



畅销书
精品推荐



玩转 微信营销

Wechat Marketing Handbook

占领年轻人的市场，就必须占领微信这块营销阵地

实战手册

熊涛 张兵 编著

错过微博，你不一定会后悔；错过微信，你一定会后悔！

先吃透微信营销，谁就占领了3亿人！

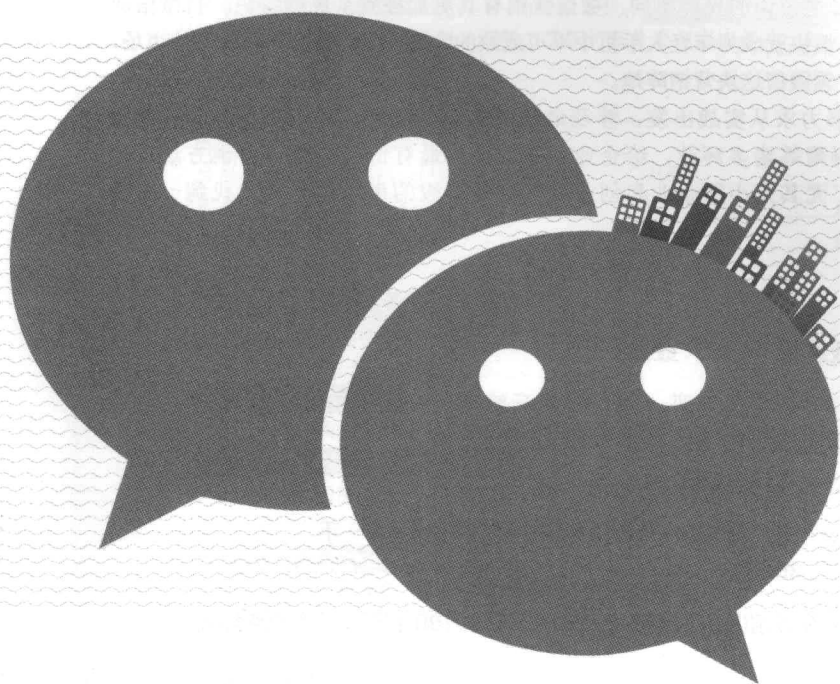
无实战，不营销！史上第一本微信营销实战书！不讲空话，只说干货！

从人气凝聚到营销开发，从客服设计到粉丝心理分析，43招搞定微信营销！

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

013071224

F713.36
867



玩转微信营销

Wechat Marketing Handbook

实战手册

熊涛 张兵 编著



北航

C1680166

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

F713.36

867

108170122

内 容 简 介

与微博营销的光环不同,微信营销有其更加独到亲民的特色。自微信应用推出后很快就成为年轻人手机中不可或缺的沟通工具。要占领年轻人的市场,就必须占领微信这块营销阵地。

本书力求从实战出发,涉及最基础的微信操作、营销活动、品牌建设和人气凝聚等诸多环节,给企业、品牌提供最有价值的微信营销方法。帮助企业,尤其是小微企业和创业者在日益严峻的市场竞争中,找到一条破冰之路。

图书在版编目(CIP)数据

玩转微信营销实战手册 / 熊涛,张兵编著. — 北京:
中国铁道出版社, 2013.9
ISBN 978-7-113-16867-4

I. ①玩… II. ①熊… ②张… III. ①网络营销—手册 IV. ①F713.36-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第139790号

书 名: 玩转微信营销实战手册
作 者: 熊 涛 张 兵 编著

策 划: 张亚慧
责任编辑: 张 丹
封面设计: 多宝格

读者热线电话: 010-63560056
特邀编辑: 赵树刚
责任印制: 赵星辰

出版发行: 中国铁道出版社(北京市西城区右安门西街8号 邮政编码: 100054)
印 刷: 北京大兴县新魏印刷厂
版 次: 2013年9月第1版 2013年9月第1次印刷
开 本: 710mm×1 000mm 1/16 印张: 11.25 字数: 204千
书 号: ISBN 978-7-113-16867-4
定 价: 28.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社发行部联系调换。



前言

每一个优秀的营销人都是一头嗅觉敏锐的狼，在他们的眼中，任何地方都有可能成为必争的战场。从电梯到厕所，从小区大门到健身房，营销的影子无处不在。自然，每一个新兴媒体的诞生，更是会引来无数营销人热切的眼光和期待。

微博的出现，曾经迅速引发了一场关于微博营销的热浪。而微博营销带来的余热尚未消散，微信的横空出世又给所有营销人注入了一剂兴奋剂。

从理论上讲，只要是能够吸引眼球，可以传递信息的地方，都能成为营销的阵地。微博也好，微信也罢，它们的共同点在于给企业带来了一个低成本运作的营销平台。于是，无数企业开始经营起自己的微博和微信来。

但是结果如何呢？

在我们调查的数百家企业中，超过98%的企业微博关注度寥寥无几，微信营销成果更是惨淡。

为什么

原因就是力量被分散了。



营销的第一原则就是稳、准、狠，尤其是对于品牌度和资本量本来就不大的企业来说，要想把微博和微信都搞好不太现实。况且，很多企业根本就没有一套完整的新媒体营销思路，只是找个员工随便在微博、微信上发发信息而已。敷衍的行为必然会带来敷衍的结果，你不对你的粉丝负责，你又怎能指望粉丝对你负责呢？

如果要做新媒体营销，就要认真做，这是成功的基础。微博or微信？

能够翻开这本书，看到这段文字，我们相信在你心中已经有了自己的选择。

的确，微信和微博的模式大不相同，微博偏重的是信息，是一种自上而下的传递。微博里最火的，永远都是名人、大V，他们动辄十几万上百万的粉丝，发一条消息，会有成千上万的转载量，但是我们会发现，数字上的好看，并不代表数据上的成长。

首先是粉丝的活跃度，微博水分太大，1万粉丝里除去花钱买的“僵尸粉”，再去掉不常上微博的人，也许只有几百人是活跃的。而这几百人也不是都能够看到你发送的信息，因为微博的信息更新速度太快，往往一条信息发出来以后，几分钟甚至几秒就被顶下去，到达率很低。

其次是微博粉丝的心态是猎奇，什么信息看看就过了，很难对它们产生诱惑度。

再次是微博的接口单一，缺乏和其他消费模式的链接。

微信来了

微信则与之相反，首先它的粉丝含金量高，拥有1000个微信粉丝，就相当于实打实地拥有这么多个活生生关注你的人，所以有人说，1000个微信粉丝的力量大于10万个微博粉丝。虽然有点夸张，但含金量的不同却是实实在在的。

其次，微信强调的是互动，从某种程度上来说它就是“走数据流量的彩信”，你发出的信息会一直存在好友手机上，只要对方持续关注你，那么你所发送的信息到达率几乎是100%。

再次，相比于微博，微信的接口和功能更加丰富。比如它的定位、摇一摇及漂流瓶功能都可以帮助我们寻找潜在客户。而且微信的公众账号还能通过电脑后台直接实现客服人员与客户的话。更方便的是微信还能嫁接支付系统，让在线下单成为可能。

所以，相比于微博，如果你更看重的是实打实的销售结果，我们更建议大家考虑微信营销。

如何去做

问题又出现了——很多企业、商户早就盯住了微信营销的阵地，可为什么效果却并不理想呢？

其中的原因很多，但最核心的就是很多企业还是传承着过去营销的思路，把微信营销简单地等同于产品信息的发送平台，以为所谓的微信营销就是做广告推送。广告推送没有错，但如果只



是广告推送，微信营销和短信群发有何区别？这样做的最终结果就是让对方反感，然后放弃关注，甚至对品牌失去兴趣！

我们不想说诸如微信会改变生活，微信会改变营销之类的话，因为这些改变，它已经实现了。

我们想说，对企业、商家来说，如何真正意识到微信的营销价值，找到其核心的运营理念，然后通过微信营销真实地收获客户，赚到每一笔该赚到的钱。

毕竟，抛开一切华丽的外衣，这才是营销的真实目的，不是吗？

编者

2013年6月

读者意见反馈表

亲爱的读者：

感谢您对中国铁道出版社的支持，您的建议是我们不断改进工作的信息来源，您的需求是我们不断开拓创新的基础。为了更好地服务读者，出版更多的精品图书，希望您能在百忙之中抽出时间填写这份意见反馈表发给我们。随书纸制表格请在填好后剪下寄到：北京市西城区右安门西街8号中国铁道出版社综合编辑部 苏茜 收（邮编：100054）。或者采用传真（010-63549458）方式发送。此外，读者也可以直接通过电子邮件把意见反馈给我们，E-mail地址是：sugian@tqbooks.net。我们将选出意见中肯的热心读者，赠送本社的其他图书作为奖励。同时，我们将充分考虑您的意见和建议，并尽可能地给您满意的答复。谢谢！

所购书名：_____

个人资料：

姓名：_____ 性别：_____ 年龄：_____ 文化程度：_____

职业：_____ 电话：_____ E-mail：_____

通信地址：_____ 邮编：_____

您是如何得知本书的：

☐书店宣传 ☐网络宣传 ☐展会促销 ☐出版社图书目录 ☐老师指定 ☐杂志、报纸等的介绍 ☐别人推荐
☐其他（请注明）_____

您从何处得到本书的：

☐书店 ☐邮购 ☐商场、超市等卖场 ☐图书销售的网站 ☐培训学校 ☐其他

影响您购买本书的因素（可多选）：

☐内容实用 ☐价格合理 ☐装帧设计精美 ☐带多媒体教学光盘 ☐优惠促销 ☐书评广告 ☐出版社知名度
☐作者名气 ☐工作、生活和学习的需要 ☐其他

您对本书封面设计的满意程度：

☐很满意 ☐比较满意 ☐一般 ☐不满意 ☐改进建议

您对本书的总体满意程度：

从文字的角度 ☐很满意 ☐比较满意 ☐一般 ☐不满意

从技术的角度 ☐很满意 ☐比较满意 ☐一般 ☐不满意

您希望书中图的比例是多少：

☐少量的图片辅以大量的文字 ☐图文比例相当 ☐大量的图片辅以少量的文字

您希望本书的定价是多少：

本书最令您满意的是：

1.

2.

您在使用本书时遇到哪些困难：

1.

2.

您希望本书在哪些方面进行改进：

1.

2.

您需要购买哪些方面的图书？对我社现有图书有什么好的建议？

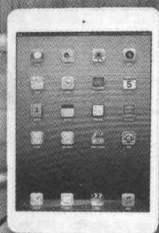
您更喜欢阅读哪些类型和层次的计算机书籍（可多选）？

☐入门类 ☐精通类 ☐综合类 ☐问答类 ☐图解类 ☐查询手册类 ☐实例教程类

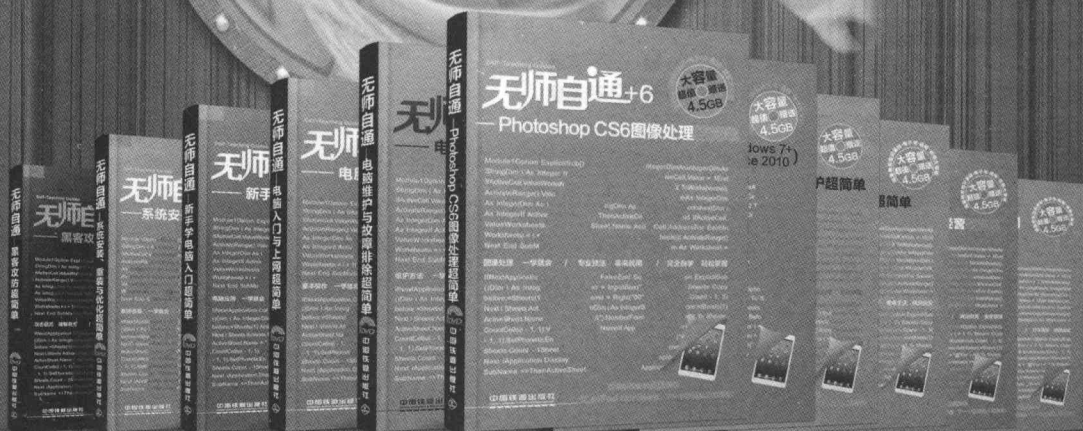
您在学习计算机的过程中有什么困难？

您的其他要求：

无师自通学电脑 『炫』彩生活乐无穷



iPad
mini
开始抽奖



学上网 逛淘宝 美容 开店铺……无师自通乐逍遥
版面清新内容实用的纸质图书+海量相关知识奉送的大容量超值DVD+精美护眼的全彩印刷



北航

C1680166

喜连连

中国铁道出版社“无师自通”系列精品图书展销

凡在活动期间购买我社“无师自通”系列图书，您就有机会获得苹果iPad mini时尚平板电脑，快快行动吧！

奖项设置：10名（苹果iPad mini 7.9寸平板电脑）。

抽奖时间：每季度抽取一次，前两次各抽取三名中奖名额，第三次抽取四名中奖名额。



目 录

第1章 不容小觑的微信营销	1
1 企业营销的“撒手锏”	2
2 什么样的企业适合微信营销	8
3 微信营销面临的问题	11
4 微信营销中的矛盾根源	16
5 微信营销的战略设计	19
6 微信营销发展模式	21
第2章 微信的基本使用技巧	27
1 营销，从注册微信开始	28
2 设计最具吸引力的微信介绍	31
3 微信公众账号的登录	35
4 实时消息与用户管理	37
5 群发消息与素材管理	39
6 设置和高级功能	41
7 利用好“查找附近的人”	43
8 让定位后的陌生微信用户愿意加你为好友	48
9 摇出来的新客户	51
10 不太适合做营销的工具	54
第3章 微信凝聚人气	60
1 微信营销的模式与观测参数	61



2 内容为王——确定客户的需求维度.....	65
3 确定需求——从了解客户基本情况开始.....	69
4 推送信息策划细节之问题与信息设计.....	75
5 推送信息策划细节之发送设计.....	81
6 排兵布阵：搭建团队分工须明确.....	85
第4章 关注度=影响力——开发实战攻略.....	90
1 吸引关注.....	91
2 什么样的活动吸引客户.....	96
3 将微信平台 and 团购活动结合在一起.....	100
4 吸引兴趣群体、同好会.....	105
5 精确你的关注群体.....	109
6 有重点地寻找客户.....	113
7 从免费服务到收费服务的引导.....	116
第5章 微信核心在于互动——客服实战攻略.....	122
1 设置智能自动回复.....	123
2 机械回复VS.人工回复.....	128
3 微信客服人员的基本培训内容.....	131
4 微信客服的工作流程.....	135
5 微信客服的日常工作制度.....	139
6 揣摩对方的心理需求.....	142
7 其他情况下促成销售的技巧.....	146
8 通过传递企业文化提升客户信赖度.....	150
第6章 微信营销实战案例.....	156
1 质重于量——精准定位粉丝.....	157

2 内容胜于营销，让粉丝依赖我们.....	159
3 持续活动VS.爆发性活动——利用特殊营销快速抢占阵地	161
4 设计最契合客户需求的微信内容.....	163
5 私密话题——互动为王.....	165
6 优势互补——将网络店铺与微信营销结合起来.....	167

Chapter 01

不容小觑的 微信营销

WEIXIN



1 企业营销的“撒手铜”

如果说一年之前你还不知道微博为何物是OUT的标志，那么现在不用微信的人，显然也有些落伍了。前段时间和朋友私下做过一个小规模的调查，发现我们身边拥有智能机的人几乎占到80%以上，而拥有智能机的人群中，在使用或者知道微信的人占到90%。其中年龄跨度也非常大，从15岁到52岁都有。

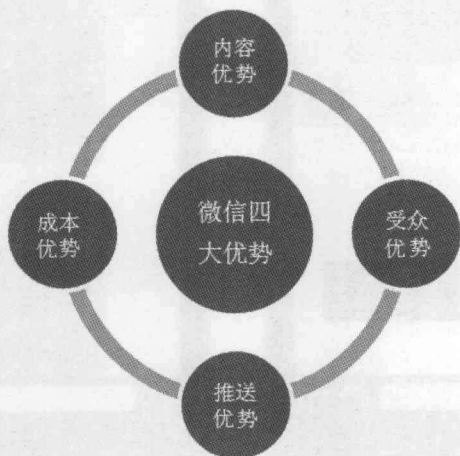
如果要用官方数据来说明这样一个使用群体有多庞大，那么只需1个数字就够了：2亿。这是2012年微信的缔造者腾讯公司给出的数据。而当时中国拥有智能机的人群大概是2.9亿，也就是说，10部智能机中，至少有7部安装了微信。

这么庞大的用户量，对于企业营销来说其价值不可估量。尽管很多人对微信营销并不看好，认为微信本身还存在如开放程度低、信息较为碎片化、商业兼容性有限等诸多问题，但笔者却认为，这一切的不足，在庞大的用户量面前都可以被忽略。

我们不能期待有一个工具或者渠道能够完美地对接企业营销，即便有那样的渠道，它也早已成为鸡肋，失去了利用价值。

就如同微博，最初它也并非是为了企业营销而设立的，但这并不妨碍目前诸多企业都把宣传、营销的阵地转移到了微博上。同样，正是因为微信产品本身有诸多不足，给一些企业设置了“门槛”，所以那些能够抓住机会的企业才能在各种营销手段已经“玩烂了”的今天收获一些突破。有时候，只需要那么一点点突破，就能够成就一个企业。

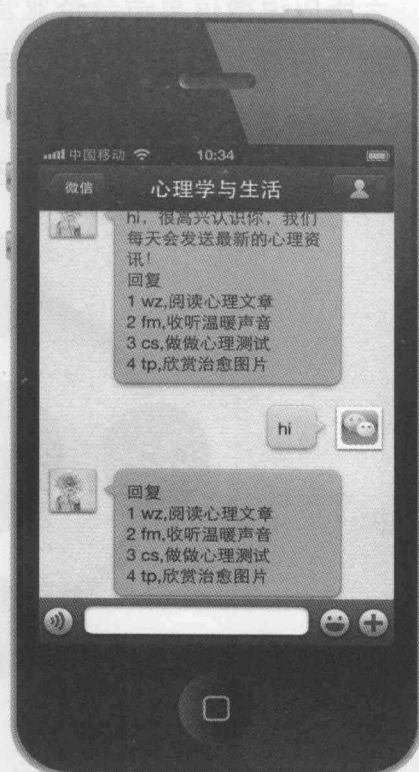
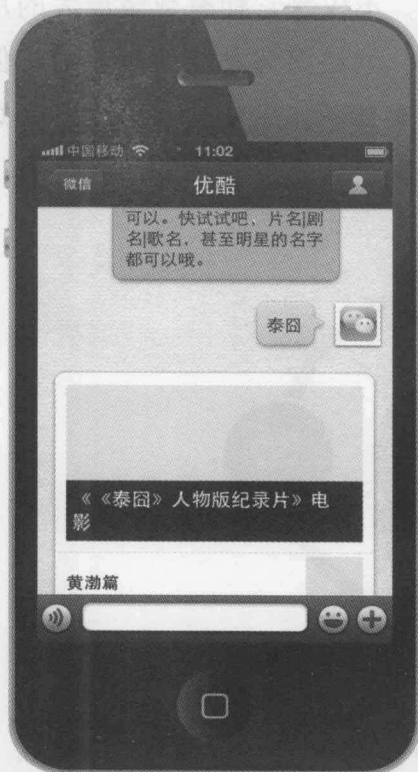
之所以说微信更适合企业营销，不仅是它拥有数量庞大的用户群体。只是从数量上来说，电视、网络媒体都能超越微信，但通过这些平台去做营销，有时候效果却不如后者，因为除了受众群体数量这一优势之外，微信还有更适合企业营销的四大优势。



(1) 内容优势

营销离不开信息的推送，信息推送的形式越灵活，内容越丰富，就越容易吸引消费者关注。为什么投放到电视里的广告费普遍高于纸质媒体（同等体量受众条件下），就是因为纸媒只能放置文字和图片，而电视则可以播放图片、文字及视频。

有人说微信其实就是手机短信，可事实上微信能够承载的信息量远远大于手机短信——文字、图片、视频乃至语音片段都可以成为微信传播的标的，而且这些信息可以在对方的手机中存留若干天，给受众带来的刺激度是持续的。



除了信息推送的功能，微信还拥有如下几项基本功能，而每一种功能都为企业营销提供了新的渠道，比如：

支持多人群聊：提供与客户互动交流讨论的平台

支持寻找附近的微信用户多人群聊：便于更有针对性地主动推送地域化信息

支持微博、邮箱、漂流瓶等多种插件：便于企业将微信平台对接其他营销接口

(2) 成本优势

往年过节的时候，很多人都习惯用手机短信拜年。但最近两年的春节，给我发短信的人明显少了，发微信的人多了。原因很简单，除了微信的发送更便捷，内容更丰富外，最重要的原因就是微信的发送成本非常低。



微信推送信息的成本到底有多低呢？以短信为例，要发送一条50字左右的短信是0.1元，如果是针对1000个受众群发就是100元。而微信是按照网络流量收费的，以移动用户为例，如果花5元包20MB的流量，即可发20万条50字的短信，其成本相差了400倍，具体见下表。