



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络营销综合应用

微信运营模式

主讲：王学辉

目录



在线开放课程

4.1 微信基本介绍

4.2 微信常见运营模式

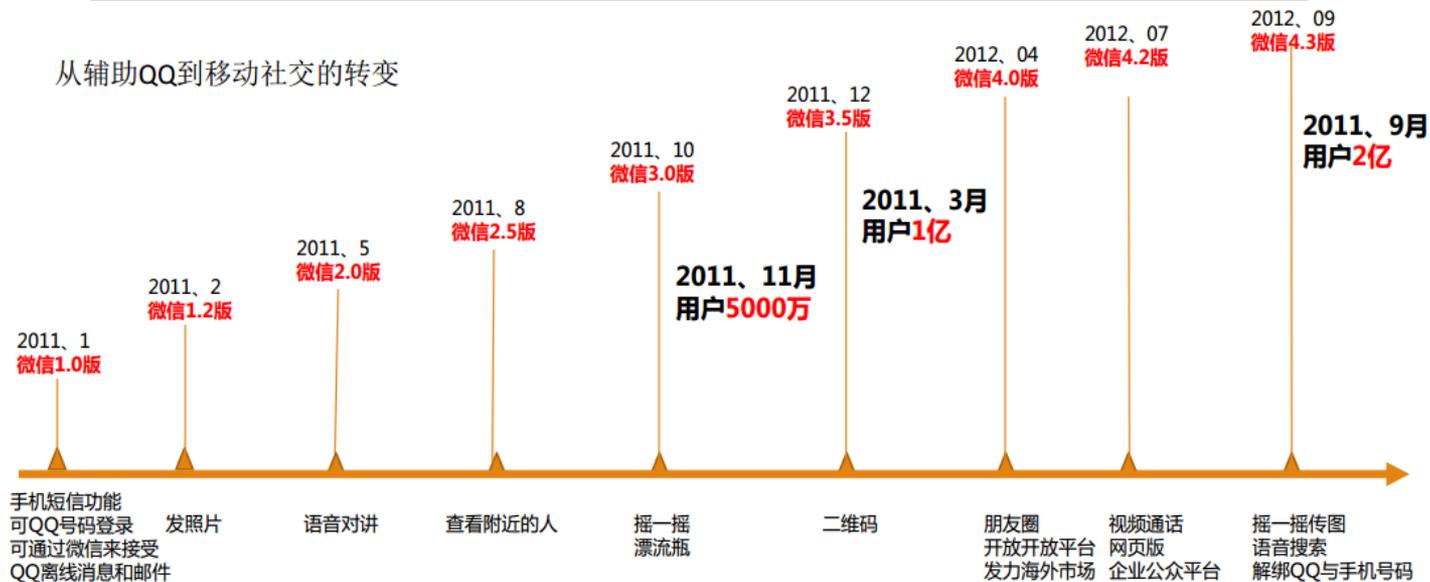
4.1 微信基本介绍

微信历史

- 2012年3月底，微信用户破1亿，耗时433天。
- 2012年9月17日，微信用户破2亿，耗时缩短至不到6个月。
- 截至2013年1月23日，微信用户达3亿，时间进一步缩短至5个月以内而且仍在加速普及中。

微信的发展

从辅助QQ到移动社交的转变



微信推荐使用手机号注册，并支持100余个国家的手机号。
微信可以通过QQ号直接登录注册或者通过邮箱帐号注册。



4.2 微信常见运营模式

模式1: 许可式的互动推送

案例: 星巴克《自然醒》



冰摇沁爽
星巴克《自然醒》专辑

星巴克《自然醒》专辑
微信首发

1. 打开微信, 扫描QR code, 或摇一摇, 或搜索星巴克中国, 加为好友.



2. 在微信里向星巴克中国发送1个表情符号, 告诉星巴克你的心情

3. 星巴克就会用专辑音乐回应。让你沁爽一整天!

weibo.com/starbucks

举例：武大助手

武汉大学学生添加武大助手后，输入**成绩**、**GPA**等文字，微信就会**自动返回**相关的信息。

想一下，这个功能用在营销上，会有什么效果？客服系统、展品展示、购买咨询等等都可以做。



模式2:人力成本投入的陪聊

案例:杜蕾斯

杜蕾斯微信团队专门成立了8人陪聊组,与用户进行真实对话。延续了杜蕾斯微博上的风格,杜蕾斯在微信中依然以一种有趣的方式与用户“谈性说爱”。



模式3: 二维码的魔术

二维码就是一个可以往里面装大量信息的匣子，
这个匣子可以供摄像头识别，比如手机、平板。



模式3:二维码的魔术——典型应用



微信 扫描二维码活动支持商家

微信扫描二维码 免费获得会员卡

会员特权请咨询店内服务员

会员礼遇

微生活电子会员卡

开卡有礼

大悦城
JOY CITY 旗舰店

手机: 8888888

获得方法

打开微信 ▶ 朋友们 ▶ 添加好友 ▶ 扫描二维码
(支持4.1及以上版本iPhone客户端, 4.1及以上版本Android客户端)

您也可以通过添加微信号 cyjoycity 获得会员卡:
朋友们 ▶ 添加好友 ▶ 按微信号查找
(支持微信4.1及以上版本)

领奖处

凡11-12 魅力和惊喜
当微生活会员卡绑定后可到
大悦城北城店或太行店C2店或
C3店, 每人开卡限领一次。

凡发微博并有@本店
在官方微博 以#石家庄开心#为话题发布
一条微博, 并带图到大悦城, 就有机会
参与每周抽奖, 1000冷每周送出10名。

腾讯微信 微信 腾讯微博

地址: 石家庄 Hq2/madbrief.com 400-000-7860



中国移动 23:59 59%

返回 三人行骨头王火锅

微生活会员卡 商家详情

THREE TRAVELLERS
三人行

青开家路店 No.00005

尊贵会员, 享受如下特权:

会员专享8.5折优惠

@MADBRIEF
weibo.com/madbrief

模式4: LBS-查看附近的人

案例: K5便利店新店推广、“饿的神”

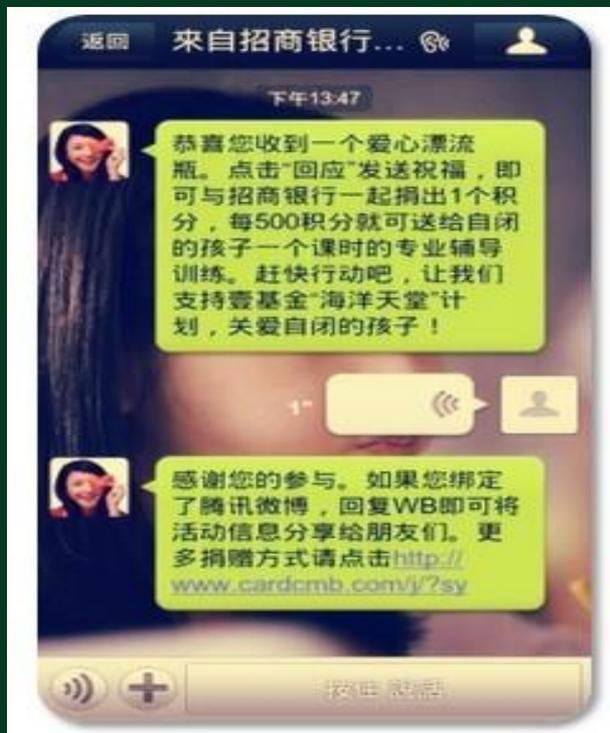




模式5：漂流瓶

案例：招商银行的“爱心漂流瓶”

Campaign期间，微信用户用“漂流瓶”或者“摇一摇”功能找朋友，就会看到“招商银行点亮蓝灯”，只要参与或关注，招商银行便会通过“小积分，微慈善”平台为自闭症儿童捐赠积分



模式6：开放平台—分享功能

案例：美丽说×微信

用户可以将美丽说中的内容分享到微信中，由于微信用户彼此间具有某种更加亲密的关系，所以当美丽说中的商品被某个用户分享给其他好友后，相当于完成了一个有效到达的口碑营销。



模式7: 朋友圈



模式8:无所不能的公众平台

微信公众平台主要有实时交流、消息发送和素材管理。用户对自己的粉丝分组管理、实时交流都可以在这个界面完成。



结合微信的消息群发功能，微信公众平台的主要功能的定位如下

群发推送：

公众号主动向
用户推送

重要通知或趣味
内容。

自动回复：

用户根据指定
关键字

主动向公号提取常
规消息；FAQ

1对1交流：

公众号针对用户的
特殊疑问

为用户提供1对1的
对话解答服务。

精准

CPM成本更低

真实的关系

模式N: 语音信箱, 品牌主页, 新闻推送等。

小结



在线开放课程

微信的常见运营模式

