

<<微信营销解密>>

图书基本信息

书名：<<微信营销解密>>

13位ISBN编号：9787111419471

10位ISBN编号：7111419472

出版时间：2013-4

出版时间：机械工业出版社

作者：程小永,李国建

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<微信营销解密>>

前言

前言微信改变我们的生活我们的沟通方式再一次被改变，变得更加便捷。

留意一下我们的周围，是不是随处都能发现用微信的人？

微信是移动互联网发展的必然产物。

在移动互联网时代，我们希望有一种沟通方式不受时间、空间的约束，我们希望能传递文字、图片、语音、视频等各种信息，我们还希望沟通更加便捷，成本更低，于是微信诞生了。

有了微信，短信我们渐渐用得少了，因为即便只是发送文字消息，短信也不如微信方便，而要发送图片、音频、视频等多媒体信息，短信更是需要支付高额的通信费用。

我们的交友方式再一次被改变，变得更加私密。

Facebook和Twitter等社交媒体改变了我们的交友方式，它们主打熟人社交，将我们的线下关系搬到线上，但这种关系是透明的，没有任何私密性可言。

微信也是一种基于熟人关系的社交工具，但是它的私密性非常好，自己的好友只有自己能看到，你和好友之间的所有沟通都是一对一的，是绝对私密的。

这种绝对私密的交友方式带来的变化是，我们能长期与通讯录中的所有人都维持一种强关系，这种强关系给了微信很大的想象空间。

我们获取信息的方式再一次被改变，变得更加有针对性。

互联网的出现改变了我们获取信息的方式，互联网上丰富的信息资源使我们获取信息更加便捷，然而随着网络上信息量的急剧增长，过于丰富的信息反而成了我们获取信息的一大阻碍。

我们每天都会被动接受各种渠道、各种媒介传递给我们的各种信息，其中很多信息其实并不是我们想要的。

微信公众平台及开放平台的开通，改变了我们获取信息的方式，我们可以根据自己的需求和兴趣来订阅我们想要的信息。

微信改变企业的营销环境企业的营销环境也被改变了。

之所以会被改变，是因为企业目标用户的沟通交友方式、获取信息及服务的方式改变了。

每一个新媒体的出现，都会带来企业营销方式的巨变。

微信也不例外，它已经拥有了近4亿用户，而且专为企业提供了公众平台和技术开发平台，企业可以在微信上完成从市场调研到客户管理、客户服务、销售支付、老客户维护、新客户挖掘等的所有工作。

微信营销的真正价值就在于“信”，而微信营销的核心是如何让顾客产生对企业的依赖。

说到“信”，既有信息的意思，更有信任的关系。

微信海有一个做连锁餐饮的客户，这个客户本着诚信第一、服务至上的原则，通过微信与来就餐的消费者们建立了可靠的相互信任关系，原来每个月来3次的客人现在每个月会来5次。

随着营销思路的开阔和营销方式的多样化，目标客户不断加入，生意越来越好。

这就是微信的“信”！

信息要让客户信赖，功能要让客户依赖，而新客户的获取一定是靠好友间的信任实现的。

再说依赖。

微信营销的核心是让粉丝充分依赖于企业，这也是微信对于整个广告行业和营销行业来说最具颠覆性的地方。

微信的粉丝是最精准的，而且微信本身就是个私密的个人沟通工具，粉丝在和企业微信互动的时候就已经将自己的需求点告诉了企业，企业需要做的就是顺水推舟而已。

那么如何让这些粉丝源源不断地给企业带来“财富”呢？

那就要让他们产生依赖！

依赖的价值是什么？

依赖会使粉丝牢牢地待在企业微信公众平台上，同时非常愿意向自己的好友推荐。

举例来说，很多教育机构的微信公众平台上有翻译功能，这个功能虽小，却让这些教育机构的微信公众平台从人们想象中的“信息发射器”变成了实用工具，粉丝的依赖性自然也就不一样了！

<<微信营销解密>>

而且粉丝也非常乐意将其推荐给自己的好友，如果再配合上活动和互动，效果不好是不可能的。

关于粉丝精准性和依赖性的作用，一些机械类制造业的客户给了笔者很多启发。

笔者有一个客户是模具厂的老板，他就有30个粉丝，对此他不但很满足，而且非常高兴，因为这些粉丝都是他的客户。

他现在维护这些客户太简单了。

笔者还为他的微信公众平台开发了股票查询功能和天气预报功能，这让他的客户觉得很棒。

当然他的微信内容页也做得很精彩，所以别看就30个粉丝，对于他而言足够了。

前几天他给笔者打电话说，他启动了笔者为他做的一个策划方案，粉丝只要把他的公众平台推荐给好友就给一些“措施”，结果粉丝从30瞬间涨到100，其中接近一半是他的目标客户！

好了，这里就先说这些吧，关于微信营销的核心解密、使用技巧、运营法则、评估标准，本书都有详细的阐述。

本书得以顺利地呈现在朋友们面前，要特别感谢本书中相关案例的执行人林大亮给予支持，同时也要感谢机械工业出版社的大力支持，尤其是杨福川的鼎力推荐。

我们是第一次写书，也从来没有办过讲座，一直在实战第一线，所以写的东西更干，甚至很无聊，而且可能会让很多人看不懂。

杨福川非常辛苦地指导我们，这本书的问世有他很大的功劳。

另外，笔者想李国建、程小永、杨福川及所有读者都应该感谢一个人——张小龙。

正是因为张小龙推出了微信，同时开发了微信公众平台，让微信成为移动互联网乃至物联网的入口，才产生了微信营销这个颠覆性的概念！

才有了微信海，使企业真正能够从移动互联网乃至物联网中创造商机！

最后希望所有读者都能从本书中获益，如果有疑问可以直接通过微博、微信和我们交流，也可以直接找微信海寻求帮助。

如果您觉得本书有用，就请分享给身边的朋友，谢谢！

<<微信营销解密>>

内容概要

如果说微信对现有的大量互联网产品、服务及其商业模式有颠覆性作用，那么微信营销则是营销历史上的一次变革，它的营销本质和核心方法将与现存的所有媒介都不相同。

本书由资深微信营销专家、微信营销布道者、微信营销理论奠基人亲自撰写。

根据机构、企业和个人做微信营销的需求，从理论层面对微信营销的本质、要义、核心价值进行了深入的探讨，系统总结了微信营销的原则、方法、步骤、技巧，以及营销效果的量化与评估方法；从实操层面对10余个行业的微信营销前景进行了全面的解读并给出了解决方案，对13个成功的经典微信营销案例的实施过程进行了深度剖析，还对微信营销与其他营销媒介的整合进行了阐述，极具启发意义和可操作性。

全书一共12章：第1章和第2章从多个角度讲述了企业为何要重视微信营销以及微信营销将给企业带来哪些变化；第3章逐步介绍了微信公众账号的具体使用方法和技巧；第4章从多个方面阐述了微信引领的F2F时代的来临；第5章论述了金融、地产、医疗、教育、电商、移动互联网、传统媒体、制造加工和本地服务业等10余个行业应该如何做微信营销；第6章介绍了微信营销如何与微博、门户、视频、SNS等营销方式进行整合营销；第7章讨论了如何获取粉丝、增加粉丝的活跃度以及充分挖掘粉丝的价值；第8~10章详细讲解了微信公众账号运营的10大准则、微信营销的价值核心，以及微信营销的步骤和技巧，这是本书的重中之重；第11章给出了评估微信营销效果的标准和量化方法，在国内属于首创；第12章则对13个成功的微信营销案例的实施过程进行了深度剖析，并对其中蕴含的经验和技巧进行了总结。

<<微信营销解密>>

作者简介

程小永，资深微信营销专家，国内权威微信营销机构微信海创始人，微信营销领域的先驱者和布道者，微信营销理论的奠基人之一。

艾瑞、易观国际、梅花网等多家专业媒体特邀的微信营销专栏作家和营销分析师，撰写了大量关于微信和微信营销的深度文章，被各种媒体大量转载，在业界颇有知名度和影响力。

为众多上市公司担任营销顾问。

从事网络营销多年，擅长SNS社区和微博等新媒体的营销，对精准互动营销、准营销和效果营销有深入的研究和独到的见解，为国内多家知名品牌企业提供新媒体营销顾问。

熟悉传统互联网、移动互联网生态关系，对微信营销、移动互联网营销拥有深刻的见地。

李国建，资深微信营销专家（业内称为“网络营销领域的庞统”），国内权威微信营销机构微信海合伙人之一，微信营销领域的先驱者和布道者，微信营销理论的奠基人之一。

腾讯“名人堂”成员，曾先后在连锁行业、电商行业、本地服务类行业以及多家上市公司担任网络营销顾问，掌握各行业网络营销实战技巧。

2013年开始先后为医疗、餐饮、美容、B2C等诸多行业策划并实施了微信营销方案，取得了丰硕的成果，积累了丰富的实战经验。

精通微博等各种互联网媒介的营销，尤其擅长事件营销，策划了多起颇具影响力的营销事件，对精准营销和效果营销也有非常深入的研究。

可以从深邃专业的角度解读互联网相关产品及事件，同时拥有超强的策划能力与执行力，故被业内称为“庞统”。

书籍目录

推荐序前言第1章 企业为何要注重微信营销 1第1节 微信营销是如何实现的 2微信营销的四大基础优势 2
 微信营销的核心 3第2节 微信开辟了一个新的营销时代 4微信是唯一渗透所有人群的营销利器 4每个企业的微信公众平台都是一个App 6第3节 微信的全球发展战略 7壮志满怀，称霸国内，走向世界 7摧城拔寨：微信在海外市场的发展亦如火如荼 8第2章 营销将因微信而不同 10第1节 微信：移动互联网时代最便捷的营销工具 11微信是移动互联网时代最便利的沟通工具 11微信因沟通而为企业打开了移动互联网营销的大门 12微信最先击败了腾讯QQ 14微信革了短信的命 15第2节 微信连接了朋友和整个世界 16微信让人际关系网更亲近 16微信的“朋友圈”成为中国版的Instagram 17微信带营销“去碎片化” 18第3节 企业将在微信上完成“闭环” 19微信对接企业CRM系统 19从“头”到“尾”，一切企业服务均可在微信上完成 21第3章 微信营销必须玩转公众账号 25第1节 微信公众账号的基本使用 26微信公众平台简介 26微信公众账号注册 26微信公众账号功能介绍及使用技巧 29第2节 关于微信公众平台的实名制与认证 39第3节 微信公众账号营销的秘密 39微信公众账号营销的基础注意事项 39嵌入式的营销客服方式和普通账号配合 40微信营销的五大基础支点 41第4章 变天了，微信引领的F2F营销时代来临 43第1节 新媒体，新营销环境 44更值得信赖的一对一沟通方式 44抓住移动互联网的新媒体机会 45第2节 传统媒体的“营销之困” 46电视媒体的影响力正在下滑 46纸媒的地位遭到巨大挑战 47传统互联网营销遭遇高成本困境 48第3节 微信：企业App营销的一把双刃剑 50企业开发App的高成本 50微信公众平台冲击传统App领域 50第4节 微信营销：一场新的营销革命 51未来的互联网时代是移动互联网的时代 51F2F：划时代的营销模式 55第5节 敢于第一个“吃螃蟹”的人，微信营销的成功典范 58艺龙微信营销已经成为典范 58招商银行微信功能最受欢迎 59第5章 企业该如何做微信营销 61第1节 大品牌企业的微信营销 62第2节 金融和地产行业的微信营销 63第3节 医疗企业的微信营销 64第4节 教育行业的微信营销 65第5节 本地服务行业的微信营销 67第6节 电商行业的微信营销 68第7节 微信对于移动互联网行业的威力 69第8节 微信能否让传统媒体焕发新生 71第9节 制造业、加工生产行业的微信营销 72第6章 微信营销与其他营销方式的异同与整合 74第1节 微信营销与微博营销 75微博营销的由来和怪圈 75微博更注重传播 76微信是通过互动而传播 77第2节 微信营销与短信营销 79第3节 微信营销与搜索营销 81第4节 微信营销与门户广告 84第5节 微信营销与SNS营销 86第6节 微信营销与视频营销 87第7节 微信营销和病毒营销 88第7章 微信公众平台的粉丝 90第1节 微信粉丝才是真正的威力无边 91微信用户的真实性 91微信公众平台粉丝的可控性 91第2节 获取粉丝的五大法宝 92好记、好看、好输入的账号域名 92好看的二维码 92线下整合：能放的地方都放 92线上整合：别迷信导航网 93活动策划，永远的活动策划 93第3节 如何增加粉丝活跃度 93栏目设置 93栏目内容 94提供的功能要符合用户需求 94策划活动和话题，与粉丝互动 94第4节 充分挖掘粉丝的价值 95粉丝爆发三要素 95维护老客户，升级感情 96粉丝指导企业战略 97第8章 企业微信公众平台的十大运营准则 98第1节 准则1：粉丝要精确 99第2节 准则2：内容要丰富 100第3节 准则3：功能要全面 100第4节 准则4：互动要频繁 101第5节 准则5：活动要有心意 101第6节 准则6：推广要动脑 102第7节 准则7：运营要计划 103第8节 准则8：客服要引导 103第9节 准则9：维护要有重点 104第10节 准则10：核心是依赖 104第9章 微信营销的价值核心 106第1节 微信营销的本质是F2F营销 107第2节 教主心态 109第3节 微“信”营销重在“信” 111第10章 微信营销的步骤与技巧 113第1节 微信营销的步骤 114第一步：调整心态 114第二步：确定重点 114第三步：先把老客户加进来 115第四步：全面推广 115第2节 微信营销的技巧 115基本技巧 115实用技巧 118第11章 微信营销效果的评估标准 120第1节 微信营销效果评估要素 121第2节 微信营销效果衡量标准计算方法 122第3节 微信海某推广案例评估 123第12章 微信营销的13个经典案例 125第1节 招商银行微信查余额：时代感、功能性、品牌化集于一体 126招商银行微信营销解析 126具体实施过程 126分析与总结 127第2节 星巴克自然醒随时随地Refresha 128星巴克微信营销解析 128具体实施过程 129分析与总结 129第3节 明星微信号：相比莫文蔚、范晓萱，杨幂要加油 130娱乐圈微信使用解析 130分析与总结 131第4节 1号店官方微信：问答活动俘获粉丝 1321号店微信营销解析 132具体实施过程 132分析与总结 133第5节 汽车行业：凯迪拉克微信公众平台运营 133凯迪拉克微信营销解析 133具体实施过程 133分析与总结 134第6节 “开心茶馆”互动为王 135开心茶馆微信营销解析 135具体实施过程 135分析与总结 136第7节 中搜搜悦微信公众平台运营 137中搜搜微信营销解析 137具体实施过程 137分析与总结 138第8节 艺龙网：“与小艺一战到底” 139艺龙网微信营销解析 139

<<微信营销解密>>

具体实施过程 139分析与总结 140第9节 公益活动：金六福春节回家互助联盟微信报名 141金六福微信营销解析 141具体实施过程 141分析与总结 142第10节 游戏微信营销：37wan微信公众账号 14237wan微信营销解析 142具体实施过程 142分析与总结 143第11节 传统企业微信营销：HTML5技术制胜微信 144慕思微信营销解析 144具体实施过程 144分析与总结 145第12节 网络品牌微信营销：百度贴吧微信运营 146百度贴吧微信营销解析 146具体实施过程 146分析与总结 148第13节 微信的创业未来：手机网页游戏微信运营 148手机网页游戏微信营销解析 148具体实施过程 148分析与总结 149

<<微信营销解密>>

编辑推荐

《微信营销解密:移动互联网时代的营销革命》由资深微信营销专家、微信营销布道者、微信营销理论奠基人亲自撰写,权威性毋庸置疑。

深入探讨微信营销本质、要义和核心价值,系统总结微信营销的原则、方法、步骤、技巧,以及营销效果的量化与评估。

对10余个行业的微信营销前景进行了全面的解读并给出了解决方案,13个成功的经典微信营销案例实施过程深度剖析,极具启发意义和可操作性。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>