# 关于微信营销的总结报告

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-09-03

*关于微信营销的总结报告(精选5篇)总结是事后对某一阶段的学习或工作情况作加以回顾检查并分析评价的书面材料，它能够给人努力工作的动力，为此要我们写一份总结。但是却发现不知道该写些什么，以下是小编整理的关于微信营销的总结报告，欢迎大家借鉴与参考...*

关于微信营销的总结报告(精选5篇)

总结是事后对某一阶段的学习或工作情况作加以回顾检查并分析评价的书面材料，它能够给人努力工作的动力，为此要我们写一份总结。但是却发现不知道该写些什么，以下是小编整理的关于微信营销的总结报告，欢迎大家借鉴与参考!

**关于微信营销的总结报告（篇1）**

第一步：获取大量的目标客户

每一个培训行业做了3、5年都有大量的会员、目标客户,有了微信的公众平台,可以为会员专门申请一个微信公众平台,就能很好的管理会员，并且有利于后面针对会员，销售后续的高价产品,也且不会影响到潜在的目标客户群体,可以通过微信的公众平台，每一个星期都可以向老顾客传递价值,服务发了会员.

同时可以用微信做活动，鼓励老会员转介绍顾客,这样就利用微信打造了自动转介绍系统,为企业获取大量的目标客户群,做大自已企业的客户数据库.

第二步：整合资源做大客户数据库

做数据库最重要的是目标客户的量,你的目标客户数量是5000人、50000人、500000人,这个决定你的财富的大小，是百万级还是千万级.

我们知道现在很多的培训机构,他们现在都是在靠自已企业现在的资源,在开发顾客,没有整合企业外的资源为企业所用.

把自已的价值拿去跟同行进行交换、整合获取更大的价值,我们知道，我们的客户同时也是别人的客户,如果在产品不产生竞争的情况下,整合自已的资源.

其实在微信中合作很简单,只要你写好一篇文章,帮你转发一下就可以,如果你能借助微信公众平台整合1000家企业跟你合作,把企业做大10倍、客户数据库做大100倍是一件很容易的事情.

第三步:培养顾客

要让这些顾客产生更大的价值,不断的跟踪，不停地为他们创造价值,如此客户就不会产生抵触心理，增加自已的信任,让销售产品变的容易,关键是一定要提供理多的价值给目标客户,这些顾客才会一直关注你、支持你.

现在的培训机构,有了微信平台,就能跟顾客长期的建立连系,可以每一星期向顾客不断的传递价值,后面当我们要销售后续产品的是一件很容易的事情.

还有就是有那个顾客要过生日了,在公众平台上发个图文并的祝福信息给他,当然具体可以做的更好,在这里我只是出一个思路.

还有就是很多企业经营公司的时候经常会遇到很多的问题,都没有办法解决,有了公众平台企业遇到了问题都可以发给公众平台,让企业的老师帮助解决,把服务做好了，后面会有多顾客带来很多的顾客.

第四步:促销产品

经过以上步骤,顾客越来越信任我们了,当我们有新产品、课程要发布,只要写一篇文章,或者写一封简单的信给客户,就能产生大量的利润.

第五步:重复做上面的动作.

不断的重复上面的步骤,就能为企业产生大量的利润，就能把微信的顾客变成现金、大把大把的钞票.

1、开公开课程

开公开课程，让学员免费试听，后面推面授课程，遇到的问题是，很难找到目标客户，通畅采取的方法，都是乱打电话，获取目标客户，后面我会讲解怎样利用网络解决这个问题。

2、采用电话营销

用电话销售课程，这样遇到的\'问题是，需要招聘大量的电话销售员，我们不可以否定这些业务都会大量的流失，现在大量的企业都在使用电话营销，电话营销都是在打扰客户的生活，电话营销越来越难做，因为每一次顾客的拒绝都在影响企业的品牌，这样的销售流程到底存在什么样的问题呢，每一天都要不停的寻找顾客，少了自动转介绍系统，自动顾客沟通系统、自动顾客重复购买系统、自动超高价系统。

现在很多培训机构都缺少这样的系统，英语培训、电脑培训、幼教培训、中小学生培训、书法培训、小提琴培训、网络营销培训、美容院培训、会计培训、软件开发培训、婚礼主持人培训、化妆培训、餐饮培训都没有这样的系统，导致这样的原因是因为没有一个更好的工具能帮他们实现这样的系统。

首先我们知道培训行业有一个特点就是：主要是卖方法、卖思想，不是什么实物产品，很容易通过微信向顾客传递价值，现在有了微信门户，教育机构可以把这个问题说清，在此基础上可以灵活拓展更多的营销方法。

1、教育机构的授课地点是与用户相关的，这与餐馆、便利店的情况类似。于是，微信的“查找附近”的功能可以起到很大作用。设想，K12机构的市场人员在中小学门口，使用查找附近的功能搜索附近的家长;古筝、钢琴的培训机构在自己办公室里查找附近的潜在客户，把他们吸引到自己的公众号里。

2、对已有客户，在开课时让客户扫描机构的微信公众号，由此不仅增加了机构与学生的联系纽带，让老客户能够随时查看机构的课程、与客服发起联系。通过这种方法提高用户的满意度，对用户的二次付费决策提供帮助。

3.通过微信获得优惠，这是最常见最有效的方法，但是这一功能是很难采用传统的文章推送模式解决的。如果教育机构的微信门户上提供这样的功能，不但可以直接吸引学生报名，而且还可以促成“客户推荐优惠”，从而产生自滚动的推广效应。正如前文所说，客户在自己的微信群里横向传播，以及分享在自己的朋友圈里的可能性更大。

4.宣传彩页可以更简单，更直指核心，不必让宣传彩页的有限空间附加太多的信息，也许微信营销，只要提供二维码和简单的广告语就可以了。这种内容的宣传彩页，不论是户外、信箱还是学校渠道投放，也许更为直接有效。　　以上是一些简单的设想，具体的实施过程会有更多的精彩策划。这其中的关键在于：良好的微信内容和互动性服务，为教育机构的推广手段提供了更多的可能性，从而使得教育机构拓展了移动互联网这一新兴的营销通路。

教育行业的微信营销与其他行业的营销同理，不必贪求粉丝数、转发数、推送数，因为这些都是虚的。微信的特点在于“粉丝的真需求，与粉丝的沟通零距离，丰富地展示自己的服务”，只要吸引一位新粉丝，把新粉丝服务好，近则是一桩订单，远则是一个实实在在的口碑了。

微信公众平台的出现，非常有效地降低教育培训机构进入移动互联网的成本与风险

对于传统教育培训机构企业APP，用户的需求并不是频发与刚性的，需求没有触发之前，很多时候用户即便装了APP应用也不会想到去使用它，这类应用很容易就会被淹没，而微信则相对更为灵活，清晰简洁的用户体验能帮助用户更方便地找到想要的资源。

**关于微信营销的总结报告（篇2）**

回顾20\_\_年的工作，我们\_\_堂品牌在公司领导的正确指引下取得了骄人的销售业绩，逐步确立了\_\_堂在“亚洲范围中压倒性领先的品牌地位”。作为\_\_堂的一名员工我感到非常的自豪。在全柜台的员工立足本职工作、恪尽职守、团结奋斗、兢兢业业的努力工作下，20\_\_年我们店专柜也较20\_\_年的销售业绩了较大突破。现将我们专柜的情况总结如下：

一、销售方面的情况

截止到20\_\_年\_\_月\_\_日，店专柜实现销售额，于20\_\_年同期相比，上升（下降）X%。本柜台共计促销次，完成促销任务达%。

二、会员拓展

（一）新会员拓展

截止到20\_\_年\_\_月31日，本专柜新发展会员人。与20\_\_年相比，递增了X%。

（二）老会员和散客的维护

本专柜严格执行公司会员制度，耐心、细心、热诚的和会员交流，更加增强了老会员对品牌的忠实度和的情感。老会员的返店率达到\_\_%。在散客方面，本柜台柜员同样是本着热忱服务、顾客至上的宗旨，以最大可能提高回头率。

三、竞品分析

面对\_\_等对手，本柜台在注重本产品的优雅、高贵、经典的品牌形象的基础上，突出个性化、优质服务的优势。使我们品牌在市场的竞争占有率大幅度提高。如面膜（占有情况），洗面奶（占有情况），由于本人不了解具体市场，自己稍加分析即可。大概对比下咱们产品的优势和不足。

四、柜台日常工作情况

本专柜严格遵守公司柜台管理细则。在人员管理方面，严格注意公司形象，热诚、耐心的为顾客服务……在库存管理方面，严格短缺货登记、库存登记，认真做好盘点工作。货品的管理、注意干燥清洁、防火防潮，并做好货物的清洁。（可结合公司管理细则添加）。

五、下一年工作的展望

20\_\_年即将过去，在未来的20\_\_年工作中，本柜台力争在保证20\_\_年的销售计划前提下，实现新的销售业绩突破。在会员方面，做到吸引新会员，然后抓住老会员，保正市场持续发展。在散客的方面一如既往的保持我们的优质服务，让更多消费者加入到我们\_\_堂的会员队伍中来。在柜台日常工作方面，要更加严格的遵守公司的管理细则，让消费者放心认购我们\_\_堂的优质产品。在20\_\_年我们的重心是：认真做好顾客和产品的纽带工作，将\_\_堂的优质产品推向顾客，把顾客对产品的热爱之情带回企业。为实现\_\_堂“\_\_”的战略目标的目标而努力。

**关于微信营销的总结报告（篇3）**

自20\_\_年六月到现在转入销售部已经一年半的时间了，回头看看自己这一年多走过的路，所经历的事，感觉自己成长了许多，在对待事情上多了一份镇定，从容的心态。在公司领导的帮助下及同事的配合下，使得销售工作顺利进行。虽然说销售量非常不错，可是回款率稍有待提高，20\_\_年我会尽自己最大的努力将这方面的问题减到最少，现将14年销售的工作内容总结如下：

平时公司上门业务的处理，对产品销售过程中出现的问题进行处理，与各部门之前进行友好的沟通，与集团总部清理往年应付款情况，由于往年帐目不是我经手的，加上有些单据遗失及价格或等等问题，给现在的工作带来许多麻烦，对每一款新产品进行推广，与各经销商进行密切联系，并根据地区、行业、受众的不同进行分析，在日常的事务工作中，自己在接到领导安排的任务后，积极着手，在确保工作质量的前提下按时完成任务。

总结一年来的工作，自己的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20\_\_年自己计划在去年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

1 、全年销售任务，平时积极搜集信息并及时汇总;

2 、经理的销售工作，从产品的价格，数量，质量以及自身的服务态度方面，细心的与客户沟通;

3 、确度、仔细审核;

4 、货物的及时处理;

5、老客户的关系维系，并不断开发新的客户。

最后，总结下，这一年里自己总结的一些工作中存在的问题。例如：

1 、库存量不够。虽然库存表上标注了每款产品最低库存量，但是实际却不相符，有许多产品甚至已经断货。在库存不多的情况下，建议仓库及时与生产联系下单，或者与销售联系提醒下单，飞单的情况大多于库存量不足有关。

2 、回货不及时。回货时间总会延迟，对于这种现象，采购人员的态度大多都是事不关已，很少会想着怎么去与供应商解决，而是希望销售人员与客户沟通延缓时间。这样会让客户对我们的信誉度降低。(这种现象非常严重)

3 、对供应商退货的处理。很多不合格的产品，由于时间拖延，最后在逼不得已的情况下一挑再挑，并当成合格产品销售，这样对我们“追求高品质”的信念是非常不吻合的。经常有拿出去的东西因为质量问题让销售人员非常难堪。

4 、应定期对销售却未回款的业务进行催款或者提醒。有许多已经回款的业务，财务在几个月之后才告诉销售人员，期间销售人员以为没回款一直都在催，给客户印象非常不好!

5 、部门之间不协调。为了自己的工作方便，往往不会太关心他人，不会考虑给他人带来的麻烦。有时候因为一句话或者一点小事情就可以解决了，可是却让销售人员走了许多弯路。

6、派车问题。

7、品开发速度太慢。

值得一提的事上半年同比已经有了很大的进步通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。这是值得鼓舞的。可是我们还要做得更好更强大，今年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极帮助他人。也希望公司存在的一些问题能够妥善解决，不断的开发新品，不断开发新的区域，相信公司一定会走得更远!在新的一年里，我会更加努力的学习专业知识，让自己变得更加专业，更好的为公司贡献自己的一份力。

**关于微信营销的总结报告（篇4）**

一、产品背景：

微信是腾讯推出的一款移动互联网领域最热门的客户端软件，1月份用户已经突破三亿，发展速度惊人。据称微信再商业拓展上重点将在O2O领域布局。

二、营销目的

建立一对多互动营销平台，依托微信及渗透个人现实社交圈打造一个营销通路：传播汽车品牌、产品、4S店等信息，吸引更多的消费者用户与商家等，成为企业移动互联网营销通路的重要组成部分。

三、企业获得的价值

通过此方案的执行，逐步完成移动互联网营销通路的布局，为汽车4S店实现网络化，经营做好当前收益与战略布局。能够提升企业在当地汽车爱好者中良好的用户感受，并延长营销时间和不限制地点，每天都能接收车讯，为营销创造无限可能。

互联网会议PPT资料大全技术大会产品经理大会网络营销大会交互体验大会

正直，进取，合作，创新

微信公众平台，企业推广之道，有网络的地方就有你的信息

一点一滴为客户，帮助客户成功。

四、宣传模式

汽车4S店在当地有一定的名气，其主要经营模式通过传统的车展以及预约试驾等方式营销，另外也是通过网络做营销推广，最终引导用户去体验店消费。此次与微信的合作，汽车4S店也通过、微博、店面等进行全面宣传自身二维码以及微信。

五、内容为王

1、文字篇

总共编辑600字，也可搭配表情，比较直观，给人于简洁明了、正规的感觉，可发布重大事件通知，例如发改委下调油价等；

2、语音篇

时间不得超过1分钟，在短短的几十秒内，其语言必须精炼，给人听觉上的\'享受，一般购车人士以男性居多，可以由播音甜美的人员制作，可发布驾车的哲理性信息；

3、图片篇

一张小小的图片，如果激情四射，睿智幽默，引人入胜，恶搞与有内涵的图片受大众喜爱的程度非常高。图片内容多以驾车小乐趣为主，吸引眼球，缓解疲劳。

4、视频篇

最好不要超过15秒钟（考虑到用户流量）善于供助各种技术，将汽车行业的产品，服务的信息以视频的形式传送到潜在客户的大脑中，更加地吸引消费者的眼球。

正直，进取，合作，创新

微信公众平台，企业推广之道，有网络的地方就有你的信息。

一点一滴为客户，帮助客户成功。

5、图文消息篇

不受字数限制，可搭配图片。图文匹配可以发布活动流程以及促销预定规则，能够详细介绍活动、产品或服务，更具有营销价值。

微信即时性和互动性强，可见度，影响力以及无边界传播等特质特别适合病毒式营销策略的应用。微信平台的群发功能可以有效的将拍的视频，制作的图片，或是宣传的文字群发到微信好友。汽车销售公司更是可以利于二维码的形式发送优惠信息，这是一个即经济又实惠，更有效的促销好模式。更顾客主动为企业做宣传，激发口啤效应，将产品和服务信息传播到互联网还有生活中的每个角落。

六、推广周期

年3月28日—年6月30日（最少3个月）KPI:

粉丝数量：听众达千级以上曝光次数：万级广告位以上活动策划：3-6次更新数量：90篇

累计互动：有效互动达千级人次

**关于微信营销的总结报告（篇5）**

推送有关双十一光棍节的具有代表性的文章

双十一是年末商家活动促销的大节点，而微信作为一个传播的推广的链条或者渠道，就该把握住这个年仅一次的难得良机“大举入侵”。微信作为一个发布消息的公众平台，商家可以通过对产品进行定位，把产品与光棍节联系起来，增加与节日的契合点。如某咖啡厅就推送来了《喝“光”咖啡》的文章内容，不仅很好的抓住来了光棍节的热点，还与自己的咖啡产品结合起来，乍看题目，都觉得非常有趣。

开启粉丝奖励计划

近些年，节日微信营销越发热门，而不少商家缺乏心思导致营销活动本身创意不佳，或是设计不够新颖，而影响了粉丝的积极性和热情。所以，商家要想做好光棍节的.微信营销活动，就必须下功夫去研究粉丝的喜好和市场的特点和趋势，从而推出吸引人的微信营销活动，达到增加粉丝，提升品牌曝光度的机会。

而要想吸引粉丝参与活动，一些准入门槛低，参与简单方便且具有奖励机制的活动便是不错的选择。赛风微赢—微信营销平台内置多种新颖、好玩、有趣的微活动，如摁死小情侣、刮刮卡、砸金蛋、大转盘等，可以做到与粉丝进行双方的互动，通过整合多方资源，进行营销，不仅可以令粉丝持续增加，更可以提升粉丝的体验程度和营销的效果，让商家的国庆活动进行得如火如荼。

活动主题：

今天只有11，没有光棍。

活动平台：

微信。

活动工具：

\_\_—微信营销平台。

活动参与方式：

扫二维码关注餐厅。

活动内容：

1、背景音乐

11月11日当天，餐厅微背景音乐设置为司文的《光棍快乐》。

2、微会员福利

但凡是11月11日之前（包括11月11日）关注本餐厅并开通微会员的用户，都可享受以下优惠：

惊喜一；11。11日当天用餐出示会员微信者，本人自助餐价立减11元折扣。

惊喜二；凡11。11日当天新会员即刻享受双人自助餐价立减11元折扣。

惊喜三；所有微信会员均赠送神秘礼物一份。

说明：本活动不与店内其它活动共同使用，需全价才可享受微信折扣，半价与儿童不予参与。

3、“大声说出爱，我不再是光棍”微投票活动

活动内容：编辑并发送你想对TA说的话至餐厅公众平台，参与“大声说出爱，我不再是光棍”微投票活动。

11月11日，投票选出最打动人心的表白，获奖者可携带TA到店享受免单优惠。

4、幸运大转盘，惊喜送不停

活动时间：11月11日11点11分。

用户发送“1111”即可参与活动。

奖品设置：

一等奖：免单（需凑足11个人一起才能享受该福利哦）。

二等奖：用餐消费1.1折。

三等奖：价值120元招牌菜只需1.1元。

四等奖：价值100元特色菜仅需11.11元。

五等奖：到店消费满600元立减111.1。

注：活动兑奖时间截止11月13日，过期作废。

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