# 2025年有特色的线上微信营销策划方案

来源：网络 作者：水墨画意 更新时间：2025-02-02

*2024年有特色的线上微信营销策划方案微信营销策划方案1微信商城针对不同行业，需要与企业形成行之有效的策略组合形成企业营销战略。包括与微信粉丝的线下互动、粉丝购买的转化、与企业战略配合度、与其他传播的相成作用。从需求上来说，不同的行业，对微...*

2025年有特色的线上微信营销策划方案

微信营销策划方案1

微信商城针对不同行业，需要与企业形成行之有效的策略组合形成企业营销战略。包括与微信粉丝的线下互动、粉丝购买的转化、与企业战略配合度、与其他传播的相成作用。

从需求上来说，不同的行业，对微信商城有不同的出发点：金融行业注重的是服务，快消品行业的消费者更在意体验效果，服务型行业更注重便利性、多选择性……

而通过对这种需求的发掘，找到其核心点，形成“视觉化的卖点设计”、“功能化的服务设置”、“体验化的品牌形象”这三个层面完成微信商城的策略基础。微信商城的主阵地在微信上，而营销策略不一定是全部发生在网络。

究其本质而言，微信只是一个社会化营销“利器”，而不是一个占据它就能够占据未来的“战场”。

微信商城不是“美容院”，所以我们不能期望王宝强进去就变成王力宏，然后遇上范冰冰，开始了没羞没臊的童话生活……这是传统营销思维中的推广模式。

而在移动互联网时代的社会化营销思维模式下，“王力宏”可能是最好的，但喜欢王宝强的“女神”未必要少。在社会化营销时代，所有的营销原点不再是产品丶品牌，而是专注于

我们的产品和品牌的那群人——即我们的“粉丝群体”。

而在与客户的合作过程中，我们都会从两个问题出发，来解决客户需求和疑问。首先是我们(客户)能做什么?粉丝营销，本质是人的营销。而我们所做的，就是帮助客户努力摆正位置，去找准并满足粉丝的爱好和需求。

消费者的需求很多，如果我们去一一满足他们，把王宝强打造成王力宏，那么，我们势必要泯然于众。

实际上，我们通过对现有消费者的研究，与消费者达成这样的共识——我们的客户在交易的便捷性和自主性方面，确实要胜过其他竞争企业很多。

于是，我们形成了这样的思路：

第一步，通过极致快的服务形成话题，吸引更多的关注和体验。

第二步，对现有体验者进行深度影响，迅速转化为实际购买，创造出更好的服务和口碑。

两个过程周而复始，从而形成一个良好的营销生态圈。

其次，微信能做什么?解决这个问题，不仅要求我们对微信定位丶微信策略的了解，更需要我们要对微信营销有一个企业战略层面上的认知。

如同很多不成功的微信商城的营销案例，企业在进入之时，总是赋予了微信商城的营销过多期望，而忽视了微信策略与企业战略的互动。而一旦企业在微信商城的营销上出现瓶颈，就简单的归结为“王宝强不适合形象代言”这样的粗暴论调，实在是有失偏颇。

如上我们所说，微信商城的营销是一个社会化营销的“利器”，更应该是企业互动营销战略的一部分。

微信营销策划方案2

对于企业和商家来说，无论你是否喜欢微信营销，这种新兴的推广方式如同洪水般冲击整个市场，想要在激烈的市场竞争中不被对手所击垮，涉足微信营销就成为企业经理和商家店主必然要做的事情。现如今，满大街的二维码和各种电视节目的微信平台运营，预示着微信营销的浪潮已经势不可挡。对于百货商场企业来说，同样也开始对微信营销“试水”。

在上海，不少商场官方微信平台已正式投入运行，为顾客提供“一对一”式的信息服务。业内人士分析，微信目前还只是商家的一种促销手段，如何锁定目标人群，是百货企业能否借此吸引消费者入店的关键。

开通官方微信发布促销信息

近日，江湾镇站，两位身上贴着10

平方厘米大小的二维码的美女模特一出现，就吸引了不少乘客的注意。部分乘客掏出手机扫描二维码后发现，原来这是东方商厦的官方微信。

过了一会儿，扫描二维码后，成为了东方商厦官方微信粉丝的乘客，纷纷收到了东方商厦当天系列优惠促销活动信息。

对于这种新鲜的营销方式，不少乘客都表示了欢迎。家住江湾医院附近的市民刘雯表示：“我平时就喜欢到江湾商圈购物，现在比以前更方便了，东方商厦有什么新的促销活动，马上就可以知道了。”

近日，负责东方商厦的微信代运营工作的微盟weimob相关负责人告诉记者，商场选择以这样的方式进行宣传，是基于目前微信在消费者中的影响力和消费者更关注体验式消费的新需求。

“我们和东方商厦合作，借助微信平台，也让他们的营销手段更加多元化。”该负责人透露，此前该平台已经试运行了一个月，目前粉丝数量已突破1000

人，每天还有不少新粉丝加入。

据了解，除了向粉丝发布包括视频、图片、语音、文字在内的潮流讯息和精心安排的打折信息以外，该商场还想通过微盟weimob平台与消费者的微信互动，分析消费者的消费习惯、客单价、消费频率等，制定不同页面的个性化菜单，实现精准的营销推广。

记者也体验了一把，扫描二维码之后自动获取一张电子版会员卡，并有会员卡编号、会员卡特权、会员卡说明和适用门店电话及地址，随后记者在东方商厦内消费时，只要向销售人员出示手机就能享受到折扣。

“平时得消费360

元才能申请办理会员卡，这下只用一秒的时间，扫一扫二维码就能成为会员，还省去了普通办卡的繁琐过程。”市民王女士说道。

东方商厦相关负责人告诉记者，这种将微信与会员制联合营销的模式在上海已经有了较多的推广，截至目前，微生活平台已吸引两万多新会员，老会员仍保留原功效，作为一种新的营销模式，东方商厦将长期运营，消费者能持续享用会员特权，除非删除关注。

微信促销会不会像垃圾短信那样让消费者产生反感情绪?

东方商厦营销负责人表示，商场只会发送实用性信息，且发送频率不会过于频繁。消费者若实在不想接收，在微信中取消关注即可。

上海多家百货尝试推出微信

近日，记者了解到，上海的多家知名百货企业均推出了微信平台服务。在上海，除了东方商厦，南坪万达百货、远东百货、远东百货大都会店、大洋百货店、SM

百货店、新世界百货等6

家企业也纷纷试水微信平台。

“我们把目光投向微信，也是在尝试新的盈利模式。”近日，远东百货微信平台相关人士告诉记者，和微盟weimob合作，该微信平台4

月底上线，截至昨日，粉丝已有500

多人。“现在每天会新增粉丝40

多人。”该人士表示，微信平台还处于摸索阶段，是否会带来可观的效益目前还是未知数。如果效果可观，他们准备和微盟weimob展开长期合作。

“我们的微信平台今年4

月初才启动。”南坪万达百货相关人士介绍，尽管目前粉丝还不算多，但微信平台的主要用户年龄区间锁定在18~35

岁之间。该人士表示，相对于微博点到面的传播方式，微信点对点的交流让商家传达的信息可以更细致、更人性化。

微信营销自行试水有风险

虽然商场百货微信营销的企业不少，也有一些企业探索出了一套自己的经验，但是盲目涉及这项新兴的营销市场，也有一些企业折戟成沙，黯然退场。全国知名的微信运营团队——上海晖硕微盟weimob的ceo

孙涛勇表示：“虽然微信营销起点不算高，但是操作上有非常多的细节需要把控，企业自己没有专业的团队和人才想要做好微信服务，实现企业盈利，还是比较困难的，与我们洽谈的企业也自己尝试了一段时间，但都没有效果，所以想与我们专业的微信代运营公司合作。”

锁定目标客户群是关键

“百货商家试水微信营销，无疑会有效刺激消费者的消费神经，让消费者尝到更多甜头。”重庆大学教授曾国平昨日在接受记者采访时认为，依据后台的大数据，将信息接收团体进行细分，投其所好的营销方式不仅讨巧，也能为商家带来更多有效客流。

曾国平说，对企业而言，微信平台的设置可算是顾客消费需求的观察室。商场营销团队可以通过微信后台对活动效果进行分析，了解活动的具体效果，便于以后有的放矢。

对于商场百货运营微信营销，市零售商协会秘书长李运杨则有自己的独特看法。他认为，百货企业涉足微信，其实是商家的一种营销手段，真正吸引消费者的还是商品品质和价格。百货企业若想借助微信平台获得好的效果，如何锁定目标客户群是关键。但是盲目迷信微信营销的魔力，忽视了商品品质和价格的本质，这样的百货企业明显是不会成功的。

微信营销策划方案3

提要：利用各种优惠、礼品、活动、合作等措施吸引智能手机用户加入某某医院微信平台。进入平台后即赠送消费“满就减”的优惠积分，来医院就医，只要持智能手机进行认证即可享受满减优惠措施。进行数据库客户细分，定期进行客户维护和相关医疗产品推广。

一、项目背景：

微信的诞生给了某某一个发展的机遇--微信营销，首先，微信营销适用于大众化品牌的传播，而我院恰恰能够为每个人，每个家庭，每个单位创造产品，定制产品，因为健康问题是每个人都回避不了的问题。其次，微信能够进行精准推广，能够有效快速进行信息分类，也就是客户精准定位，微信公众帐号可以通过后台的用户分组和地域控制，实现精准的消息推送，从而进行有效精准传播。从而能够有效解决我院科室众多，医疗产品众多、营销需求多样、推广渠道单一，费用高、营销周期长的弊端。

二、医院医院微信营销目的：

1.建立某某医院微信平台，实现一对多互动营销平台，依托微爆炸式的传播方式渗透到每个某某人的手机里，让手机成为我们的外联专家，销售专家，客服专家，现实围绕医院公众平台打造一个健康社交圈，自己营造一条营销通路：传播医院品牌、医疗产品、高新医疗项目、最新医疗信息，节假日优惠咨询，吸引更多的顾客(患者)用户与企业大客户等，成为企业移动互联网营销通路的最重要组成部分，同时也是医院大营销的最重要组成部分。

2.通过此方案的执行，在极短时间内完成移动互联网营销通路的布局，为医院实现新媒体网络化经营做好当前收益与战略布局。等于医院新建了一个廉价的点对面营销网络，省去中间环节，节省大量外联及公关经费。

3.通过3到4层过滤机制，把广众人群分层过滤成为我们的客户。

三、方案实施办法

1.利用各种优惠、礼品、活动、合作等措施吸引智能手机用户加入某某医院微信平台。

2.进入平台后即赠送消费“满就减”的优惠积分，来医院就医，只要持智能手机进行认证即可享受满减优惠措施。

3进行数据库客户细分，定期进行客户维护和相关医疗产品推广。

四、方案执行

开通公众平台账号、注册官方类微信、发展为公众账号。

制作二维码、微信号宣传：图片、公司官网、微博、博客、论坛等放置二维码、设计二维码宣传单张、海报、名片、T恤、户外广告等。

线上推广方式：论坛、IM工具、摇一摇、周围的的人、官方网站、博客、微博、社交网站、互推、付费广告、公众账号导航。

线下推广方式：礼品赠送、名片、传单、T恤/广告衫、户外广告、说明书、收费处扫码优惠、扫码免费挂号、关注陌生人、活动、传统媒体。

微信营销策划方案4

作为传统行业的旅游业，应该将微信作为技术派服务营销工具来运营，运营的途径一是内容，一是服务，或者两者的结合。讲究用户体验的服务，辅之以良好的内容策略，才是旅游类微信运营的王道。

我们可以想象一个场景，在你到达一个景点门口买票时，被告知扫描门口或者宣传单页上的一个二维码关注景区的微信公众某，可以获得景区导航，景区WiFi，抽奖免单，景区语音介绍等特色服务时，你会不关注吗?通过这个微信公众某你可以了解到这个景区的相关导游图，方便你找到景区内不错的景点，同时还可以通过事先录制好的相关的每个景点的录音介绍。还可以通过这个微信公众某享受景区提供的人工服务，只要您有任何问题都可以通过这个微信公众某来解决。你还可以通过这个微信公众某的互动服务提前了解或预定好景点内相关的收费项目，大大的方便和促进了用户在景点内的消费。

现在的人喜欢旅游，更喜欢旅游时候的各种“晒”，微信是晒客必不可少的工具，所以人们非常乐意使用，也不会造成负担。而且晒客的朋友圈都有潜在的客户群体，微信强大的真实关系链、口碑性传播等优势，使得它成为旅游行业当前最为关注的营销工具。数量庞大的时尚用户基础，熟练使用微信的行业消费者，以口碑为主要吸引客户方式，也是旅游业可以使用微信的天然基因。

作为一个旅游景区的微信，我们应该做些什么呢?

前面也已经提到了，需要将微信当做技术派服务的营销工具。让粉丝关注你的微信公众某，必须要让你的公众号有价值。而要提供上面讲到的一些服务价值，就需要对微信公众某进行二次开发，因为微信现有的这些功能并不能满足。

微答微信平台推出的针对旅游景区的微信运营方案，主要有下面一些特色;

1、3D景区全景，语音介绍。3D全景展示，景区地图导航(语音介绍)，推荐主题路线)。

2、特色便民服务小工具。天气预报，景区服务提示(厕所，商店，出口，特色项目提示。

3、LBS地理位置服务，在景区附近找住宿，小吃，停车，或者附近其他景点，提供地图导航。

4、预定和支付，比如景区门票，景区内项目提前预定，方便快捷，可以节约游客的时间。

5、粉丝互动活动。幸运抽奖，大转盘，投票调查活动，实时做一些特色的优惠活动，旅行是一笔比较大的开支，这种优惠，很多用户是非常乐意的。因此，做微信需要有长远心态，把它当作维系顾客的必备工具。

6、推送景区当地特色风土人情介绍，特别是不为人所知的有趣的一面的展示，如特色历史景点、酒吧、美食、博物馆、游乐园等，历史景区，人文故事推送。也包括当地的出行注意、消费须知、文化差异等，通过这些内容，吊起目标顾客的胃口，产生浓厚的出行兴趣。

要别人成为你的微信粉丝，你总要拿出点东西出来，不然，为什么要关注你呢。

对于单一旅游目的或旅游景区的微信账号，大家之所以关注，最重要的原因是在于其实用性：或能为旅游者完成一次旅游活动提供计划的参考信息，或是提供一次便利的服务。

微信运营不是将大量的内容推送给消费者，而是保证消费者在需要你的信息的时候，能以最快捷的方式找到你，并且精确地找到所需的内容，这才是大多数旅游类微信在营销上需要下的功夫。

微信营销策划方案5

但随着上亿用户的使用，这将对各行各业的营销宣传带来很大的转变，微信市场必将成来下一个电子商务时代的营销重点。

作为一名多年从事旅游管理营销者的角度，下面主要谈谈关于旅游行业中“吃、住、行、游、购、娱”六大元素中“游”——之“景区”营销方面如何运用好微信进行营销，及如何运用好微信营销之最佳工具——“微信公众平台”。

在这里不对“微信公众平台”过多介绍，详细了解可以在网上查寻更多信息。

我想说的是“微信公众平台”是微信营销的最佳工具。

一、首先谈一下微信营销：

第一、微信能让游客得到即时有效地旅游度假及景区活动信息，让信息供应商宣传更具针对性。

首先我们作为游客角度来讲，无论是去什么地方旅游，肯定是先了解旅游度假信息，景区景点信息，然后再找酒店安排食宿和确定出行方式。所以旅游度假信息供应商(如旅行社、各大旅游网站等)以及作为个体的景区本身如何第一时间及时有效地将信息传递出去最为重要。而随着微信的广泛运用，有很多旅游供应商或景区通过微信查找附近人，向附近人打招呼发布相关信息。或是在签名备注相关旅游信息，让游客在查找附近人时看到相关信息。这也是微信营销的一种方式。但是有很多弊端和局限性。

第二、微信营销应找对营销渠道和方式：

随着“微信营销”概念与意识加强，很多商家在摸索如何运用微信进行营销。上网搜索可以看到相关微信导航网站，可是打开一看“杂、乱”无主题性，进一步试用，有的根本就是个人做着玩的，存在侥幸探索心理，根本不懂如何服务，未站在网友需求的角度。所以自然这些导航失去了他的意义。除了导航类网站，还有一些挂羊头卖狗肉，打着微信营销的幌子，比如做微搏营销的网站，可能做微博营销在行，可是微信与微博虽一字之差，差之千里。再就是所谓的微信营销软件，介绍可以自动打招呼，自行定位宣传，好用不好用，我不做评价，通过接触发现都是踏着“微信营销”大潮，浑水摸鱼，想从中赚一笔，所以建议大家小心行事。即便能用，这和垃圾短信发布有何区别，只会招人烦。

那么如何运用微信做好营销呢。

在这里举一个例子，每个人都有喜欢明星的权利。有很多网友是用微信关注了自己喜欢的明星。这就说明你喜欢谁就关注谁，不喜欢就不关注，你喜欢了关注了，自然他发的所有信息你都愿意接受。这个明星可能会被成千上万的人关注。有时明星发布信息，关注他的所有人都能收到。说到这里可能很多人也觉得很奇怪，认为可能是腾讯给这些名人开通的特殊功能服务吧。其实这并不是什么特殊待遇。这些名人是开通了他自己的公众帐号，拥有了自己的“微信公众平台”，关注他的每一个人在他的平台上都有显示，每个人说的话，留的言，也能显示在明星个人公众平台上。而明星如果想与网友说什么，就可以通过平台群发信息。所以关注他的网友就都收到了。就这么简单。

所以现在大家发现手机用户用微信不再局限于朋友之间交流对话。而是除了查找关注明星公众帐号外，还会查找更多其他专业信息平台公众帐号，关注更多有价值的“微信公众平台”。通过不同专业信息平台得到相关专业信息。

所以我认为选择专业信息的“微信公众平台”是网友获得有价值信息的便利途径，是商家做好微信营销的有效渠道。

二、“微信公众平台”在旅游景区营销的作用。

第一、个体平台的作用：所谓个体指的是每个景区可以开通自己的平台，每个旅行社可以开通自己的平台。单位个体开通平台后都会有一个自己独一无二的“微信公众平台二维码图片”，可以将自己平台的二维码图片及微信某印制到宣传单、某展架画面上、景区门票上、宣传广告页面上、网络宣传页面上、景区内各展板、喷绘广告等等地方。只要方便游客用手机扫描关注的地方都可以，只要能呈现平台二维码图片的任何载体都可以。这样会有很多游客关注你。他们都是你忠实的粉丝。有任何信息只需要通过平台发布即可，不花一分钱。且有效性，针对性极强。

第二、综合平台的作用：所谓综合服务平台，是指为个体平台进行综合服务宣传的平台或是个体平台通过综合服务平台发布信息进行宣传的平台。

设想一下您是一名想去旅游的网友，您想到某一地区旅游，可是您在不太了解那个地区旅游景区信息的情况下，可以通过网上查寻，但是随着科技的发展，智能手机普及，手机可以实现随时随地上网，可以随时随地用微信，微信也能随时随地预订景区门票、订酒店、购物等等。所以说全国有几万家景区，作为游客并不知道每个地区每个景区的平台名称和微信某，也不可能用手机关注成千上万的景区单个平台。而单个景区平台也很难在短时间内让众多网友知晓，所以网友一般想了解哪个地区的景区，就会搜索哪个地区，比如想去海南旅游，他可以通过微信搜索“海南景区”，而作为个体的单个景区是哪个地区的可以选择这个地区的景区综合平台进行自己景区平台宣传及信息的发布，作为地区综合服务平台，会按照景区A级、主题、这个省市区的所辖地区、门票价位等不同类型进行分类，供网友搜索，而作为游客您想上哪旅游，为即时知晓想去地区的旅游景区信息，就直接通过微信关注某一地区的旅游景区综合平台即可。

因为公众平台文字名称是可以重名的，但是微信某是唯一的，不可重复的，通过多日从网上了解景区微信营销，查找了全国各地区景区微信营销综合服务平台，为方便广大网友，特别进行了汇总整理，方便大家关注，千万不要看文字名称，以为准。

关注的方法很简单：1输入上述微信某即可关注全国各地区旅游景区平台。

大家可能会问上面有XXX个平台都要关注吗，原来我以为也是这样，可是通过实际关注发现，其实大家不用关注全国XXX个地区的平台，只需要关注——景区门票这一个平台就行了。按平台提示可以通过这一个平台查看到全国XXX个地区所有平台信息。上哪个地区玩在从这个平台查找并关注那个地区，就可以搜索你想去的地区景区信息了。等于是一台在手，全国任你走。景区门票这个平台真正实现了用微信旅游的服务宗旨。

微信景区综合平台和全国各地区平台，起到了一个很好地综合服务作用。他不但方便了微信用户以关注少量平台，而获得有价值旅游景区信息作用。他也为各地区旅游信息供应商和景区进行微信营销创造了更大的市场空间，针对性更强，准备性更强，即时性更强，最大的作用就是很大程度上能降低景区营销推广费用。可能花几万甚至几十万做广告赢得的游客，还不如花更少的钱直接在相应地区平台发布信息，让关注这个地区，想来这个地区的所有游客即时获得信息。

结论：微信公众平台，是微信用户知晓信息的有效平台，是旅游度假信息供应商进行微信营销的有效渠道。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！