



第 1 章

腾讯引流：62 个技巧，轻松暴涨粉丝数量



在腾讯平台中，微信与 QQ 是当今很热门的平台，而这两个平台作为新媒体的一部分，所包含的引流方式也是各有特色。



- ▶ 个人微信引流：20 种方法，粉丝快速从 0 到 10000 粉丝。
- ▶ 微信公众号引流：15 个妙招，轻松打造百万粉丝账号。
- ▶ 小程序线上引流：12 种方法，多管齐下让运营效果倍增。
- ▶ 小程序线下引流：4 种手段，让小程序更加火爆。
- ▶ 朋友圈引流：6 种方法，让推广不再困难。
- ▶ QQ 引流：5 个技巧，快速增加获得流量。

1.1 个人微信引流：20 种方法，粉丝快速从 0 到 10000

现在，大家对微信的认识已经不仅仅停留在聊天交友、扫码付钱的层次上了，它还可以是助人发展事业的平台——做营销、建立公众号、拓展人脉以及管理资源。但是，不是人人都能把微信营销做好，了解微信营销的人都知道，做好微信营销的第一步就是“拉新引流”。

拉新引流，顾名思义，就是拉新用户、引入人流，简单来说，就是添加很多好友。通常个人微信营销者最开始想到的拉新引流办法是微信群、附近的人，但是往往被无情踢出群，因此，引流要讲究方法。下面笔者为大家介绍个人微信的拉新引流之术。

1.1.1 文案推广引流

微信的文案推广是新媒体引流技巧中比较常见的一种方法，指在网站上发布文案来进行推广和吸引人流，文案推广法的具体步骤如下。

首先选择某个流量大的网站，比如贴吧、论坛与淘宝等。

发表一篇文案或者在别人的评论和留言处写上自己的文案，把自己的微信号嵌入文案中。例如内容可以这么写：“教微商怎样快速增粉，三小时 500 好友，100%免费大放送，请加微信号 XXXX 获取方法。”

别人添加你的微信后，若问起快速增粉的方法，可以告诉对方：“把这篇文案复制粘贴到其他网站，就能像我一样快速增粉。”

文案推广这种方法的好处在于：增粉的方法就是文案本身，文案可以自己编辑，也可以从同行处借鉴，且文案发送渠道是免费和无限制的，不需要耗费大量的物力、财力。但需要注意的是，文案的添加对象要面向想做微商的朋友或者刚开始进入微信营销行业的人群。

文案推广唯一的缺点就是具有时效性。一般来说，文案推广使用的招数基本相同，而相同的东西多了，就会使读者失去新鲜感和好奇心，渐渐失去吸引力，甚至有时候这样的推广方法多了，大家会厌烦。由此可见，文案的撰写是非常重要的，建议尽量使用原创文案，如果自己文笔不好，可以让身边文笔好的朋友帮忙编辑一下，推广文案一般最多不超过 50 字。

1.1.2 资源诱导引流

新媒体运营人员可根据自己的产品和行业去寻找一些别人搜寻不到却想要的有用资源，发布到网站上，进行引流和吸粉。下面举几个例子教大家如何进行资源诱导。

1. 关于软件的资源

可以这样做：随便在一个网站上发布一句“XXX 软件，不知道大家是否需要，有需要的可以加我微信 XXXX！”还可以在文案下附上软件的截图，或者分享部分软件出来，说明：“在这里先发一部分，我还有其他的 XXX 软件，如果有需要的可以加我微信 XXXX！”此方法适用于那些有不错的且可传播的软件资源的运营者。

2. 关于视频的资源

可以这样做：关注最近热点的实时视频或者电视剧视频，下载你认为好的视频资源，放到此视频的讨论热点处：“《XX 电视剧》第 X 集真是太好看了，找不到视频资源的可以加我微信 XXXX，加上立马免费传。”

3. 关于小说的资源

可以这样做：查看百度贴吧、百度问答、百度知道，记录高热度搜索的小说，下载好小说资源后去需要资源的人的问题下进行回复：“我有你想要的《XX》TXT 格式，加我微信 XXX 后马上免费传给你。”

例如，发布在百度贴吧的一个帖子，就利用分享热门视频资源的方式引导网友添加他的微信，如图 1-1 所示。

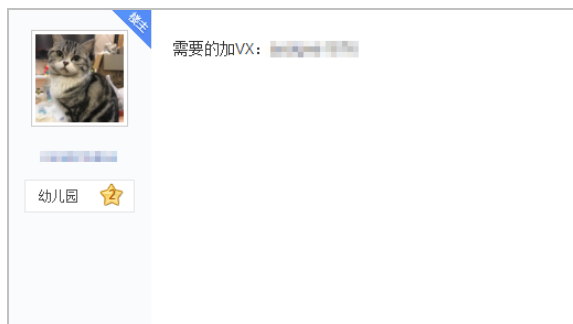


图 1-1 用资源诱导引流示例

1.1.3 现实人脉引流

我们在现实生活中都有自己的朋友，运营者可以通过添加现实好友的方式增加自己的微信好友数，这样添加的好友质量都是非常高的；另外，也可以让这些好友多多

推荐自己，利用熟人效应，使朋友的朋友成为自己的朋友。

不过为了自己账号的安全，一定要记得开启手机安全防护功能，可使用腾讯手机管家避免因频繁加人导致被盗号，具体操作步骤如下。

打开手机微信，选择微信右下角的“我”选项，点击“设置”选项里面的“账号与安全”，进入“账号与安全”界面，点击“更多安全设置”按钮；进入“更多安全设置”界面，点击“手机安全防护”按钮，进入“手机安全防护”界面；点击“下载手机管家”按钮，即可下载腾讯手机管家，如图 1-2 所示。



图 1-2 开启账号保护步骤

除了开启手机安全防护功能之外，微信的“声音锁”新功能也能有效地预防被盗号的危险，通过识别声音来登录微信。

在“账号与安全”界面，点击“声音锁”按钮；进入“声音锁”界面后按照提示操作即可开启声音锁，如图 1-3 所示。



图 1-3 开启“声音锁”步骤

1.1.4 通讯录引流法

在这个以手机为主要通信工具的时代，手机通讯录就相当于人的社会关系的一个缩影，它是人的各种社会关系的具体表现，里面有亲人、好友、同学、领导、同事、客户，等等。少的有几十个，基本上都有上百个，就拿笔者为例，目前就有 887 人，如图 1-4 所示，人际关系如果发达的，估计有上千人。



图 1-4 笔者手机通讯录人数

特别是使用同一个手机号越久的人，里面储存的人际资源就越多。俗话说：创业需要第一桶金，在如今人气就是财气的网络时代，我们需要第一桶“人气”，而最好的人气资源就是我们的手机通讯录。

因为手机通讯录里面的人，我们基本上知根知底，这样就可以很好地根据自己营销的需要进行分类、标注，发送针对性的信息，实现用户群体、品牌建设和产品推广的精准营销。

如果用户手机中有许多通讯录号码，此时可以通过微信服务插件将通讯录中的号码全部添加至微信列表中，使其成为微信朋友圈中的一员。下面将进行具体介绍。

步骤 01 打开微信，**1** 点击“通讯录”按钮，进入“通讯录”界面；**2** 点击右上角的加号按钮 $+$ ；**3** 在弹出的列表框中选择“添加朋友”选项，如图 1-5 所示，进入“添加朋友”界面；**4** 选择“手机联系人”选项，如图 1-6 所示。

步骤 02 进入相应页面，此时系统将自动获取手机通讯录的朋友，未添加微信好友的右侧，会出现“添加”按钮，**1** 点击“添加”按钮，如图 1-7 所示，进入“验证申请”界面；**2** 输入验证信息和备注信息；**3** 点击右上角的“发

送”按钮，如图 1-8 所示。提示信息发送成功，待对方确认后，即可添加成功。



图 1-5 打开微信



图 1-6 选择“手机联系人”选项



图 1-7 点击“添加”按钮



图 1-8 输入验证信息

1.1.5 BBS 运行引流

BBS 全称是 Bulletin Board System，通过在计算机上运行服务软件，允许用户使用终端程序通过 Internet 来进行连接，执行下载和上传数据或程序、阅读新闻和与其他用户交换消息等功能。新媒体运营人员可以利用 BBS 以下 3 点优势进行引

流，如图 1-9 所示。

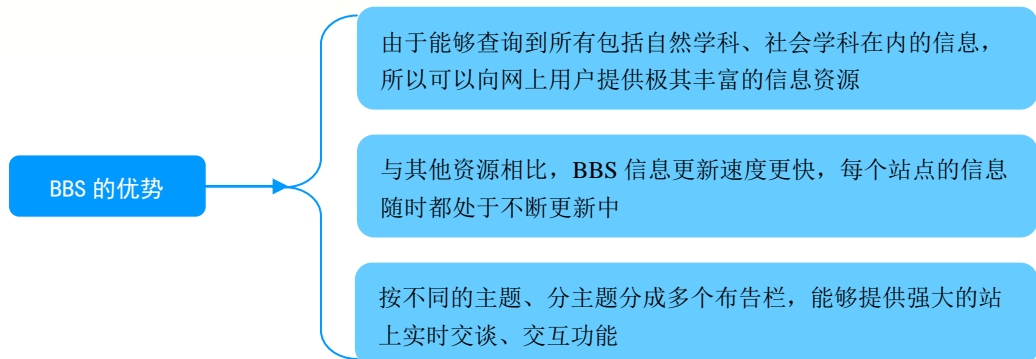


图 1-9 BBS 的优势

目前，国内的 BBS 已经十分普遍，新媒体运营人员可以从以下 3 点入手，进行引流。

1. 校园 BBS

校园 BBS 是由各校的网络中心建立起来的，如清华大学、北京大学和复旦大学都建立了自己的 BBS 系统。

2. 商业 BBS

商业 BBS 主要进行有关的商业宣传和产品推荐等，如手机的商业站、电脑的商业站以及房地产的商业站等。

3. 专业 BBS

专业 BBS 指部委和公司的 BBS，主要用于建立地域性的文件传输和信息发布系统。

新媒体运营人员可以根据自己产品的定位，在网上找寻相关免费资源，发布内容进行推广引流，例如目标用户人群是女性，就可以发布美容、时尚、购物或者健康等信息。如果能够把普通帖子发展成为热帖、加分帖、精华帖、推荐帖和置顶帖的话，就能够吸引更多的人流。

1.1.6 用“附近的人”引流

“附近的人”是微信里面的一项功能，与摇一摇、漂流瓶很相似，就如同它的名字一样，指搜索附近的人。系统除了显示附近用户的姓名等基本信息外，还会显示用户签名档的内容。新媒体运营人员也可以用这个来进行引流、吸粉，下面就介绍用

“附近的人”进行引流的方法。

进入微信的“发现”界面，点击“附近的人”按钮，确定和设置运营者的地理位置，如图 1-10 所示。



图 1-10 进入“附近的人”功能步骤

确定获取地理位置后，“附近的人”功能就会自动搜索距离较近的人，新媒体运营人员就可以和他们打招呼了，如图 1-11 所示。

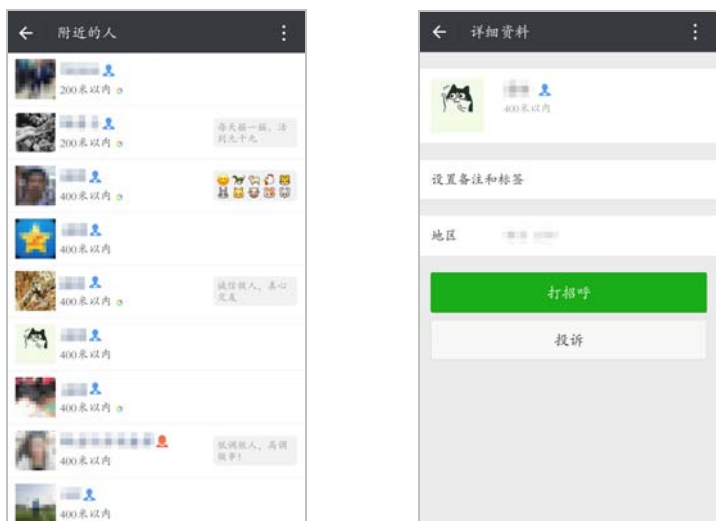


图 1-11 搜索“附近的人”的步骤

如果运营人员的目标用户是女性群体，可以选择“只看女生”；如果面向的是男

性群体，则可以选择“只看男生”；不限制搜索群体，则可以点击“查看全部”按钮；“附近打招呼的人”是对方已给你发了微信信息的人。

如果不想查看“附近的人”，也不想被别人查找到时，点击右上角的“设置”按钮，在弹出的选项面板中选择“清除位置并退出”选项即可，如图 1-12 所示。



图 1-12 “清除位置并退出”步骤

1.1.7 LBS 推广引流

LBS(位置签名)是微信众多功能中最能体现网络营销价值的地方，它精准的定位作用给很多行业在微信中投放促销优惠信息带来了很大的方便，起到了很不错的引流作用。

比如，在微信功能里面“附近的人”，就是运用了 LBS 功能使用户可以查找自己所在地地理位置附近的微信用户。

商家利用这个免费的广告位为自己做宣传，是百益而无一害的。现在很多知名的品牌纷纷利用 LBS 功能来营销推广自己的产品，例如 58 同城、赶集网、美团等。随着 LBS 的覆盖面越来越广，LBS 解决问题的效率也越来越高，这样高效率、高回报、零投资的渠道令微信的实用性更加强大，更加吸引商户进行营销。

1.1.8 二维码引流

只有懂得运用各种方法推广自己的微信号，才有机会做好新媒体营销。新媒体营销引流的办法是多种多样的，关键在于执行。每个微信号都有代表自己的二维码，运营人员可以将自己微信号的二维码打印出来，贴到一些抢眼的地方。如果有实体店的或者

有自己产品的运营者，可以将微信号的二维码贴到自己产品上，以此来挖掘潜在客户。

1.1.9 发红包引流

“红包”在近年来相当火爆，微信的红包功能瞬间就引爆了微信群，这便给新媒体运营人员提供了一招绝妙的引流方法，具体如下。

使用微信的“发起群聊”功能邀请好友发起群聊(群聊名字可以自行编辑)，如图 1-13 所示。

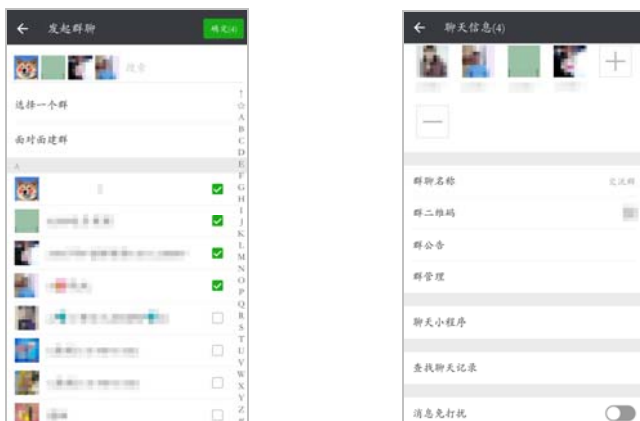


图 1-13 发起群聊界面

然后发一个红包，让朋友邀请他的朋友，以达到推广公众号的目的，具体如图 1-14 所示。



图 1-14 发红包推广公众号

1.1.10 丢骰子送礼品引流

这个方法和发红包引流的原理一样，都是将人脉资源的扩张建立在朋友的引入上，具体的操作步骤如下。

- 步骤 01 创建一个微信群。
- 步骤 02 拉好友进来，并设立丢骰子的游戏规则。
- 步骤 03 让好友拉一部分人进来一起玩游戏。
- 步骤 04 将好友拉进来的人变为新的人脉资源。

1.1.11 给照片加标签引流

在对新媒体进行运营时，因其中运用微信营销，肯定经常要在朋友圈里发照片，有时候会发产品照、生活照，有时候会发客户的产品体验照等。在微信盛行的今天，看朋友圈成为一种流行趋势，看到朋友发照片，就会忍不住点开看一下。运营人员在发照片的同时，不要忘记在照片上加上自己的微信号，可以用“美图秀秀”加文字，具体步骤如下。

- 步骤 01 打开手机上的“美图秀秀”，点击“美化图片”按钮，如图 1-15 所示。

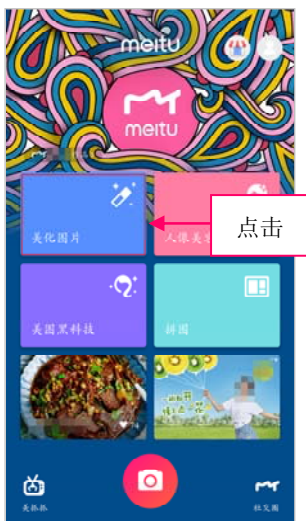


图 1-15 点击“美化图片”按钮

- 步骤 02 执行操作后，即可进入 Camera 界面，如图 1-16 所示。
- 步骤 03 选择想要修改的照片，如图 1-17 所示。
- 步骤 04 执行操作后，即可显示图片，在下方的菜单栏里，点击“文字”按

钮，如图 1-18 所示。

步骤 05 执行操作后，弹出“点击输入文字”文本框，如图 1-19 所示，点击“点击输入文字”文本框，输入文字即可。



图 1-16 进入相应界面



图 1-17 选择想要修改的照片



图 1-18 点击“文字”按钮



图 1-19 弹出“点击输入文字”文本框

步骤 06 执行操作后，点击右下角的✓按钮，如图 1-20 所示。

步骤 07 执行操作后，点击右上角的✓按钮，如图 1-21 所示。

步骤 08 执行操作后，进入如图 1-22 所示界面，说明图片保存成功。



图 1-20 点击相应按钮



图 1-21 点击相应按钮

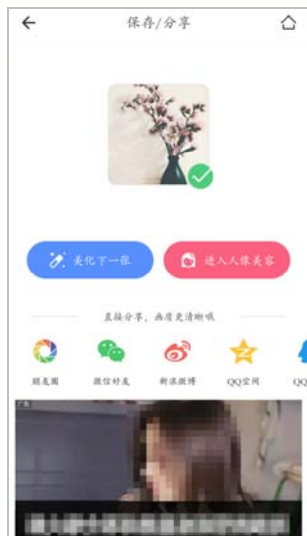


图 1-22 照片保存成功

用“美图秀秀”给图片加上微信号也是一种传播途径，当图片被转载到他人朋友圈的时候，就能吸引其他人添加好友。

1.1.12 更换头像引流

大多商家的微信头像都是企业的 Logo，千篇一律，受众容易产生视觉疲劳，在添加关注时，看到企业头像就直接略过。商家在无形中就错失了很多潜在客户。

针对这种现象，商家可以考虑把头像换一换。很多知名企业的头像非常有特色，这些头像都是经过艺术处理的，或文艺，或可爱，或文艺有趣，这样的头像往往很容易抓住用户的眼球。图 1-23 中展示的就是比较有代表性的企业微信头像。

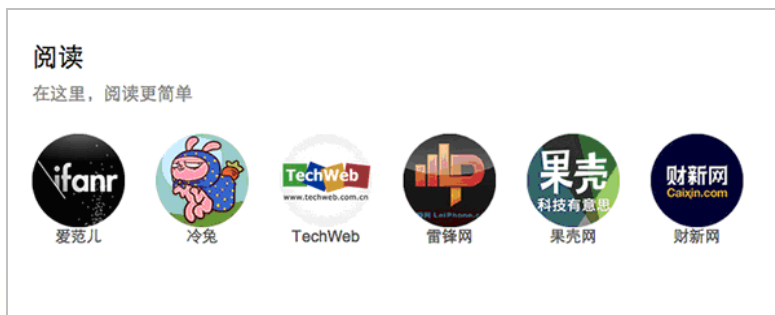


图 1-23 有代表性的企业微信头像

1.1.13 主动出击引流

目前，微信基本上就是网络上的联系方式了，有很多用户在各种网络平台上留下了自己的微信号码，这些人可能会有不同的需求，同时他们希望自己的微信号被其他人添加。因此，新媒体运营人员可以在网络上寻找这种与产品相关的微信号码，主动出击，添加他们为好友。

例如，在百度贴吧“美食”吧里面的一个帖子，就有很多用户留下了微信号，如图 1-24 所示。



图 1-24 找到微信号码主动添加

1.1.14 “以号养号”引流

所谓的以号养号，就是商家采用微信、QQ 等个人小号来吸引用户，等积累了一定的数量，就转化为自身主要平台账号，或者转发有诱惑力的软文诱导粉丝主动关注。在此以微信小号为例，介绍这种用小号加粉方式的策略，如图 1-25 所示。

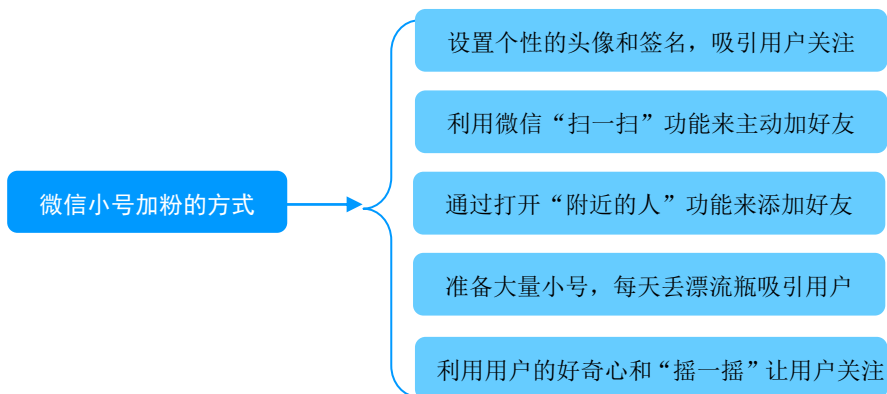


图 1-25 微信小号加粉的方式

1.1.15 博客推广引流

对于一些专业、成熟的微信公众平台来说，可以在博客上发布文章进行推广，推广的时候要注意几点内容。

(1) 有价值的内容：在博客上撰写的文章，内容一定要专业，富有一定的价值，这样才能让用户在搜索时更容易搜索到。

(2) 不要强硬推广：在博客里发文，是一个慢慢积累的过程，不要一上来就发布广告，这样很容易引起用户的反感，让他们没有再阅读的兴趣。

(3) 给出简介：在推广微信公众号的时候，要给出该微信公众号的简介，这样能够让用户对微信公众号更加印象深刻。

(4) 带上 Logo：发布二维码的时候，尽量带上企业的 Logo，这样会显得更专业，而且还能提高辨识度，让用户一眼就能够关注到。

1.1.16 H5 页面引流

H5 已经成为微信平台的引流新利器，很多企业会通过 H5 制作出一些小游戏来吸引用户。最早的比较吸引人的 H5 小游戏要属《围住神经猫》了，这款游戏在朋友圈里引起了疯狂转发和讨论，后来的还有《吴亦凡的陌生来电》等。

对于微信运营者来说，H5 的最大优点可以通过在线更新和不断优化，带来更多的广告展示、流量转化等多项 KPI 数值的增长。例如，我们可以在微信上看到很多不错的 H5，或者是其他好友主动分享给你的 H5，好友之所以愿意分享，说明这些 H5 有价值，是做得比较成功的。下面这个“520”的 H5 就是朋友分享给我的，画面非常卡通，而且紧扣“520”这个热点，画面看上去很有感觉，如图 1-26 所示，吸引了很多用户主动参与并自发传播。



图 1-26 H5 营销活动

1.1.17 快递引流

快递引流法是一种很有优势的引流法，它的优势主要表现在两个方面。

- 接触的人流广。
- 接触的人群大部分是热爱购物者。

抓住这两点，快递引流法就是一个非常实际有效的引流方法，其主要的引流流程如图 1-27 所示。

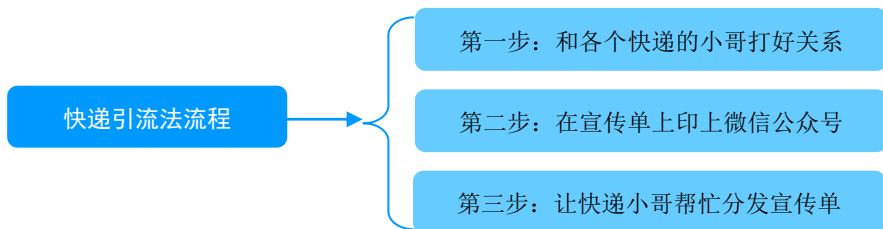


图 1-27 快递引流法流程

1.1.18 问答互动引流

“百度知道”采用互动的方式，让用户可以在此搜索和分享各种知识问答，是最常见的问答平台之一。

因为在“百度知道”上发广告是不被允许的，因此“百度知道”引流就需要微信号的运营者通过回答问题的方式，把自己的广告有效地嵌入回复中。

很多人不想采取“百度知道”法引流，有两方面的原因：一是觉得烦琐，不会回答问题；二是没有合理的广告技巧。

下面为大家介绍如何在“百度知道”里回答问题。

步骤 01 登录“百度知道”首页，在上方的菜单栏中单击“我的知道”按钮，如图 1-28 所示。



图 1-28 单击“我的知道”按钮

步骤 02 执行操作之后，跳转至“个人中心”页面，单击“添加兴趣”按钮，如图 1-29 所示。



图 1-29 单击“添加兴趣”按钮

步骤 03 执行操作后，弹出相应菜单，在“输入关键字”文本框中输入关键字，如图 1-30 所示，单击“筛选”按钮。



图 1-30 输入关键字

步骤 04 执行操作后，进入相应界面，单击相应按钮，如图 1-31 所示，然后单击“完成”按钮。



图 1-31 单击相应按钮

步骤 05 执行操作后，进入相应界面，单击相应按钮，如图 1-32 所示。



图 1-32 单击相应按钮

步骤 06 执行操作之后，进入相应页面，如图 1-33 所示，运营者在相应的文本框中输入问题答案，然后单击“提交回答”按钮即可回答问题。



图 1-33 进入相应页面

1.1.19 悟空问答引流

相对于其他内容来说，悟空问答是一个有着共同内容需求和爱好的头条号创作者与粉丝集聚的平台。在该平台上，众多参与者积极互动，分享自己的经验和见解，因此，这是一个可以实现精准引流的内容平台。

对头条号来说，利用悟空问答内容引流是通过 3 大途径来实现的，具体内容介绍如下。

1. 优质内容的“首页”推荐

一些经常在移动用户端或 PC 端浏览头条号的用户发现，在菜单内容中会显示一

些标注有“悟空问答”的内容，如图 1-34 所示。

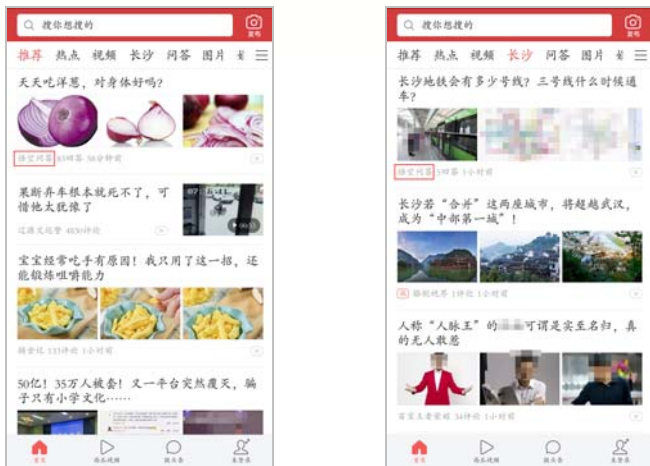


图 1-34 “今日头条”APP 首页上的“悟空问答”内容展示

一般来说，当头条号创作者和运营者在这样的悟空问答内容中提供了优质内容和有价值的回答，就会被更多的人关注，这是有助于吸引粉丝的。

2. 增加引导和关注途径

在“今日头条”平台上，当用户进入“悟空问答”页面，单击相应问题进入具体的问题问答页面时会发现，每一条回答都会显示回答者头条号的账号，并在账号右侧显示一个“关注”按钮，如图 1-35 所示。这样的设置，不仅增加了头条号的曝光度，同时，当用户觉得哪一条回答有独特见解、有干货内容时，就会获得关注该问题的用户的认可，自然而然的，此时点击“关注”按钮也就顺理成章了。



图 1-35 悟空问答内容增加曝光度和关注途径

3. 利用热点增加曝光度

蹭热点是运营过程中经常会用到的方法，其实，在利用悟空问答引流的方法中，这一经典方式笔者认为也是适用的，特别是在“今日头条”平台专门设置了一个“热点”菜单的情况下，运营者更应该把这一方法应用到具体的运营工作中。

图 1-36 所示为“今日头条”APP 首页的“热点”页面，在该页面上用户可以查看时事热点内容。



图 1-36 查看热点内容

头条号创作者和运营者则可以通过查看与自身内容领域相关的热点，并在悟空问答页面选择合适的问题进行回答。这同样是蹭热点的表现，同时也能实现增加头条号的曝光度和为平台增粉的目的。

1.1.20 续集电视节目引流

所谓续集电视节目，就是那种隔段时间播放的电视节目，例如综艺节目《奔跑吧兄弟》《我想和你唱》等。

新媒体运营人员借助这些续集的电视节目，该如何引流呢？

借用大型视频网站连载更新中的热门剧集的影响力来为微信号拉新引流，这是一个很好的也很常用的方法，具体操作方法如下。

首先，在优酷指数排行榜首页，选择一部电视剧或综艺节目，例如最近比较火的电视剧《温暖的弦》，单击“温暖的弦”超链接，如图 1-37 所示。



图 1-37 单击超链接

执行操作后，进入相应界面，如图 1-38 所示。



图 1-38 《温暖的弦》的剧集

从图 1-38 中可以看出，这部电视剧的第 43 集、44 集、45 集、46 集、47 集还没有出来，因此，运营人员可以在发帖子时放入“温暖的弦第 43 集”“温暖的弦第 44 集”这样的关键词，因为将这样的关键词融入标题中，很容易就被人们搜到。

1.2 微信公众号引流：15 个妙招，轻松打造百万粉丝账号

目前微信平台发展火热，越来越多的个人或者企业开始关注微信公众号。对于微信公众平台运营者来说，微信运营的最终目的是实现商业变现，赚取利益。但是在变



现前，微信公众平台需要做的就是引流，因为只有平台拥有了足够数量的粉丝，才能实现真正的商业变现。

企业微信公众号有 4 种类型，即订阅号、企业号、服务号和小程序，如图 1-39 所示，不同类型的公众号推广方式也不同，运营者要找到适合自己的推广方法。下面将介绍一些常用的公众号推广方法供商家们参考。



图 1-39 公众号的类型

1.2.1 大号互推引流

通过爆款大号互推的方法，即微信公众号之间进行互推，建立公众号营销矩阵(指的是两个或者两个以上的公众号运营者，双方或者多方之间达成协议，进行粉丝互推)，可以达到共赢的目的。

微信公众号之间互推是一种快速涨粉的方法，它能够帮助运营者的微信公众号短时间内获得大量的粉丝，效果十分可观。

相信大家在很多的微信公众号中曾见到过某一个公众号会专门写一篇文章给一个或者几个微信公众号进行推广的情况，这种推广就算得上是公众号互推。这两个或者多个公众号的运营者会约定好有偿或者无偿为对方进行公众号推广，而且能很快见到效果。

运营者在采用公众号互推吸粉引流时，需要注意的一点是，找的互推公众号平台类型尽量不要跟自己的平台相同，因为这样运营者之间会存在一定的竞争关系。

两个互推的公众号之间应尽量存在互补性。举个例子，你的公众号是推送健身用品的，那么你选择互推公众号时，就应该先考虑找那些推送瑜伽教程的公众号，这样

获得的粉丝才是有价值的。

如图 1-40 所示，是微信公众号“手机摄影构图大全”与微信公众号“拍照这些事”之间进行的一次大号互推合作。据悉，此次合作之后，双方的粉丝都得到了一定数量的增长。



图 1-40 微信公众号“手机摄影构图大全”和“拍照这些事”互推

1.2.2 线上微课引流

线上微课是指按照新课程标准及其教学时间的要求，以多媒体资源(电脑与手机等)为主要载体，记录教师在课堂内外教育教学过程中围绕某个知识点而开展的网络课程。通过线上微课也能进行新媒体引流。

线上微课的主要特点如下。

- 教学时间较短。
- 教学内容较少。
- 资源容量小。
- 资源组成情景化。
- 主题突出、内容具体。
- 草根研究、趣味创作。
- 成果简化、多样传播。
- 反馈及时、针对性强。



例如，“拍照这些事”微信公众号就推出了“用普通手机拍出专业级照片”的线上微课，如图 1-41 所示。

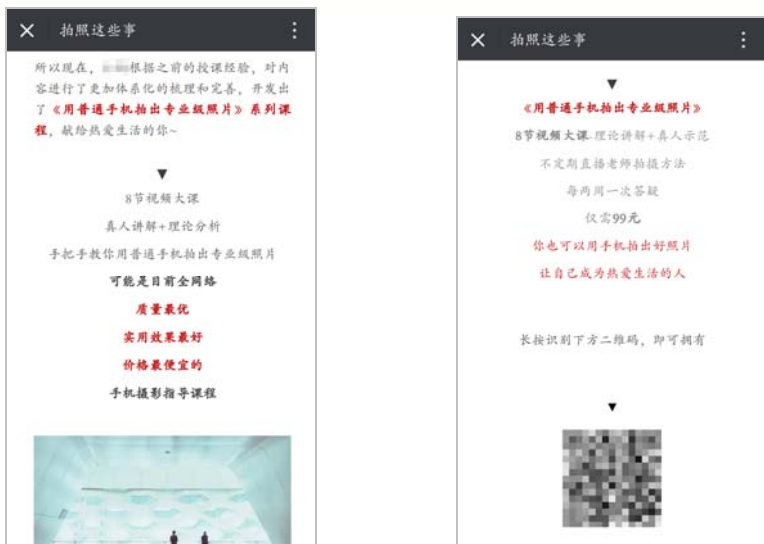


图 1-41 线上微课引流示例

1.2.3 征稿大赛引流

运营者可以通过在公众平台上或者其他平台上开展各种大赛活动，进行吸粉引流。这种活动在奖品或者其他条件的诱惑下，通常参加的人会比较多，而且通过这种大赛获得的粉丝质量会比较高，因为他们会更加主动地去关注公众号的动态。

运营者可以选择的大赛活动类型非常多，但其原则是尽量跟自己的公众号运营所处的行业领域有关联，这样获得的粉丝才是高价值的。

运营者可以根据自己的公众号类型，在平台上开展征稿大赛，可以为自己的平台要推送的文章征稿，也可以为自己平台的出版物征稿。采用征稿大赛吸粉引流，可以设置一定的奖品来提高粉丝的参与度。

以微信公众号“手机摄影构图大全”为例，该平台根据其自身的优势，在自己的平台上开展了一个“图书征图征稿”活动，如图 1-42 所示。



图 1-42 公众平台开展征稿大赛活动的案例

运营者举行征稿活动大赛时，如果活动过程中涉及网络投票，那么运营者在这个环节一定要注意刷票情况的出现。

在任何一场比赛中，主办方规避刷票情况的出现都是很有必要的，这样能够给每一位参赛者一个公平竞争的机会，确保选出的获胜者拥有真正的实力。

运营者预防刷票情况的出现，也能够有效防止运营者以及参赛者的账号被平台系统封号。

运营者在策划征稿活动大赛的时候，在投票环节还需注意的一点是，要做好用户的投票体验。做好用户的投票体验指的是，用户在给参赛者投票的时候，投票的方式要尽可能方便，不要太过于烦琐。

提升用户投票体验和效率可以通过在投票平台上设置一些小功能来实现。例如，运营者可以在投票页面设置一个搜索栏，这样用户进入投票页面后，就可以直接在搜索栏中搜索参赛者的名字或者参赛号码，然后就可以给参赛者投票了。

这种方法可以防止参赛者排名靠后，用户需要一页一页地浏览去寻找参赛者而带来的麻烦。只要将用户的投票体验提升了，用户的投票效率自然就会有所提高。

1.2.4 网络大赛引流

开展网络大赛指的是，运营者在自己的微信公众号上举办一个网络比赛活动。活动的类型可以是多样的，比赛主办方会根据活动的情况设置一定的奖品，参赛者要在公众平台或者其他的网络上报名，由网友提供投票，选出最终的获胜者。整个比赛活动的过程可以采用晋级制，也可以是一轮定胜负。