

如何设定微信营销运营模块？

微博微信的区别相信很多搞网络运营的人都非常清楚，微博本质上来说媒体属性还是大于社会化属性，传播模式更接近于单向度传播（带有互动的单向度传播可能更贴切一些）。

而微信，则是一种非常非常强大的CRM工具。以前我们的CRM工具以email、短信、人工call center为主，而现在则增加了微信。这集上述所有的功能于一身的微信却不是那么好管理和运营的。

因为当做好微信互动营销我们的目的是留住客户、增加客户粘度以及信任感、促进客户成交实现客户持续性消费、让客户帮我们进行转介绍搞定病毒式营销，而做好这些都从客户心里学的角度与销售型的角度来设定系统。这是需要客服与线上业务员共同的能力才能做到的。下面我给大家讲讲整个微信互动营销的系统设定的模版：

一、目标客户的综合性定位分析

在微博、社区论坛、问答等目标客户聚集地分析目标客户的需求、痛苦、心理，并将其系统的整理。因为这是对客户认知的最重要一部，所以这一系列过程是整个系统的基础部分也是最重要的部分之一，不能臆测、一切要靠数据来搞定所谓的真理。

二、推送信息的整理与编排与互动模式的设定

这一步就需要第一步的研究分析为基础了，我们所推送的信息就应该以用户的痛点与需求为基础的，满足用户的需求，解决目标用户的痛点系列信息应该是我们做信息推送首选的定位。给客户价值才能提升用户对你的好感，不断交流才能提升客户对你的信任。整个编排需要与下一步的互动模式做好对接，如：解决用户需求与痛苦的干货推送，利用发问式推送进行活动促进与客户关系的增进等！这些来增加客户的粘度以及信任感，但整个模式不仅如此，既然是互动营销就要体现互动的意义，互动才能真正增进感情，在整个互动过程中还需展示“客服”真正的魅力，我将一个客服必备能力总结如下：

- 1、懂得：客户浑身都是宝，已经关注的一个都不能让他跑
- 2、要：要引领别人的需求，大多数人不知道自己需要什么
- 3、用：用产品与服务的价值与客户谈价格
- 4、习惯：习惯称赞、肯定别人的观点即帮助加关怀
- 5、表达：表达语言要幽默风趣

三、不断进行数据跟踪分析、整理，终极目的性发力

以上几步已经完全搞定客户的粘度以及信任，接下来我们要做的就是实现成交、持续信消费以及口碑传播与病毒式营销了。在做这些前我们要分析客户数据，最起码分为：成交、未成交、多次成交以及用户习惯和用户粘度，我们可进行精准广告投放。

说起成交，成交很简单，有了信任，成交就太简单了，有新产品、有活动，对那些分析后所得很可能成交用户发发广告，或者顺势搞搞促销就ok了。虽然搞定了信任，然最好的成交要在推送文案中展现给客户以下几点：

- 1、产品或服务的特色
- 2、客户获得的好处
- 3、促进客户立刻购买的理由

微信的营销则是完全“许可式”的，这就意味着你的粉丝的质量是远高于微博的，也就意味着他们愿意收到来自于你的“广告”，这些人才是你最忠诚的客户！只要你的发送频次不要太高，推送信息的整理与编排与互动模式的有专属的设定，一般来说用户不会反感，他们关注你就是为了收到你的广告呀！

PS：千万别忘了在顾客能够接触到你的地方放上官方微信的二维码，你的“许可式”用户必须要慢慢积累和用户“许可式”的内容也需要好好琢磨。

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-w7.html>