内容和更好的个性化定制服务，企业的品牌和营销也因此具有更大的价值。比如开放了API的微信公众平台让微信公众账号拥有更大的发挥空间，例如查询银行余额、查英文单词、订酒店、订电影票、美食推荐、穿衣推荐等。

我们知道，通过开通微信公众账号，企业能够为客户提供从咨询到购买、再到反馈而后二次购买等现有的一切服务，可以将自己的品牌推广给上亿的微信用户，不仅宣传成本低，而且能够很好地提高品牌知名度。每个小企业都可以创建自己的微信公众账号，然后向粉丝推送消息。另外，微信微站、微店铺、智能客服等功能非常接地气，能迅速地帮企业把品牌、产品、咨询等立体地展示在移动互联网上。

对于个人用户来说，微信公众平台的优势降低了创业者和用户的成本。

有人这么说过：“开通微信公众账号对于企业而言，就好像买了一套经过精装修的房子，无须负担太多的成本，只要发挥创意和品位（算法），购置家具，收拾一下（开发），便可入住（进行营销）。我们要想的和要做的就是用我们的思想吸引更多目标人群，并让他们满意。”我非常认同这个说法。

这是微信的时代，希望个人和企业能通过微信创造属于自己的价值和企业的价值。

这是新的一天，我和你一样穿梭于都市丛林。清晨醒来，打开手机，看看微信里的好友们在做什么，有什么新闻。当然时不时地会有人问我，你能传授些微信营销的技巧给我不？更有不少企业人士向我诉苦，说是上了几节培训课，什么

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

东西也没有真正学到。于是，我决定把我从事微信营销的经验与大家分享，对于我，分享是件快乐的事情。于是，就有了这本书的诞生。

这是新的一天，我再次向你问候，并对你说一声感谢。希望你能抓住微信营销带来的各种机遇，通过精准营销，吸纳更多的目标客户，深度传播更多的品牌精神，为客户带来更精彩的互动体验。

本书得以顺利地呈现在各位面前，要感谢微信团队，是他们开发出了微信这一划时代的产品。还要感谢机械工业出版社策划编辑杨福川先生的耐心指导！感谢金中名品汇总经理刘子晴女士，广州日报报业集团赢周刊报社总经理肖勇晖。感谢每一位支持我的人。最后，特别感谢正在看这本书的你，你的认可与支持是我的力量之源。

王易

目　录

前　言

第 1 章　全面解读微信 5.0 …… 1

1.1　微信 5.0 新功能及其商业模式解读 …… 2

1.2　微信 5.0 公众平台订阅号被折叠 …… 8

1.3　增值服务：增加表情商店 …… 11

1.4　微信支付 …… 11

1.5　微信游戏：重视游戏功能 …… 13

1.6　微信公众平台数据统计功能：更全面、更详细地查看数据 …… 15

1.7　经验总结 …… 15

1.8　实战训练 …… 16

第 2 章　企业微信公众账号的规划与设计 …… 17

2.1　微信公众账号的价值及运营方式 …… 18

2.1.1　微信公众账号的 8 大价值 …… 18

2.1.2　微信公众账号的 3 种运营方式 …… 19

2.2　微信公众号的选择：服务号向左，订阅号往右 …… 21

2.2.1　服务号与订阅号的区别，以及如何选择 …… 21

2.2.2　订阅号与服务号功能如何实现完美转换 …… 24

2.2.3　微信双号、多号及矩阵战略 …… 27

【案例解析 1】师道学院：双号运营 …… 27

【案例解析 2】骆驼四个微信公众号 …… 28

【案例解析 3】《东南商报》微信矩阵：全方位覆盖生活 …… 29

【案例解析 4】温州网官方微信矩阵：全方位服务 …… 30

【案例解析 5】ZAKER 微信矩阵：丰富、便捷的阅读体验 …… 30

2.2.4　微信公众账号矩阵的 6 大运营攻略 …… 30

2.3　微信公众账号规划的 4 大策略 …… 32

2.4 微信公众账号的设计 …… 34
2.4.1 明确定位：服务客户，打造品牌 …… 34
2.4.2 公众账号取名的技巧与忌讳 …… 36
2.4.3 企业微信号：越短越好 …… 42
2.4.4 企业微信介绍：简单、好记、易理解、特别 …… 43
2.4.5 企业微信官方认证：加强权威性 …… 43
2.4.6 微信外链 …… 44
2.4.7 微信开发接口 …… 44
【案例解析 6】深圳天虹：微信逛街 …… 44
2.4.8 自定义回复设置 …… 45
【案例解析 7】IT 茶馆：茶馆惊喜 …… 45
【案例解析 8】佳美口腔：从用户角度出发 …… 46
2.5 经典案例分析：弘康人寿 …… 47
2.6 经验总结 …… 47
2.7 实战训练 …… 48
第 3 章 企业微信发布内容的规划与选择 …… 49
3.1 用户关注微信账号的目的 …… 50
3.2 企业微信规划内容策略：不同的企业，不同的内容 …… 51
3.3 企业微信内容栏目设置 …… 55
【案例解析 9】影视类微信内容栏目设置 …… 55
【案例解析 10】深圳罗湖区法院的 45 个子栏目 …… 56
【案例解析 11】理财刊物微信内容规划 …… 57
3.4 企业微信内容的 12 大来源 …… 58
【案例解析 12】购房者砍价联盟：为购房者提供帮助 …… 61
3.5 把握企业微信内容推送时间的 4 大技巧 …… 61
3.6 内容写作技巧：吸引人的秘方 …… 62
3.6.1 给企业微信内容取个好标题的 10 个妙招 …… 62
3.6.2 企业微信内容写作的 7 个要点 …… 65
【案例解析 13】欧派电动车：展示与车有关的丰富世界 …… 65
【案例解析 14】微媒体微信：关键词搜索 …… 66
【案例解析 15】头条新闻：实时推送 …… 66

【案例解析 16】星巴克：音乐推送微信 …… 67
【案例解析 17】金六福：春节回家互助联盟 …… 67
【案例解析 18】慕思“睡商大调查” …… 68
【案例解析 19】东莞联通玩家俱乐部 …… 68
3.6.3 图文并茂：企业微信内容编排的 9 个注意事项 …… 69
【案例解析 20】阿卡 Artka：推送唯美的图文，很有范儿 …… 70
3.6.4 企业微信内容如何做到声情并茂 …… 71
3.6.5 企业微信软文如何植入广告 …… 73
3.7 经典案例分析：绝味鸭脖与管理智慧 …… 75
3.7.1 绝味微信：内容为王，妙趣横生 …… 75
3.7.2 管理智慧：内容越专一，粉丝越喜欢 …… 76
3.8 经验总结 …… 78
3.9 实战训练 …… 78
第 4 章 利用服务号提供客户服务 …… 80
4.1 微信服务号的 6 大价值 …… 81
4.2 微信服务号的 9 大应用 …… 83
4.3 微信服务号提供服务的 12 种方式 …… 85
4.3.1 全新的售后服务模式 …… 86
【案例解析 21】联想服务号：全新的售后服务模式 …… 86
【案例解析 22】便捷服务从“用友微信”开始 …… 87
4.3.2 售前服务 …… 88
【案例解析 23】吉利汽车服务号：上门试车服务 …… 88
4.3.3 微信自助服务 …… 89
【案例解析 24】东航微信自助服务：方便旅客出行 …… 89
4.3.4 智能微信服务平台 …… 89
【案例解析 25】百世汇通：快递业首个智能微信服务平台 …… 89
【案例解析 26】平安信用卡：智能微信服务平台 …… 90
4.3.5 “自定义接口”个性化服务 …… 91
4.3.6 纯粹服务渠道 …… 92
【案例解析 27】泰康人寿：理赔微信服务平台 …… 92
4.3.7 客服渠道 …… 92

【案例解析 28】中国电信：微信客服 …… 92
4.3.8 更多增值服务 …… 93
【案例解析 29】华夏基金：微信理财服务 …… 93
【案例解析 30】中信证券：客户服务 …… 94
4.3.9 互动问答及全流程微信服务 …… 95
【案例解析 31】广东联通：全流程微信服务 …… 95
4.3.10 视觉搜索服务 …… 96
【案例解析 32】图答应：依靠视觉搜索服务企业 …… 96
4.3.11 语音服务 …… 96
【案例解析 33】南方基金：首推微信语音理财 …… 96
【案例解析 34】中信银行信用卡："包打听"服务体贴入"微" …… 96
4.3.12 微生活会员服务 …… 97
【案例解析 35】康佳电视：微生活权益 …… 97
4.4 设计服务号的流程和操作规范 …… 98
4.4.1 设计服务号的服务流程 …… 98
4.4.2 制定持续的服务改进措施 …… 99
4.4.3 服务号营销的 8 大策略 …… 100
4.5 服务号的运营精髓 …… 102
4.5.1 个性化服务，用户需求是关键 …… 102
4.5.2 互动活动：调动用户积极性 …… 104
4.5.3 在微信上举办活动的 5 种方式 …… 106
【案例解析 36】NIKE 运动汇：微信互动活动助推"由此上阵" … 107
【案例解析 37】吉利：互动营销新体验 …… 107
【案例解析 38】长虹微信机器人：互动营销 …… 108
4.6 经典案例分析：招商银行与南航 …… 109
4.6.1 招商银行：从微信客服到微信银行 …… 109
4.6.2 南航：只做沟通和服务 …… 110
4.7 经验总结 …… 112
4.8 实战训练 …… 112
第 5 章 利用订阅号为客户提供增值服务 …… 113
5.1 微信订阅号的本质解读及模式分析 …… 114

5.1.1 微信订阅号的本质解读 …… 114
5.1.2 微信订阅号解决企业的 3 大问题 …… 115
5.2 微信订阅号的 7 大运营模式 …… 116
5.3 微信订阅号的经营策略 …… 117
5.3.1 微信订阅号的属性及适用类型 …… 117
5.3.2 微信订阅模式的类型及增值服务 …… 119
5.4 订阅号的运营核心：提供增值服务 …… 121
5.5 经典案例分析：央视新闻 …… 122
5.6 经验总结 …… 124
5.7 实战训练 …… 125
第 6 章 如何充分利用老顾客的价值 …… 126
6.1 如何采集和有效利用老客户的数据 …… 127
6.2 老客户经营之道：圈住顾客有绝招 …… 128
6.2.1 情感营销：老客户维护秘籍 …… 128
6.2.2 促销有礼：拉拢客源有绝招 …… 130
【案例解析 39】春秋航空：微信促销千张 0 元机票 …… 131
【案例解析 40】多喜爱微信促销：免单豪礼送不停 …… 132
【案例解析 41】易捷便利店：促销营业额环比增加了 40% …… 132
【案例解析 42】微信有礼：广州天河电脑城 …… 132
6.2.3 口碑传播：一传十、十传百的秘诀 …… 133
【案例解析 43】美丽说：口碑营销提升品牌传播力 …… 134
6.3 7 大技巧：留住老客户的道与术 …… 134
6.4 经典案例分析：星巴克 …… 136
6.5 经验总结 …… 137
6.6 实战训练 …… 137
第 7 章 挖掘潜在客户和吸引粉丝的途径与方法 …… 139
7.1 企业精准挖掘潜在客户的 13 种方法 …… 140
7.2 利用微信寻找客户的有效途径 …… 142
7.2.1 利用 QQ 来挖掘微信的精准用户 …… 142
7.2.2 二维码营销 …… 145
7.2.3 微信会员卡 …… 147

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

【案例解析 44】深圳海岸城的“微信会员卡”：重复使用率 …… 149
【案例解析 45】金凤成祥：营业额增长近 200 万流水 …… 149
7.2.4 其他方法 …… 150
7.3 微信粉丝的管理与转化策略 …… 151
7.4 微信圈粉术：粉丝激增的秘诀 …… 154
7.4.1 微信粉丝从何而来 …… 154
7.4.2 如何有效拉粉 …… 154
7.4.3 微信公众账号快速增加粉丝的 20 种方法 …… 155
7.5 经典案例分析：宾利、创业影院和云南新华保险 …… 158
7.5.1 宾利微信签到：活动现场积累客户 …… 158
7.5.2 创业影院微信签到有礼：增加新客户 …… 159
7.5.3 新华保险云南分公司：利用微信开拓新客户 …… 159
7.6 经验总结 …… 160
7.7 实战训练 …… 160
第 8 章 微信大数据营销 …… 161
8.1 微信大数据的 6 个价值 …… 162
【案例解析 46】深圳中原大数据：微信查询二手房价 …… 164
8.2 客户关系管理 …… 165
8.3 富媒体应用 …… 167
8.3.1 微信朋友圈的本质及运用 …… 167
8.3.2 微信朋友圈的核心是建立圈子营销 …… 170
8.4 关系链管理 …… 171
8.4.1 建立人脉资源数据库的策略 …… 171
8.4.2 微信群：让更多的人参与群聊 …… 173
【案例解析 47】“温州侨务”微信平台形成海内外微互动 …… 175
8.5 线下数据分析和商业决策指导 …… 175
【案例解析 48】1 号店：“我画你猜” …… 176
【案例解析 49】艺龙网：“与小艺一战到底” …… 176
【案例解析 50】杜蕾斯陪聊 …… 176
8.6 基于地理位置的线下商家搜索 …… 177
【案例解析 51】广州沃妹：地理位置数据服务 …… 178

8.7 基于用户行为分析的精准推荐 …… 179
8.8 经验总结 …… 179
8.9 实战训练 …… 180
第 9 章 微信营销的步骤、方法、技巧与禁忌 …… 181
9.1 微信营销的 10 大原则 …… 182
9.2 微信营销的步骤之“天龙八步” …… 185
9.3 微信营销的 10 大技巧 …… 187
9.4 微信营销的 10 大禁忌 …… 191
9.5 经验总结 …… 193
9.6 实战训练 …… 194
第 10 章 微信营销的终极武器 …… 195
10.1 如何增加浏览率 …… 196
10.2 如何增加互动率 …… 197
【案例解析 52】南开大学“微信墙”：校长、学生、家长共话就业 … 198
10.3 如何增加曝光率 …… 199
【案例解析 53】37wan 微信互动效果显著 …… 200
10.4 如何增加关注度 …… 200
【案例解析 54】腾讯大申房产：二维码增加关注度 …… 202
10.5 如何增加活跃度 …… 202
10.6 如何增加忠诚度 …… 203
10.7 经验总结 …… 204
10.8 实战训练 …… 205
第 11 章 微信营销效果的量化与评估 …… 206
11.1 微信营销 6 大要素的衡量指标 …… 207
11.2 微信营销的 KPI 考核标准及计算方法 …… 210
11.3 巧用微信数据统计 …… 211
11.4 经验总结 …… 212
11.5 实战训练 …… 212

第 1 章
全面解读微信 5.0

1.1 微信 5.0 新功能及其商业模式解读
1.2 微信 5.0 公众平台订阅号被折叠
1.3 增值服务：增加表情商店
1.4 微信支付
1.5 微信游戏：重视游戏功能
1.6 微信公众平台数据统计功能：更全面、更详细地查看数据
1.7 经验总结
1.8 实战训练

1.1 微信 5.0 新功能及其商业模式解读

微信向来注重用户体验，这次也不例外，微信 5.0 整合了腾讯的街景、电商、阅读、视频、音乐、翻译等服务，让用户更好地体验生活、体验微信。通过这次在用户体验方面的改善，微信能够大大提高用户的黏度，有望成为移动互联网的总入口，更为重要的是打造闭环的生态系统。

对于用户来说，一切以简单、实用、方便为主。例如，直接使用封面扫描可获取对应书籍或 CD 的评价信息，使用街景扫描可以立即收到商铺的情景显示，身临其境般感受逛街、购物，更为方便的是，你直接摇动手机就可以在微信界面里观看视频……除此之外，微信群聊不再显示具体的未读信息数量，只有小红点提示有更新内容，你再也不会感受到阅读压力。

而对于企业来说，依托于拥有 4 亿高活跃度用户的微信，势必将给自己的企业带去可观的流量，让我们拭目以待。

1. 扫一扫：扫出新世界

“亲，你这本书能借我看下不？”

“不行，我的书从不借人。你直接扫描下就可以买一本了。”

“老婆，这么晚了你怎么还不回家？”

“我在陪朋友逛街呢，我晚点回来，晚上你自己吃饭吧！”

“又和朋友去逛街了！在哪儿逛街呢？赶快给我发扫描街景地图发过来！”

看到这样的对话你一定笑了。微信“扫一扫”由原来的识别二维码，细分到现在的 5 个功能：二维码、条码、封面、街景及翻译扫描功能。“扫一扫”功能在微信 5.0 中成为最大的亮点，扫描商品条码将能够显示出该商品的具体名称、在线购买链接（QQ 网购、亚马逊和当当等商城）和商品具体价格。单击相应的链接将能进入购物网页。扫描二维码我们已经非常熟悉了，下面，我们一起来看下其他的功能。

（1）扫描街景

扫描街景是一项很有趣的新功能，你把手机摄像头对准附近的建筑，微信就会自动识别出所在地的名称，为你提供这条街的具体位置，有哪些娱乐、商务、生活设施等。试想一下，你在街景中扫描到一家电影院，即刻显示上映影片、电影票价、剩余座位；扫描一家餐厅，马上显示该餐厅的特色菜、团购套餐，以及其他优惠资讯。这完全实现了线上线下信息的无缝对接，这是多么惬意的一件事，堪称完美。

（2）扫一扫买书

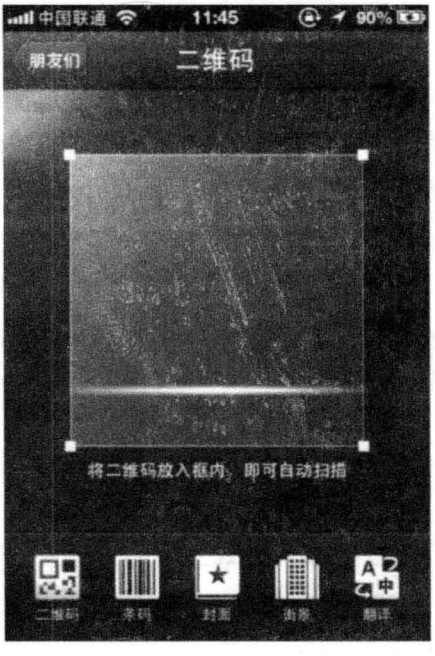
你只要对准图书或 CD 的封面或者电影海报等扫一扫就可以获得商品信息。例如，扫描图书封面后会在扫描结果页上显示该书的名字、作者、简介、豆瓣书评等信息，甚至包括当当和亚马逊等在线购买地址。

（3）扫一扫看商品价格

扫描商品包装上的条形码，可以迅速找到商品价格，并能通过微信提供的商品链接直接进行购买。

（4）扫一扫实时翻译

翻译功能允许用户利用摄像头对图书中的单词进行取词，并直接在取词框附近显示单词的意思。只要用手机扫描需要翻译的文字，就会自动显示翻译结果，目前只支持英译中。



2. 摇一摇添加“摇视频”功能

在摇一摇的标签下，除了此前的摇一摇找人和摇一摇听歌，还新添加了摇一摇看视频功能。这一功能将会为 QQ 音乐、腾讯视频等带来相当可观的流量。你在用其他终端看视频的同时，打开摇一摇视频功能，摇动手机后，微信会根据声音识别出你正在看的视频，并在结果页显示你正在看的视频内容，单击视频上的播放按钮，将能直接观看。

3. 收藏功能

微信 5.0 还新增了收藏功能，可以收藏聊天、公众号、朋友圈的信息，统一展示在“我的收藏”栏里。用户在聊天或者朋友圈中长按消息，就可以把相应的内容添加到“我的收藏”里，方便以后查阅。

4. 新增添加朋友的方式：“按住添加朋友”

在搜索周边好友的功能上，微信 5.0 加入了“按住添加朋友”，这一功能与

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com