

求解微信裂变转发上的广告到底怎么投放做上去的

产品名称	求解微信裂变转发上的广告到底怎么投放做上去的
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	1.00/元
规格参数	
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

产品详情

求解微信裂变转发上的广告到底怎么投放做上去的

想要开户推广投放代运营广告主可拨打电话或加微信（手机号码同步微信）洽谈沟通合作

添加请注明来意

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

我总结过微信裂变的14种模式，其中“微信群+微信群裂变”是最常用的裂变模式之一，这里给大家讲下它的所有裂变技巧，希望你也能做出一场爆款活动。

“微信群+微信群裂变”的裂变路径是这样的。

用户看到裂变海报扫码进群，机器人提醒新进群的用户分享文案和海报到朋友圈，群满100人后自动切换到下一个群，每一个用户扫码后都进入到群里面，如此反复。

当用户完成任务后，提醒用户添加我们的客-服领取资料，资料的链接里面还附上公众号的二维码，又导流一部分用户至公众号里。实现了微信群、个人号、公众号同时涨-粉。

它的优点：

用户参与度高，相比于添加、关注，进群的操作更加容易；将用户沉淀至群，从众效应，群氛围刺激用户转发；裂变率高，流量损耗小，风险几乎为零。

反正，一旦是流量较大的裂变，一定要用群裂变，才能把你的效果最大化。

那么，在这里，我给大家讲一下我是如何做群裂变的，你自己去跑直接按照我这个流程来即可。我们已经通过群裂变跑了100多万的微信粉丝了。

一、确定裂变目的和路径

每一次裂变活动的设计，你都要想好这次我裂变的最终目的是什么，是想给你的公众号做增长，还是个人号，还是社群，这肯定是要根据你的产品形态来决定。

但我的建议是，裂变尽可能给微信群和个人号涨粉，现在是微信群和个人号的红利期，沉淀在这里面用户是有极大的几率多次反复触达到你的产品的。公众号的阅读量越来越低相信你们也都知道。

我们设计的裂变是以群裂变的形式把流量导向微信个人号，再倒流到公众号。

二、设计裂变素材

确定好裂变目的和路径之后，接下来就是开始设计裂变素材了，素材包括文案和海报，大家一定不要小看这两块，一句文案的改进和修正就可能提高80%的转化率，甚至是100%。所以他们的重要性不容小觑。

文案包括：海报文案，进群文案，朋友圈分享文案，课程资料领取文案。接下来一个个给大家分析。如何将这些文案做到效果最优。

（1）首先来看海报文案，做海报不能只做一版，至少做两版，因为你需要来回做测试，看哪张海报的效果最好，我跟大家举一个我之前做群裂变的例子，你就能做到我是如何去迭代我的海报的。

那次一共做了4版海报，我跟大家讲一下这个过程。