



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

项目6 网络营销推广

主讲：刘岢育

立志 修身 乐业 益天下

目录

CATALOG

(一) 标题一

1.1 小标题一

1.2 小标题二

(二) 标题一

2.1 小标题一

2.2 小标题二

(三) 标题一

3.1 小标题一

3.2 小标题二



奋达职校

FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

(一) PPT标题一

1.1 任务1 网络文案推广

1.2 任务2 社会化媒体营销

1.3 任务3 玩转微营销



情境设计

任务1 网络文案推广

云（孕）Baby母婴与怀孕育儿网上商城用户访问量持续增加，但商品销量并没有上升。公司销售主管陈伟开始意识到，商城网站的内容信息不够吸引人，在互联网竞争激烈的今天，只有生动的信息内容，才能吸引新用户的打开和老顾客的再次访问。他召集了公司网络文案工作团队成员进行商城网站的网络文案更新及工作安排交流。

于是如何进行网络文案推广成为陈伟当下最迫切的需求。



任务分解

任务1 认识网络目标市场

活动1 撰写商品推广软文

活动2 制订与实施推广方案

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

活动1 撰写商品推广软文

知识窗

1. 名词定义

(1) 网络文案。

网络文案是指企业通过策划，在网络上刊登的可提升企业品牌形象、促进企业营销的一系列宣传性、解释性的广告文章。它是以软文为主导，同时搭配图片、链接、视频等辅助元素的一种网络广告版面。文案要具备销售力、传播力和公信力，一般有文字描述和配图，如图6.1所示。



图6.1 网络文案——脑白金

【想一想】 你脑中还有什么挥之不去的文案？

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(2) 文本链接广告

软文。广告版面中涉及文字方面的描述统称为软文。它一般有标题、内容。例如，广告图片旁边的说明文字、电视广告的文字脚本、一个网站的广告语、一个公司的企业简介都是软文。软文也称广告文学，它追求的是一种春风化雨、润物无声的传播效果，如图6.2所示。



图6.2 网络文案——凤凰网

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(3) 网络文案推广。

它是指借助互联网进行的产品广告信息传播。推广目的就是增加曝光率，在网易、新浪、凤凰等大型热门网站中文案到处可见，用它来推广自己的商品或形象。网络文案常在网页、博客、邮件、论坛等场所出现，这些场所特点是受众准，转化高；成本低，实效快；资源多，覆盖广。

2. 文案的类型

(1) 故事型

“讲故事卖产品”永远比“讲产品卖产品”来得高明。通过讲一个故事带出背后的产品，用产品的光环效应给读者带来暗示。讲故事的目的是故事背后的产品，而故事的趣味性、知识性是文案质量的关键。例如“一个美丽的女人背后两个男人（口服液广告）”“冤家路窄（饮料广告）”“医生不懂病人的心（电视台广告）”等，将推广信息包装到故事里，会收到意想不到的效果。



图6.3 故事型文案——农夫山泉

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(2) 悬念型

抛出问题引共鸣。表现形式为通过标题提出一个问题，全文围绕这个问题来进行分析与解答。例如：“40岁可以拥有20岁一样的皮肤吗？”标题即话题，选取人们熟悉的话题进行发问，通过引发大家的思考而激发其对品牌或产品的共鸣，也能给人留下印象深刻的感觉。如图6.4所示。



图6.4 悬念型文案——北美最近哪好玩

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(3) 关联型

关联特征、巧嫁接。运用比喻、拟人、联想等手法，将某一事物的特点与另一事物对比或联系起来，也会产生意想不到的效果(见图6.5、图6.6)。例如三菱的联想型广告是一个电话号码“30303030”。不同事物之间的联想，要自然不生硬，二者之间确实存在某些共同的特征，联系起来才能博大家一笑。



图6.5 关联比喻型文案

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(4) 逆向思维型

当所有企业都强调自己是第一的时候，如果你说自己排名第二，也许会取得不同凡响的效果；当其他人都传递越多越好的理念时，你却告诉大家少是好的，也会出人意料。因此，从反方向突破常规，是一种非常容易吸引消费者注意力的方式，如图6.7所示。



图6.7逆向思维型文案

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(5) 恐吓型

恐吓型文案属于反情感型诉求，情感诉说温馨或美好，恐吓直击软肋。例如“你的体内有5千克垃圾！”“洗血，有望多活50年！”。实际上恐吓型文案给消费者留下的印象会比情感型文案更深刻，但此类文案易引起反感，注意要把握好火候。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(6) 新闻事件型

流行、热点话题往往是一段时间内大多数人关注的焦点，将广告语与最近流行的热点话题、活动等通过某些特质相联系，可以凭借热点话题的高关注度，吸引人们对广告的关注。如图6.8所示。例如“今年夏天可能要降‘温’（啤酒广告）”“可以全面停‘火’了（蛇胆口服液）”。但选取的热点话题应注意时效性，不应选取时间久远的话题。此外，产品服务和话题之间的关联也要自然，避免牵强附会。



图6.8事件型文案——哑巴英语的末日

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(7) 诱惑型

实用性、能受益、占便宜这3种属于诱惑型文案。这种文案对读者有帮助，促使访问者主动点击或者到处寻找。因为能给访问者解答一些问题、或者告诉访问者一些对他有帮助的东西。这类文案也包括一些打折的信息等，这就是抓住了消费者爱占便宜的心理。如图6.9所示。



图6.9 诱惑型文案——英孚教育



(8) 促销型

促销型文案经常跟进在上述几种软文见效时——“中国大妈国外抢购的马桶盖”“连续n天卖断货”“告急！经典××即将停产”诸如此类的文案，或是使用“买托”造成产品的脱销、停产、攀比心理、影响力效应等多种因素，来促进人们的购买欲。如图6.10所示

活动实施

【填一填】

分析小米耳塞的文案被否的原因，将你的想法填写在课本的相应位置。



图6.11小米活塞耳机

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

【想一想】

阅读课本蓝月亮借势营销的案例。思考以下问题：

问题1：案例中三大品牌的文案均有何共同特点？

问题2：蓝月亮官方的广告图为何没有刷屏反而是网友自发的图刷屏？

问题3：此次事件营销利用的是用户哪些心理？也就是说用户为何自发地进行宣传蓝月亮。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

活动2 制订与实施推广方案

知识窗

1. 网络文案推广的实施步骤

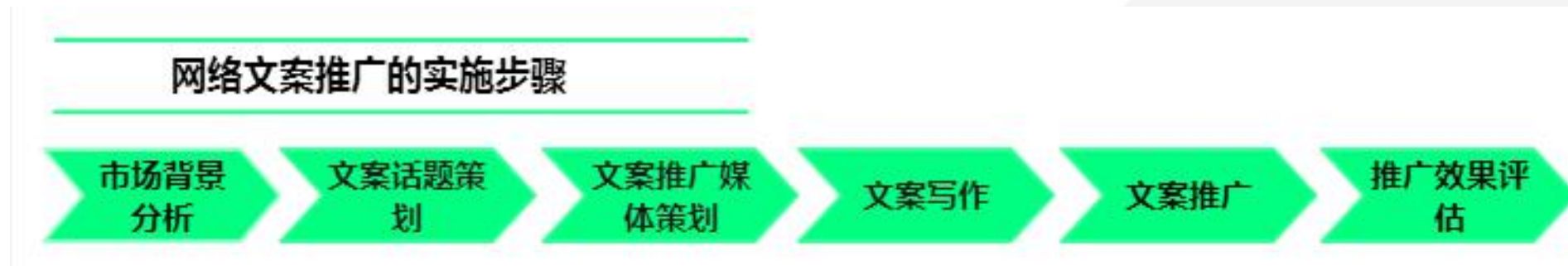


图6.19 网络文案推广的实施步骤



2. 网络文案的投放

投放就是选择适合的网络媒体来推广自己的文案，以达到宣传或销售的目的。网络文案可以在热门的网站、论坛、社区、搜索引擎等网络场所投放。

不同的媒介平台、不同的频道都具有一些个性，需要根据文案、读者群特征和文案传播方式（定向传播、交互）来选择推广媒介。下面是可以免费投放文案的十大网络站点：

- ①百度贴吧；②新浪网论坛；③腾讯论坛；④搜狐社区；⑤中华社区；⑥我爱打折网；⑦21cn论坛；⑧TOM海云论坛；⑨猫扑；⑩天涯社区。



3. 网络文案的写作与推广理念

网络文案是网络推广的核心。文案和创意是解决网站流量、品牌传播、产品销售等的唯一法则！
不管是网站本身的运营，还是借助网络来推广品牌，都需要借助文案来实现。

(1) 文案撰写前准备

注意把握三要素：亮点、用户、卖点。

- ①分析产品
- ②分析目标客户
- ③与竞争对手作比较
- ④确定文案价值、目的
- ⑤规划文案题材、结构
- ⑥收集写作素材

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(2) 软文写作

文案题材多种多样，参考上面的文案类型，结合实际确定标题和内容。

①标题：要简洁、主题鲜明、有个性、有创意。

②内容：要生动、有逻辑、简明易懂、自然流畅。

(3) 配图和链接

(4) 文案投放时机

(5) 文案内容带抽奖、打折信息



活动实施

【想一想】

利用新浪微博关注“天才小熊猫”，搜索他的微博“一位神秘的顾客”（见图6.22）并浏览这篇故事。

看完这篇让你开怀大笑的文章之后，静下心来分析：

- 1.这是段子还是软文广告？从哪些字眼或者图片可以看出？
- 2.本文属于哪种文案类型？
- 3.这篇软文分别是为哪些产品打广告？
- 4.“天才小熊猫”擅长推广怎么的软文？



合作实训

任务1 认识网络营销行业与职业

实训任务

小高在淘宝新开了一家网店，销售时尚女装，开业两个月了，销量却不理想。经有经验的朋友指点，她发现自己的店铺还存在许多不足，特别是网络文案方面。“双十一”即将到来，现在她的店铺急需懂得网络文案的写手为她出谋划策。



实训目的

通过实训帮助学生达到初步掌握网络文案策划、写作、推广的基本流程和操作技能，以及培养学生团队合作精神。

实训过程

学生通过小组（每组5~6人，每小组推选一名组长，由组长根据小组情况进行任务分工）共同完成小高网店“双十一”的网络推广文案，然后进行投放和评估推广效果。

步骤1 通过本章节学习的知识，结合网店和商品特质，进行网络文案推广策划，并制作一份“××网络文案推广策划书.doc”，包含文案的具体传播方式：定向传播还是交互形式。

步骤2 根据策划书制作出网络文案版面，充分利用软文、图片、动画等多媒体形式来体现产品的特点。

步骤3 选择合适的网络媒介投放。

步骤4 提交推广效果评估报告。



目 录

CONTENTS



任务1 网络文案推广



任务2 社会化媒体营销



任务3 玩转微营销



情境设计

任务2 社会化媒体营销

云（孕）Baby母婴与怀孕育儿网上商城通过前面的几种营销方式，获得了一定的营销效果。公司市场部召开会议，计划针对婴儿夏季服装在“五一劳动节”前进行针对性的社会化营销推广活动，以拓展云（孕）Baby母婴与怀孕育儿网上商城的消费群，促进推广转化。

如何策划和开展社会化营销推广成为陈伟目前急需解决的问题。



任务分解

任务2 社会化媒体营销

活动1 认识社会化媒体营销的渠道

活动2 引爆社会化媒体营销



活动1 选择网络营销平台

知识窗

1. 社会化媒体营销的定义

(1) 根据网络营销平台的功能分类

社会化媒体营销是指运用社会化媒体,如博客、微博、社交工具、社会化书签、共享论坛,来提升企业、品牌、产品、个人或组织的知名度、认可度,以达到直接或间接营销的目的。

2. 社会化媒体营销的渠道

- (1) 博客营销
- (2) 论坛营销
- (3) SNS营销
- (4) 媒体共享社群



图6.24 SNS社区营销

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

活动实施

【做一做】

请同学们为商城新推出的婴幼儿食品撰写商品推广文案，并通过微博、论坛、小视频进行推广。



活动2 引爆社会化媒体营销

知识窗

社会化媒体营销常见的推广策略:

1、病毒式营销

病毒营销是指发起人发出产品的最初信息到用户，再依靠用户自发的口碑宣传，是社会化媒体营销中一种常用而有效的方法。它关注人们的口碑传播在新媒体技术下如何形成热议话题，也叫蜂鸣营销 / 网络口碑营销。病毒营销更加注重“传播”，其本质是一种“传播机制”。在这种营销模式下，信息通过用户的口碑传播网络，像病毒一样传播和扩散，通过快速复制传向数以千计甚至数以百万计的受众。

1.1 小标题一

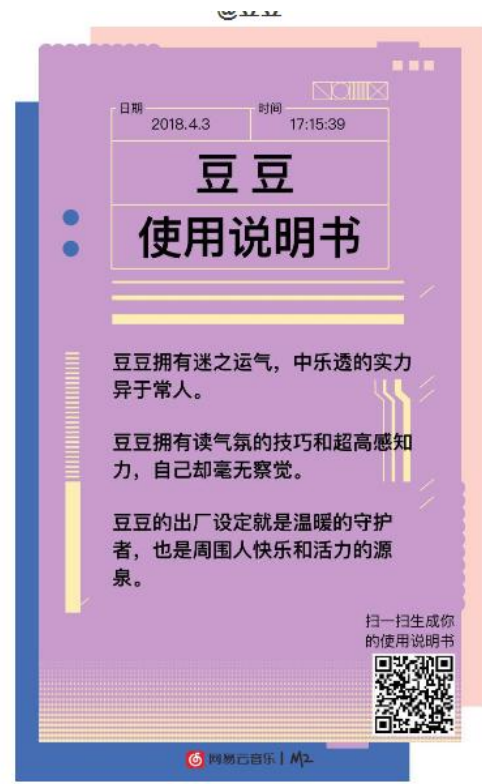


图6.36 网易《你的使用说明书》

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

2. 话题营销

话题营销主要是运用媒体的力量以及消费者的口碑，让广告主的产品或服务成为消费者谈论的话题，以达到营销的效果。这种方式所带来的营销效益是传统方式的3到5倍。

3. 话题营销

越来越多的消费者如今已经不再相信广告，甚至对于网上的广告视而不见，却有大量的人愿意相信他们认为可以信任的人给的建议和推荐。比如说，亲朋好友的使用推荐、网上有相同经历的陌生人、专业博主或者一些自媒体意见领袖、垂直小号、知名人士、明星大腕等，有人向他们保证某样商品很好、很值得买，在这种情况下，他们一般会做出购物选择。意见领袖在社会化媒体关系链中居于关键节点的地位，是广大网民们关注的中心，其传播的信息能够有效影响舆论，对于产品推广能起到极大的推动作用

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

活动实施

【做一做】

1. 小游戏推广
2. 网络名人推广。



合作实训

任务1 认识网络营销行业与职业

实训任务

恒福堂是一家由大学生创立的公司，该公司集生产、销售、科研为一体，定位于向大学生以及年轻人售卖品种多样、美味的健康零食。在学生开学之际，公司计划开展社会化媒体营销活动，进行品牌宣传，吸引更多的粉丝关注企业品牌，以不断提升企业品牌的社会认知度，建立与目标客户的良好互动关系。根据所给案例，策划实施恒福堂的社会化媒体营销活动方案。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

实训目的

通过实训帮助学生了解社会化媒体营销的策划实施的基本程序、技能要求以及培养学生团队合作精神。

实训过程

学生通过小组（每组5~6人，推选一名组长，由组长根据小组情况进行任务分工）共同策划恒福堂的社会化媒体营销活动方案。



目 录

CONTENTS



任务1 网络文案推广



任务2 社会化媒体营销



任务3 玩转微营销



情境设计

任务3 玩转微营销

云（孕）Baby母婴与怀孕育儿网上商城的客户群是年轻的父母，大多数妈妈平时由于照顾小孩，并没有太多时间上网、逛论坛或者参加其他的营销活动，但她们几乎都有使用手机进行社交联系和购物的习惯。

考虑到这一点，陈伟决定使用微营销的手段进行网上商城的推广。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!



任务分解

任务3 玩转微营销

活动1 玩转微营销

活动2 策划微信营销



活动1 玩转微营销

知识窗

1. 微营销的定义

微营销是指企业或非营利组织利用微信、微博、微视频、二维码等新兴社会化媒体影响其受众，通过在微介质上进行信息的快速传播、分享、反馈、互动，从而实现市场调研、产品推广、客户关系管理、品牌传播、危机公关等功能的营销行为。其以移动互联网为主要沟通平台，配合传统网络媒体和大众媒体，通过有策略、可管理、持续性的线上线下沟通，建立和转化、强化顾客关系，实现客户价值的一系列过程。

2. 微营销的工具

(1) 微博

(2) 微信

(3) 微视频

(4) 二维码



图6.47 微视频营销种类



图 6.48 共享单车二维码营销

活动实施

【看一看】

阅读课本案例，讨论：

支付宝微信小编跟微博小编的隔空对唱，相互调侃，引来了无数吃瓜观众，打开了话题，从中你学到了什么？



图 6.49 支付宝公司的微信小编和微博小编唱双簧

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

【想一想】

假设你是云（孕）Baby母婴与怀孕育儿网上商城的推广专员，根据网上商城及客户群的特点，请你找出适合推广公司网上商城的微营销模式。

活动2 策划微信营销

知识窗

1. 微信的功能

微信平台具有多元化的功能，给网民带来很好的体验，同时也为企业的营销活动提供了丰富的渠道和功能（见图6.57）。



图6.57 微信平台



2. 微信的营销模式

微信营销的主流模式有3种。

① 内容类营销

内容类营销指以图片、文字、声音、动画等传递与企业相关的内容，以促进销售或与客户建立良好的关系。

① 工具类营销

它是指运用微信的一些小工具来开展营销的模式，如漂流瓶、摇一摇、扫一扫等。

③ 会员制营销

微信会员制营销类似于电子会员卡模式，关注企业公众号后可以成为会员，出示手机上的电子会员卡就可以享受会员价。企业可以通过公众号群发优惠信息。



活动实施

【做一做】

1. 以4—5人为一个小组，申请一个微信公众号，并构思一个具体的方案进行微信推广。
2. 阅读课本参考案例后，构思一个具体推广方案进行微信推广。

【搜一搜】

在百度搜索一个微信公众号排版工具，例如“秀米”，了解秀米的用法。



合作实训

任务1 认识网络营销行业与职业

实训任务

“果色天香”是位于某高档小区的一家水果店，店里的水果都是由老板自己派人过去精挑细选之后送回店里贩卖，货源主要来自批发市场。但由于无法掌握市场的需求，部分进回来的高档水果由于不能及时卖出而烂掉只能丢弃，小区的规模有限，店铺客户群很难扩大。

请你策划一次推广活动，充分利用微信营销平台的功能进行传播扩散。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

实训目的

通过实训帮助学生初步掌握微营销的基本程序、技能要求，了解微信平台的功能和使用。

实训过程

步骤1 对“果色天香”水果店的营销目的和客户群进行分析，明确这次活动要达到的目标，挖掘目标客户的刚性需求。

步骤2 确定营销活动的策略，明确宣传的媒介（文字、图片、声音还是视频），活动的周期（一次性活动还是一系列活动），活动的形式和内容。

步骤3 活动内容和制作。撰写文案并制作相应素材。

步骤4 客户信息收集。

通过收集客户数据，形成自身数据库，从而进行二次利用。一般可以通过客户注册或者逐步通过客户浏览行为在不知不觉中获取客户的个人信息。

步骤5 活动评估

记录本次活动中浏览者的评价量、转发量和点赞数等评价指标。



项目总结

网络营销中软性营销又称柔性营销，相对于传统的强势营销、硬广告而言，软营销中企业以友好的方式宣传自己，淡化营销过程中的商业活动，尊重消费者的感受与体验。软性营销与强势营销的根本区别在于：软营销主动方是消费者，而强势营销主动方则是企业。本项目介绍了网络文案推广、社会化媒体营销、微营销这几种软营销的方式。

网络文案推广是以当今互联网为媒介的一种推广方式，网络营销推广不仅要提高企业或产品的知名度，更重要的是要提升客户的转化率，使企业能获得更多的收益。

在社会化媒体营销中，由于网站的内容大多是由用户自愿提供的，用户与站点不存在直接的雇佣关系，这就需要运用社交思维，而不是传统思维模式。

微营销是传统营销与现代网络营销的结合体，是以移动互联网作为主要沟通平台，通过线上线下的沟通，建立和强化与顾客间的关系，实现顾客价值的一系列过程。



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

THANKS FOR WATCHING



致力成为中国职业教育的标杆！