

## 揭秘微信营销背后被忽悠的营销培训

微信无疑是当下移动互联网领域最火的应用，没有之一。关于微信营销也一直是众多砖家热衷讨论的话题，而微信营销培训市场更是异常火爆，各种砖家、各种大师、各路大牛纷纷为你传授微信营销的“实战案例”。说实话，我一直不明白移动互联网是新生事物，关于移动互联网营销方式各大互联网巨头都在苦苦探索，微信更是这个新生事物里的新生儿，怎么那么快就有这么多砖家来分享“实战案例”，这么快就有了那么多惊人的营销技巧？

上周在i黑马看到的一篇关于揭秘微信营销的背后忽悠手段的文章《微信营销“大师们”的忽悠经!》，觉得挺不错的。作为互联网从业人员，炒作向来都是不可避免的，但对于这类忽悠、盲目崇拜，与王林大师的宣传忽悠有何区别？在这个大数据时代下的我们，一个讲求以数据说话的时代，真的应该破除迷信和盲目跟风。一起来欣赏大作。

【导读】一个美睫师通过微信朋友圈做到月流水二三十万？这是前几天网上广为流传的一个信息，而一波又一波的微信营销“大师们”将微信营销吹的神乎其神，动辄成千上万的培训费用，天花乱坠的演讲。作者@黄嘉榔为你剖析暴富神话背后不为人知的忽悠经。

营销领域不知何时刮起一股微信朋友圈营销的风波，各路的人马都出来阐述自己的观点(包括本人)，那么微信朋友圈营销价值如何？是否如成功案例一样触手可及，还是一场泡沫。微信朋友圈到底是什么人的朋友圈？是社交人群or“大师们”or企业们；微信朋友圈营销到底真正的面目是如何，本文将为您解密，微信朋友圈营销“大师们”的营销。

前几天一个微信朋友圈月流水二三十万的美睫师Nancy的案例，一下子激起一大批围在微信中的人群，开始各种的尝试微信朋友圈营销是否如案例般那么厉害，而顺应的各种培训也落地。微信的培训课程有些高达几千，前段时间揭露的微信培训行业里面的弯弯曲曲，让很多人都明白了其中暴富背后不为人知的忽悠经。这种事情很正常，在微博时代过来的人都清楚当时微博培训又是多么的鼎盛，而微信似乎又在重复其中的路子，是否有效果？本人可以肯定的说有；那么是否有想象的效果，本人肯定的说不能；是否能够救活我的企业，是否能够促进我企业周转，我质疑的说：难。个体的成功不能抹杀大众成功的可能，而也不能把它强加于大众身上，否则必然重走微博的路子，而这腾讯是不会允许，所以从这种方向上面腾讯会严格把关，微信营销是一时的营销，是昙花一现，当然如果定位不同，也可以说为一种营销的话，那就不是昙花一现而是长久存在，并且是腾讯无限欢迎与坚持的。

一群微信营销的“大师们”被揭露了，而一群微信朋友圈的“大师们”也露头，前者被曝光以及被质疑源于微信的最新版本导致了所谓的微信营销开始变成一堆无用的东西，而衍生出来的微信朋友圈营销有顺应落地接替微信公众平台的路子了，至今本人也觉得有点不可思议，微信朋友圈营销就是为了取代公众帐号营销的泡沫，而这又造成一个泡沫，本人也只能说，微信朋友圈营销，其实就是“大师们”的营销的产物，一个泡沫，一个在不久将会无用的泡沫。为什么这么说，我们从三个角度来分析吧：平台所有者、用户、大师们。

平台所有者：腾讯

微信是腾讯的一个产物，所以整个平台都是腾讯说了算，但是有很多人也会认为微信会跟微博一样，会妥协，会认同，那么这样子的观点会害了你，首先腾讯很少会从用户着想，提升用户体验，根本的目的也是为了赚钱；二是微信跟微博不同，微博是媒体属性强的社交平台，而微信则不是，用比喻来说的话，微博相当于以前风光无限的央视，而微信就像以前地方电视台，一个是影响全国的频道，一个是地方频道，你说想要将一个信息发布到地方频道要影响全国的话，需要多少的努力以及发酵还有合作啊，所以微博与微信亦然，对于平台者而言，前者很难改变，而后则轻而易举，看看最近微信的风波、微信各种的改动，他们会听取我们的意见吗？会听从营销者的意见吗？答案很明显。第三、微信明确了打击营销份子，那么在每一种曝光的方法以及手段后，必然会造成腾讯无情的封杀，而对于很多人而言，是一笔很大的损失，所以如果有把握最快最短的时间赚到想要的话，那可以快速的做，如果是要等时间发酵的话，那么还是一边做，一边观摩，不要把命都放上去，这也是作者我身为一个网络营销人士的建议。

微信朋友圈营销未知危险巨大，没有承担后果的能力就不要轻信所谓的忽悠；而且对于参加的培训的人而言，如果你当时有想法，那么你等几天，看看你的想法是否还在，如果在那么就做，不然你就是被所谓的成功学、所谓的培训环境给催眠了，切记切记，记住微博培训是怎么过来的。

用户：核心

平台的核心是用户，那么对于用户而言，其实无论你是做营销还是不做营销，其实就是一个删除好友的动作而言，本人就没有放大用户抱怨或者怎么样怎么样的，你说用户只是平台的使用者，现在还能离开微信吗？如果不能，那么用户除了抱怨，以及删除外，还能有什么动作吗？好好考虑这个问题。那么营销者泛滥的朋友圈，到头来反而会成为

用户筛选真正朋友的时候，如果一位朋友被植入你是做广告的想法那么以后对你的关注就会更少，甚至会影响这段友谊，不要看所谓的微信朋友圈案例，他们要么是用小号做，那样就不会有信任危机；要么就是微信本身就是用来加用户的，所以对于真正的朋友也不会有什么信任危机，前者是不知道，后者是不再里面，所以要想做，就仔细考虑清楚，就像本人现在很讨厌微信朋友圈里面的心灵鸡汤，今天才删了两个好友，以前一直不舍得，忍耐期限到了，就无情可言了。

大师们：朋友圈营销的创始人

一群大师做起了朋友圈营销的生意，无疑是很新奇很有趣，但是背后折射出的问题，为什么就没有给很多从黑暗微博培训时代过来的人以及了解过的人一个提醒了，一群大师们都是披着很亮丽的服装而已，剥开它其实就是普通的衣服。朋友圈营销功能是有，但是不会有现在所吹捧的那么厉害，这点我是承认，反向思维思考下，为什么微信朋友圈营销是大师们的杰作了，有下面几点：

### (一)实战经验 暴富手段

相信很多人都知道要说什么最赚钱，在互联网里面无疑是培训，一个培训就是一个有无效果的一种手段，微博时代如此，微信时代如此，而既然有人能够发现这些营销手段或者方式为什么不自己去操作产品，反而来教导更多的人来进入其中，归根到底就是他们就是思想上的巨人，行动上的矮人，哦，这个观点会被喷的，嗯，改下就下，既然能够富裕为什么拉上你，人性是自私，必须承认。

可能有人会说，我有个几万的微信公众帐号，有微信号码我也做过营销，那么外面的人是否看清他们所谓的成绩的背后是怎么样的啦，有很多所谓的微信大号，不是产品的料子，也有很多根本就是人家是看他个人品牌，反而不是看产品起来，所以要区分，个人品牌能够做起，不代表产品可以啊。

### (二)案例都是抄袭

一旦一个微信朋友圈案例成功，就会被无数的人复制运用来各种场合来变成自己的东西，说自己如何如何啊，所以这些大师们就很懂得包装，但是不会否认去参加培训确实是认识不少东西，但是也必须承认参加培训过后是一点帮助都没有，比如参加培训说要微信如何做如何做，要多少人，到头来那些人估计也都是假或者都是同类人群。

### (三)大量的文章覆盖造势

微信朋友圈营销是怎么被造势起来，估计很多人都有大概的轮廓，我就不说，所以要推一个东西在如今互联网时代必然要做的是大量的媒体文章的覆盖去影响很多人，影响他们去说话、去评论、去质疑，只有这样子才会收到关注，而本人此篇文章也是助纣为虐了，说笑吧。

文章覆盖了然后就出来争论，然后才把案例拿出来了，不可否认案例都是经过包装，都有可能是真，那么除此之外了，还有了，他们不会告诉你怎么做，只给读的人灌输一个想法：微信朋友圈营销很好，这样子他们才会有利于开展下步的行动计划，懂的人想想吧。

一群人的杰作而已，微信朋友圈确实尤其营销的价值，但是没有想象中那么大，别被势头给欺骗，不然会成为既微博之后有一波大师们的囊中之物。一位从事网络营销的人士说的话，我也在做朋友圈测试，效果肯定有，本人的观点都是出自真实想法以及经验所谈，无论喜欢与否。

悠久是专业的深圳网站建设公司、深圳平面设计公司、深圳微信营销公司、深圳VI设计公司、深圳包装设计公司。提供网站建设、微信小程序/APP/软件开发、画册设计、包装设计、VI设计、标志设计等服务。  
本文地址: <https://www.youjoys.cn/cn/weixin-w14.html>