

<<互动营销案例100>>

图书基本信息

书名：<<互动营销案例100>>

13位ISBN编号：9787509208304

10位ISBN编号：7509208300

出版时间：2012-1

出版时间：中国市场出版社

作者：王薇 等主编

页数：451

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>

<<互动营销案例100>>

内容概要

搜索营销、社交网络营销、口碑营销、游戏营销、事件营销、活动营销、移动媒体营销……只要能接触到消费者，都成了互动营销的选择。

王薇等编著的《互动营销案例100(2010-2011)》从案例入手，反映当前国内外互动营销领域最鲜活的变化，近距离观察各行各业对互动营销的应用以及互动营销自身的最新发展动态，直观记录行业发展。对于媒体从业者，广告、公关、营销公司，企业中宣传推广的负责人，以及从事相关教学和研究的学者来说，通过《互动营销案例100(2010-2011)》不仅可以了解到互动营销的最新进展和鲜活案例，更可以从中汲取经验，推动发展。

<<互动营销案例100>>

作者简介

中国传媒大学教师，媒介杂志社副主编。

主要研究领域为媒介产业经营、数字电视及新媒体经营，主要承担互动营销、媒体数据监测与应用等课程，主要代表著作《家庭信息平台——数字电视运营模式新突破》《中国数字电视报告》《中国新媒体发展战略研究》等。

中国传媒大学广告学博士研究生，媒介杂志社编辑，中国传媒大学广告学院媒介研究所项目总监。

主要从事新媒体内容平台和产业经营、互动营销、海外媒介经营和数字化的研究。

曾参与《中国数字电视市场报告2009》《媒体策划与营销》《下一代广播电视网发展战略研究》等著作的撰写。

发表论文20余篇。

<<互动营销案例100>>

书籍目录

序：互动营销市场透视

搜索营销

- 001. “精准+关联”——上上城实现完美清盘
- 002. 立邦漆：“搜索+地图”整合营销
- 003. “车险计算器”——平安车险的捷径广告营销
- 004. 奔驰：借力百度司南实现精准营销
- 005. 雀巢母婴奶粉：“SNS+搜索”的互动营销
- 006. 统一：利用搜索引擎应对“砒霜门”

游戏营销

- 007. “李宁”和“梦幻西游”的跨界营销
- 008. 戴尔灵越：“魔法卡片”的营销魅力
- 009. 中国农业银行：开发“超级四度空间”网络游戏推广网银业务
- 010. 奔驰Smart：玩转“圣诞岛”
- 011. 娇兰幻彩流星的腾讯平台传播
- 012. 雅诗兰黛的“邂逅NO.1”社区游戏营销
- 013. 趣多多：“曲奇人追捕令”互动促销
- 014. 小肥羊：“3?15”的富媒体创意营销
- 015. “中粮生产队”营销靠谱产业链
- 016. 白加黑，沁醒行动——整蛊游戏让你过足瘾
- 017. 披着社交游戏外衣的电子优惠券推送平台——iButterfly Plus

网络视频营销

- 018. 三星原创《四夜奇谭》网络短剧营销
- 019. 雪佛兰克鲁兹：“11度青春”新媒体电影营销
- 020. 清扬：《无懈可击之美女如云》的网络传播
- 021. 三星HD拍照手机，YouTube上演戏法挑战
- 022. 三星手机，“72小时网络生存体验”
- 023. 西门子打造“奇妙之夜”，创新家电营销新思路
- 024. 上海通用“零距新引擎，挑战低油耗互动竞猜”活动
- 025. 三菱君阁的创意竞猜视频新营销
- 026. 广汽本田歌诗图，网络新车直播发布会
- 027. 玉兰油防晒产品的“代言人PK”话题营销
- 028. 嘉宝：网络AB剧激辩“我的宝宝谁做主”
- 029. 尊尼获加：12条纪录短片引领“语路计划”
- 030. 德邦物流：“喇叭哥”视频口碑传播
- 031. “酷熊Hi客”DV大赛的创意互动
- 032. 匡威：“你制造”系列视频广告
- 033. “趣喝美汁源一笑赢千金”的网络整合营销
- 034. 舒耐：整合多种数字媒体的舞动对决
- 035. 每克拉美的网络春晚营销

微博营销

- 036. 多账号广撒网——戴尔中国的微博品牌推广
- 037. 朵唯：借力《非诚勿扰II》展开整合营销
- 038. 宏暮：“寻找南非丢本MM”浪漫话题营销
- 039. 全方位信息提供——招商银行微博亲民营销
- 040. “伊利营养舒化奶”微博围观世界杯

<<互动营销案例100>>

- 041. 凡客诚品的微博营销
- 042. “微博上墙”——腾讯微博的“活动+话题”营销
- 043. 新浪“微博快跑”线上线下组合营销

社交网络(SNS)营销

- 044. 康师傅冰茶魅力泼啦啦
- 045. “星座抱抱团”，屈臣氏基于SNS的活动营销
- 046. “李宁的柠檬籽er”在人人网生根发芽
- 047. 优衣库：“线上排队”也疯狂
- 048. LG“冰激凌”手机，植入爱情公寓“冰激凌甜品店”
- 049. 朝阳大悦城：SNS上“真人日历PK”
- 050. 林肯公园动物园：全方位社会化网络营销
- 051. 宜家家居在Facebook的虚拟体验营销
- 052. 福特Explorer：在Facebook开展线上新品发布会活动
- 053. 飞利浦：定制“Se itivemales”社区游戏拉动剃须刀销售
- 054. The North Face的Twitter营销
- 055. KDDI虚拟游行，为“Is Seties”智能手机面世造势

论坛口碑营销

- 056. 宁夏沙湖景区“虚拟养鸟”互动公益营销
- 057. 百度助力，打造“Window 7全知道”
- 058. 联想小Y：超越互联网第一爱心高楼
- 059. 云南白药牙膏：“天涯社区+优酷视频”的舆论营销

团购/秒杀营销

- 060. 联想扬天：“团购+游戏”助推新品上市
- 061. Smart汽车在淘宝的“秒杀”活动营销
- 062. 淘宝聚划算团购世博英国馆圣殿种子
- 063. 淘宝商城11月11日大型促销活动的网站推广

事件营销

- 064. 宝马—腾讯世博网络志愿者接力
- 065. 上海通用汽车的世博百度持久战
- 066. 李锦记：非赞助商的“世博”营销
- 067. 三星3D电视，“我的3D世界杯”
- 068. 新浪联手BTV赢战世界杯
- 069. 百多邦借世界杯打响“不怕摔伤踢得漂亮”多平台营销战役
- 070. 哈尔滨啤酒：“视频+AR”，引爆世界杯营销
- 071. 立白借势“亚运官方媒体”网易实现擦边球营销

活动营销

- 072. 全民互动网络音乐盛典——中国移动咪咕音乐汇事件营销
- 073. Conve e街头派对，为你的城市拉票
- 074. 诺基亚征集“中国创造”互联网应用
- 075. 诺基亚：线上线下齐聚“天下玩乐令”
- 076. 民生银行网络海选代言人活动营销
- 077. 宝马MINI 50周年“速学院”活动
- 078. 东风风神“征服五大洲”品质之旅的网络互动
- 079. 红牛打造“新能量音乐计划”大型互动营销
- 080. 立顿连续三年的“温馨送茶”活动营销
- 081. 麦当劳“唯鸡解密”提升品牌信任度
- 082. 2010腾讯游戏嘉年华——玩家顶级盛事

<<互动营销案例100>>

整合营销

- 083. 美特斯邦威：利用3D官网、二维码的数字营销
- 084. 科宝：“媳妇装修的美好时代”活动整合营销
- 085. “生活新篇，从此展开”
——“梅赛德斯—奔驰B—Class”上市整合营销战
- 086. “可口可乐新年第一瓶”——互联网与手机平台联动展开情感营销
- 087. 麦当劳“见面吧”营销案例
- 088. 线上线下，悦活玩转整合营销
- 089. 凡客诚品品牌整合营销

移动媒体营销

- 090. “中银掌上行——新浪一站打响
- 091. 杜蕾斯：“宝贝计划”iPhone程序营销案例
- 092. 可爱多：开发“多人手机游戏”提高品牌知名度
- 093. 赛百味：让用户在出租车上“制作三明治”
- 094. 喜力啤酒：开发APP软件进行实时手机猜球游戏
- 095. 星巴克：借力手机即时传递艺术之声
- 096. 荷航：通过FourSquare开展惊喜送礼活动
- 097. 爱世克斯：“加油，马拉松选手”活动提升品牌知名度
- 098. 耐克“签到”东单篮球场

官网营销

- 099. 米博热水器：官网设计强化互动
- 100. 九阳：官网也互动

附录：按行业分类索引

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>