

<<微博营销>>

图书基本信息

书名：<<微博营销>>

13位ISBN编号：9787111450849

10位ISBN编号：7111450841

出版时间：2014-1

出版时间：机械工业出版社

作者：胡卫夕,宋逸

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<微博营销>>

内容概要

不管你是否承认，微博已经成为企业营销不可或缺的组成部分，经过四年的发展，微博营销逐渐从开始的野蛮生长走向不断成熟，微博营销的理念、策略、方法、工具也在不断地发展和创新，本书秉承第1版全面、准确的原则，结合微博营销的最新进展，在原有基础上进行了大量的创新，增添了大量的案例、方法及工具，真正让读者透彻理解什么是微博营销，为什么要进行微博营销以及如何进行微博营销。

本书详细介绍了微博的起源与发展、微博给营销带来的革命性、颠覆性影响。全面阐述了微博在互联网时代的营销功能，透彻地分析了企业利用微博进行营销的策略与步骤。同时，总结了微博营销带来的风险以及非营利组织如何进行微博营销；通过案例系统地展示了不同行业、不同规模的企业是如何利用微博进行营销的。

<<微博营销>>

作者简介

胡卫夕

深圳大学经济学硕士，互联网信徒，曾活跃于多个网络社区，长期关注信息革命给商业带来的影响，有较为丰富的社会化营销实践经验，现任职于新浪微博商业产品部。

宋逸

深圳大学经济学硕士，新媒体思考者、微博控，对网络营销有着独特的热情，行文思路清晰、文笔流畅。

对传媒、SNS服务、新媒体营销有独到的见解，擅长社会化媒体营销研究，现专注于微博营销的理论研究与微博营销的实践，并于2010年2月与胡卫夕成立“加速度微营销工作室”。

<<微博营销>>

书籍目录

推荐序

前言

认识篇

第1章 被微博改变的世界 / 2

1.1 微博的前世今生 / 2

1.2 微博照耀中国 / 5

1.3 微博何以改变世界 / 7

1.4 微博的未来 / 11

第2章 微博引发的营销革命 / 14

2.1 微博对营销的创新 / 14

2.2 微博营销的功能及发展 / 28

实战篇

第3章 重视并了解微博营销 / 40

3.1 重视微博营销：从计划到战略高度 / 40

3.2 避开微博营销的认识误区 / 43

3.3 微博上都有谁 / 45

第4章 微博营销的策略 / 51

4.1 内容策略 / 52

4.2 用户关系建立与维护策略：调动积极性是关键 / 66

4.3 整合策略：为微博营销突破瓶颈 / 71

4.4 企业人参与策略 / 73

第5章 微博营销的实战步骤 / 75

5.1 组建微博营销团队：明确构架，挑选人员 / 76

5.2 确立微博营销在企业营销的位置：找准定位，形成机制 / 79

5.3 制定营销方案：做好计划，确立目标 / 81

5.4 微博营销的执行：建立账号，发布微博 / 83

5.5 微博营销的效果评价与反馈：微博营销的效果可以衡量 / 89

第6章 实现微博营销的创新 / 96

6.1 微博营销的创新原则 / 96

6.2 微博营销的创新方向 / 101

6.3 向蔡文胜、郑渊洁学习微博营销的创新 / 104

第7章 微博营销的风险 / 110

7.1 微博营销风险的类型 / 110

7.2 微博营销风险的防范与控制 / 115

第8章 非营利组织与公共部门的微博营销 / 122

8.1 非营利组织的微博营销 / 122

8.2 公共部门的微博营销 / 128

第9章 企业微博2.0：微博商家的利器 / 138

9.1 应用中心 / 138

9.2 数据中心 / 139

9.3 广告中心 / 141

9.4 粉丝服务平台 / 142

9.5 其他功能 / 144

第10章 微博运营常用的第三方工具 / 146

10.1 皮皮时光机 / 146

<<微博营销>>

- 10.2 Wb Cloud微营销云平台 / 148
- 10.3 微博风云 / 150
- 10.4 知微 / 152
- 案例篇
- 第11章 《新周刊》：微博时代的媒体生存方式 / 156
 - 11.1 营销关键点 / 156
 - 11.2 营销背景 / 157
 - 11.3 营销概况 / 158
 - 11.4 策略分析 / 159
 - 11.5 努力方向 / 165
 - 11.6 案例对媒体行业的启示 / 166
- 第12章 香港海港城：开创商场营销新模式 / 170
 - 12.1 营销关键点 / 170
 - 12.2 营销背景 / 171
 - 12.3 微博营销概况 / 172
 - 12.4 策略分析 / 173
 - 12.5 对大型商场微博营销的启示 / 176
- 第13章 招商银行：金融业的微博营销标杆 / 180
 - 13.1 营销关键点 / 180
 - 13.2 营销背景 / 181
 - 13.3 微博营销概况 / 182
 - 13.4 策略分析 / 183
 - 13.5 对金融业微博营销的启示 / 188
- 第14章 戴尔：从Twitter到新浪微博 / 193
 - 14.1 营销关键点 / 193
 - 14.2 营销背景 / 193
 - 14.3 戴尔在Twitter / 194
 - 14.4 戴尔在新浪微博 / 199
- 第15章 凡客诚品：互联网快品牌的微博营销之道 / 206
 - 15.1 营销关键点 / 206
 - 15.2 营销背景 / 206
 - 15.3 凡客的微博营销概况：每个人都有一条“围脖” / 207
 - 15.4 我是一名凡客：凡客微博营销特点 / 209
 - 15.5 凡客微博营销的启示 / 216
- 第16章 螺蛳粉先生：中小企业微博营销的典范 / 219
 - 16.1 营销关键点 / 219
 - 16.2 营销概况 / 220
 - 16.3 螺蛳粉先生的微博营销之路 / 221
 - 16.4 给中小企业微博营销的启示 / 224
- 第17章 快书包：电商行业的微博典范 / 230
 - 17.1 快书包简介 / 230
 - 17.2 快书包微博概况 / 231
 - 17.3 快书包的微博营销之道 / 232
- 第18章 杜蕾斯：用性趣引爆营销 / 237
 - 18.1 营销背景和概况 / 237
 - 18.2 杜蕾斯的成功没有秘密 / 238
 - 18.3 杜蕾斯成功背后的启示 / 243

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>