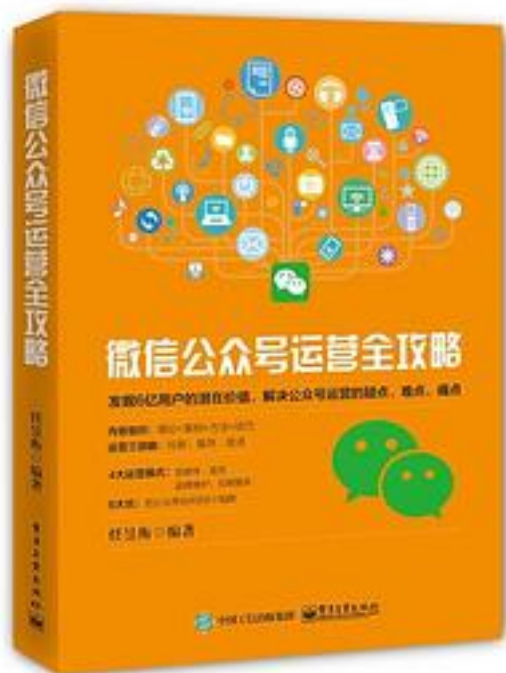


微信公众号运营全攻略



[微信公众号运营全攻略 下载链接1](#)

著者:任昱衡

出版者:电子工业出版社

出版时间:2016-11

装帧:平装

isbn:9787121300066

试问，你对微信公众号的了解有多少？你知道微信公众号的商业价值吗？你能顺利开通并为你的微信公众号起名吗？你知道微信公众号应当如何定位吗？你能有效吸粉，快速聚集你的目标受众吗？你知道微信公众号的盈利模式吗？这一切的答案，尽在《微信公众号运营全攻略》。

以微信公众号定位为例，运营者首先要搞清楚自己运营微信公众号的目的是什么，才能做出精准定位。运营微信公众号的目的不同，运营模式就不同。微信公众号的运营模式一共有四种：一是吸粉 内容的自媒体模式；二是吸粉 卖货的卖货模式；三是宣传窗口 舆论通道的品牌模式；四是维护老客户的后勤模式。

本书讲述了微信从注册到运营的整个过程，大量成功案例的实战经验以及操作技巧将为

微信公众号运营者节约前期摸索时间，规避已知风险，提高微信运营工作的效率。

作者简介

作者介绍:

任昱衡：副研究员、高级电子商务师，高级工程师，中国电子商务协会电子商务研究院副院长、中国移动商务协会（筹）副理事长，兼任国务院国资委商业信用中心、国家信用中心专家，中国社会发展研究院研究员，中国电子商务协会专家，湖北省电子商务发展联合会筹委会副秘书长，在多所重点高校担任客座讲师，负责讲授电子商务专业本科及部分研究生课程。主持国家电子商务行业相应标准的编写工作和多个世界500强企业的电子商务项目，获得中国科学技术协会、中国社科院、中国信息经济协会*专项研究成果一等奖多次。

目录

目录: 第1章 微信公众号是座金山 //	1
1.1 微信体量大，7.61亿用户，中国第二 //	1
1.2 整合QQ空间 搜狗 微博 N相关方 //	4
1.3 开放平台：工具和插件随你用 //	5
1.4 移动社交平台：强关系 弱关系，一网打尽 //	9
1.5 商业闭环：发布 传播 咨询 下单 支付 售后 //	11
1.6 50万公众号用户，千万级年收入 //	13
1.7 小县城的本地微信14天吸粉7万 //	15
1.8 小米9个客服，回复100万粉丝/天 //	18
第2章 公众号四大运营模式 //	21
2.1 自媒体模式：吸粉 内容 //	21
2.2 卖货模式：吸粉 卖货 //	25
2.3 品牌模式：宣传窗口 舆论通道 //	27
2.4 后勤模式：维护老客户 //	29
2.5 逻辑思维公众号卖什么火什么 //	33
2.6 不是papi酱的自媒体如何生存 //	37
2.7 经典绘本的卖货模式 //	39
第3章 公众号的申请与查询 //	41
3.1 如何让申请公众号变得容易 //	41
3.2 选择订阅号还是服务号 //	44
3.3 如何查别人做的公众号关注量 //	47
3.4 如何研究并克隆公众号达人 //	49
3.5 从一个公众号的崛起看引路人的价值 //	54
第4章 公众号的规划与取名 //	60
4.1 需求定位：解决什么需求 //	60
4.2 价值定位：为用户带来什么差异化价值 //	62
4.3 优势定位：你比竞争对手好在哪里 //	65
4.4 怎样给你的微信公众号取名 //	69
4.5 用户画像：性别 年龄 收入 学历 城市 //	74
4.6 一句话形容公众号定位 //	78
第5章 公众号运营的6个大坑 //	81
5.1 方向不对：向移动互联网运营人士推送心灵鸡汤 //	81
5.2 质量低劣：发一些烂大街的文章 //	85
5.3 转发为主：没有灵魂的文章，不看也罢 //	87
5.4 吸粉机器：把公众号当成一切流量来源 //	89
5.5 广告机：把握不好广告的“度” //	93

5.6 水分太大：眼里只有粉丝数 //	102
5.7 非原创渠道：博客 百科 社交媒体 新闻客户端 对手公众号 //	108
5.8 原创渠道：搜2小时资料 挖掘要点 创作 总结 //	111
第6章 如何让公众号变成流水线模式 //	117
6.1 大规划：提前准备30天的内容 //	117
6.2 推送多样化：文字 图片 语音 视频 互动游戏 //	118
6.3 如何招募写手去创作 //	121
6.4 如何与同行互推去增长粉丝 //	123
6.5 时间设置：同一时间推送，粉丝到点就看 //	126
第7章 让粉丝忍不住去点击的7大标题 //	130
7.1 私密：我可以偷看女生的手机吗 //	130
7.2 权威：清华校长履新前最后演讲：平庸与卓越的差别 //	132
7.3 疑问：产品经理范冰冰做对了什么 //	134
7.4 情绪煽动：90后的创客们玩新招，再不关注市场就被抢光了！ //	137
7.5 利益诱惑：身价千万背后的生意经 //	139
7.6 共鸣话题：天津上班族那些事，赶紧对号入座 //	141
7.7 热点内容：男票当找宋仲基的6点原因 //	143
第8章 种子用户及吸粉方法 //	146
8.1 种子用户期：愿意分享 主动转发 经常互动 //	146
8.2 种子用户的质量比数量更重要 //	149
8.3 首批100个种子：同业合作伙伴 //	153
8.4 邀请机制：邀请大咖，发挥明星效应优势 //	154
8.5 如何让执行更有效率 //	155
第9章 初始用户期吸粉方法 //	161
9.1 初始用户期：绑定擅长渠道 //	161
9.2 设计KPI，让目标量化 //	164
9.3 微信群吸粉方法 //	167
9.4 QQ群吸粉方法 //	170
9.5 QQ空间吸粉方法 //	172
9.6 软文推广：原创文章 各大媒体平台发布 //	173
第10章 用户增长期吸粉方法 //	176
10.1 用户增长期：互推 联盟 //	176
10.2 小号导大号：通过小号互动为大号引流 //	179
10.3 订阅号互推：找相关号，每周互推 //	180
10.4 加入微信公众号小联盟 //	184
10.5 微博大号推广 //	185
10.6 活动推广：发起活动，赠送折扣礼品 //	187
第11章 利用大数据分析运营效果 //	193
11.1 你是有数据感的人吗 //	193
11.2 如何对数据正确解读 //	195
11.3 大数据有哪些来源 //	197
11.4 如何看微信后台公众号数据分析 //	199
11.5 粉丝增长来源分析 //	202
11.6 大数据图文阅读分析 //	204
11.7 大数据转化率分析 //	207
第12章 资源积累：背靠大树或成为大树 //	210
12.1 综合性联盟：普遍性撒网，重点性合作 //	210
12.2 行业性联盟：多支持、多围观 //	213
12.3 自建联盟：整合资源，做流量平台 //	214
12.4 如何组织线下活动 //	215
12.5 如何撰写行业文章 //	217
第13章 粉丝互动：如何让粉丝愿意一直跟随 //	221
13.1 确定平台调性：差异化 人性化 //	221
13.2 备料：千万百计找内容 //	223

13.3	如何设置关键词自动回复 //	225
13.4	如何发送文章总目录 //	227
13.5	活动策划：免费赠送 干货 奖品 //	228
13.6	及时回复粉丝 //	231
第14章	如何通过软文植入盈利 //	234
14.1	植入广告的盈利方法 //	234
14.2	“蛇头虎尾”模式，切忌开门见山 //	237
14.3	由浅入深，提高受众卷入度 //	238
14.4	抓住近期热门事件 //	240
14.5	文章内容一定要有料 //	242
14.6	植入软性广告时机 //	243
14.7	配上图片给文章添色彩 //	244
14.8	60后大哥靠一篇软文年入500万案例解析 //	246
第15章	如何通过线下活动盈利 //	249
15.1	寻找冠名广告商 //	249
15.2	收取活动报名费 //	250
15.3	向VIP用户收费 //	253
15.4	如何寻找活动场地 //	254
15.5	如何策划一个成功的线下活动 //	255
第16章	自营微店或代发微店 //	258
16.1	如何寻找安全、性价比高的货源 //	258
16.2	如何选择物流平台 //	260
16.3	如何对微店产品进行推广 //	262
16.4	如何进行关联产品推广 //	263
16.5	通过公众号，月入过万的网红微店 //	265
• • • • •	(收起)	

[微信公众号运营全攻略_ 下载链接1](#)

标签

微信

评论

全都是片儿汤话。。。

[微信公众号运营全攻略_ 下载链接1](#)

[微信公众号运营全攻略 下载链接1](#)