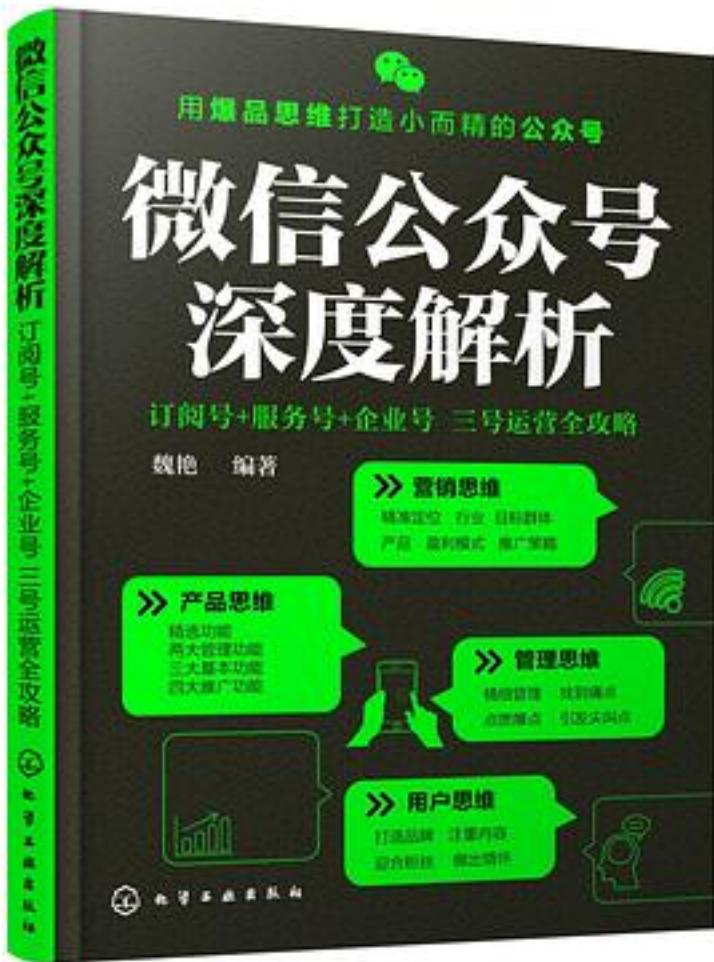


# 微信公众号深度解析



[微信公众号深度解析 下载链接1](#)

著者:魏艳

出版者:化学工业出版社

出版时间:2017-5

装帧:平装

isbn:9787122281685

本书是一本微信公众号营销的教科书，全方位揭秘了微信订阅号、微信服务号、微信企业号三大类型账号的运营管理策略和技巧，有助于企业构建一套全新的微信公众号营销

体系，打造一个移动端的商业帝国，是企业和微商必读的微信公众号营销和运营宝典。

《微信公众号深度解析：订阅号+服务号+企业号三号运营全攻略》突出了“新”、“全”、“实战”三大特点，阐述了微信公众号在新形势下的现状、发展趋势和三大类型；微信公众号在企业营销中的优势、功能、定位等。并根据实践，本着实用性原则，分别介绍了三种具体的微信公众号类型，订阅号、服务号和企业号，以及相互之间的区别、关联。能够帮助企业快速定位自己，构建专属自己的微信营销体系。

作者介绍：

魏艳，知名外企销售员，拥有带团队和营销的多年实战经验。长期从事各种与企业有关的营销策划、产品推广与调研工作，具有丰富的营销实战经验。同时为多家媒体撰写财经稿件，编写的《微信公众号营销一本通》已经上市，深受读者欢迎。

## 目录: 第1章 趋势：微信营销正在步入新阶段 1

- 1.1 微信营销红利殆尽，纵深发展才有出路 / 2
- 1.2 纵深发展，关键在于做好公众平台 / 4
- 1.3 单号运营已过时，未来是打好“组合拳” / 9
- 1.4 三大类型公众号如何分工与搭配 / 12

## 第2章 优势：微信公众号营销的五大优势 15

- 2.1 优势1：实现精准化营销 / 16
- 2.2 优势2：承载海量的信息 / 19
- 2.3 优势3：推广形式多元化 / 20
- 2.4 优势4：大大降低营销成本 / 23
- 2.5 优势5：与用户互动更有效 / 24

## 第3章 功能：微信公众平台的主要功能 28

- 3.1 三大基本功能：信息要能“送”出去，还能“收”回来 / 29
- 3.1.1 群发功能：如何向用户推送信息 / 29
- 3.1.2 自动回复：如何利用回复信息进行互动 / 33
- 3.1.3 自定义菜单：精准化、个性化推送 / 39
- 3.2 两大管理功能：素材和用户，一个不可少 / 48
- 3.2.1 素材管理：好的素材是吸引用户的 / 48
- 3.2.2 用户管理：高质量的用户是营销的根本 / 54
- 3.3 四大推广功能：推销更有效、更赚钱 / 58
- 3.3.1 广告主：将广告嵌入推送信息中 / 58
- 3.3.2 流量主：增加推送信息的阅读量 / 61
- 3.3.3 用户分析：用户需求的“风向标” / 66
- 3.3.4 图文分析：根据用户喜好调整推送内容 / 67

## 第4章 定位：打造一个成功的微信公众号 71

- 4.1 定位行业方向：公众号一定要有行业特色 / 72
- 4.2 定位目标需求：面向什么人群一定要明确 / 74
- 4.3 定位核心产品：卖什么就主打什么消息 / 78
- 4.4 定位盈利模式：所有的盈利都要从模式做起 / 80
- 4.5 定位推广策略：走向市场的第一步 / 86

## 第5章 运作：订阅号、服务号的权限与接口管控 95

- 5.1 订阅号：信息洪流中的自媒体平台 / 96
- 5.1.1 申请主体分析 / 96
- 5.1.2 权限与接口 / 97
- 5.1.3 营销价值 / 101
- 5.1.4 具体运用 / 103
- 5.1.5 运作模式 / 107
- 5.2 服务号：构建企业完善的服务体系 / 108

5.2.1 申请主体分析 / 108
5.2.2 权限与接口 / 109
5.2.3 营销价值 / 113
5.2.4 具体应用 / 114
5.2.5 运作模式 / 116
5.3 订阅号与服务号的区别 / 119
5.4 订阅号如何成功升级为服务号 / 123
第6章 管理：打造“阅读体验”至上的订阅号 125
6.1 运营订阅号：做好内容是王道 / 126
6.2 内容来源：善于整合把好“信息源”关口 / 128
6.3 内容定位：无定位，不营销 / 133
6.4 内容标题：不可忽视的点睛之笔 / 135
6.5 内容编排：只会写还不够，还要会编 / 139
6.6 发布技巧：不会发布同样无人关注 / 142
第7章 管理：打造“完美服务”为中心的服务号 146
7.1 服务号：社会化服务平台 / 147
7.2 企业对接CRM管理的新入口 / 149
7.3 移动客户端的另类App Store / 152
7.4 打造高体验的终端推广 / 154
7.5 打造移动电商的服务体系 / 158
第8章 管理：打造企业场景化应用服务的企业号 163
8.1 企业号：打造企业内部的微信“朋友圈” / 164
8.2 较之订阅号、服务号，企业号的4大特点 / 166
8.3 管理：微信企业号的功能介绍 / 169
8.3.1 通讯录 / 169
8.3.2 应用中心 / 171
8.3.3 服务中心 / 172
8.4 管理：微信企业号的接口分析 / 173
8.5 运作模式：依靠第三方的辅助 / 177
第9章 展望：未来公众号发展方向 180
9.1 小而美：公众号是“碎片化”的产物 / 181
9.2 垂直化：平台化运作是错误的 / 186
9.3 爆发点：大数据操作，找到爆发点 / 190
9.4 关系为王：重视用户关系比什么都重要 / 193
9.5 直接收费：向用户收费将是未来大趋势 / 196
9.6 马太效应：防止订阅号进一步分化 / 197
· · · · · (收起)

[微信公众号深度解析](#) [下载链接1](#)

## 标签

运营

微信公众号基础知识

互联网

微信公众号

纸质

图书馆

科普教辅

知识类-计算机/电商/人工智能

## 评论

工作需要看的微信营销相关书，基本功能讲得挺清楚，内容里有几点也可以参考试用，有些则不适合一般中小企业操作，看看就算。

-----  
对于新手来说还是有一定入门作用的 可以宏观上了解一下它的使用方法  
还有一些小技巧 具体操作还是要看个人

-----  
还行，适合简单了解一下。

-----  
技术性的分析较多，也有一些值得学习的观点

-----  
要的干货不多，内容有些啰嗦，但对于个人的订阅号有可取之处

-----  
比较浅的书，也很新。看得快的话可以一天看完。整体有一些可取之处，但不觉得干货很多。如果经费多的话，可以买来看看，作参考书吧。以三大号特点，区别做文章，并举作者觉得做得典型的公众号。发现有个别错误，部分公众号找不到。这里提到的要做

服务号还是订阅号，必须先做订阅号的建议可参考。且提到，订阅号可升级成服务号，保留发送数量权力。做小，做精，做垂直化运营，及做大可发展微信、QQ群的概念可接入。本书看过，可以做笔记罗列认为可取之处。

-----  
因为朋友做微商，我很少再看朋友圈了。这本是给微商们很好的建议

-----  
电影有骗钱的电影，书籍也有，这本便是。

[微信公众号深度解析 下载链接1](#)

书评

-----  
[微信公众号深度解析 下载链接1](#)