

## 本文目录

- [微信如何做包包营销？](#)
- [o2o的支付类型有什么？](#)
- [如何与客户做汽车微信营销方案设计？](#)

## 微信如何做包包营销？

微博营销方兴未艾，微信营销一夜之间已是巅峰重转气象万千。8月18日微信公众平台上线，首次允许媒体、品牌商及名人进行账户认证，并给认证用户更多的手段向粉丝们推送信息。于是，众品牌纷纷抢滩登陆，微博上代理公司也正式挂起了“微信营销”这块招牌，一时间，微信成了品牌除官方微博外的另一大互联网营销热地。

yixieshi.com

从微信的特点看，它重新定义了品牌与用户之间的交流方式。如果将微博看做品牌的广播台，微信则为品牌开通了“电话式”服务。当品牌成功得到关注后，便可以进行到达率几乎为100%的对话，它的维系的能力便远远超过了微博。

此外，通过LBS、语音功能、实时对话等一系列多媒体功能，品牌可以为用户提供更加有丰富的服务，制定更明确的营销策略。基于这种功能，微信已远远超越了其最初设计的语音通信属性，其平台化的商业价值显然更值得期待。

然而从另一面看，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，品牌方可展开对话，虽然这部分用户可以被明确定义为品

牌的忠实用户，但残酷的是，他们也可以随时关闭与品牌之间的互动。

试想一下，如果你关注了20个品牌，每个品牌每天向你推送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。

”

那么，微信营销的前景究竟如何？品牌疯狂涌入的同时又有多少可以最终留在这个平台？我们观察并总结了时下最有效的六种营销模式，并独家连线三位营销公司代表，让他们告诉你微信营销前线的真实状况。

### 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。 yixieshi. com

案例：招商银行的“爱心漂流瓶” yixieshi. com

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，品牌可以与“粉丝”开展个性化的互动活动，提供更加直接的互动体验。

### 互联网的一些事

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 yixieshi.com

营销方式：现在微信开放平台已经提供了基本的会话功能，让品牌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。

互联网的一些事

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

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。企业可以设定自己品牌的二维码，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。yixieshi.com

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：品牌点击“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。

案例：K5便利店新店推广 yixieshi.com

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。

### 互联网的一些事

希望能帮助到您，（尽自己所能为君解困，如果您对我的答复满意，请选择“有用”，谢谢您的采纳。 ）。

### o2o的支付类型有什么？

以移动支付为主的资金流，如微信支付、支付宝，实现了通过移动终端来支付。

·以移动POS机为主的资金流，如云收银、旺POS，在零售现场基于收银机或移动POS与线上云平台相结合进行支付，从而实现了线下收银支付、线上会员识别及数据跟踪。

·以积分和虚拟货币为主的资金流，如京东、Q币，使积分和虚拟货币能够参与到商品或者服务的支付中，从而让虚拟货币也可以流通

### 如何与客户做汽车微信营销方案设计？

策划任何一个营销方案，首先要明确的是营销目的。

针对你这个问题，我权且当时客户的营销目标是想通过微信端营销提升汽车销量。

要达到这个目标，首先需要，触达微信里有购买意向的用户。

其次，让客户认可你的产品与活动，让客户产生购买计划。

最后，要让意向客户支付意向定金，获取客户信息，签订合同，完成销售。

如何触达10亿微信用户中有购买汽车需求的用户是这个营销方案成功的第一步。这里就会涉及到一个精准营销手段，微信社交广告系统在技术上已经可以实现按照用户画像精准投放广告。但是广告展现在这些用户手机上，用户是否会点击广告这个取决于活动标题与图片设计。

文案成功吸引用户之后让用户对你产品与活动产生兴趣，决定要了解，这个过程取决于活动内容文案与活动玩法设计。

成功的微信营销方案一定是让用户参与帮你主动分享，这样才能节省活动费用最大化活动效果。

一个成功的活动方案大体流程就是这样，详细具体的执行方案需要根据活动资源投入多少，活动形式，活动时间等来制定。

希望对你有帮助。