

<<指尖上的微博>>

图书基本信息

书名：<<指尖上的微博>>

13位ISBN编号：9787513620420

10位ISBN编号：7513620423

出版时间：2013-6-1

出版时间：中国经济出版社

作者：吴中宝,李桂玲

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>

<<指尖上的微博>>

内容概要

微博，不只是一种生活方式，更是一种生活态度；
用户，不只是信息的接收者，更是信息的发布者；
企业，不只是产品的供应方，更是客户的贴心人；
指尖上的微博——为您深入解读微时代下的企业营销

<<指尖上的微博>>

作者简介

吴中宝，中国人民大学商学院博士，工业和信息化部国际经济技术合作中心信息部副主任。曾先后任职于康佳、华为、国家电网等企业，IT市场研究专家，知名财经作家和评论人，多次在新华社和人民日报《内参》上发表文章，曾获和讯华文财经图书大奖——最佳企业传记奖。

李桂玲，中国人民大学经济学院硕士，主要研究领域为国际商务、新媒体营销，对社会化媒体营销有深入了解和独到见解。

<<指尖上的微博>>

书籍目录

前言第一章 微博袭来，“微”力无穷1.1微博之言孕百态，前世今生活渊源1.2微博魅力无边际，陷入其中原为何1.3微博有如双刃剑，蝴蝶效应显威力1.4微博自身有价值，如何衡量有妙招1.5微博内容多元化，人人都是信息源1.6微博好似聚宝盆，商业思路如泉涌1.7群雄争霸为割据，几家欢喜几家忧1.8成功案例：万千“博”爱于一身 微博女王威力显第二章 运营有道，粉丝千万2.1微博并无神秘关，拨开迷雾见云天2.2微博入门三课时，做足功课再进军2.3微博出彩靠内容，内容为王亦有道2.4有爱行遍大江南北，幽默博取红颜一笑2.5话题导入续前情，营销如水泛涟漪2.6粉丝增长靠秘籍，轻松实现三级跳2.7微博用户有规律，抓住时机效果佳2.8成功案例：得微博者得“天下”，凡客营销招招鲜第三章 微博定位，内容为王3.1公司上马进微博，品牌如人亲民化3.2微博营销新时代，精准营销是关键3.3微博内容六大类，黏住用户赤诚心3.4微博角色有不同，排兵布阵助营销3.5微博营销靠内容，内容为王靠创意3.6讲述企业小故事，打开用户内心门3.7产品服务新上线，微博推广众人知3.8成功案例：试水微博有戴尔，排兵布阵助营销第四章 微博推广，循序渐进4.1微博推广有利剑，细致规划斩荆棘4.2微博如网需人脉，博主资源很关键4.4微博排名要靠前，做好SEO是重点4.5人气微博有流程，按部就班莫要慌4.6微博推广有中心，五大主题要牢记4.7单枪匹马不可取，联合作战为上策4.8成功案例：伊利引领新潮流，球迷成为传播员第五章 微博管理，内外兼修5.1第一印象要美好，一见钟情定乾坤5.2微博内容有边界，法律高压莫要踩5.3微博评论因人而异，及时回复莫大意5.4微博转发很强大，内容尺度要把关5.5微博场上风云谲，危机宜疏不宜堵5.6老板带头写微博，上行下效共奋斗5.7激励员工发微博，约束机制要设计5.8成功案例：一颗红心向客户，左右微博燕高飞第六章 两大法宝，话题活动6.1有奖转发类活动，企业惯用之手段6.2微博活动需策划，成败与否六因素6.3微博活动有平台，种类多样任你选6.4微博推广仍犯愁，话题讨论来帮忙6.5追求话题高境界，功于雕琢不留痕6.6大微博有小圈子，利用微群增粉丝6.7成功案例：发现美好，中粮的主题营销第七章 营销不易，红线莫踩7.1微博营销有风险，三大纪律莫忽视7.2微博内容有红线，小心后院会着火 7.3粉丝并非多就好，粉丝质量更重要 7.4过分炒作不可取，用心运营才踏实 7.5防不胜防现危机，万般谨慎不为过 7.6微博营销有误区，小心谨慎莫大意 7.7成功案例：诺基亚N8——发布会微博直播 第八章 个人用户，上帝使者 8.1微博互动为核心，引领社交新模式8.2微博平等最可贵，企业再小也有戏 8.3微博营销莫功利，亲民真诚钱自来 8.4上帝增派小天使，个人用户莫忽视 8.5微博搜索高价值，周边服务莫忘记 8.6微博虽小资源多，用心挖掘帮大忙8.7成功案例：演绎小成本、高票房的《失恋三十三天》第九章 微博发展正当时，曲折折向光明 9.1网络经济模式多，微博电商难分家 9.2微博营销无定式，电商企业耍个性 9.3微博营销有模式，十大类别从中选 9.4实用好玩有价值，大显身手APP9.5网络经济新特征，免费共享作底盘 9.6半路闯进程咬金，两微相向谁为王 9.7微博营销向何方，星光点点奔黎明参考文献

<<指尖上的微博>>

编辑推荐

今天，你微博了吗？

140个字的“寸土寸金”，会为你带来意外的惊喜？

商界资深粉丝们的财富秘笈，企业“微”营销的“百科全书”；掌握最新微博市场营销咨询，全方位为您提供微博营销方法，《指尖上的微博》带您进入企业微营销的新时代。

<<指尖上的微博>>

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>