



点亮网
营销专家 实战精英

本土微信营销实战
里程碑之作



以后TA就是你

微信营销达人

营销革命3.0，我们怎样做营销

迄今为止，中国培训界最受欢迎的营销课程，让你一天一夜成为营销达人，营销专家朱国文开山之作



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

以后 TA 就是你

微信营销达人

营销革命3.0，我们怎样做营销

朱国文 著

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微信营销达人 / 朱国文著. —北京: 中国财富出版社, 2013. 11

ISBN 978 - 7 - 5047 - 4514 - 9

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 255857 号



策划编辑

范虹

责任印制

方朋远

责任编辑

范虹轶

责任校对

饶莉莉

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 号楼 邮政编码 100070

电 话 010-52227568 (发行部) 010-52227588 转 307 (总编室)

010-68589540 (读者服务部) 010-52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978-7-5047-4514-9/F·2041

开 本 710mm×1000mm 1/16 版 次 2013 年 11 月第 1 版

印 张 13.5 彩 插 8 印 次 2013 年 11 月第 1 次印刷

字 数 169 千字 定 价 38.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

推荐序 1

我为什么花 55000 元拍板成交一本书

2013 年 10 月 26 日，北京，国润商务大厦二楼举行《微信营销达人》新书发布会，这本书的作者是点亮微营销创始人、中国本土微信营销第一人——朱国文。我很早就到了会场，找了个第一排的座位。14 点 28 分，发布会开始，我前面的主席台上坐着国内营销学泰斗刘克亚、引销学创始人毛俊程、胜者北京同学会会长郝征等人，后面坐着 100 多位企业家和 20 多位媒体记者。

开始的一切都像我参加过的很多新产品发布会一样进展顺利，直到主持人宣布竞拍第一本《微信营销达人》，会场开始躁动，因为这本拍卖的书不仅有作者本人的签名，还有主席台上的几位老师的签名，而拍卖起价就是这本书的定价——38 元。

100！台下有人喊。

1000！又有人喊！

2888！3000！4888！5000！5888！10000……

30000！坐在我后面的一个穿黄色皮草的女孩喊，众人惊了一下。



点亮微营销

微信营销达人

38888！众人循着这个声音找到了它的主人，我认识他——在北京做木门生意的张总。

4万！

4万8！

又有两个人“斗”上了！

5万！

终于，主拍人开始倒数！会场顿时变得鸦雀无声！就在他倒数到2的时候，我站起来，报出了一个让整个会场掌声雷动的数字：55000！

是的，从主持人开始说拍卖时，我就告诉自己，这第一本《微信营销达人》非我莫属。

国文看一直沉默的我居然出价这么高成功拍板他的书，打趣说，“张总，这不是开玩笑，喊着玩的啊，我们有活动的赞助商‘全能付POS机’的老总在现场，拍下来是要现场刷卡的！”

我走上台，接过话筒，“兄弟，我现在是真要买这本书来支持你。”说完这句话，我就在现场媒体记者和企业家的见证下拿出银行卡在POS机上刷了55000元。

竞拍活动结束后，就有人问，“你为什么要花55000元来买下这一本书？”

当时我只是笑了笑，什么也没有说。

回去的路上，我接到了这本书的策划人莫庸先生打来的电话，他邀请我为《微信营销达人》这本书做一个序，序的名字就叫“我为什么花55000元拍板成交一本书”，这也就是这篇序的来源。

我为什么花55000元拍板一本书？这个问题的答案不在这个序

推荐序 1

我为什么花 55000 元拍板成交一本书

言里，它藏在这本书的一个角落，我想让读者自己去找，因为这样，它会更有意义，不是吗？最后预祝国文的“点亮微营销”项目圆满成功，谨以此为《微信营销达人》热卖杀个青，捧个好彩头。

山西政英杰酒业有限公司 张政

2013 年 10 月 28 日

推荐序 2

学习永无止境

午夜，手机突然响起，我打了个哈欠，拿起手机接了起来，一个陌生却又有些熟悉的声音响起：“刘总，我是国文……”

寒暄几句过后，我记起他是我之前的一个合作伙伴，我们就回忆了多年前共事时的一些趣事，再说了说后来各自的经历，一时间兴致盎然，之前的困意也一扫而光。

在交谈过程中，我了解到现在国文正在做“点亮微营销”的项目，还要写一本《微信营销达人》的书，想让我写一篇序言。想想自己这几年来一直负责兰亭集势的运营工作，对于网络时代的营销或多或少也有一些了解，就爽快地答应了下来。

接完电话，我回想起与国文的一些往事，不禁感慨良多。2004年8月19日，亚马逊以7500万美元收购了卓越网，当时我正是卓越网负责市场的营销副总。卓越网被收购之后，我的手里既有多年积攒的客户资源，又获得了一笔资金，就拉了一批人出来单干，当时做的是一个专门针对教育培训学校招生的平台，叫做教育培训E



微信营销达人

超市（后改为飞龙网），一般是同新东方那样的教育机构进行联合招生。

做了一段时间之后，我发现当时教育培训行业的前景不错，就打算收购一些同行业的网站来扩张自己的地盘。正巧碰到国文同我们谈他手里的一个网站的合作，当时他经营的那个网站叫中国学习联盟，主要分享一些免费开放的英语学习资料和电脑学习教材，经过他的一番努力，已经拥有不错的用户数和点击量。我一看还不错，就约了他面谈，原来也是个很年轻的小伙子，我们最后达成一致：我花了15万元收购了他的网站。

合作的事情确定下来后，我非常高兴，又看到国文年纪轻轻就有管理网站的经验，觉得是个不可多得的人才，就邀请他来我们公司上班，由他来继续负责管理那个网站。就这样，国文与我成了同事。2006年年底，国文选择了离开，去创业，而我也整天忙于公司的管理事务，我们之间的联系也就少了。

时间在苒，一转眼已经是将近7年过去了。如今的他也在自己创业的道路上有了自己的收获，成为点亮网董事长、点亮微营销的创始人、微信营销导师。

对于他现在取得的成绩，我非常欣慰。在这个网络时代，他和我所做的事情都成为时代的主流。我仍然致力于兰亭集势这个中国跨境电子商务平台的运营发展，而他已经转战更为新潮的移动互联网领域，盯准了微信营销的广阔前景。

的确，至少在未来的十几年里，世界是属于移动互联网掌控的。微信作为移动互联网的代表性产品，拥有了蓬勃旺盛的生命力，企业要为自己的未来发展考虑，就必须紧跟这一微信潮流。而对于那

推荐序 2

学习永无止境

些营销者来说，微信营销无疑是他们显示威力的新战场。

如果你不想落伍，就来读一读国文的这一本《微信营销达人》，了解微信营销之道，这样就能在这个移动互联网时代，打一场有准备的营销战！

兰亭集势联合创始人 刘俊

2013年10月18日

推荐序 3

营销没有终点

最近，“兄弟盟”的一个兄弟告诉我，他也要做讲师了！这是一件好事，他就是我曾经学员与合作伙伴，现在点亮网的董事长、点亮微营销的创始人——朱国文先生。

我与国文是在2011年认识的，当时胜者集团同点亮网合作，他带了二十多个人来听课，让我记忆犹新。参加完我的《总裁领导力》课程之后，他就加入了我创建的兄弟盟，大家一起在这个圈子里互帮互助，成效非常好。

国文是一个非常有创业精神的“80后”，他阳光开朗，又很有闯劲，是一个优秀的企业家。现在他写了这本《微信营销达人》，正是意识到微信即将在这个移动网络时代引发一场革命。

他在书中通俗易懂地介绍了微信的功能和营销策略，同时又把克亚营销融入了微信营销，可以说，国文对于微信营销的理解很深。目前市面上的相关书籍都着重在讲微信这个工具的相关功能，而没有把握住营销的精髓。



微信营销达人

刘克亚老师是国内营销理论的权威，他认为营销人员所有的营销沟通和活动，都必须 100% 从对方的角度思考，由此可见，不管是传统的营销，还是网络时代的营销，抓住客户的真实需求，你的产品和服务才能顺利的推销下去。

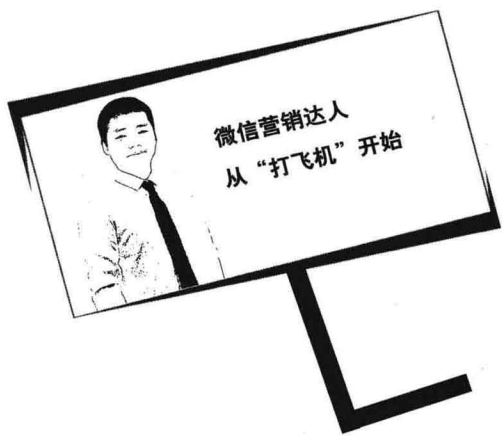
说到这里，我想起了胜者集团的一些情况。了解我的读者朋友都知道，我主讲的课程是总裁领导力，这看起来似乎同营销没有什么关系。但是，你们有没有想过，为什么许多企业老总都愿意听我的课？这是因为我真正站在他们的立场，为他们考虑实际情况。其实，我的做法与刘克亚老师的“世界上根本没有营销，只有人性！悟透了人性，一切营销问题都将迎刃而解”这个理念不谋而合。

说了这么多，就是想让读者朋友们明白，国文的这本《微信营销达人》并不是在介绍微信的功能，或者单纯的微信营销方法，而是想通过这种方式来揭示营销的本质：人性。

微信营销是这个移动互联网时代的营销典范，我们了解了其中的秘诀之后，就可以以不变应万变，从容地迎接下一个营销时代。毕竟，营销之路没有终点。

胜者集团总裁 张斌

2013 年 10 月 21 日



前言

我的前言从“打飞机”的故事开始，与我的一位作家朋友有关。他住在北京东五环外，今年夏天的一个晚上，他约我见面，我欣然赴约。到了他家楼下，看到他正仰着头，左手扶墙，右手忙。大家别误会，他的右手没忙别的，正拿着他的智能手机在拼命地摇啊摇！

我走过去问他：“嘿！你在干吗呢？”

他瞅了我一眼，继续咔咔地摇，笑着对我回了句：“你等一等，我在等飞机。”

我朋友那里离首都国际机场不远，每天都有很多飞机飞过头顶。我不解，又问了句：“你等飞机干吗啊？现在你又上不去！”

朋友说：“我在等飞机飞过我头顶的时候，用微信摇一摇，兴许能够摇到个空姐呢！”

……

这真是个富有想象力的家伙。作为资深的微信研究者，我当然知道微信功能的强大，这个拥有近4亿用户的智能手机应用工具已经成为了时下人们谈论最多的关键词之一。这不，我就要出版专门讲微信的书了！现在，这本书就在你手里，是的，它就是《微信营销达人》。



微信营销达人

我写这本书的目的不是介绍微信的一些功能特点，也不是用大量篇幅去说明微信营销的意义，因为这两件事情已经有很多“专家”做了，我实在找不到再去这样做的理由，要知道，目前书店里有二十多个版本的微信书，正如我的朋友所说，“二十多个不同的作者，二十多个不同的图书封面，但它们的内容几乎是差不多的”。

那么，我做什么呢？也许你通过书名《微信营销达人》已经发现了一些端倪。是的，核心就在“达人”这个词上。在这里，我诠释一下“达人”的三层含义：第一，从出版的角度，这本书本质是一个自媒体。一本书出版的意义在哪里？除了分享你的知识、经验外，最重要的是打造你的个人品牌，通过这本书引发的落地项目，我要打造更多的营销达人，微信，仅仅是我们的第一站。第二，怎样的营销人才能称为营销达人？我认为，只有抓住了营销的根本——人性，紧跟市场环境变化的人才能获得这个荣誉。第三，既然是营销达人，我们这本书的定位不再是单纯的营销之术，而是道。

营销的“术”有千千万万，读者如果需要一条一条的学习，恐怕学个几十年也学不完，就像一棵树的树枝、树叶，而营销之道则是根，只有掌握了根本，你才能灵活运用，不论环境怎么改变，你都能百尺竿头，这正是我写这本书的原则：授之以鱼，不如授之以渔。

不管是博客营销、微博营销，还是微信营销，我们都要研究它，归根结底还是需要回归到营销上来。营销人在这个营销3.0时代一定要把握好这个时代的新特点，把传统的营销方式悟透并加以分解炼化，创造性地开发出一些新的营销方法，顺应这个网络时代的大潮。

在这里，我要感谢刘克亚老师对我的教导，是他带我走进营销

之道。在营销界，他被称为“营销魔术师”和“天价培训师”，我经过重重考核，有幸成为第一批克亚弟子，我始终相信他对于营销提到的那句话：“一切营销的问题，说穿了，都是人性的问题！”

因此，在写作这本书的过程中，我跳出了微信产品、功能的范畴，将营销之道融合进了微信营销。我们营销人员所做的一切都是为了满足客户的需求，只有这一点把握好了，我们才能成为真正的微信营销达人。

读完本书后，你至少可以得到以下几个收获：

1. 解码菲利普·科特勒的营销 3.0 的十大成功秘诀；
 2. 如何利用微信推销自己；
 3. 学会写微信销售信；
 4. 利用微信营销，打造属于自己的圈子；
 5. 如何在微信上进行品牌营销；
 6. 掌握微信营销的几大关键“术”；
 7. 不同行业如何利用微信营销；
 8. 不同行业的企业家眼中的微信营销；
- ……

当然，在你认真读完这本书后，你能收获的远远不止这些，在本书的封底有我的公众微信和个人微信，只要你扫一扫它们，你会收获意外的惊喜。

点亮网总裁、点亮微营销创始人、微信营销导师 朱国文

2013 年 10 月 20 日

目录 ◀◀◀

第一篇 顶级营销达人 让我们从微信营销开始改变一切

你为什么要做微信营销 解码菲利普·科特勒的营销 3.0 的 十大成功秘诀	003
消费者千差万别，努力满足你的最佳客户 VS 微信营销达人之 定位定天下	005
注重传播，努力寻找潜在消费者 VS 微信营销达人之主动出击 ...	008
无论经营哪种业务，记住你是在提供服务 VS 微信营销达人之 服务为王	010
获取、维护和增加客户 VS 微信营销达人之口碑效应	014
热爱你的顾客 VS 微信营销达人之情感营销	017
善于察觉变化，随时准备好做出变革 VS 微信营销达人之 一开战就宣告胜利	019
捍卫你的品牌，永远明确自己的目标 VS 微信营销达人之 品牌塑造	023



微信营销达人

永远以合适的价格和包装提供产品 VS 微信营销达人之 永远为客户提供价值，而不是价格	026
学会从质量、成本和交付三方面改善业务流程 VS 微信营销达人之 打造承诺文化	030
广集信息，慎下结论 VS 微信营销达人之一切以人性为本	033
结语——微信营销达人，让我们开始改变一切	038

第二篇 未来将“无商可务” 营销人的微信营销实战

微信起名的艺术	043
两年打造一个美丽的神话	045
如何在微信中更好地推销自己	048
那些被微信击败的对手们	051
微信营销的优势	054
打造微信上的名门正派	058

微信销售信怎么写	061
标题在微信销售信中的作用	062
如何撰写标题	067
微信销售信的写作要点	071
五步方程式走进客户世界	079
圈子的力量	083
平台为营，内容为王	084
甄选用户，精准营销	086
中国版的 Instagram：朋友圈	089
信任圈子：F2F 营销的突破	091

第三篇 世界是平的 企业微信营销实战

品牌	097
微信营销的基础优势	099