

<<推手凶猛>>

图书基本信息

书名：<<推手凶猛>>

13位ISBN编号：9787302316176

10位ISBN编号：7302316171

出版时间：2013-4

出版时间：清华大学出版社

作者：张书乐

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>

## &lt;&lt;推手凶猛&gt;&gt;

## 前言

动笔写这本书的时候，脑子里都是推手的字眼。

套用鲁迅对悲喜剧的论断，《推手凶猛》这本书将外界看似神秘的推手的面纱撕下来给大家围观。

推手，作为一种太极的招式，当下已经成为网络营销从业者的代名词。

而在很多时候，推手这个名词是一个贬义词，是网络低俗、恶俗、媚俗文化的幕后黑手。

然而，真正的推手并非如此，那些贬义词所代表的推手不过是用下三滥的炒作手法来赚取眼球却无法带来真正社会价值和经济价值的。

真正的推手其实是综合运用各种网络营销手段和渠道，用个性化的创意和精致的内容，进行口碑传播的造梦者。

用合理的手段赚取最合理的传播效果，是真正推手的内心独自，而搅屎棍子理论、口碑雪崩理论则是推手有意无意在运用的网络营销手段。

这本书，旨在通过推手张叁的长袖善舞，以其极具张力的营销经历，将网络营销中最精彩的微博、论坛、软文、博客、电子邮件和危机公关等手法，细致地展现在读者面前，以让人更快更好地了解网络营销的内幕，并真切地看到一个推广团队从草创到成熟的组建历程。

这是一本网络营销界的生存手册，同时也是一本为推手正名的职场小说，无论是网络营销的探奇者，还是经历营销种种环节的实践者，或是立足创意为王、内容为王的广告从业者，抑或正在电子商务红海中搏杀的创业者，都会有“头脑风暴”般的裨益。

开卷有益，作为一本将网络营销实战案例融合在职场故事里的体验式读本，《推手凶猛》比大部头的教科书薄、却更精彩，比语言华丽的小说新、且情节更真实。

用心读这本书的时候，脑子里都是推手的字眼。

本书由张书乐主持编写，同时参与素材收集、资料整理的还有宫磊、谷原野、黄其武、李延琨、林家昌、刘林建、孟富贵、孙雪明、王世平、文明、徐增年、银森骑、张家磊、周伟杰、朱玲，在此一并表示感谢！ 2013年2月

## <<推手凶猛>>

### 内容概要

本书以推广部的成长为线索，以推手张叁这一主人公在网络推广、危机公关和创意架构中的行动来诠释最深层次的网络营销战略战术，展示网络营销不为人所知的方方面面。

推手张叁在进入新公司执掌推广部后，在贝贝乐奶粉的初步推广、网络舆论危机公关之中不断带领推广部走向成熟，并成功地运用了风林火山式的危机公关策略，以四两拨千斤的巧劲成功化危机为契机，并通过名侦探柯贝等网络营销手段，为一个新产品打开了市场，在初练兵之后，又投入到包比比网站的电子商务推广运营之中，创造性的以“包子包”、“众包”等手段将推广引入高潮，全书最大的亮点就在于其内容中结合时下网络营销实际，用各种行之有效的解决方案带出了对各种网络营销手法的复合式运用，从而形成一波接一波的“口碑雪崩”。

网络营销从业人员、电子商务从业人员、创意产业及广告从业人员，以及各种对网络营销有浓郁兴趣的读者。

## <<推手凶猛>>

### 作者简介

张书乐，曾任香港文汇报驻湖南记者。

湖南经济电视台、影视频道记者和编导，网易游戏频道兼职记者。

2004年开始网络写作并开设博客，被新浪网、腾讯网、凤凰网等十余家博客平台列为热门IT博客和游戏博客。

2008年初，受人民网邀请，在人民网游戏频道开设个人专栏。

多年来致力于IT产业深度评论，获得传统媒体的高度好评。

曾受邀在《互联网周刊》开设个人专栏。

在《人民画报》韩文版、《中国青年报》、《中国文化报》、《中国计算机报》、《传媒》杂志等国内知名媒体上发表了数百篇深度分析文章。

2009年连续三个月的三篇博客文章被中央电视台经济频道在《今日观察》和《第一时间》中引用。

作为业内知名评论人，经常接受《每日经济新闻》和《中国高新技术产业导报》等平面媒体的采访。

## <<推手凶猛>>

### 书籍目录

引子第一章攻危机的关危机不是请客吃饭花钱也删不了的帖抓住看不见的手杀手爱吃奶用友谊来勾引媒体攻击也要精准定位用巧克力来梭哈给情人的一封信投名状不一定送给加西亚第二章挥舞搅屎棍子撬开浆糊脑袋见浆糊车被人撞有好运给微博一个性格别告诉我你会写百科克劳塞维茨如是说一个月强化培训新搅屎棍子在哪儿噱头也是营销口碑真的可以雪崩名侦探不止一个给猫装上铃铛的老鼠游戏才是硬道理好东西不能独占第三章别把包子不当包坚持就是胜利吗宋青书营销很小人蒙面超人前来拜访花钱请顾客逛商店苏晓丹的灵感张叁要开包子铺红海里面找蓝海包子吃多了会开窍拍一部包子连续剧不是包比比是比包包为了雅典娜的一切报纸上的网络广告圣斗士模式是什么第四章包不同的口碑中看不中用的流言这些能够全部ps？

斩断百年绳结初哥的发布会很有趣给记者点封口费家喻户晓不等于深入人心电商就是个游戏？

救命稻草也致命？

别拿乔布斯说事创新能够坚持多久个性化是个球秋风里的华尔兹

## &lt;&lt;推手凶猛&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：人生少有能够舒心喘气的时刻，至少对于张叁来说，到了这家公司，就是噩梦的开始。噩梦还不可怕，可怕的是不知道什么时候能够醒。

星期一，再次走入噩梦的时刻到了。

一大早出门，张叁的车就差点被人给撞了，这台甲壳虫，真是多灾多难，好像生下来就是被人踩的一样，之前新手上路的时候，撞撞是技术问题，现在开车都两三年了，结果一个多月，车子被人撞了好几次，这可能就是人品问题了。

该不会，这是糟糕的一天的开幕式吧！

这个真的不能有，张叁的压力已经够大了，压力垫圈老化，压力锅也会爆的。

作为一个普通人，时时刻刻都承受着压力，今早的“车祸”让他不得不迟到半个小时。

整整半个小时，张叁在写字楼下的车库里一动不动，想动也不行。

在早上这场“事故”中，一杯豆浆因为急刹车成了张叁裤子的最新装饰，为了不让人觉得他有前列腺疾病而尿了裤子，张叁只能在车上，用在幼儿园时代学会的方法，把裤子捂干。

“还好不是滚烫的豆浆，不然就熟了。

”张叁心有余悸地走进了自己的办公室。

一整晚没睡好，头痛得要命，但最郁闷的还是回到公司必须面对那一群孽畜。

坐在大班椅上，张叁自己都觉得好笑。

作为一个推广总监，居然害怕员工，想想都不爽。

张叁也算是见过大世面的人，可问题是，面对这些脑子里全部都是浆糊的手下，不折寿才怪。

刚进入公司的时候，张叁曾经将一项业务带了进来，这是在之前的讲座中认识的一个公司老总主动找上门来的。

在这些听课的学员眼中，张叁无疑是网络营销的代言人，自然功力深厚，如果能够合作进行推广，一定会获得成功。

张叁也想将此作为给新公司的献礼工程。

可到了签约的前夜，张叁私下和对方进行了沟通，要他们不要签字。

做汉奸的滋味不好过，但总比到时候被人鄙视好过得多。

执行力太弱了，弱到连发帖都不会，连五毛党都不如，张叁在这次夭折的计划中，摸清了公司推广部的底牌，同时也挽救了自己的名声。

作为一个推手，张叁非常清楚口碑的重要性，一旦项目实施，张叁好不容易建立起来的自我品牌将毁于一旦。

为此，张叁足足花了一个多月时间调教推广专员们，要把他们全部调到推手档，而不是最初的“不如五毛党”。

但还没有调整好员工的状态，新一轮的挑战就来了，而且来得太过凶猛。

“张总，今天一早，论坛和微博上有大量的帖子在攻击我们新代理的那个新西兰进口奶粉品牌。

”抱着一个大大的文件夹，事业线被挤得更加凸显的苏晓丹火急火燎地冲进了办公室，“怎么办？怎么办？”

早上打你电话，一直没人接，好不容易看到你了，等你救命啊！

”张叁瞅了眼自己的手机，三十多个未接电话，忘记从震动档调回来了，因为怕开车分神。

结果刚才解决“尿不湿”问题又给忘记了，上楼的时候怕还有残余痕迹被人看见，偷偷摸摸溜进办公室的，没这么巧吧，都可以编小说了。

张叁还没彻底从早上的车祸中醒来，加上这问题，确实让人有些迷糊：“喘口气，慢慢说，我们的贝贝乐奶粉不是还没上市吗？

没来由地攻击我们？

外星人干的啊！

”苏晓丹把文件夹往桌子上一摊，好家伙，大大的文件夹里面有厚得像本书一样的A4打印纸合订本。

张叁翻了翻，全部都是从网上下载的帖子截图。

## <<推手凶猛>>

一些热门论坛上，跟帖已经达到了几十楼、点击过万，而微博上包含贝贝乐奶粉关键词的信息也有好几百了，其中还有好几个微博转发超过了一百多次。

## <<推手凶猛>>

### 编辑推荐

《推手凶猛》由张书乐所著，百科、问答、在线文档、网络新闻都是基础性工作，必不可少！  
推广需要一个引爆点，只有找到这个引爆点，才能引发网络关注！  
企业微博不能孤军奋战，需要一群圣斗士来包围雅典娜！

<<推手凶猛>>

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>