

微信营销特性及三种策略简析

可能时下最火的移动应用非微信莫属了。而微信公众平台的推出，又让企业掀起了一股微信营销的热潮。企业只需要发布公众号二维码，就可以获得用户的关注，而企业就可以更加精准的将企业消息推动给目标客户。

真正的社会化营销？

不同的是微信，作为纯粹的沟通工具，商家、媒体和明星与用户之间的对话是私密性的(除非你群发)，不需要公之于众的，所以亲密度更高，完全可以做一些真正满足需求和个性化的内容推送。这样看来微信公众平台貌似更像社会化营销工具。

微信营销的特性

1.“强制性”的曝光

微信在某种程度上可以说是强制了信息的曝光，前提是你先上了“贼船”。微信公众平台信息的到达率是100%，还可以实现用户分组、地域控制在内的精准消息推送。这似乎正是营销人士欢呼雀跃的地方：只需把精力花在更好的文案策划上而不是不厌其烦的推广运营上。如此一来，微信公众平台上的粉丝质量要远远高于微博粉丝，只要控制好发送频次与发送的内容质量，一般来说用户不会反感，并有可能转化成忠诚的客户。

2.活体广告板

微信中基于LBS的功能插件“查看附近的人”可以使更多陌生人看到这种强制性广告。用户点击“查看附近的人”后，可以根据自己的地理位置查找到周围的微信用户。在这些附近的微信用户中，除了显示用户姓名等基本信息外，还会显示用户签名档的内容。所以用户可以利用这个免费的广告位为自己的产品打广告。

那么，如果营销人员在人流最旺盛的地方后台24小时运行微信，如果“查看附近的人”使用者足够多，这个广告效果也会不错。随着微信用户数量的上升，可能这个简单的签名档也许会变成不错的移动广告位，让腾讯帮你打广告，貌似是一个不错的选择。

3.细化直接的营销渠道

通过一对一的关注和推送，公众平台方可以向“粉丝”推送包括新闻资讯、产品消息、最新活动等消息，甚至能够完成包括咨询、客服等功能。

可以肯定的是，目前的微信，在信息的用户推送与粉丝的“CRM管理”方面要优于微博。尤其是微信立足于移动互联网，更使得微信成为尤为重要的营销渠道。

那么企业该如何利用好微信公众平台去开展营销呢？

1.“意见领袖型”营销策略

企业家，企业的高层管理人员大都是意见领袖，他们的观点具有相当强的辐射力和渗透力，对大众言辞有着重大的影响作用，潜移默化地改变人们的消费观念，影响人们的消费行为。微信营销可以有效的综合运用意见领袖型的影响力，和微信自身强大的影响力刺激需求，激发购买欲望。如小米创办人雷军，就是最好的“意见领袖型”营销策略。雷军利用自己的微博强有力的粉丝，在新浪上简单的发布关于小米手机的一些信息，就得到众多小米手机关注者的转播与评论，更能在评论中知道消费者是如何想的，消费者内心的需求。

2.“病毒式”营销策略

微信即时性和互动性强，可见度，影响力以及无边界传播等特质特别适合病毒式营销策略的应用。微信平台的群发功能可以有效的将企业拍的视频，制作的图片，或是宣传的文字群发到微信好友。企业更是可以利于二维码的形式发送优惠信息，这是一个即经济又实惠，更有效的促销好模式。顾客主动为企业做宣传，激发口碑效应，将产品和服务信息传播到互联网还有生活中的每个角落。具说新浪已经申请了自己的微信二维码，更多的商家都在第一时间给自己的品牌或是产品，公司申请了微信二维码，是否表示微信二维码“病毒式”营销的开始？

3.“视频，图片”营销策略

运用“视频，图片”营销策略开展微信营销，为特定利于市场为潜在客户提供个性化，差异化服务，其次，善于供助各种技术，将企业产品，服务的信息传送到潜在客户的大脑中，为企业赢得竞争的优势，打造出优质的品牌服务。

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-w9.html>