

《微信营销一本通》

图书基本信息

书名：《微信营销一本通》

13位ISBN编号：9789869152708

出版时间：2014-1

作者：梁布特

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.tushu000.com

《微信营销一本通》

内容概要

《微信营销一本通》就是专门为移动互联网时代的企业与商家量身打造的“微”营销(微信营销+微博营销)秘籍。

《微信营销一本通》由九大部分内容组成，分别是“微”时代品牌营销新战略；微营销的步骤、技巧与原则；如何利用微信小功能挖掘大财富；如何策划微营销；微营销圈粉方法；微营销的终极武器；具体行业的微营销战略；大数据下的微营销方式；微营销的误区。这九大部分的内容帮助读者了解微营销的重要性；微信公众账号的规划、设计和运营方式；微信内容的规划、写作和推送技巧；微营销的具体策略、方法、技巧；以及如何充分利用微营销挖掘老顾客的价值、发展新顾客等。

《微信营销一本通》适合企业各级管理人员阅读，尤其适合从事营销、策划、客服、媒体公关等工作的人员阅读。

《微信营销一本通》

作者简介

梁布特，互联网营销实战型专家，浸谙营销行业多年，有十多年一线营销推广和营销管理经验，擅长网络营销、微信营销。

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

《微信营销一本通》

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