

<<微信营销与运营解密>>

图书基本信息

书名：<<微信营销与运营解密>>

13位ISBN编号：9787111446811

10位ISBN编号：711144681X

出版时间：2013-12

出版时间：机械工业出版社

作者：方建华

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>

## <<微信营销与运营解密>>

### 内容概要

这是一本系统总结微信营销与运营的方法和技巧的经验性著作，所有内容都来自资深微信营销专家的实战经验的总结。

本书详细讲解了微信5.0公众账号的设计、规划与管理方法，如给公众账号取名字和ID的技巧、编写欢迎语和自动回复的技巧、素材管理的技巧、推送内容类型和最佳推送时间的规划等；系统总结了微信内容写作的3大要素、10大技巧和6大误区；全面梳理获取、维护和管理微信粉丝的途径、技巧和禁忌；深刻解读微信运营的6大误区和36条军规；全面总结微信营销的方法、技巧、系统思维，以及用于营销和销售的“鱼饵产品”的设计策略；深度探索微信营销效果的量化与评估标准和方法；详细展示了教育、金融、电商、传媒、餐饮、酒店、美妆、本地商家、淘宝卖家、门户、论坛、民营医院、自媒体、明星等如何进行微信营销，以及如何玩转朋友圈中的电商。书中包含大量成功案例，对案例的实施过程进行了较为详细的展示和解读，同时对案例中的经验进行了总结，颇具启发性和实践性。

## <<微信营销与运营解密>>

### 作者简介

方建华

资深网络营销专家，有12年网络营销实战经验，担任多家企业营销顾问，是微信营销和微博营销领域的先驱者和深度实践者。

2013年2月开始先后为医疗、餐饮、美容、媒体、教育、B2C等多个行业策划并实施了微信营销与运营方案，取得了丰硕的成果，积累了丰富的实战经验。

人民网专栏作家，艾瑞、易观国际、派代网等多家专业媒体特邀作家，撰写了大量关于微信营销与运营以及与移动新媒体营销相关的深度文章，被各种媒体大量转载、报道，在业界颇有知名度和影响力。

。

“总裁网络营销”课程导师，开设了“网络营销总裁”班、“微信营销总裁”班，致力于将“总裁网络营销”打造成为微信营销与运营领域的第一品牌。

# <<微信营销与运营解密>>

## 书籍目录

### 前 言

#### 第一部分 微信运营篇

##### 第1章 微信公众账号设计、规划与管理 2

- 1.1 确定运营公众账号的目的 2
- 1.2 给公众账号取一个好的名字和ID 5
- 1.3 如何编写有吸引力的欢迎语 8
- 1.4 微信公众平台素材管理技巧 12
- 1.5 如何编写关键词自动回复 15
- 1.6 如何规划公众账号推送的内容类型 18
- 1.7 如何把握推送的最佳时间 20
- 1.8 使用恰当的方式与用户沟通 21
- 1.9 与用户“一对一”沟通，快速赢得用户信任 22
- 1.10 满足用户的核心需求最重要 23

##### 第2章 微信内容写作的技巧和误区 25

- 2.1 什么样的内容更容易在朋友圈中被分享 26
- 2.2 微信内容写作的3大要素：标题、正文和结尾 28
- 2.3 具有超强吸引力的标题的6个特质 29
- 2.4 微信内容写作：三分技巧，七分灵感！  
32
- 2.5 微信内容写作的10大技巧 34
- 2.6 微信内容写作的6个误区 37

##### 第3章 微信粉丝的获取、维护和管理 39

- 3.1 通过微博获取粉丝 39
- 3.2 通过自己的网站获取粉丝 42
- 3.3 通过QQ和QQ空间获取大量粉丝 43
- 3.4 通过个人微信号获取粉丝 47
- 3.5 通过百度文库、百度经验获取粉丝 48
- 3.6 通过软文推广获取粉丝 52
- 3.7 通过视频推广获取粉丝 53
- 3.8 通过策划活动获取粉丝 55
- 3.9 通过产品或合作来获取粉丝 56
- 3.10 获取粉丝的3个误区 58
- 3.11 “掉粉”的4个原因 59

##### 第4章 微信5.0运营的系统思维 61

- 4.1 微信运营，请注重顾客的体验 61
- 4.2 微信运营的36条军规 62
- 4.3 微信运营的6个误区 69
- 4.4 微信5.0的企业双号运营策划 72

#### 第二部分 营销篇

##### 第5章 微信营销的常识 76

- 5.1 心态最重要 76
- 5.2 寻找自己的优势 78
- 5.3 微信营销的精准定位策略 78
- 5.4 微信营销，内容为王 80
- 5.5 玩微信，其实就是在玩圈子 81

## &lt;&lt;微信营销与运营解密&gt;&gt;

- 5.6 向竞争对手学习微信营销 84
- 第6章 企业微信数据营销的系统思维 87
  - 6.1 测试是走向成功的第一步 87
  - 6.2 建立属于自己的巨大数据库“鱼塘” 88
  - 6.3 放大策略是企业的利润加速器 90
  - 6.4 整合资源，使企业突破现有的格局 90
  - 6.5 促销是企业永久的财富 95
  - 6.6 打造顾客的体验平台，让顾客说服自己！  
97
  - 6.7 了解顾客的需求，把产品卖给最饥渴人群 98
  - 6.8 成交是营销的终极目标 99
- 第7章 微信营销的方法与技巧 101
  - 7.1 “免费”是最有效的营销工具 101
  - 7.2 如何快速赢得顾客信任 105
  - 7.3 快速成交的8大秘诀 107
  - 7.4 寻找更好的“鱼塘” 113
  - 7.5 让老顾客帮助你介绍新顾客的方法 117
  - 7.6 三大步骤利用媒体打造微信挣钱机器 118
  - 7.7 利用后续产品在每一位顾客身上赚到更多的钱 120
- 第8章 超级鱼饵产品的高级设计策略 122
  - 8.1 前端产品让利，让客户主动送上门 122
  - 8.2 前端产品整合，把别人的客户变成自己的客户 125
  - 8.3 后端产品加固，永远不满足一次性销售 129
  - 8.4 后端产品整合，双赢才是真赢 129
- 第9章 传统企业如何做好微信营销 131
  - 9.1 教育行业如何做好微信营销 131
  - 9.2 金融行业如何做好微信营销 156
  - 9.3 电商行业如何做好微信营销 161
  - 9.4 传统传媒如何做好微信营销 169
  - 9.5 餐饮、酒店行业如何做好微信营销 172
  - 9.6 化妆品、美容行业如何做好微信营销 178
  - 9.7 本地商家如何做好微信营销 186
  - 9.8 民营医院如何做好微信营销 190
  - 9.9 行业门户网站、论坛如何做好微信营销 195
  - 9.10 明星、自媒体人如何做好微信营销 200
- 第10章 中小企业如何玩转朋友圈里的电商 205
  - 10.1 微信朋友圈里的电商的优势 205
  - 10.2 “90后”利用微信朋友圈月入2万元的案例讲解 208
  - 10.3 淘宝卖家如何玩转朋友圈里的电商 210
  - 10.4 奶茶店如何玩转朋友圈里的电商 212
  - 10.5 专家、学者如何玩转朋友圈里的电商 214
  - 10.6 美容院如何玩转朋友圈里的电商 215
  - 10.7 如何用1.5万微信朋友圈卖出2764单土鸡蛋 217
- 第11章 微信营销效果的量化与评估 222

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>