

微信营销从产品本身的特征出发，寻找好的创意，顺势而为。

内容来源：西安弈聪信息技术有限公司(<http://www.xaecong.com>)

关键词：微信营销

内容概要：

不是所有的产品或者产品都适合在微信上做营销。不是所有产品或者产品都适合所有的微信营销工具。在做微信营销之前，一定要思考你的产品有哪些特点，是否能够很好的借助微信这款产品将你的产品或者产品的特点放大。如果你的产品能够借助微信的各种营销工具来放...

正文：

不是所有的产品或者产品都适合在微信上做营销。不是所有产品或者产品都适合所有的微信营销工具。在做微信营销之前，一定要思考你的产品有哪些特点，是否能够很好的借助微信这款产品将你的产品或者产品的特点放大。如果你的产品能够借助微信的各种营销工具来放大其价值的话，那么也许就说明你的产品是适合做微信营销的。有两类产品适合在微信上做营销，一种是大众化的产品，另一种就是很利基市场的小众产品，这里走了两个极端。

微信营销要借势，理清事件属性是成功的第一步，切记盲目追随热点，理性分析属性之后再决定是否借势。在确定事件属性后，就要根据产品的特征来选取借势的角度。因此，对自身产品的特征要把握到位，把产品的功能理解透彻后才能进行内容创作。创作的内容既要新颖又要突出产品的功能。这时，要考验的就是内容创作者的思维能力了。



要是不知道如何择势、造势的话，这时你的关注点就应该落在用户身上。用户的类型和喜好在很大程度上决定你是否能借势成功。不同的产品面向的不同的用户，不同的用户当然也具有不同的利益。热点事件发生后，要熟知这个热点将会对那些群体影响最大，对那些群体影响较小。分析利益链，才能明白借力的方向。需要非常注重用户的利益，从用户的体验出发，兼顾好用户的各方利益，不得罪不轻视任何一个群体。

以热点事件和用户的利益两者之间的相关性来判断借势是否可行，要是关系到用户的切身利益则需要引起足够的重视。借势营销能否赢得用户的青睐，归根到底，还是在于你输出的价值观是否能与用户相契合，也就是说，只有用户认可你的价值观才会对你的借势营销买账，只有用户认为你借势的内容符合他们为人处世的标准和道德准则，他们才会去转发、评论你的内容。

纵观各大产品大咖成功的案例，不难发现，他们借势的事件都能引起社会各阶层的广泛讨论，他们产品的借势向社会输出的价值观也大都能引起大多数人的共鸣。产品在借势，用户则是在站队，那些借助负面事件来借势的企业，忽视正确的价值观，是不可能赢得用户的关注的。

所以，微商要借势成功，还要对你传播的价值观进行选择，不是所有的热点都要去追，也不是所有的事件都能用来借势推广。在发展规模还不是很大的时候，就要培养正确的价值观，不做社会风气的污染器。

西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：[\[email protected\]](#)