

<<微信控 控微信>>

图书基本信息

书名：<<微信控 控微信>>

13位ISBN编号：9787115317599

10位ISBN编号：7115317593

出版时间：2013-6

出版时间：人民邮电出版社

作者：萧秋水,秋叶,油杀臭干

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>

## <<微信控 控微信>>

### 前言

2012年9月，我们才出版《微博控，控微博》，突然就发现，微信，一下子热起来了！

很多专家跑出来喊：要用微信！

要微信营销！

微信是下一个互联网制高点！

但是微信怎么用？

什么样的商家适合做微信营销？

这才是问题。

的确太多人在手机上装了微信，但是他们却不了解微信到底能干什么？

的确太多企业在了解微信，但是他们却不知道微信能否助力自己的业务发展。

微信，有哪些特色功能我还不知道？

微信营销，领先者都是怎样玩的？

微信会不会像微博，刷屏浪费我太多时间？

我的企业的产品和服务是否适合微信推广？

微信真的那么强大吗？

微信会收费吗？

作为一本全面介绍微信的书，我们延续在《微博控，控微博》中理性、客观、实战的风格，我们想和你一起探讨真实的微信，微信不断演化的可能性，还有如何让微信成为你做好服务和营销的帮手。

我们既不夸大微信的好，也不忽略微信的不足。

我们既不赞同微信营销至上论，也不希望应该使用微信的企业错过了这个机会。

我们的观点是：要控微信，而非被别人牵着鼻子走，结果像微博控一样被微信控了！

你相信或者不相信，微信的几亿用户就在那里。

不管你是一个普通用户，还是一个企业，你无法忽视它的存在。

对于无法忽视的现象，最好还是深入了解它一下。

因为真正的机遇，往往来自你不熟悉的领域。

## <<微信控 控微信>>

### 内容概要

《微信控 控微信》内容简介：微信时代如何做好微信营销？

我们需要理念，更需要方法、工具和新思路。

如何理解腾讯的微信战略？

如何定位你的微信服务好粉丝？

如何发挥创意运营微信？

如何开展微信营销？

《微信控 控微信》为你一一道来。

与其它同类图书相比，《微信控 控微信》力求文字更有趣，内容更通俗，案例更新鲜，方法更具体，工具更给力。

我们想写一本让你买了不后悔的“微信推广”实战书。

## <<微信控 控微信>>

### 作者简介

萧秋水，本名李艳萍，学的是旅游，做过8年银行信贷，最后转战成IT女。

一路从ERP实施、产品经理、知识管理、互联网运营投资成长过来。

现在该用知识管理的思维谈谈控微信了。

《微博控控微博》《名博是怎样炼成的》、《超越对手：大项目售前售后的30种实用技巧》作者。

秋叶语录，本名张志，就职武汉工程大学。

玩PPT，其实也玩过项目管理，玩过博客，玩过搜索，玩过微博，现在该玩玩微信了。

《微博控控微博》《说服力让你的PPT会说话》《说服力 工作型PPT该这样做》《说服力 缔造完美的PPT演示》系列图书作者。

油杀臭干，本名汪嘉驰，男，70后的生物基因却总想混进90后的圈子。

学的中医却干了保险。

朝九晚五却爱上了户外探险。

崇拜乔布斯却走了阿甘的路。

期待在工作之外，PPT和微信能带来不一样的生活。

## &lt;&lt;微信控 控微信&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章我要问微信 微信，一个能改变生活方式的产品 微信，并非生来就是天之骄子 微信，七个月的绝地逆袭！

微信功能的版本时间线 微信是什么？

谁在用微信？

微信能做微招聘吗？

微信是下个互联网热点吗？

为什么有人会唱衰微信？

手机短信为什么干不过微信？

手机短信、QQ和微信有什么不同？

微博和微信有什么不同？

陌陌和微信有什么不同？

LINE和微信有什么不同 微信提供了怎样的根本便利？

挑战微博，不，挑战世界的微信！

微信的野心有多大？

微信的商业模式会是什么？

微信是草根大号的舞台吗？

整合 - 如何让微信成为你的大营销环节 第2章我要用微信 我和你之间的距离，就是指尖到屏幕之间的距离 哪里获得微信的可靠安装？

让你的手机装上微信 一起来认识微信的界面 换一个有魅力的头像 设置你的基本信息 如何给自己的微信设置一个个性名字 微信通讯录 - 把微信当一个智能通讯录来使用 - 把手机好友都圈进来 - 搜搜你想认识的人 - 扫一扫 - 微信好友太多了怎么办？

微信找朋友 - 用微信找陌生的朋友 - 查看附近的人 - “摇一摇”的都是寂寞的人 - 漂流瓶 微信聊天室 - 什么都能聊的神器 - 微信聊天室菜单分解图 - 微信聊天小窍门 - 无敌对讲机 - 大家一起聊 - 网页也能聊 微信朋友圈菜单分解图 微信朋友圈 - 和朋友分享你的微生活 - 摇一摇搜歌 - 摇一摇传图 微信二维码 - 移动互联网时代的个人名片 微信设置 - 保护好隐私 微信大发现 - 微信的其他功能 微信流量节省妙招 把微信当博客订阅器 把微信当云空间网盘 为微信添加第三方应用 微信深度使用 - 用印象笔记保存微信 微信大发现 - 微信群发短信 微信深度使用 - 用微信开微型会议 - 用微信做时间管理 - 用微信做关系管理 - 用微信做知识管理 如何通过电脑阅读微信公众平台推送的文章 理解微信运营要先理解微信的细节 第3章我要控微信 被误读的微信公众平台 腾讯为什么要给使用公众账户的人增加种种门槛？

新浪微博和微信公众平台到底有什么不同？

案例分析：《我们想放弃微信了！》

案例分析：《想放弃微信，找死！》

爱范儿和钱江晚报运营微信的对比 为什么要重视微信公众平台？

微信公众平台操作入门 - 登录 - 注册 - 协议 - 首页 - 实时消息 - 星标消息 - 一对一消息互动 - 用户管理 - 群发消息 - 素材管理 - 素材上传页面 - 设置 - 绑定你的私人微信号 - 高级功能 - 关键词自动回复 - HTML超链接回复 - 规则回复设置案例 - 公众平台功能扩展接口 让微信成为博客入口 微信公众平台增强工具威信助手 - 让微信成为多面手 - 订阅和取消订阅统计功能 - 借助“一站到底”模式的微信传播 微信可以成为独立App 微信公众平台操作技巧 - 幻灯片播放 重视微信的SEO细节 企业运营微信公共平台的误区 评估 - 我的企业适合做微信吗？

规划你的订阅者喜爱的内容 让你的微信像他们期望的样子 规划你的微信公众平台粉丝分类 策划你的微信公众平台与粉丝互动模式 从一对一互动到群动模式的探索 何时发布微信公众平台信息最合适？

第4章我要赢微信 如何用好微信做好公众服务？

大挑战：当微信成为自己客户的移动互联网入口 定位：娱乐化还是专业化？

玩转微信 - 高校篇 - 政务篇 - 品牌篇之星巴克组合拳 - 品牌篇之招商银行服务营销 - 品牌篇之招商

<<微信控 控微信>>

银行爱心营销 - 品牌篇之招商银行的内部服务 - 品牌篇之南方航空的微信登机 - 品牌篇之杜蕾斯的卖萌搞怪 - 品牌篇之飘柔的陪聊服务 - 品牌篇之珀莱雅的拟人化服务 - 品牌篇之中国电信大小号策略 - 品牌篇之房地产篇 - 品牌篇之汽车行业篇 - 微信会员卡 - 电商篇之购物狂 - 电商篇之微团购 - 电商篇之微折扣 - 电商篇之自助游 - 生活服务篇之订车查快递 - 生活服务篇之大众点评网 - 生活服务篇之点歌台 - 平面媒体篇 - 果壳网 - 游戏篇 - 圈子篇 - 娱乐明星篇 - 专业人士篇 - 自媒体篇 - 微抽奖篇 - 微投票篇 - 微公益篇 微信互动如何玩？

让微信微博成为整合营销的一环 第5章我要推微信 自媒体 新媒体 微生活 微工具 本书作者的微信

章节摘录

版权页：插图：要想用好微信公众平台，我们觉得有四个思路也许能启发大家：1、微信公众平台本质不一定要发明什么新业务模式，而是改变传统业务模式的入口；2、与其满大街想利用微信公众平台创新商业模式，不如想想哪些传统业务可以通过这个新入口发挥更大作用；3、不要总想利用微信公众平台做营销，要围绕微信公众平台设计对客户有价值的服务模式。

4、有“粘性”的服务才是微信公众平台功能定位规划的关键。

5、任何时代，推出用户需要的服务才是营销的根本。

我想很多人会因为娱乐而关注你的账户，但是不会因为娱乐而长期关注你的账户。

掌上青岛的成功本质不是因为娱乐化，而是因为实惠，是因为粉丝感觉有和自己的偶像主持人更私密互动的机会。

在这个基础上如果你的表现更有趣，会更加引起粉丝的喜爱而已。

在你运营微信前，要仔细思考的问题应该是回答：1、你的微信想吸引怎样的人？

2、为什么吸引他们是有价值的？

3、怎样的服务才能长期吸引他们？

4、这样的内容是否具备与时俱进的进化力？

5、另外一个值得思考的问题是：你需要他们的长期关注吗？

我们不相信一个粉丝会长期关注杜蕾斯微信，但是只要在他关注期间了解和喜欢上这个品牌，那就是杜蕾斯的成功，至于传播品牌，目前还是微博更有能量。

有两个有意思的自媒体微信，一个是罗振宇的“罗辑思维”，一个是淘宝的“鬼脚七”，前者是语音为主，暗合时势推荐各种精品阅读，大大方便白领选书看好文章的成本，后者是淘宝搜索负责人，经常发发个人随想和干货，对于淘宝卖家当然值得关注。

好的微信，首先一定是因为有用。

而能积累口碑的微信，还因为有趣，有趣不是娱乐化，而是有个性的人，有生活感的人，让你的碎片化时间变得不那么无聊或者无价值。

## <<微信控 控微信>>

### 编辑推荐

《微信控 控微信》编辑推荐：作为一本全面介绍微信的书，《微信控 控微信》延续在《微博控，控微博》中理性、客观、实战的风格，和你一起探讨真实的微信，微信不断演化的可能性，还有如何让你成为你做好服务和营销的帮手。

本书既不夸大微信的好，也不忽略微信的不足。

既不赞同微信营销至上论，也不希望应该使用微信的企业错过了这个机会。



#### 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>