

《微信营销与运营攻略》

图书基本信息

书名：《微信营销与运营攻略》

13位ISBN编号：9787111454779

10位ISBN编号：7111454774

出版时间：2014-1

出版社：机械工业出版社

作者：林大亮,程小永,陈俊

页数：184

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《微信营销与运营攻略》

内容概要

《微信营销与运营攻略》由国内微信营销与运营领域的3位领军人物撰写，旨在为企业微信营销与运营提供实操方法、实用攻略和解决方案，这些都是实践经验的总结，企业可以在实际操作中复制。

《微信营销与运营攻略》从实践角度系统总结了微信运营的5大准则、7大要素、3大策略、6大技巧和微信营销的8个步骤、6种方法和8个技巧。深入剖析了来自金融、房地产、家电、游戏、餐饮、汽车、旅游、家居、航空、零售、政务、自媒体等14个行业的经典案例，完整再现了案例的实施过程，并对其中的经验和要点进行了分析和总结，相关行业的企业可以直接复制这些成功企业的做法。首次为旅游、餐饮、房地产、医疗、本地服务、汽车、金融、工厂、电商、移动互联网等10个行业提出完整的、经过实践检验的微信营销与运营解决方案，建立了行业规范。本书还深入讲解了企业应如何根据微信开放的api对公众账号进行规划和定制，以及如何构建和利用第三方微信服务平台。最后，还详细介绍了微信营销效果的评估要素、衡量标准和计算方法。

书籍目录

推荐序

前言

第1章 移动互联网与微信营销

- 1.1 移动互联网时代来临
- 1.2 移动互联网业务特点分析
- 1.3 移动互联网时代的入口之争
- 1.4 移动互联网营销的新时代
- 1.5 app营销的困境
- 1.6 移动互联网时代企业营销的主战场—微信
 - 1.6.1 为什么企业应该重视微信营销
 - 1.6.2 微信营销的优势解读
 - 1.6.3 企业在微信上能做什么
- 1.7 微信引领体验式营销时代
- 1.8 微信营销从微信公众平台开始
- 1.9 微信营销的f2f理论模式

第2章 微信公众平台攻略

- 2.1 微信公众平台功能定位
- 2.2 微信公众平台操作方法和技巧
 - 2.2.1 群发消息的方法、规则和注意事项
 - 2.2.2 设置自动回复和自定义回复的技巧
 - 2.2.3 9大开放接口的功能解析及其背后的商机
 - 2.2.4 消息管理、用户管理与素材管理
 - 2.2.5 数据统计功能分析
- 2.3 微信公众账号的使用方法和技巧
 - 2.3.1 公众账号设置的技巧和注意事项
 - 2.3.2 公众账号注册的注意事项
 - 2.3.3 公众账号取名字和id的技巧
- 2.4 微信5.0后公众账号的变化及对企业的启示

第3章 企业微信运营的准则、要素、策略和技巧

- 3.1 正确认识订阅号和服务号
 - 3.1.1 服务号
 - 3.1.2 订阅号
- 3.2 如何选择订阅号与服务号
- 3.3 微信公众账号运营的5大准则
- 3.4 微信公众账号运营的7大要素
- 3.5 微信公众账号运营的3大策略
- 3.6 微信公众账号运营的6大技巧

第4章 企业微信营销的步骤、方法与技巧

- 4.1 如何快速设定企业的微信营销目标
- 4.2 规划企业微信营销策略的8个步骤
- 4.3 微信营销的6种方法
 - 4.3.1 挖掘精准用户的3种方法
 - 4.3.2 增加用户关注的3种方法
- 4.4 微信营销的8个技巧
 - 4.4.1 4个基本技巧
 - 4.4.2 4个实用技巧篇

第5章 14个行业的微信营销与运营案例解读

- 5.1 中国银行北京分行：金融行业微信营销与运营案例解读
- 5.2 四季金辉：房地产行业微信营销与运营案例解读
- 5.3 陈坤：明星自媒体的微信营销与运营案例解读
- 5.4 海尔：家电行业的微信营销与运营案例解读
- 5.5 圣斗士星矢：游戏行业的微信营销与运营案例解读
- 5.6 鹤一烤肉：餐饮行业的微信营销与运营案例解读
- 5.7 凯迪拉克：汽车行业的微信营销与运营案例解读
- 5.8 艺龙旅行网：旅游行业的微信营销与运营案例解读
- 5.9 慕思：家居行业的微信营销与运营案例解读
- 5.10 南航：航空行业的微信营销与运营案例解读
 - 5.10.1 实施过程分析
 - 5.10.2 经验要点
 - 5.10.3 分析与总结
- 5.11 友宝：零售行业的微信营销与运营案例解读
 - 5.11.1 实施过程分析
 - 5.11.2 分析与总结
- 5.12 印美图：快印行业的微信营销与运营案例解读
 - 5.12.1 实施过程分析
 - 5.12.2 分析与总结
- 5.13 广州公安：政务类微信营销与运营案例解读
 - 5.13.1 实施过程分析
 - 5.13.2 分析与总结
- 5.14 中国投洽会：展会行业的营销与运营案例解读
 - 5.14.1 实施过程分析
 - 5.14.2 分析与总结
- 第6章 10大行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.1 旅游行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.2 餐饮行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.3 房地产行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.4 医疗行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.5 本地服务行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.6 汽车行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.7 金融行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.8 工厂的微信营销与运营解决方案
 - 6.9 电商行业的微信营销与运营解决方案
 - 6.10 移动互联网行业的微信营销与运营解决方案
- 第7章 如何利用好第三方的微信服务平台
 - 7.1 基于微信第三方平台的webapp潮流来袭
 - 7.2 微信第三方平台构建的营销基础理论
 - 7.3 微信第三方平台构建规划四步曲
 - 7.4 微信公众平台开放接口解析
 - 7.5 微信第三方平台行业构架模块
- 第8章 微信营销效果的评估标准
 - 8.1 微信营销效果评估要素
 - 8.2 微信营销效果衡量标准计算方法
 - 8.3 微信海某推广案例评估
- 结语 微信的未来方向

《微信营销与运营攻略》

精彩短评

- 1、微信读书限免。
- 2、刷新三观，没有深入分析任何相关战略性内容，而是无休止地给“微信海”打广告，真是够够的！尤其有一章讲十大行业营销方案，几乎都一模一样，精髓就是三个字——大转盘。。。
- 3、观点和案例都是具备的，
- 4、论文参考书籍
- 5、稀得跟米汤似的。适合中老年人学微信。
- 6、看到这种一堆作者的书，就知道收集资料不是一个容易的活啊，如何有技巧把官方教程配合网上新闻弄得像模像样并且冠名攻略，还是个技术活呢，不如再写本书，叫《写微信营销与运营攻略的攻略》吧！
- 7、两星吧，毕竟是早期的书，里面有点内容，但现在看来部分还是错的，毕竟微信升级多次，不建议后学者去看。
- 8、太基本了。。。
- 9、快速浏览
- 10、非常非常入门级别的微信公众号书...
- 11、打了二星也是手抖所致。

章节试读

1、《微信营销与运营攻略》的笔记-第53页

APP制作成本高
APP推广成本高
不易于用户的分享和传播，一般不具备沟通属性

APP不赚钱的原因：

- 1.APP广告位置数量有限
- 2.广告商有限
- 3.广告联盟盘剥（移动互联网广告联盟与APP五五分成）

2、《微信营销与运营攻略》的笔记-第69页

- 1.沟通性：实现对话
- 2.庞大的用户基数（4y）
- 3.私密性
- 4.熟人社区，容易形成病毒式传播推广

3、《微信营销与运营攻略》的笔记-第88页

F2F与品牌推广：品牌展示与营销活动（大转盘、刮刮卡）
F2F与消费者进行沟通：收集用户反馈，舆情监控（在线调查-更真实、无成本）
F2F与企业产品销售：跳过中间商直接销售，微商城和微预定

《微信营销与运营攻略》

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:www.tushu111.com