

微信营销与运营



[微信营销与运营_下载链接1](#)

著者:王易

出版者:机械工业出版社

出版时间:2014-1-1

装帧:平装

isbn:9787111446187

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。

作者简介:

王大恩（笔名：王易）

资深新媒体运营者和实践者，热衷于微信创业、营销和运营方面的研究和实践，成功策划和实施了多个微信营销案例，积累了丰富的经验。炒作网（chaozuowang.com）和微信通（wexintong.com）创始人，曾受聘于多家广告公司担任网络营销顾问，为企业提供网络营销方面的策划、咨询和诊断。著有畅销书《微信，这么玩才赚钱》，深受广大读者欢迎，是微信领域目前最有影响力的书之一。

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 微信公众账号的选择：服务号向左，订阅号往右 21

2.2.1 服务号与订阅号的区分，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 and 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
- 【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
• • • • •	(收起)

[微信营销与运营_下载链接1](#)

标签

互联网

营销

微信营销与运营

微信

微信营销

电子商务

思维

管理

评论

我甚至没脸说我读过它，为什么没有负分

kindle # 然而这并没有什么卵用…

更多是总结和技巧罗列 实质性的方案与技巧施行的剖析基本没有 入门看还可以
不适合作参考书

基本没有技术含量，就网络上现有的东西拼一拼

这本书的作者是有多喜欢《三十六计》，无数次引用。看完后还是有些干货，也就能看看案例；不过内容条理性不足，我画完导图，我自己都凌乱了。49元，是不是贵了。

需要实操后才知每个法子的有效性

只能比较初级和浅显

略过时。

废话蛮多的

没有太深的内容，也就是过一遍，学几个行内话，以后交流也好，汇报工作也好，用得

上，整本书偏于基础，内容偏营销，基本上是正确的废话，但是对于微信营销入门可以借鉴~

秋大推荐，个人感觉很一般哈。偏企业微信号的运营，可以借鉴的干货很少，关键是还没有清晰的定位。

2016

东拼西凑，没有干货

就是一个笔记，很浅显，不过对于写论文很好用……

一般般，并没有什么用。

扔。

一本教你怎么玩微信的书，没什么实质用。

不知所云，二道贩子，废话多多，浪费人类的时间和纸张。

很多启发。但是很絮叨。很多观点总是反反复复的提及。。繁冗过头儿。

还是虚了点，帮助我分清了订阅号和服务号的区别。

书评

因为工作的关系读了这本书，大获丰收之余有了诸多思考。从微信的诞生到微时代的到来，到微信营销的兴起，到公众平台的建立，只用了短短两年不到的时间！微信吸纳网民6亿人！订阅号、服务号、朋友圈、游戏、语音、微视、支付、扫一扫、摇一摇等功能的逐渐完善，让微信成为互联...

期一位朋友开始运营自己的公众号，但是粉丝增长十分缓慢，以至于她非常的抑郁。跟我抱怨说：“为什么网络上那么多的牛人，说起运营来侃侃而谈，可能实际上他并没有什么值得称道的成功案例呢”。我回答说：“侃侃而谈本身就是一种运营，能够建立自己的个人品牌，这样一来慢慢的...

作为微信运营从业者和微信使用者，用并不长的时间通览了此书，之后还有过偶尔翻一下，因为这本书更像是字典那样的工具书，它能给我最基本的思路 and 提示，还可以结合实际案例来说明，却没有能把事情说到点儿上。而所谓的说到点儿上几乎是不可能的，作为微信运营和营销类书籍， ...

30、工作是做不完的，忙里偶尔偷会闲；人生是过的完的，千万别让忧伤伴；夏去秋来又一年，年年祝福不曾断。祝你每天都有好心情。 31、万水千山总是情，你在那头，我在这头，默默的祝福，深深的思念，就让清风捎去我的问候，一切都未曾改变，你永远是我的牵挂！ 32、走过山...

微信营销怎么做的100种方法与技巧 42、茫茫人海中相遇，本就是一种缘分，请珍惜友谊；纷乱生活中奋斗，本就是一种勇气，请热爱生活；电话书信叙牵挂，本就是一种情感，常回家看看。愿你友谊长青朋友多，生活多彩快乐多，家人安康幸福多，吉祥如意好运多！ 43、秋天到了， ...

36、脚步匆匆，别忘了最初的梦，让奋斗在希望途中；生活旅程，别丢下开阔的心胸，让幸

福用快乐填充；百态人生，别漠视人性的感动，让友谊用真情相拥。老朋友，记得用心生活，愿你幸福每一分钟！ 37、
想看你嘴角上扬，用快乐的微笑击败一切烦恼；想听你倾诉心声，用希望的火...

为了方便大家更好地认识和避免微信营销的误区，我们来看一个口诀。
微信营销要做好，十个误区要记牢。粉丝数量不重要，有效用户是块宝。
机器人来无限好，可惜互动让人恼。App运营成本高，还是微信来得好。
过度营销不可要，造成骚扰客户跑。别把推送当必要，用户阅读...

本书主要从微信商业价值，微信运营，微信营销，微信实践案例四个角度分析如何玩好微信。内容介绍过于冗余，象流水账一样讲如何运营微信如何营销微信事无巨细一一道来。很少谈及谈产品思维 and 用户思维。内容较为浅显适合初级玩家阅读，书中的微信运营及营销方式确实为微信现...

微商怎么样做推广引流快速加人的100种方法与技巧 34、
丝丝眷念，随着红叶渐渐浓；淡淡愁帐，轻轻飘荡秋风中；种种牵挂，满满斟了一酒觥；
声声祝福，短信替我来传送；祝你平安幸福健康！ 35、
枫叶的英姿摇曳天空的微笑，走过的长路有你不再单调。斜月的银辉如我的思念洒遍每
...

从微信的功能到微信订阅号的阐述，还是比较详细的。个人理解微信其实就是一个渠道，这个网络渠道有很多渠道无法比拟的优点。可以将网络渠道微信、微博、贴吧、群等纳入到营销管理当中，可将网络渠道划分为售前管理、售中管理、售后管理，满意度管理，策划推广管理，附加服务管...

[微信营销与运营_下载链接1](#)