

早该这样运营公众号



[早该这样运营公众号 下载链接1](#)

著者:李一环

出版者:北京联合出版公司

出版时间:2017-7

装帧:平装

isbn:9787559604019

为什么你的公众号没有热度？

为什么你的公众号增加粉丝困难？

为什么你的公众号粉丝不愿意转发？

为什么你的公众号花了钱却没有得到应有的效果？

随着微信公众号的发展，越来越多的传统企业加入到这场新型的营销战中。如何避免上述问题的出现，是传统企业需要重点关注和思考的内容。

《早该这样运营公众号》一书从微信公众号的运营和营销两方面进行解析，内容包括了公众号的取名、文章的选择及排版、文章内容的撰写、增加粉丝的运作技巧及公众号的变现方法等多个方面，通过作者的亲身经历和对具体案例的详细解读，为读者和企业提供了有益的参考。

作者介绍:

李一环

103万阅读量文章作者

新媒体营销专家

“解读营销”公众号创建人

专注销售动作和消费者行为研究、新媒体营销、销售体系打造、企业销售系统定制咨询、大客户销售、销售话术萃取、销售团队经验萃取等。

拥有十余年上市公司的营销管理经验，历经一线销售、销售管理、营销总监、品牌营销等工作内容，在消费者行为和消费者购买模式方面具有独到见解。

李一环理念：让企业的营销在市场中更具有竞争的力量。

目录: 第一章 微信公众号的发展趋势解读

- 一、微信公众号的现状和未来／ 003
- 二、未来已来，传统企业营销到了新阶段／ 007
- 三、微信改变用户行为习惯，并对营销方式产生影响／ 011
- 四、未来微信公众号是传统企业的天下／ 020

第二章 三种公众号运营的不同方式

- 一、公众号专业的运营方式：大手笔，很烧钱／ 027
- 二、公众号业余的运营方式：慢慢来，小投入／ 030
- 三、专业加业余的运营方式：全员参与营销／ 032

第三章 微信公众号—好名称等于成功了一半

- 一、微信公众号的名称定位决定成败／ 037
- 二、给公众号做好用户画像是关键／ 039
- 三、取有关注度的名字要考虑三个维度／ 046
- 四、起一个让目标陌生人一看就想关注的名字／ 049

第四章 微信公众号文章的选择及排版技巧

- 一、让粉丝多看多转发，转发为王／ 055
- 二、文章主题取材多样化的重点核心：停留度／ 060
- 三、发两篇、四篇、六篇、八篇内容的先后顺序及排版原则／ 062

第五章 如何撰写有阅读量的文章

- 一、有吸引力和阅读量的标题决定打开率／ 069

二、原创和伪原创文章运用有方法／	078
三、前言、色彩、结构的排列增加好视角／	082
四、写 10 万 + 浏览量的文章信息来源：好内容／	091
五、视频、音乐、图片等的运用扩展全触觉／	104
第六章 增加转发和增加粉丝关注人数的策略	
一、情感为王，打动粉丝内心情感，使之自动转发／	117
二、文章后缀设计暴增粉丝增加关注度／	123
三、零成本快速增粉丝：成本为王／	131
四、借趋势助力传播，让公众号名利双收／	135
五、线上线下多渠道同步暴增粉丝／	138
第七章 增加粉丝最难的三个阶段运作技巧	
一、粉丝的数量决定着我们的台阶／	143
二、关注人数在 0~1000 人的种子粉丝运作策略／	146
三、关注人数在 1000~5000 人的影响粉丝运作策略／	148
四、关注人数 5000~10000 人的扩大粉丝运作策略／	152
五、让粉丝快速裂变，暴增粉丝／	153
第八章 微信社群与全方位自媒体运营策略	
一、从公众号用户到个人微信好友：让弱关系变强关联／	159
二、运用微信社群和“五缘文化”：促进情感和利益驱动／	160
三、制定微信群规和设定管理员：无规矩不成方圆／	161
四、微信群主题讨论方法和总结传播：内容沉淀传播／	163
五、微信群运营的三大本质思维：民主、平等、开放／	165
第九章 公众号营销变现的技巧	
一、社群和微课资源整合运作：收费群／	169
二、适合的变现的产品选择标准：产品为王／	171
三、传统企业和个人变现的策略：利润为王／	172
四、变现渠道选择的核心重点：区别选择／	176
五、微信公众号营销活动策略：不反感的营销／	177
六、让用户主动寻找购买产品的方法：坐等赢利／	185
七、全方位自媒体策略举例／	186
第十章 对 103 万阅读量文章的解析	
一、对文章标题的分词解析／	193
二、突出热点，提升文章阅读量及转发量／	194
三、巧用文章排版方法吸引粉丝关注／	196
四、通过分析阅读量总结经验、提高水平／	197
• • • • •	(收起)

[早该这样运营公众号 下载链接1](#)

标签

营销

知识类-计算机/电商/人工智能

数字营销

中国

评论

其实我在想，公众号究竟对社会有什么重要的作用和意义呢？之前我也是很疯狂地看公众号，但是就现在而言，我已经基本上不看公众号了。感觉没什么新意，也没有什么刺激点。

对于公众号初步了解

对最近自己的工作和论文都有实际的借鉴作用。

太浅显了，只是简单罗列了公众号的运营办法，例子有些过时了。

要想在一个日新月异的领域写一本总结性的书是很难的，很容易过时。作者传授了一些自己总结出来的运营经验，很实在，在今天看来也是值得借鉴的，尤其是对于传统企业来说。当然最重要的还是不停地向鲜活的当下学习。

[早该这样运营公众号_下载链接1_](#)

书评

[早该这样运营公众号_下载链接1_](#)