

关键词：微信营销

内容概要：

回溯到2011年1月21日，腾讯推出了即时通讯应用微信，它支持发送语音短信、视频、图片和文字，可以群聊，人们做起了微信营销。时隔一年多，2012年3月29日，马化腾通过腾讯微博宣布微信用户突破一亿大关，微信的注册用户达到了新浪微博的三分之一...

正文：

回溯到2011年1月21日，腾讯推出了即时通讯应用微信，它支持发送语音短信、视频、图片和文字，可以群聊，人们做起了[微信营销](#)。时隔一年多，2012年3月29日，马化腾通过腾讯微博宣布微信用户突破一亿大关，微信的注册用户达到了新浪微博的三分之一。微信用户数量实现从0到亿的突变，依靠的是什么？是关联产品的用户基数、简单即美的产品理念、对用户心理诉求的洞察，共同支撑起这个庞大的数字和成果。



根据2011年11月微信团队公布的官方数据，大部分微信用户都是从腾讯旗下各种产品过渡而来。微信的用户微信用户群体中，25-30岁的估计超50%；他们主要分布在一线大城市，最多的用户职业是白领（超过24%）。

1、简单即美的产品理念。正如张小龙所说，群体的效应是很难预料，产品规则越简单，越能让群体形成自发的互动。就像微信的”摇一摇“功能。“摇一摇”是人类本能，无需习得。而”懒惰“是人类固有的本性，普罗大众即使是追求新奇事物，也期望它有便捷的”准入制度“。微信的产品理念重在”引导“，它在群体里起到加速器、催化剂的作用，而不是要把用户当成”无脑“的群体，砌条小胡同让他们只能按照设计的路线，一步一步的走。如果微信对用户的生活不构成骚扰，用户卸载它的动机不会强烈，它极有可能成为手机的标配。

2、微信关联产品的用户基数。伴随着手机和移动网络的快速普及，腾讯帝国旗下各产品线，尤其是qq所维系的庞大用户基数，为微信的”曝光“打通了第一道防线。整合了图片、音频、视频、群聊功能，微信或可成为短信和QQ的升级版。

3、洞察用户心理。乔布斯曾这样形容iPhone：“用户不知道他们需要什么，而我们创造的东西就是用户需要的！”而微信从诞生伊始就注重挖掘用户的心理诉求，引导用户需求，而不是停留在满足用户要求的层面上。比如微信具有“去中心化”的特征，并在一定程度上排解了用户私密性的担忧。微信可以被人们用来显摆，满足那个把虚荣心，但又避免了无意义的围观。因此，微信可能造成的危机远小于微博。

有人的地方就有商机，更何况微信拥有如此庞大的隐形用户群体。随着微信产品本身的不断演进，利用微信营销辅助品牌营销的“占位战”已经打响。通过手机这一物质载体，让品牌“随时”传递微信的信息成为了可能，更何况，以微信营销市场尚不饱和，利用微信推送信息，暂时不会像在微博上那样，被迅速湮没。

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。

