

《微信运营管理之道》

图书基本信息

书名：《微信运营管理之道》

13位ISBN编号：9787121286963

出版时间：2016-6

作者：陈文广,李伟

页数：336

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.tushu000.com

《微信运营管理之道》

内容概要

《微信运营管理之道》作为“微信运营管理师”职业技能培训教材，全面、系统地阐述了微信运营管理师应该掌握的基本技能。内容包括微信运营管理师的职业介绍、微信运营的总体规划、微信公众号的基本操作、微信内容运营、微信用户运营、微信活动运营和微信营销；同时解析了微信的各种开放平台，介绍了微信运营的常用工具。

职业化、体系化和实操性是本书的特点；《微信运营管理之道》从职业的角度出发，阐述了如何成为一名合格的“微信运营管理师”；《微信运营管理之道》内容注重系统化和逻辑性，全面讲解了“微信运营管理师”应该掌握的技能体系；同时注重实操和案例，通过对大量案例的解读，能让读者更加清晰地掌握如何在实际中应用这些技能。

《微信运营管理之道》适合准备开始或刚刚开始从事微信运营管理岗位的读者阅读，创业初期的企业经营者以及对移动互联网运营感兴趣的读者也可从中获得启发与灵感。《微信运营管理之道》同时可作为全国大中专院校互联网或电子商务相关专业的教材或教辅。

书籍目录

第1章 微时代的微信运营管理师

- 1
- 1.1 微信与微信运营
3
 - 1.1.1 微信与微信体系
3
 - 1.1.2 微信运营体系
4
 - 1.1.3 微信产生的背景
6
- 1.2 微信运营管理师
8
 - 1.2.1 微信公众号的价值
8
 - 1.2.2 微信运营管理师的工作职责
10
 - 1.2.3 微信运营管理师的基本技能
11
 - 1.2.4 微信运营管理师的职业路径
13
- 1.3 微信运营管理师的职业道德
14
- 1.4 本章小结
15
- 1.5 思考与练习
16

第2章 微信运营总体规划

- 18
- 2.1 什么是微信运营总体规划
20
 - 2.1.1 总体规划的重要作用
20
 - 2.1.2 总体规划的工作内容
21
- 2.2 定位分析
22
- 2.3 任务分析
23
- 2.4 团队管理
26
 - 2.4.1 团队组成
26
 - 2.4.2 岗位职责
26
 - 2.4.3 考核标准
31
 - 2.4.4 薪酬算法

33	
2.4.5	相关制度
34	
2.5	经费管理
34	
2.6	数据分析
35	
2.6.1	后台数据统计
35	
2.6.2	数据分析方法
36	
2.6.3	传播力度评估
37	
2.6.4	号召力评估
40	
2.6.5	营销力评估
40	
2.6.6	服务力评估
41	
2.6.7	用户画像
41	
2.7	本章小结
42	
2.8	思考与练习
43	
第3章	微信公众号
45	
3.1	什么是微信公众号
47	
3.1.1	微信公众号的定义
47	
3.1.2	微信公众号的分类
47	
3.1.3	微信公众号的应用原则
48	
3.2	订阅号的基本操作
49	
3.2.1	订阅号的注册
49	
3.2.2	订阅号的认证
50	
3.2.3	基本功能概述
52	
3.2.4	基本参数设置
53	
3.2.5	基本功能设置
56	
3.2.6	管理功能解析
65	

3.2.7 推广功能解析	70
3.2.8 统计功能解析	73
3.2.9 开发者中心解析	79
3.3 服务号的基本操作	87
3.3.1 服务号的注册	87
3.3.2 服务号的认证	88
3.3.3 基本功能概述	89
3.3.4 开发者中心解析	89
3.3.5 微信支付解析	92
3.4 企业号的基本操作	95
3.4.1 企业号的作用	95
3.4.2 企业号的注册	96
3.4.3 企业号的认证	96
3.4.4 基本参数设置	97
3.5 公众号运营规则解析	104
3.6 本章小结	107
3.7 思考与练习	108
第4章 内容运营	109
4.1 什么是内容运营	111
4.1.1 内容运营的概念	111
4.1.2 内容运营的主要工作	111
4.2 内容运营规划	112
4.2.1 内容规划	113
4.2.2 栏目规划	114
4.3 内容运营的基础	

116	
4.3.1	内容来源
116	
4.3.2	标题拟定
119	
4.3.3	正文撰写
123	
4.3.4	签名档设计
127	
4.3.5	正文排版
130	
4.3.6	图片编辑
132	
4.3.7	视频编辑
136	
4.3.8	互动设计
141	
4.3.9	发布时间
144	
4.4	内容运营的技巧
146	
4.4.1	快速生产内容的技巧
146	
4.4.2	产品文案的撰写技巧
148	
4.4.3	提升文章阅读量的技巧
149	
4.5	本章小结
150	
4.6	思考与练习
151	
第5章	用户运营
152	
5.1	什么是用户运营
154	
5.1.1	用户运营的概念
154	
5.1.2	用户运营的主要工作
154	
5.2	获取用户的方法
155	
5.2.1	朋友圈
157	
5.2.2	微信群
160	
5.2.3	QQ
161	
5.2.4	微博
163	

5.2.5 二维码	165
5.2.6 平台互推	168
5.2.7 论坛广告	169
5.2.8 有奖活动	170
5.2.9 其他推广	172
5.3 用户的基本管理和维护	177
5.3.1 分组	177
5.3.2 回复	179
5.3.3 福利	179
5.3.4 微社区	180
5.3.5 线下活动	182
5.4 微信群的运营管理	183
5.4.1 微信群的创建	183
5.4.2 微信群的基本管理	184
5.4.3 微信群的设置	185
5.4.4 微信群的管理	188
5.4.5 提升微信群的活力	189
5.5 用户深度关系维护	191
5.5.1 互动交流	191
5.5.2 情感沟通	193
5.5.3 价值沟通	194
5.6 用户运营误区	195
5.7 本章小结	197
5.8 思考与练习	198
第6章 活动运营	

200
6.1 什么是活动运营
202
6.1.1 活动运营的概念
202
6.1.2 活动运营在实际生活中的应用
202
6.1.3 活动运营的主要原则
203
6.1.4 活动运营的主要工作
203
6.2 活动策划
205
6.2.1 关键要素
205
6.2.2 策划方案
206
6.3 活动文案
208
6.3.1 突出活动主题
209
6.3.2 描述活动背景
211
6.3.3 确定活动目的
212
6.3.4 分析目标人群
214
6.3.5 明确活动形式
214
6.3.6 文案编写原则
218
6.4 活动执行
219
6.5 效果评估
220
6.6 改进措施
224
6.7 本章小结
227
6.8 思考与练习
228
第7章 微信营销
229
7.1 什么是微信营销
231
7.1.1 微信营销的作用
231
7.1.2 微信营销的主要步骤
232

7.1.3 微信营销的主要策略	232
7.2 微信营销的主要方法	235
7.2.1 活动营销	235
7.2.2 口碑营销	237
7.2.3 撒网式营销	239
7.2.4 互动营销	240
7.2.5 O2O营销	242
7.2.6 面对面营销	244
7.2.7 身份互换式营销	246
7.2.8 朋友圈营销	247
7.2.9 朋友圈广告营销	249
7.2.10 广告主营销	251
7.2.11 微信群营销	253
7.2.12 功能分享营销	255
7.2.13 二维码营销	256
7.2.14 卡券营销	257
7.2.15 支付营销	259
7.2.16 红包营销	260
7.3 客户服务	262
7.3.1 客户服务的重要性	262
7.3.2 客户服务的工作内容	263
7.3.3 客户服务的工作流程	264
7.3.4 客户服务的基本技能	265
7.4 微信小店	266
7.4.1 申请步骤	

266	
7.4.2	店面装修
267	
7.4.3	运营管理
268	
7.5	本章小结
271	
7.6	思考与练习
272	
附录A	微信各种开放平台解析
273	
A.1	微信开放平台解析
274	
A.2	微信智能开放平台解析
279	
A.3	微信硬件平台解析
282	
A.4	微信城市服务开放平台解析
289	
附录B	微信运营常用工具简介
297	
B.1	第三方服务平台
298	
B.2	图文排版工具
303	
B.3	微场景制作工具
307	
B.4	图片处理工具
311	
B.5	视频处理工具
315	

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.tushu000.com