

微店分销推广的 8 种方式

导读：微店分销现在很多人都在做，很多企业把微信当作品的推广地，各种各样的推广方式层出不穷，接下来小编就为大家讲述一下微店分销推广的 8 种方式：...

微店分销现在很多人都在做，很多企业把微信当作品的推广地，各种各样的推广方式层出不穷，接下来小编就为大家讲述一下微店分销推广的 8 种方式：

1、内容定位—内容为王

内容的定位应该结合企业的特点，同时又从用户的角度去着想，而不一味的只推送企业自己的内容，记住微信不是为企业服务的，而是为用户服务的，只有从你的微信当中获得用户想要的东西，他们才会加更忠实于你，和你成为朋友，接下来的销售才会理所当然。

要记住，用户是冲着你的内容才来的，推荐也是因为觉得内容有价值，所以内容为王。

对于微信的内容，我们有一个“1+X”的模型，“1”是最能体现账号核心价值的内容，“X”则代表了内容的多样性，迎合和满足用户的需求，增强内容的吸引力。

2、内容推送—拒绝骚扰

现在绝大多数的微信公众账号每天都有 1 次群发消息的功能，很多人嫌少，我觉得太多了。现在每个用户都会订阅几个账号，推送的信息一多根本看不过来。

关于内容推送，我主要讲两个方面。

①推送频次：一周不要超过三次，太多了会打扰到用户，最坏的后果可能是用户取消对你的关注；当然，太少了用户也会抱怨，觉得你的微信只是一个摆设，根本不会从你这里获得什么。所以这个度一定得把握好。

②推送形式：是指内容不一定是图文专题式的，也可以是一些短文本，文本字数一般一两百字左右，关键在于内容能引发的读者思考，产生思想的火花，形成良好的互动效果。比如在“新桥公关”的微信中，我们定期会开展一些小调查，以短文本的形式，询问读者对于内容和推送时间的建议等。这样的效果非常好的，一次小调查，我们通常会收到几百条用户回复，这样我们既实现了互动，也更了解用户，而用户也能看到他们想要的内容，应该说是多赢的结果。

3、人工互动—沟通是魂

微信的本质是沟通平台，沟通需要有来有往，所以人工互动必不可少的。

我个人比较反对设置“消息自动回复”，就像 qq 里的聊天自动回复，很讨厌，没诚意。企业微信公众账号，要能够做到适时的人工互动，做不到这一点，很难玩好微信。

我比较在意微信的人工互动，我经常会有意去主动找我关注的号互动，如果几次下来没有任何回复，我很快就会取消关注。

4、关键词回复系统—丰富易查

微信运营久了，积累的素材很多，这些内容沉下去很可惜，建立丰富易查的关键词回复系统就非常必要。

这是关键词回复系统的第一个功能，第二个功能是为了方便让用户方便的找到他需要的内容，同时增加互动。

目前微信的每个规则预设 10 个关键字，配备 5 条推送内容(随机推送)，而规则只能设置 60 个，也就是说关键字可以设置的最多是 600 个，内容为 300 条，尽管这远远不能满足海量用户的个性化需求，但是要是利用好了，也能产生非常好的效果。

5、从线上到线下一怀念不如相见

现在很少有人提微信的线下互动，但从沟通的效果而言，见面显然效果最好的方法，也更容易拉近感情。

线上线下活动结合的意义在于面对面的交流更容易培训忠实的粉丝，产生更鲜活、更接地气的內容，这样的微信公众号才会显得更有真实，更有亲和力。

另外，微信光靠自然增长用户会很有限，线下活动也是增加微信用户的重要手段。

6、对手是最好的老师

做微信一定要有开放的心态，记住：竞争对手是最好的老师!要积极关注竞争对手的微信，如果你关注了 100 个竞争对手的微信，就会有 100 个账号在教你怎样做好微信营销。

另外，千万不要一个人坐在家学习学习微信营销，也可以经常去一些微信营销的 QQ 群、论坛等，看一看大家都在聊什么，在里你能学到很多东西。

7、二次开发一千万别迷恋

微信公众平台首页推荐的招商银行信用卡、南方航空等大企业的微信应用案例都经过了大量的二次开发，将微信公众平台和企业的数据库对接，实现强大的客服功能，这也是微信公众平台最富有想象力的地方所在。

现在也涌起很多提供第三方开发的微信开发平台，提供更为丰富的应用。

但是，回到微信沟通的本质，技术的价值是为了更好的实现沟通，为了开发而开发非常不可取。而且，微信公众平台目前提供的功能已经基本可以满足这些需求，再做开发容易画蛇添则。

所以千万别迷恋技术和二次开发，踏踏实实做好内容和互动，等有了足够的用户基础，再整体考虑定制化的二次开发。

8、贵在运营

坚持很重要。微信营销不能靠一招鲜，拼的是投入和执行力，长期坚持下去，在实践中不断积累经验,培养和用户的感情,你的目标才有可能实现。

做微店分销的推广，在于坚持通过内容和沟通把普通的粉丝转变为忠实粉丝，通过忠实的粉丝认证品牌最终成为消费顾客。