



# 微博营销已走入死胡同，微信营销才是正确的选择！

内容来源：西安弈聪信息技术有限公司(<http://www.xaecong.com>)

关键词：微博营销,微信营销

内容概要：

微博营销已走入死胡同，微信营销才是正确的选择！微博营销当初是众人眼中的营销赢家，很多人搞起了微博赢家，于是出现了微博控这个名词，随之也产生了大叔控什么控的，这可见微博营销当时的火热程度，然而微博现在有人专门去玩吗？人们都从微博营销赚到了微信...

正文：

**微博营销**已走入死胡同，**微信营销**才是正确的选择！微博营销当初是众人眼中的营销赢家，很多人搞起了微博赢家，于是出现了“微博控”这个名词，随之也产生了“大叔控”什么控的，这可见微博营销当时的火热程度，然而微博现在有人专门去玩吗？人们都从微博营销赚到了微信营销上，微博控已经很少了，原因是什么，就是微博上现在出现的都是无用的广告，当初你关注的那些，那些人也在随着自己的粉丝变多的情况，渐渐被广告“童话”，变成了广告商。

广告是原因，人们都讨厌广告的原因就对人们没有价值，微信就不一样，微信是你关注了，那么这个人就对你有利，比如你喜欢购物，微信上就有秒杀的东西，你可以随时观看，你是上班族就可以用“好味快餐”订餐，他们对你是有用的，这就是微信的价值，这也是众多商家搞微信营销的价值。

中国许多乡村都有这么一个规律：每年收成季节，农户都会相互打听哪家的种植作物卖价最好，然后在决定次年种什么时，一窝蜂的撒下该作物的种子。于是，到了次年的收成季节，我们就能从各大媒体的镜头中看到一个又一个哭丧着脸的农民，手上捧着收割下来的作物，配以“大量xx滞销，无人收购烂在田地，谁来拯救辛劳一年的农民”之类的标题。

无意抨击农民在经济规律上的无知，只是这种短视，在很多行业都有体现，就像中国遍地短线投资的好手却少见长线操盘的股神，投机倒把几乎成为中国商业环境下的一个普遍特征，迅速的将蓝海挤红，也是中国市场中屡见不鲜的现象和话题。

这次中枪的，是曾经火到不行的“微博营销”。

随着2009年新浪微博的低开高走，“微博营销”在2010年迎来了爆发期，几乎是如雨后春笋一般，中国市场上涌现出了无数原本寂寥的新媒体营销专家和团队。这个势头在2011年达到了顶峰，你去甲方提个案子，不谈谈自家对于微博的营销专业理论，都不好意思说再见。到了2012年，迟迟没能建立完善的ROI体系的“微博营销”迅速迎来了“破产论”，喜新厌旧的媒体和企业开始追逐更加新颖的微信，“微博营销”的概念逐渐崩盘。2013年，则是被行业公认为“微博营销”的上岸年，剩下裸泳的都是在打算忽悠三四线城市认知相对落后的土鳖企业家。

这个短暂的寿命周期让人不由得联想到几乎和“微博营销”在时间线上高度重合的团购产业，但是团购固然也是泡沫浩瀚，但是仍然还有着剩者为王的标尺，而在微博营销这个行业，现在已经看不到坚守下来的“美团”。

2011年的时候，《创业家》杂志披露了微博营销的三大帮派，分别是蔡文胜旗下的“福建帮”，拥有包括新浪微博非认证帐号中粉丝最多的“冷笑话精选”在内的一众大号资源；以及杜子建的华艺百创公司，有着薛蛮子和蓝色光标的资本注入，加上杜子建的个人魅力不俗，风头也不输；最后就是单亲母亲“酒红冰蓝”，她在扬州创办了山鲁佐德企业管理有限公司，手下也控制了数以百计的高粉丝帐号，为企业服务微博上的传播和咨询工作。在“微博营销”的鼎盛期，这三大帮派被《创业家》描绘为年收入上亿的新兴集团，在舆论和商业上都被书写为强势和成功的典范。

然而，到了2013年，潘越飞一篇《暗黑微博史：一个已离场的草根微博大号回忆录》，将这三大大帮派以及整个微博营销行当打回原型。短段不到一年时间，微博大号的吸引力不再，连自己那边的资本方都不再青睐，薛蛮子抛下杜子建自己忙活了一个自媒体《蛮子文摘》，而蔡文胜在做美图手机时也没怎么让“冷笑话精选”们帮着推。

在作为分水岭的2012年，很多人认为是达到3亿用户的微信分流了微博的人气和价值，但是除此之外，还有更重要的原因存在。

微博营销现在已经逐渐走进了死胡同，只有微信营销才是正确选择，至少不会像微博营销一样很快被埋没！

## 西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话: 029-84157445 网址:<http://www.xaecong.com> 邮箱:admin@xaecong.com