

微动指尖·信生财富

WEIXIN YINGXIAO
SHIZHAN BAODIAN

微信营销 实战宝典

陈 炽 陈楚立 钟建华 ◎ 著



广东省出版集团
广东经济出版社

微动指尖·信生财富

WEIXIN YINGXIAO
SHIZHAN BAODIAN

微信营销 实战宝典

陈 炽 陈楚立 钟建华 ◎ 著



广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微信营销实战宝典 / 陈炽, 陈楚立, 钟建华著. —广州: 广东经济出版社, 2013. 12

ISBN 978-7-5454-2844-5

I. ①微… II. ①陈…②陈…③钟… III. ①网络营销
IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 255173 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	佛山市浩文彩色印刷有限公司 (南海狮山科技工业园 A 区)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	10.5
字数	150 000 字
版次	2013 年 12 月第 1 版
印次	2013 年 12 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-2844-5
定价	38.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

序 一

微信营销改写商业规则

“无线网络，无限商机。”这已经不仅是移动互联网的广告词，而是实实在在的发生在我们实际生活中的事情。腾讯微信的推出，是移动互联网时代已经到来的一个标志性事件。据权威统计，微信上市仅2年多，便已拥有4亿多用户。中国目前还有2G手机用户近8亿，正处于向使用智能手机过渡的阶段，而微信的出现将加速智能手机的普及过程。微信模式风行中国已经成为定局。

我上微信纯属偶然。前不久因手机常出故障，不得不将伴随我多年的2G手机换成智能手机。所谓智能手机，实际上是一台移动电脑微缩版的多功能手机。这一换，却改变了我的生活。我装上微信后，原来在手机上的朋友号码自然就成为我的微信好友，这样一来，发短信、聊天、发图片、分享见闻及心得体会只需手指一拨，即刻实现，省时、省钱、省力。不管走到哪里，朋友距离有多远，上了微信，就如见其人。朋友聚会，在一起热议的话题就是用微信推荐找吃饭的地方，或找打折的品牌店，这一招比任何导引载体来得方便。如果一个人上街无聊，想找一个伴，通过微信找附近手机号码，就可发现是否有你的朋友在附近，又有谁离你最近。更奇妙的是，微信服务本身不收费，只收上网流量费，而你需要导购信息时，找出显示品牌广告出现的时

间、位置也可能是你正需要的，而不是你不想见到的。微信提供的服务经济、实惠、方便，这还仅仅是开始，通过用户体验还将会产生更多的生活情趣和经济价值。

最近推出的微信 5.0 带有强大的支付功能，更加方便了消费者，这将冲破传统的商业营销模式，进一步改变人们的消费方式，使微信不仅是一个经济的通信工具，还是一个最省时、省力的结算工具。这可能将人们带入微信的消费新时代。

微信为什么会产生这样大的魅力？正当大家正在感受微信带来的新生活，猜想微信下一步将会给我们带来哪些更多的实惠时，陈炽、陈楚立等人编写的《微信营销实战宝典》一书为商家和消费者提供了新的商业机会：它向人们展示，微信不仅能提供跨越时空的互动方式，还在商家与消费者之间架设了一个新颖、便利的营销沟通平台，更好地为消费者提供服务。《微信营销实战宝典》从营销的视角将读者带入了一个微信营销的新时代——这完全不同之前以阿里巴巴为领袖的网店经营，而是一种移动形式的快捷方式，时间上比网上购物更快，服务的多样性也将更加灵活，专业性也将更加标准，安全性可通过二维码溯源机制得以保障。

本书通过浅海鱼食府微信营销的成功案例研究，深入浅出地介绍了微信营销的核心理念和方法，阐述了一种移动互联网时代的新商业模式，为传统企业的转型升级提供了新的发展空间，是一部值得推广的好书。

广东省社会科学院管理学研究员

广东省社会科学院信息中心主任

罗黎明

2013 年 8 月于广州

序 二

互联网时代的市场营销

时代在发展，社会在前进。在网络经济时代，我国市场经济经营管理模式已发生了巨大改变，企业的市场营销手段也从传统的模式向网络营销模式发生了转变。

作为一种革命性的通信工具，微信改变了我们的观念，改变了我们的生活，而微信营销的诞生为企业带来了新的发展机遇，其营销效果令人瞩目，经济效益明显，突显商机无限。如书中的“浅海鱼”食府的范例所呈现的，经营者用微信营销取代了传统的市场营销，以高度吸引消费者关注为导向，满足顾客需求为经营核心，贯彻“引入客流，引导消费者”的微信营销运营模式，在短时间取得低成本高盈利的显著效果，充分体现了这一创新营销模式的发展前景。

在本书中，作者用朴实通俗的语言，深入浅出地把抽象的微信营销写活，详细阐述了微信营销的操作与技巧细节，是一本不错的微信营销入门学习工具书。通过本书，读者除了可以学到市场营销理论的基础，还可以从“浅海鱼”食府的成功案例上学习到微信营销的具体运作过程，在理论与操作上都能获益匪浅。

微信营销这一新颖的营销模式也为在校大学生开设了一个新的课堂。虽然目前我省的大专院校尚未开设微信营销课程，但华南理工大学创业学院以前瞻的眼光，拟在2013年下半年率先开

办微信营销训练营，目的是让更多的大学生有机会参加微信营销的理论与实践相结合的学习培训，亲身体会其奇妙作用，领会和掌握更多的微信营销操作技巧与技能，为毕业后的创业就业打下良好的基础，而本书正是不可多得的一本好教材。

中国市场营销管理研究中心副主任
华南理工大学创业教育学院副院长

刘志超

2013年8月于广州五山

目 录

CONTENTS

第一章 微信：市场营销的新利器

- (一) 浅海鱼食府试水微信营销 / 2
- (二) 移动互联网现状 / 4
- (三) 微信与微信营销 / 4
- (四) 微博与微信的区别 / 10

第二章 微信营销的商业模式

- (一) 何谓商业模式 / 14
- (二) 商业模式的重要性 / 15
- (三) 微信营销的商业模式 / 16
- (四) 微信的盈利途径 / 21





第三章 微信公众账号的基本使用

- (一) 微信公众平台简介 / 26
- (二) 微信公众平台的作用 / 26
- (三) 微信公众平台及公众账号的注册 / 27
- (四) 微信公众账号的功能 / 38
- (五) 微信公众账号使用注意事项 / 38
- (六) 二维码 / 40

第四章 微信营销能为企业做些什么

- (一) 微信营销是一种低成本的营销方式 / 46
- (二) 企业能否使用微信营销的考量 / 50
- (三) 微信营销能为企业做些什么 / 50
- (四) 企业如何做微信营销 / 54
- (五) 微网站、微落地（手机订货）系统开发 / 60
- (六) 微信营销服务提供商 / 65

第五章 微信营销的操作技巧

- (一) 开展微信营销前的思考 / 70
- (二) 如何打造微信营销团队 / 72
- (三) 微信营销的操作与步骤 / 79
- (四) 微信营销的实用技巧 / 87
- (五) 微信营销常用的七种推广方法 / 93
- (六) 微信营销的效果评估 / 95
- (七) 如何制定企业微信营销的绩效考核标准 / 100

第六章 微信营销在商业应用中的优势

- (一) 微信营销在商业应用中的五个优势 / 104
- (二) 微信营销有利于企业的营销分析 / 105

第七章 微信 5.0 促进微信营销的新发展

- (一) 微信 5.0 功能介绍 / 110
- (二) 微信 5.0 的八大隐性功能 / 117
- (三) 微信 5.0 支付方式 / 118
- (四) 微信公众平台订阅号主要功能和权限 / 118





(五) 微信公众平台服务号主要功能和权限 / 119

(六) 微信 5.0, 一盘很大的棋 / 120

第八章 浅海鱼食府微信营销案例解析

(一) 案例概况 / 124

(二) 浅海鱼食府的整合营销方案 / 125

(三) 浅海鱼食府微信营销的运作方法 / 128

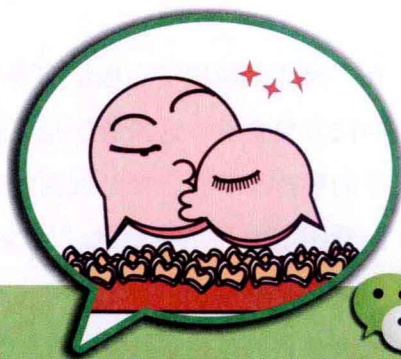
(四) 浅海鱼食府特色经营之主题活动 / 151

(五) 浅海鱼食府微信营销的小结 / 155



第一章

微信：市场营销的新利器





（一）浅海鱼食府试水微信营销

在广州珠江新城中心地带的赛马场食街一个不显眼角落里，有一家餐饮店叫浅海鱼食府。这家餐厅是广州晓景轩餐饮管理有限公司属下经营潮汕菜系的餐饮品牌，主要开展商务宴请、家庭朋友聚餐等业务。浅海鱼食府在经营困境中利用微信的“交友”特点开展营销，创造了新的商业模式并取得良好成绩。

浅海鱼食府是晓景轩餐饮管理有限公司接手的一家濒于破产的餐饮店，2013年1月开业，经营面积2000多平方米，有18间包房及大厅，共400多餐位。刚开始，新经营者换汤不换药，依然采用传统经营模式，结果生意入不敷出、深陷困境。后来，浅海鱼食府管理者联想到问世不久的微信——如果用微信做营销，是否能够改变命运呢？他们决定搏一搏，聘请具有微信营销专业运作经验的广州牛力文化传播有限公司策划并代运营。

浅海鱼食府微信营销精要

（1）通过各种途径对外引流，吸引大量用户关注。

①派单宣传，用二维码吸引关注。

②户外广告投放（户外、电梯广告、二维码宣传等）。

③线上炒作。

④发行电子代金券。

⑤推出电子二维码。

⑥线上抽奖活动。

⑦与美食网站合作（大众点评网等）。

⑧推出互推群。

⑨店内引流。

⑩通过微博对接，在浅海鱼食府企业微博里定期发布“关注微信”的相关活动，把关注人流量导入微信。

⑪通过微信大小号互导、查看附近的人、对外打招呼、分享好友圈等吸引关注。

⑫微信用户关键字搜索，添加关注。

（2）浅海鱼食府微信运营团队通过以下六种方式对关注用户分类，并对地域进行控制，实现精准的消息推送，保障了客户与浅海鱼食府的互动活跃性。

①微信公众平台消息推送。

②电子会员卡。

③互动。

④增加客户满意度。

⑤APP 手机应用。

⑥更好地为客户解决问题。

浅海鱼食府结合移动互联网媒体的有利条件，依靠微信营销手段的完美实施，不仅将原有老客户牢牢地掌握在手中，还吸引大量潜在客户加入，共同关注浅海鱼食府的经营，让食客更加信赖它。微信营销的效果十分显著，活跃的目标人群成为粉丝，让浅海鱼食府的微信公众平台持续释放巨大魅力。

经过半年实践，浅海鱼食府的生意变得风生水起，成功实现业绩倍增，从之前每日的营业收入2万多元直线上升到现在的5万多元，月营业额由之前的60多万元到目前的近200万元，成功实现了扭亏为盈。



挡不住的新鲜，挡不住的客流，挡不住的财源。从冷清到火爆，从亏损到盈利，浅海鱼食府经历了“冰火二重天”的际遇。“客似云来、财源滚滚”，如今已成了浅海鱼食府经营状况最恰当的写照。



（二）移动互联网现状

随着智能手机的普及以及基础电信企业话音捆绑数据流量套餐的推广，移动互联网得到了更加充分的发展。2013 年的 1~2 月份，移动互联网接入流量 17657 万 G，同比增长 53.2%，而手机上网是主要拉动因素（手机上网流量同比增长 70.5%）。工信部发布的《2013 年 2 月份通信业经济运行情况》数据显示：移动互联网用户总数达到 8.03 亿户，全国电信业务总额完成 1058.7 亿元。未来，移动上网消费将成为越来越多人群的生活消费习惯，中小企业也必将通过移动互联网获利。

腾讯作为国内电商巨头，也正是看到了移动互联网的发展趋势，因此推出微信抢占市场先机，快速引导客户关注。仅两年多的时间，微信注册用户已占目前移动互联网用户的一半，可谓一家独大。微信将与 QQ 一样，一步步占领市场并发展成为主流沟通工具，改变人们的生活方式，并对国内移动互联网产生巨大影响。



（三）微信与微信营销

1. 什么是微信

微信是即时通信服务的免费聊天软件。用户可以通过手机、电脑等快



速发送语音、视频、图片和文字。微信提供公众平台、朋友圈、消息推送等功能，用户可以通过“摇一摇”、搜索号码、附近的人、扫二维码方式添加好友和关注公众平台，同时微信用户可以将看到的、感受到的精彩内容分享到微信朋友圈。

2. 什么是微信营销

微信营销是网络经济时代企业对营销模式的创新，是伴随着微信的火热产生的一种网络营销方式。微信不存在距离的限制，用户注册微信后，可与周围已注册的“朋友”形成一种联系。用户可以按需要订阅信息或订购产品，商家通过“点对点”及“点对面”服务的营销方式，向用户提供所需信息或产品，以满足顾客的需要。



图 1-1

微信诞生于 2011 年 1 月，上线只有短短 2 年多时间，用户量已经超

过4亿。这种功能强大的新产品给人们带来了全新的科技体验：在日常生活中，微信不仅可以聊天，还可以查询信用卡账单、订酒店，所有APP的功能几乎都可以在微信公众平台上以很低的成本实现，是一种便捷、低成本的交际沟通工具；在商业中，它是一种成本低廉、功能强大的营销工具，在产品推广、品牌塑造、促进消费等方面有着重要作用。有关专家认为，微信将是移动互联网时代的一场革命。

3. 将微信营销用于市场推广

微信营销的出现迅速掀起了一场革命，它的营销理念和方法将与现存的所有营销形式都不相同。微信营销把通信、社交、平台三者合为一体，串起来形成微信特色。

微信营销是属于网络营销的繁衍物，随着“微时代”的到来，微博、微信、微电影逐渐被更多人接受和认可，成为人们日常生活中不可缺少的一部分。将微信手机客户端转移到电脑上，足不出户就能够锁定潜在客户人群，然后利用微信及时发送文字、图片、音频甚至是视频，将产品信息及时地对外推介，对潜在客户群进行企业宣传或者相关优惠活动推广等。微信营销势必让当今的人们对市场营销有了全新的理解，它将开辟一个新的市场营销时代。



图 1-2