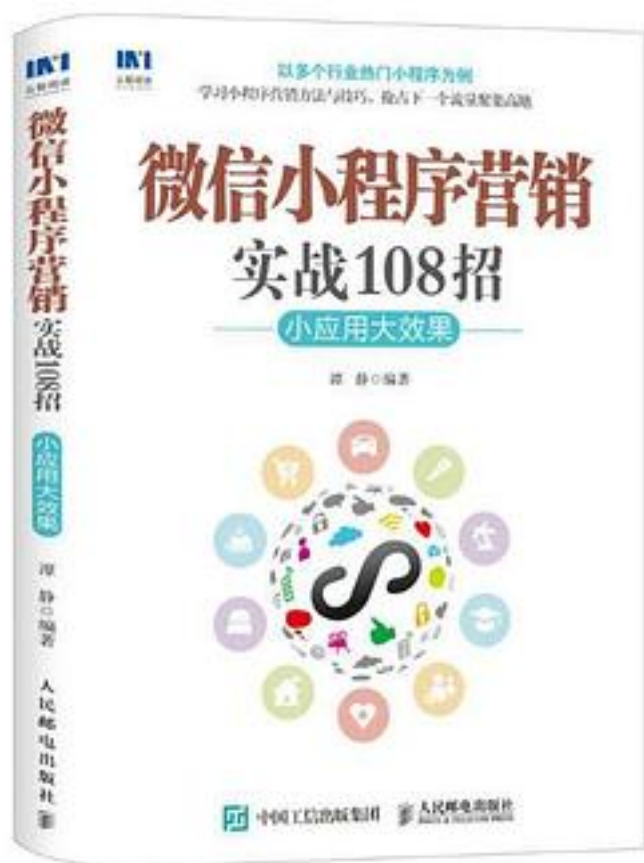


微信小程序营销实战108招：小应用大效果



[微信小程序营销实战108招：小应用大效果_下载链接1](#)

著者:谭静

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2018-8

装帧:平装

isbn:9787115482877

本书围绕微信小程序营销主题，通过108个营销技巧，帮助读者快速掌握小程序的营销方法及策略。全书共10章，分3大模块阐述小程序营销：首章~3章介绍小程序的注册、审核、发布及功能设置等内容；第4~7章讲解如何通过内容营销、平台营销、视觉营销、搜索优化等营销策略为小程序吸引用户、提高使用率；第8~10章讲解如何通过优质的内容和精致的用户体验提高用户黏性、牢牢留住用户，实现转化。

全书不讲复杂的理论概念，只讲简单有效的实战技巧，可读性强。本书结构清晰，内容丰富，语言简洁，适合小程序营销和运营人员阅读。

作者介绍:

谭静

传统营销与互联网营销实战型达人，熟谙营销行业，有十多年一线营销推广和营销管理经验。擅长微信运营，如引爆流量、打造品牌、促进成交等。

目录: 第1章 设计须知：12条规则，打造爆款小程序

- 001 选择合适领域／2
- 002 善用网络资源／3
- 003 提供应用场景／4
- 004 重视登录体验／6
- 005 理顺操作流程／7
- 006 嵌入O2O 模式／11
- 007 突出重点内容／12
- 008 注重视觉效果／14
- 009 体现功能的实用性／18
- 010 提高用户参与度／19
- 011 适时更新升级／20
- 012 解决异常情况／21

第2章 注册事项：8个要素，教你获取小程序

- 013 了解注册范围／24
- 014 找到注册入口／25
- 015 熟悉注册流程／28
- 016 完善注册信息／32
- 017 正确填写名称／34
- 018 选择并设置头像／35
- 019 明确服务范围／36
- 020 做好信息介绍／37

第3章 审核流程：8个步骤，快速发布小程序

- 021 了解审核内容／39
- 022 检查开发项目／41
- 023 上传release 版本的代码／44
- 024 提交要审核的代码／52
- 025 填写“提供测试号”／54
- 026 填写“配置功能页面”／54
- 027 等待最终的审核结果／55
- 028 通过审核并提交发布／56

第4章 营销方式：12种方法，让营销赢在起点

- 029 社群营销：以点及面扩大影响／／61
- 030 微信营销：互动服务，提高回报／62
- 031 口碑营销：通过好评引来流量／66
- 032 内容营销：优化内容，增强吸引力／68
- 033 用户营销：根据需求精准宣传／70
- 034 饥饿营销：控制供应，刺激需求／72
- 035 话题营销：紧贴热点，有效宣传／73
- 036 扫码营销：移动宣传，加快转化／76
- 037 O2O 营销：打破限制，深度结合／79
- 038 借力营销：借助外力达成目标／81
- 039 品牌营销：搭建品牌营销网络／82

040 社会化营销：借助互动摸准诉求／	84
第5章 营销策略：8个举措，获得最佳营销效果	
041 尽早发布认证小程序／	88
042 引导用户分享小程序／／	93
043 用微信群推广小程序／	94
044 连接小程序和公众号／	95
045 在应用市场宣传小程序／	100
046 借力“小程序数据助手”／	102
047 通过小程序平台连接用户／	103
048 提供特定场景，提高使用率／	104
第6章 吸粉引流：16种方式，轻松拥有超高人气	
049 微信引流：掌握移动端第一入口／	108
050 QQ 引流：学会巩固社交阵地／	109
051 今日头条引流：深挖需求，带动传播／	113
052 二维码引流：扫码送礼，“码”到成功／	114
053 百度引流：善用流量大的入口／	116
054 微博引流：裂变传播实时信息／	119
055 视频引流：信息直观，效果明显／	122
056 Wi-Fi 引流：争夺热门移动端入口／	123
057 论坛引流：参与互动，精准营销／	124
058 APP 引流：通过应用引流／	125
059 支付引流：深挖移动金融流量／	127
060 电视引流：结合热门节目宣传／	128
061 邮件引流：借由通信打通入口／	129
062 阿里引流：借由B2B加大宣传／	131
063 利用@ 引流：主动“爱他”，有针对性／	132
064 知乎平台引流：兴趣平台，精准引流／	136
第7章 搜索优化：8条途径，让小程序排名靠前	
065 学会预测关键词／	142
066 自定义热门关键词／	143
067 增加关键词使用频率／	146
068 有效添加长尾关键词／	149
069 积极争取用户的好评／	151
070 通过链接增加人流量／	153
071 从用户的角度评估内容／	156
072 从对手的角度评估内容／	158
第8章 内容生产：12个要点，持续产出王牌内容	
073 将情感作为切入点／	161
074 通过惊喜拉近距离／	162
075 真实，以增加认可度／	164
076 做好内容策略定位／	165
077 进行内容的“装修”／	167
078 学会多次包装内容／	169
079 促进用户自产信息／	170
080 及时测试反馈内容／	171
081 积极培养用户习惯／	173
082 制定长期运营方针／	175
083 通过互动产生内容／	181
084 优化内容，增强吸引力／	183
第9章 用户体验：12种方式，打造极致用户体验	
085 满足用户对功能的需求／	187
086 生产用户感兴趣的内容／	188
087 交互设计达到用户预期／	190
088 通过视觉审美增强吸引力／	191

089	深挖数据，了解用户需求／	193
090	邀请用户参与小程序设计／	194
091	根据潮流增加新鲜的体验／	197
092	用个性内容打造特色体验／	198
093	以独特创意提升用户体验／	202
094	参考用户反馈，适时进行调整／	207
095	热情主动服务，建立良好第一印象／	209
096	学习竞争对手的优点／	212
第10章 用户留存：12大技巧，把用户牢牢拴住		
097	采用合适的形式／	215
098	内容讲究实用性／	217
099	详细展示产品的信息／	220
100	提供个性化等级服务／	221
101	制定积分奖励机制／	223
102	建立签到奖励模块／	225
103	推行任务奖励模式／	227
104	吸引用户参与互动／	229
105	及时交流反馈信息／	235
106	以王牌内容提高用户留存率／	237
107	用品牌效应增强用户黏性／	238
108	满足特定需求，增加转化率／	240
· · · · · (收起)		

[微信小程序营销实战108招：小应用大效果 下载链接1](#)

标签

B面

波旬

流量

互联网

电子商务

评论

营销B面流量篇：建小程序流量

[微信小程序营销实战108招：小应用大效果_下载链接1](#)

书评

[微信小程序营销实战108招：小应用大效果_下载链接1](#)