

# 微信公众号运营



# 微信公众号运营

截止去年，微信公众号数量已经突破**2000万**个。

正如微信公众号的商业口号“再小的个体也有品牌”所说，众多微信公众号不仅有企业创建的官方微信公众号，还用很多个人打造的自媒体号。

## 作为一座有待挖掘的金山

# 微信公众号受到各行各业的关注！

下面，我们就一起来走进微信公众平台.....



微信 | 公众平台



Q1

**注册流程**

我们需要注意什么



Q2

**后台运维**

我们要做什么



Q3

**图文标准**

我们怎么做

# 如何注册微信公众号

## 注册前须知

- 什么是微信公众平台？
  - 微信公众平台主要面向**名人、政府、媒体、企业**等机构推出的合作推广业务。在这里可以通过微信渠道将品牌推广给上亿的微信用户，减少宣传成本，提高品牌知名度，打造更具影响力的品牌形象。
- 
- 公众平台注册是否需要费用？
  - 目前公众平台注册都是**免费的**，不需要缴纳费用。
-

## 企业号与服务号、订阅号的区别

	企业号	服务号	订阅号
面向人群	面向企业，政府、事业单位和非政府组织，实现生产管理、协作运营的移动化。	面向企业，政府或组织，用以对用户进行服务。	面向媒体和个人提供一种信息传播方式。
消息显示方式	出现在好友会话列表首层。	出现在好友会话列表首层。	折叠在订阅号目录中。
消息次数限制	最高每分钟可群发200次。	每月主动发送消息不超过4条。	每天群发一条。
验证关注者身份	通讯录成员可关注。	任何微信用户扫码即可关注。	任何微信用户扫码即可关注。
消息保密	消息可转发、分享。支持保密消息，防成员转发。	消息可转发、分享。	消息可转发、分享。
高级接口权限	支持	支持	不支持
定制应用	可根据需要定制应用，多个应用聚合成一个企业号	不支持，新增服务号需要重新关注。	不支持，新增服务号需要重新关注。



# 公共平台账号类型

服务号：主要偏向于服务交互（如“云商优选”，提供绑定信息，服务交互），每月可群发4条消息；

适用人群：媒体、企业、政府或其他组织。

服务号举例：



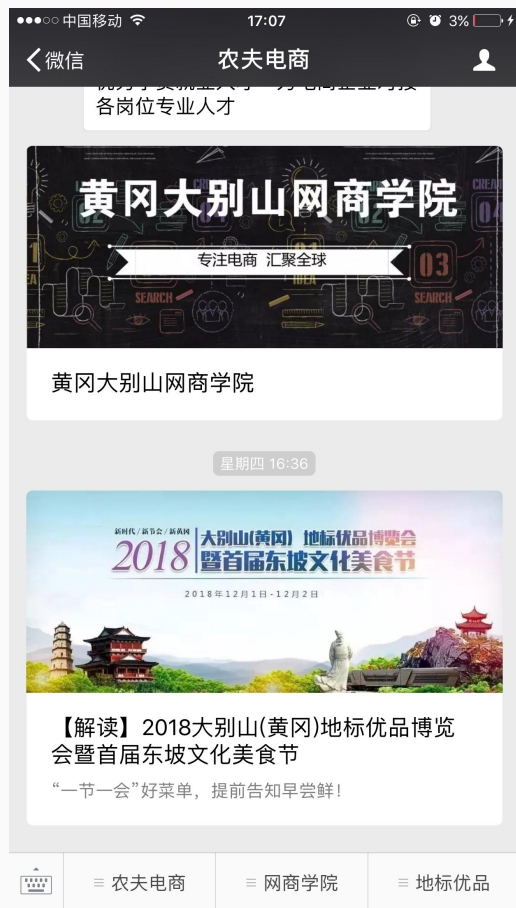
扫一扫，了解其功能...

## 公共平台账号类型

服务号：主要偏向于服务交互（如“农夫电商”，提供绑定信息，服务交互），每月可群发4条消息；

适用人群：媒体、企业、政府或其他组织。

服务号举例：



扫一扫，了解其功能...



## 公共平台账号类型

服务号：主要偏向于服务交互（如“湖北刮目财商”，提供绑定信息，服务交互），每月可群发4条消息；

适用人群：媒体、企业、政府或其他组织。

服务号举例：



扫一扫，了解其功能...

# 公共平台账号类型

订阅号：主要偏向于为用户传达资讯，（功能类似“黄冈馆”，为用户提供新闻信息或娱乐趣事），每天可群发1条消息

适用人群：个人、媒体、企业、政府或其他组织。

订阅号举例：



扫一扫，了解其功能...

# 公共平台账号类型

订阅号：主要偏向于为用户传达资讯，（功能类似“刮目商讯”，为用户提供新闻信息或娱乐趣事），每天可群发1条消息。

适用人群：个人、媒体、企业、政府或其他组织。

订阅号举例：



扫一扫，了解其功能...

## 温馨提示

- 1、如果想用公众平台简单发发消息，做宣传推广服务，建议可选择订阅号；
  - 2、如果想用公众平台进行商品销售，建议可选择服务号，后续可认证再申请微信支付商户。
-

## 选择合适自身的公众账号

- 微信公众平台注册时，可根据公众号的用途，具体选择对应的类型，
  - 如果企业/媒体/政府/其他组织类型中的信息登记部分资料无法提供，
  - 建议您可以选择注册个人类型的公众帐号。
-

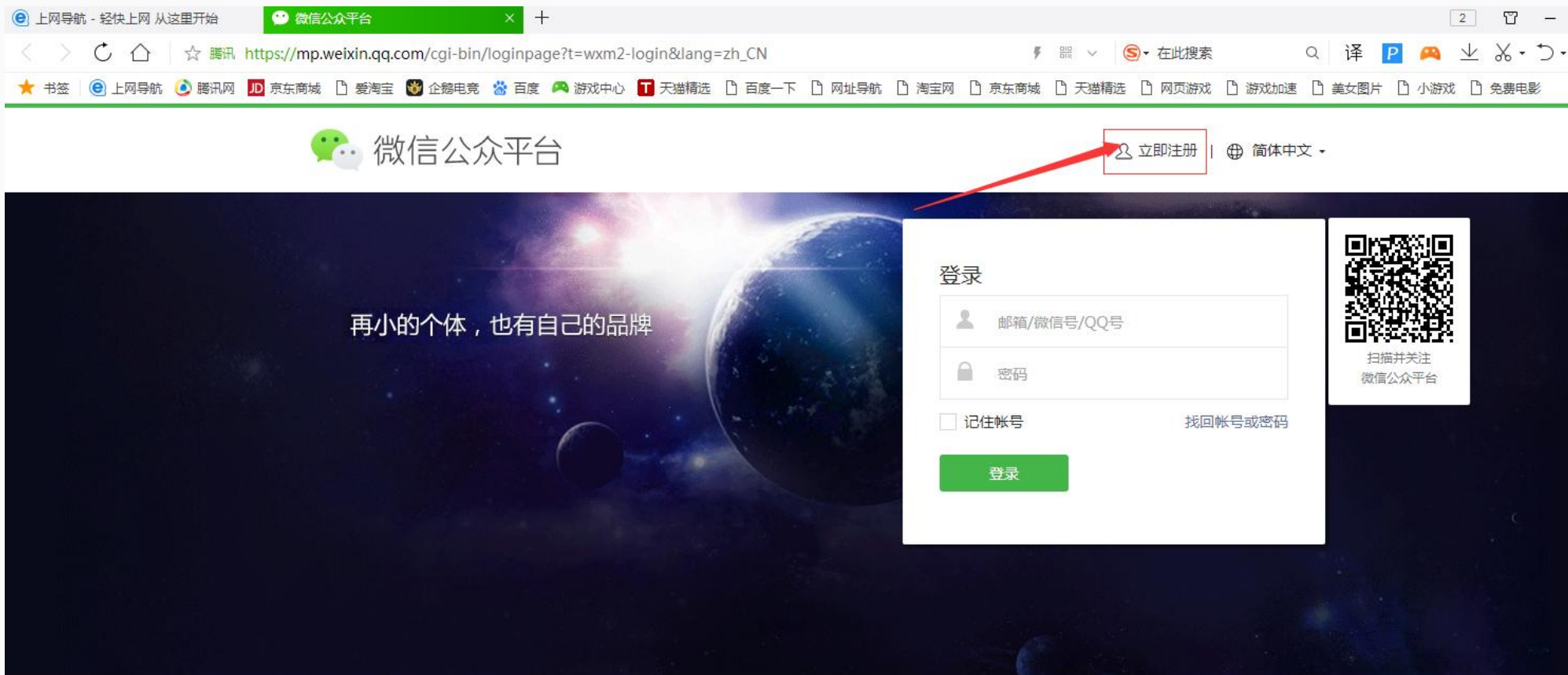
## 注册公众平台都需要准备哪些材料

公众帐号注册需要准备的资料				
政府类型	媒体类型	企业类型	其他组织类型	个人类型
政府全称	媒体全称	企业全称	组织全称	运营者身份证姓名
运营者身份证姓名	组织机构代码	营业执照注册号	组织机构代码	运营者身份证号码
运营者身份证号码	运营者身份证姓名	运营者身份证姓名	运营者身份证姓名	运营者手机号码
运营者手机号码	运营者身份证号码	运营者身份证号码	运营者身份证号码	已绑银行卡的微信号
已绑银行卡的微信号	运营者手机号码	运营者手机号码	运营者手机号码	
	已绑银行卡的微信号	已绑银行卡的微信号	已绑银行卡的微信号	
	媒体对公账户	企业对公账户	组织对公账户	



# 基本注册步骤

通过电脑登录微信公众平台官网：<http://mp.weixin.qq.com/>，点击右上角的“立即注册”



# 选择注册账号类型

 微信公众平台

注册

请选择注册的帐号类型

 订阅号

具有信息发布与传播的能力  
适合个人及媒体注册

 服务号

具有用户管理与提供业务服务的能力  
适合企业及组织注册

 小程序

具有出色的体验，可以被便捷地获取与传播  
适合有服务内容的企业和组织注册

 企业微信  
原企业号

具有实现企业内部沟通与协同管理的能力  
适合企业客户注册

# 填写注册邮箱和设置公众号登陆密码

1 基本信息

2 邮箱激活

3 选择类型

4 信息登记

5 公众号信息

邮箱

用来登录公众平台，接收到激活邮件才能完成注册

密码

字母、数字或者英文符号，最短6位，区分大小写

确认密码

请再次输入密码

验证码   [换一张](#)

我同意并遵守 [《微信公众平台服务协议》](#)

[已有微信公众账号？立即登录](#)

# 登陆邮箱查看邮件 并激活公众平台账号



## 注意事项：

若没有收到邮件：

- 1、请检查邮箱地址是否正确，若不正确，请返回重新填写。
- 2、请检查邮箱设置是否设置了邮件过滤或查看邮件的垃圾箱。
- 3、若仍未收到确认，请尝试重新发送（点击页面中的“重新发送”）。

## 点击邮箱中的链接地址，完成激活



### 注意事项：

- 1、如果链接地址无法点击或跳转，请将链接地址复制到其他浏览器(如IE)的地址栏进入微信公众平台。
- 2、链接地址48小时内有效，48小时后需要重新注册。

## “企业”类型

包括：企业、分支机构、企业相关品牌、产品与服务、以及招聘、客服等类型的公众号。

## “媒体”类型

包括：报纸、杂志、电视、电台、通讯社、其他媒体等类型的公众号

## “其他组织”类型

包括：不属于企业、政府、媒体、个人的机构类型的公众号

## “政府”类型

包括：国内外、各级、各类政府机构、事业单位、具有行政职能的社会组织等类型的公众号

## “个人”类型

包括：由自然人注册、认证、运营的公众帐号。



# 微信公众平台注册步骤示意图（企业）

微信·公众平台

提示

⌚ 请用之前填写的对公账户尽快汇款  
请在2016-09-05 15:16-24前汇款至以下指定账户，超时将注册失败。  
汇款成功后，我们将在1个工作日内完成验证，请关注站内信和管理员微信通知。验证成功后刷新页面进入公众平台首页。  
注册结束后，汇款金额将退还至汇款账户。

每个公众号打款金额都不一样

注册金额 **¥0.43**  
请汇入指定金额，非指定金额将注册失败

收款账号 **7559016582106210488091336** 复制25位账号  
后面10位数，每个注册公众号都不一样  
每个注册账号对应的25位收款账号不同，请勿重复打款

收款公司名 深圳市腾讯计算机系统有限公司

开户银行 招商银行深圳分行高新园支行

备注信息 公众号注册

请使用与主体一致的对公账号汇款

汇款账户名称 [模糊]公司

汇款银行账号 [模糊]

金


# 公众号运维

微信·公众平台 Beta

第一次使用公众平台? [立即注册](#)

再小的个体，也有自己的品牌

登录

 coderen

 .....

记住帐号

[无法登录?](#)

登录

# 公众号运维

The screenshot shows the WeChat Public Account Management System interface in 'Edit Mode'. At the top, there are three status bars: '0 新消息' (0 New Messages), '0 新增人数' (0 New Users), and '3 总用户数' (3 Total Users). Below this is a table of system announcements. The left sidebar contains a navigation menu with categories: '功能' (Functions), '添加功能插件' (Add Function Plugins), '管理' (Management), '推广' (Promotion), '统计' (Statistics), '设置' (Settings), and '开发者中心' (Developer Center). The '功能' category is expanded, showing sub-items: '群发功能' (Group Send Function), '自动回复' (Auto Reply), '自定义菜单' (Custom Menu), and '投票管理' (Poll Management). The '开发者中心' category is also highlighted.

系统公告	日期
微信公众平台文章也可以添加音乐	2015-06-05
公众平台向认证的政府与媒体类订阅号开放网页授权接口	2015-05-19
微信连Wi-Fi插件对所有公众号开放	2015-05-18
微信公开课第三季创业讲师火热招募	2015-05-05
微信公众平台对部分订阅号开放申请微信支付的能力	2015-04-30
自定义菜单接口和素材管理接口向第三方平台旗下未认证订阅号开放	2015-04-29
微信公众平台关于整顿违规互推行为的公告	2015-04-29
门店出现在“附近的人”规则更新	2015-04-28
微信公众平台关于保护原创打击抄袭工作的说明	2015-04-28
公众平台自定义菜单功能优化上线	2015-04-23
公众平台带参数二维码接口更新	2015-04-22
新增获取自动回复和自定义菜单配置接口，对所有公众号开放	2015-04-14
微信公众平台新增摇一摇周边功能	2015-04-14
卡券接口门店相关接口更新通知	2015-04-10
微信公众平台关于整顿发送低俗类文章行为的公告	2015-03-25
公众平台新增素材管理接口，对所有认证公众号开放	2015-03-18
微信公众平台接口测试账号更新	2015-03-13

- 群发功能
- 自动回复
- 自定义菜单
- 素材管理

The screenshot shows the WeChat Public Account Management System interface in 'Developer Mode'. The left sidebar navigation menu is visible, with '群发功能' (Group Send Function), '自动回复' (Auto Reply), and '自定义菜单' (Custom Menu) highlighted with red boxes. Other categories like '投票管理' (Poll Management), '管理' (Management), '推广' (Promotion), and '统计' (Statistics) are also visible.

微信公众平台是腾讯为了让用户申请和管理微信公众账号而推出的一个WEB平台。

# 你打算做什么方向？



# 初创期的原始粉丝如何积累

通过自己的朋友圈分享转发

通过自己的微博、博客发布

通过豆瓣、贴吧、论坛发布





请大家思考一下以下  
几个问题

朋友圈有几个人能看到？  
看到的人里有几个能关注？  
微博、博客有多少粉丝？  
豆瓣、贴吧、论坛都是有管理员的！  
社交网络平台基本禁止广告行为



# 需求才是王道



## 初期粉丝获取技巧

在自己其它渠道粉丝匮乏的情况下充分利用社交网络平台，也可以通过邮件群发器来群发邮件扫描二维码关注某微信公众号，回复关键词，可获得相应资源等等

# 公众号图文标准化生产

## 内容筹备三大方式

招募写  
手创作；

自己进行  
创作；

相关渠  
道转载。

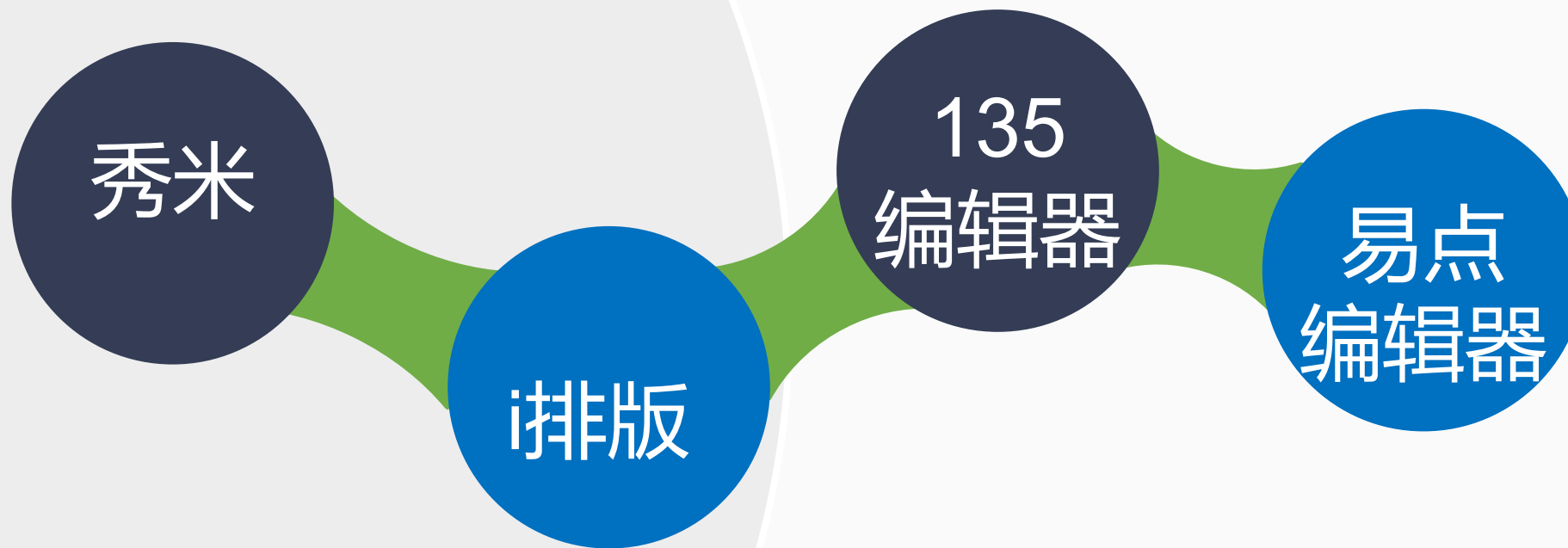
## 三大方式

- 招募写手创作
  - 对原创公众号来讲，这是一个很好的选择。可以保证账号源源不断的产生原创内容，增加可读性，但需要付出相应的成本。
- 

- 自己创作：
    - 如何创作一篇优秀的、用户喜欢的图文？
    - 文章生产流程：策划主题、收集资料、开始创作、内容编排
- 

- 转载渠道：
  - 社交媒体：微博、微信、QQ、人人网、知乎、豆瓣等；
  - 新闻客户端：网易、新浪、搜狐、腾讯等；
  - 对手公众号

## 文章排版



避免使用大段文字；  
图文信息要有层次感；  
选择一个适合自己风格的排版工具

# 标题党的套路



1

## 疑问型套路

这种套路容易引起相关用户的共鸣，抱有同样疑问的态度，从而吸引用户的点击量，如：《为什么你一直单身呢？这就是原因！》《泡妞最常见的20个方法，你知道几个？》



2

## 数字型套路

数字它会给人一个人直接的吸引，如果再配合文字描述，会加大吸引用户的眼球，如：《中国最厉害的20个最美景点，知道一个算你牛！》《月薪3000和月薪3万的文案区别》这类套路越夸张越吸引人点击

### 3

## 吹牛逼型套路

下广告标题可以说都是在吹牛逼，竞争的时候就看谁的牛逼吹得有艺术，如：  
《XX培训，毕业就能拿50万年薪不是梦》  
《天呐！他5天时间，就能赚百万!》

4

## 情色型套路

污污的跟性有关的字眼，虽然有点辣眼睛，但是你们这些老污鬼总是忍不住的点击进去一看究竟，这类套路我就不举例了，你们都是老司机自己脑补吧

5

## 名人型套路

借助名人效应吸引用户点击，如：《赵雅芝年轻20岁的秘密》《马云最吓人的13句话，真不是常人所能读懂的！》

## 6

## 恐吓型套路

通过恐吓的手法吸引用户对内容的关注，特别是有某种疾病的患者，看到相关软文后更能引发共鸣！后期，这种恐吓手法也开始转变，转为陈述某一事实，而这个提供的事实，能让别人意识到他从前的认识是错误的，或者产生一种危机感，如：《高血脂，瘫痪的前兆！》

《吓人，史上最毒的蔬菜，遇见了千万别吃！》



## 让粉丝欲罢不能的六大标题

痛点

利益

常见  
场景

识别度

共鸣

热点



# 痛点

读不完《失控》，至少可以读完这50条书摘

- 《失控》——互联网经典读物，几乎人尽皆知，尤其是面临转型升级的传统企业家对这本书有强烈的求知欲望；
- 《失控》——提到这本书，几乎没有几个人说自己全部读完了，而企业家工作繁忙，更没时间去读完这本书；
- 50条书摘——顿时把读书的压力减小，企业家都喜欢学习新知识，对新鲜概念的吸收非常强烈。

---

原标题：《失控》书摘50条，精华都在这里

## 利益：月薪3千元和3万元的文案，差别究竟在哪

- 给予用户好处的标题：《本信息化市场推广系统能帮你赚钱更快，更多！》
  - 赚取利益的成功案例：《10分钟做的一个网站，2年赚了100多万元！》
  - 有利益保证的标题：《女士们注意！我们保证让你皮肤更白、更嫩，焕发青春，否则全额退款》
  - 打折促销类标题：《所有干货折扣40%，只在星期二》
  - “如何”类标题：《如何30天暴瘦20斤》
-

## 常见场景：做PPT如何突出中文字体的美感

- 工作+生活：挤公交、坐地铁、租房、加班、逼婚、睡懒觉等（生活场景）  
做总结、做报告、做方案等（工作场景）  
建议您可以选择注册个人类型的公众帐号。

越具体的场景越吸引人：《那些年，被客户虐过的银行柜员》

---

## 识别度：谷歌创始人“公开辱骂”员工后的第二天

- 分清知名度和识别度
  - 鲜明的标签+个性化的内容>泛泛的名人效应
-

共鸣：你有没有玩命爱过一个姑娘

- 感同身受是好标题的基本标准
- 

公众号：二更食堂

热点：“国民老公王思聪赞深度好文：爆田朴珺撩汉往事

• 借热点之势，引爆传播：成本低、趣味性、传播快

---

公众号：咪蒙



?

# 疑问？

( 欢迎大家提问 )

**THANK YOU**