# 新媒体微信营销策划方案

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2024-07-02

*微信营销策划方案一、确定客户群·微信用户分布现状性别与年龄分布：根据腾讯官方公布的信息，微信用户已经突破6亿。微信用户性别比例和年龄分布如下图，男性占了63%，女性占了37%，而从年龄分布来看20-30岁之间的青年占了74%。信用户职业分布...*

微信营销策划方案

一、确定客户群

·微信用户分布现状

性别与年龄分布：

根据腾讯官方公布的信息，微信用户已经突破6亿。微信用户性别比例和年龄分布如下图，男性占了63%，女性占了37%，而从年龄分布来看20-30岁之间的青年占了74%。

信用户职业分布：

如上图，大学生占了64%，其次是IT行业和白领，这

类人占了微信用户总数的90%。

从以上两个统计数据，我们可以看到，目前微信用户群具有年轻化、男性居多的特征，从职业分布来看主要集中在大学生群体，这类群体拥有大量碎片时间。其次是IT行业和白领。

而针对松原这样的市场条件来说，微信用户首先是学生居多，其次是上班和打工族。而像我们松原这样的三四线城市，互联网虽然发展还处于起步阶段，但是移动新媒体却已经发展的很发达了，基本已经普及。而想要推动本地互联网发展，移动新媒体无疑是最好的选择之一。那么根据以上数据分析，现代化学生无论在几线城市都普遍对互联网的认知度是较高的，也比较了解，但主要局限在娱乐方面，是本地未来几年互联网发展的潜在用户也是主导用户。而70年代后的上班族一般都对互联网这个新媒体或多或少有些了解，接受起来也是比较容易的。再加上松原本地的移动新媒体用户使用条件和互联网行业的特性，想要推广松原互联网发展最好的选择无疑就是通过移动媒体的传播。

现在老龄化社会越来越严重，新媒体科技逐步发展，社会的主导力量逐渐转移在了学生和70年代后的上班组群体身上，所以说，我们微信用户群体可初步定在学生和70年代后上班族。

二、如何增加客户

微信营销成为继任微博营销的第二大方式了，效果非常好，而且注册人数统计来看，微信粉丝已经有6亿多了，所以这个市场特别好，如果恰当的利用微信做网站推广，是一个非常不错的平台，那么下面介绍一下微信营销如何增加有效客户：

在微信公众账号粉丝如何快速增加之前先提几点特别要注意的：

1、拒绝刷粉丝

微信刷粉丝就是作茧自缚，微信和微博不同，微博是做给别人看的，而微信不是。就目前来说外人是暂时无法了解你的微信实力的。即时是互粉，对你未来的微信营销都是毫无意义的，如果互粉的目的只是为了获得第二阶梯（即超过500认证），可以尝试互粉。

2、定位微信方向

没有方向就像是是无头的苍蝇，发一点这个信息，发一点那个信息，用户群体不统一。微信未来的营销是投递式，不同于微博的广布式，所以微信更需要真实的粉丝，产生真实的反馈。进行微信号受众的初定位，然后针对定位精准人群去传播二维码。

微信公众号怎么快速增加用户：

1、加入微信聚

微信聚的平台有好几个，把微信提交上去，增加曝光率！！好奇心会带来很多粉丝.2、各大社区处处留情

博客、贴吧、人人、开心网等等，各个社交网站，软文推广，用心做就可以了。

3、微信互推

以大号带小号，以私人号带企业号，把公号分享到朋友圈，并且说明关注有惊喜，或者转发此公众号发出的活动信息，来吸引人来转发并关注。

4、以微博带微信

利用官方微博的原有受众基数，更新微博头像增加头图二维码推广，并发布全新的关于微信公众号推广的新段子，通过微博大号带动，为微信号带来关注用户。

5、利用好摇的功能

摇一摇这种趣味交友的模式。为了成功利用这一部分人好奇心与交友欲，我们可以策划美女微信关注计划。通过摇一摇的方式将我们的好奇传递出去，如果策化包装好的话，转化率有时候超过50%。一场好奇被引导了微信公众号，同时公众号留住了人心。

6、漂流瓶推广

漂流瓶活动，一定是要采用传递瓶的模式，这样的影响力大，传播的人群更广，但是唯一的缺点是漂流瓶的转化周期和转化率并不想微信摇一摇那么乐观。

7、无活动,不营销

如果只是单纯的发硬广，关注我吧！这样的转化率基本上零。我们可以利用标题党的优势，来做些小活动吸引用户关注，比如“关注有惊喜！”“关注就有机会赢取30元话费”“不关注后悔的”等等等类似的营销话语。

9、QQ推广

申请一个微信qq号，充分利用qq群，qq邮箱，QQ空间，朋友圈…等等资源，qq头像改成微信二维码，每天发有用的资讯，吸引人们注意…

10、其他发掘方式

去各大网站推广尤其社交和活动强的地方为好（比如：qq、微博、博客、贴吧、人人、开心网、付费广告等，以及一些目标人群和潜在人群常去的地方，可以通过软文去推广。

其实微信线下是可以通过在，名片、传单、T恤、广告衫、海报、户外广告上印微信的标志符号，去推广等。

三、如何打开市场

微信的特点更像一把双刃剑，由于微信营销属于“许可式”的，只有在得到用户许可后，我方可展开对话，虽然这部分用户可以被明确定义为我方的忠实用户，但残酷的是，他们也可以随时关闭与我方之间的互动。试想一下，如果你关注了20个企业为新，每个企业微信每天向你推送3条信息，那么这些信息就显得有些扰民了，所以如何维系与用户之间的关系将成为进一步讨论微信营销的关键。《南方人物周刊》曾经给出一个颇有建树的建议,“提供价值，而非吸引眼球，这是微信的态度，也是它能否成功的关键。”所以我认为在微信推广之前就要树立这样一个理念“为用户提供有价值的信息，并非对我们有价值的信息。”

那么，微信营销的前景究竟如何？据我观察并总结了时下最有效的六种营销模式：

模式一：活动式微信——漂流瓶

营销方式：微信官方可以对漂流瓶的参数进行更改，使得合作商家推广的活动在某一时间段内抛出的“漂流瓶”数量大增，普通用户“捞”到的频率也会增加。加上“漂流瓶”模式本身可以发送不同的文字内容甚至语音小游戏等，如果营销得当，也能产生不错的营销效果。

案例：招商银行的“爱心漂流瓶”

活动期间，微信用户用“漂流瓶”功能捡到招商银行漂流瓶，回复之后招商银行便会通过“小积分，微慈善”平台为自闭症儿童提供帮助。根据观察，在招行展开活动期间，每捡十次漂流瓶便基本上有一次会捡到招行的爱心漂流瓶。不过，介于漂流瓶内容重复，如果可提供更加多样化的灵活信息，用户的参与度会更高。

模式二：互动式推送微信

营销方式：通过一对一的推送，我方可以与“粉丝”开展个性化的互动活动，提供更加直接的互动体验。

案例：星巴克《自然醒》

当用户添加“星巴克”为好友后，用微信表情表达心情，星巴克就会根据用户发送的心情，用《自然醒》专辑中的音乐回应用户。

模式三：陪聊式对话微信

营销方式：现在微信开放平台已经提供了基本的会话功能，让我方用户之间做交互沟通，但由于陪聊式的对话更有针对性，所以品牌无疑需要大量的人力成本投入。

案例：杜蕾斯

以杜蕾斯为例，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”。据杜蕾斯代理公司时趣互动透露，目前除了陪聊团队，还做了200多条信息回复，并开始进行用户的语义分析的研究。

模式四：O2O模式——二维码（可用于新闻网电商或与本地商家搞互动合作）

营销方式：在微信中，用户只需用手机扫描商家的独有二维码，就能获得一张存储于微信中的电子会员卡，可享受商家提供的会员折扣和服务。企业可以设定自己的二维码，用折扣和优惠来吸引用户关注，开拓O2O营销模式。

案例：深圳海岸城“开启微信会员卡”

深圳大型商场海岸城推出“开启微信会员卡”活动，微信用户只要使用微信扫描海岸城专属二维码，即可免费获得海岸城手机会员卡，凭此享受海岸城内多家商户优惠特权。

模式五：社交分享——第三方应用

营销方式：微信开放平台是微信4.0版本推出的新功能，应用开发者可通过微信开放接口接入第三方应用。还可以将应用的LOGO放入微信附件栏中，让微信用户方便地在会话中调用第三方应用进行内容选择与分享。

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

模式六：地理位置推送——LBS

营销方式：点击“查看附近的人”后，可以根据自己的地理位置查找到周围的微信用户。然后根据地理位置将相应的促销信息推送给附近用户，进行精准投放。

微信搜索出附近的人之后，使用微信营销精灵自动的一个一个打招呼过去,当人家回应后就自动成为朋友了，积累了足够多的好友之后，利用微信自带的群发插件进行更多次的广告发送。微信的订阅和推送功能很棒，但是如果企业信息多了，对用户有可能造成信息困扰，这可能制约着用户关注“公众账号”的数量，每天三五条推送和每天三五十条推送的感受自然是不同的。微信的昵称和签名可以设置成广告词，头像和照片墙可以设置成广告图片。

智能手机都有通知推送功能，微信一般是在后台运行的，当微信收到消息后手机系统就会推送通知信息，即使用户不进入微信界面也能看到所接收到的文字信息。你可以任意设定位置搜索附近好友，比如人在广州，但是可以把经纬度设到北京大学，然后查找北京大学该位置附近的人。

案例：K5便利店新店推广

K5便利店新店开张时，利用微信“查看附近的人”和“向附近的人打招呼”两个功能，成功进行基于LBS的推送。

针对不同类型的商家，制定不一样的营销方式。

四、微信的盈利模式

微信的最直接目的和功能就是把消息直接的推送出去，而这个消息的类型可以是，语音、文字、图片，微信盈利最重要的不是方式而是稳定、真实、庞大的用户群和广告内容本身的策划，所以这就对编辑和微信本身有很高的要求。如果我们的微信有了一定的忠实用户群之后，可以利用签名、附近的人、漂流瓶、O2O二维码、朋友圈、公众平台等方式给合作商家软性发布广告和活动的造势宣传来收取一定的费用。作为新媒体推广传播途径就要时时刻刻的用创新的方法来运营，只有创新+创意才是最好的运营之道。

五、微信编辑需求

图片处理1名

微信采编人员1名

要求：

1、定期创意、撰写、编辑微信内容并及时发布。

2、不断开发微信营销的新功能、新方式，扩大微信关注圈，提高微信营销质量。

3、服从领导要求，做好品牌推广和宣传的配合工作。

4、技能：拥有良好的文字功底，思维活跃，敢于创新。

5、态度：认真、负责、细心

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找