

关键词：微信营销,微博营销

内容概要：

微信营销现在的火热度越来越高，很多原先一直打着微博营销旗号的公司，在微信营销的热潮下，也将公司原来的微博营销文章压下去，改成了主打微信营销，微信营销的形式现在也是多种多样的，不再限于单一模式，微信公众平台更是现在让很多商家利用的淋漓尽致，...

正文：

[微信营销](#)现在的火热度越来越高，很多原先一直打着[微博营销](#)旗号的公司，在微信营销的热潮下，也将公司原来的微博营销文章压下去，改成了主打微信营销，微信营销的形式现在也是多种多样的，不再限于单一模式，微信公众平台更是现在让很多商家利用的淋漓尽致，发挥的很好。



“本美女小二在这里恭候你很久啦！”只要关注了一家购物网站在微信上的公共账号，用户就会收到这样的问候短信。咖啡连锁品牌“星巴克”还推出“自然醒”活动，只要用户用微信表情表达心情，星巴克就会根据此心情，用《自然醒》专辑中的音乐回应用户。保洁公司飘柔品牌的公众账号更是号称“会唱歌、会聊天、会玩游戏”，有客服人员一对一地与用户进行“真人对话”。

专门为企业提供微信营销产品和服务的微信海公司的监测数据显示，一些做得好的微信公共账号，活跃度可以达到1比10，也就是每天1万个粉丝的互动量可以达到10万。微信海CEO程小永说：“这就像你手机里的联系人，你和他联系的频次就代表了你们的关系，关系很深厚的话，你推荐的产品他就很容易接受。”

据了解，企业以往的客户关系管理，往往不过于掌握一部分客户的手机号、邮箱地址、生日等信息，好多人被各种促销短信和垃圾邮件扰得叫苦不迭，还有用户把这些促销邮箱拉入“黑名单”，或者直接删除不去查看。

微信公共账号的信息到达率可以达到100%，根据他们测算的数据，营销信息的打开率可以达到42%，而每100个访客就会有12人最终下单购买。唯品会、走秀网、聚美优品等电商网站在微信上的销售都取得了不错的成绩，唯品会每个月在微信上的销售额将近2000万元，占到全部营业额的20%左右。

微信与微博的不同点：

1. 微信与微博的平台属性不同。微信是一个社会化的关系网络，“用户关系”是这个网络的纽带。通常是真实的人际关系，属于移动的SNS；微博则是社会化的信息网络，“信息关系”是这个网络的纽带，媒体属性强，影响范围则更广。
2. 产品形态不同。微信主要是对话、交流与沟通；博则是快速表达、信息的浏览与传播。
3. 传播属性不同。微信是精准的一对一推送，所形成的闭环交流；微博是面向所有粉丝的广泛覆盖，传播是开放性的。
4. 人群属性不同。微信是精准的人群覆盖，关注者为高粘性用户；微博是基于兴趣的关注，粘性普遍偏低。

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：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：admin@xaecong.com