

关键词：微信营销

内容概要：

随着微信营销的兴起，企业营销模式从单向度、广范围的撒网转向互动式、精准定位。各家企业纷纷注册微信，在这片新兴战场上，各显神通吸引客户、塑造公众形象。如何打一场漂亮的微信营销战役，笔者认为应做到以下三重三忌。一、重互动忌硬推。在微信上，企业直...

正文：

随着**微信营销**的兴起，企业营销模式从单向度、广范围的“撒网”转向互动式、精准“定位”。各家企业纷纷注册微信，在这片新兴“战场”上，各显神通吸引客户、塑造公众形象。如何打一场漂亮的微信营销战役，笔者认为应做到以下“三重三忌”。



一、重互动忌硬推。

在微信上，企业直接发布新产品或公布企业相关动态，用户的转发率和评论率都不高。而通过发起互动话题，或回答用户疑难问题的形式，获得的传播和互动效果比较好。因此，微博内容切忌全部都是产品推荐的硬推广，可以增加一些体现公益形象或娱乐元素的内容，以降低用户对微信营销的反感度。在进行企业产品促销推荐时，可通过发起话题或回答用户疑问的形式；对用户的疑难问题和建议，企业需积极参与回复讨论，以形成良好的互动交流平台，避免形成一种单向交流。针对企业微信的维护，不应仅是一个管理员的职责，可引导企业内部员工多关注企业微信，并参与互动，以提升企业与客户之间的交流氛围。

二、重价值忌噪音。

微信的特点更像一把双刃剑，由于微信营销属于“许可式”的，只有在得到用户关注后，品牌才可展开对话，虽然这部分用户可以被明确定义为品牌的忠实用户，但他们也可以随时关闭与品牌之间的互动。如果企业微信频繁推送无价值的信息，那么这些信息对客户就是噪音，反而引起客户反感，一旦账号遭到客户删除，会损害品牌形象。正如有媒体所说：“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”。企业账号不需要频繁推介信息，每天一、两条足以，保持适当频率，内容应是客户关注的重大财经事件解析、理财小窍门、业务办理小知识等方面，事实证明，信息越与客户生活相关度越高，该账号对客户的粘合力就越大。

三、重整合忌碎片。

微信可以把文本内容、图片展示、语音客服整合为一体，其信息量和吸引力将强于任何一种单一的内容传播方式。微信还提供了很多应用，比如“漂流瓶”、位置签名、二维码、开放平台、语音信息和公众平台，企业可以根据这些应用特点，选择个性化的推介方式。如大众化的产品，可以放在微博开放平台和公众平台，达到传播广度的效果；地域性或个性化的产品信息，更适合使用微信推送到特定的客户，达到传播精度的效果；如果是品牌形象推介，可以使用多媒体手段，甚至配合类似“漂流瓶”这样的小游戏，更好地吸引客户关注。

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