

<<颠覆>>

图书基本信息

书名：<<颠覆>>

13位ISBN编号：9787115236210

10位ISBN编号：7115236216

出版时间：20101120

出版时间：人民邮电出版社

作者：Erik Qualman

页数：183

译者：刘吉熙

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>

<<颠覆>>

内容概要

本书主要讲述了全新的社会化媒体时代到来之时，社会形势、个人行为及观念所发生的转变，以及企业需要做出的相应改变。

书中首先讲述了社会化媒体时代人们的两种典型的行为——防御行为和自夸行为；接下来通过奥巴马当选总统的具体例子说明了社会化媒体的强大力量；之后讲述了社会化媒体给个人、企业带来的影响，以及个人和企业在这种影响下所应采取的措施。

面对新的时代，我们所需要做的是不断地调整、改变，这样才不致在激烈的竞争中被淘汰。

本书观点新颖，分析透彻，适合各类想在社会化媒体时代脱颖而出的人阅读，更是企业营销人员的宝典。

作者简介

Erik Qualman 网络界和营销界的专家。

全球规模最大的私人教育机构英孚教育主管在线营销的全球副总裁。

慈善机构“罗宾汉平装书”创始人。

在近20年的职业生涯中。

Qualman曾帮助凯迪拉克、美国电话电报公司、雅虎等知名企业发展在线营销与电子商务，《商业周刊》和《福布斯》等报刊杂志都对他有过报道。

他还是《搜索引擎观察》的专栏作家。

书籍目录

第1章 口碑营销的全球化第2章 社会化媒体=防御行为 过去的不会过去, YouTube会记录一切第3章 社会化媒体=自夸行为 “我, 是我, 还是我” 第4章 社会化媒体——奥巴马的功臣第5章 我在乎Google的观点, 但更在乎邻居们的观点第6章 社会化人格分裂之死第7章 140个字的世界里的成与败第8章 公司与“玻璃屋一代”的应对策略摘要

章节摘录

人们依旧会在饮水机旁交谈，但交谈的内容却多了一些细节。总的来说这是一个好的转变，因为不断更新信息会帮助你更深入地了解他人。你不再需要当面问他们旅途中天气如何、新的宠物长什么样，因为你很可能已经在网上看到了他们更新的信息、上传的宠物照片或视频。

你可以问问宠物的性格特点等等。

这种转变有利于人与人之间更迅速地建立起更深厚的人际关系。

如果我们不再满怀期待地走出家门去看看外面的世界正在发生着什么，不再去喜欢的网站搜索信息，那这对各种新闻发布渠道及其背后的赞助商们意味着什么呢？

我们的世界已经变了，信息与资讯的传播模式已经不再是从少数到大众，而是从大众到少数，这少数就是有利可图的小规模市场。

这会给传统报业造成严重的影响。

互联网的发展使得各大报社与杂志社不得不重新考虑他们的经营模式。

当这些传统媒体忙于应付博客以及网民自发提供的网络信息给他们带来的后果时，社会化媒体半途杀出，这对传统媒体来说无异于雪上加霜。

预计2008年传统报纸的收入将下跌23.4%；而2009年则几乎可以称作是传统报纸的死亡之年。

美国知名IT杂志《个人电脑杂志》首当其冲经历了这种变化。

《个人电脑杂志》创办于1982年，是计算机领域的代表性刊物，广告客户络绎不绝，一度令杂志的页数超过了600页！

纸质版《个人电脑杂志》于2008年11月停止发行，杂志社将全部精力投入到了网络经营上，并将其电子刊物重新命名为《个人电脑》。

尽管当时杂志社仍能获取上千万美元的收入，但网络经营的收入占到了整个品牌收入的70%，因此转变经营模式是必要的。

2001年以来该杂志社的网络经营收入平均每年增长42%，而2008年改变经营模式后，仅第三季度的收入便增长了18%。

传统报纸与杂志需要认识到人们获取新闻的渠道是网络上朋友的分享或免费订阅。

这就意味着报纸和杂志需要改变他们的出版内容，否则，销量还会持续下降。

报纸不应该仅局限于报道新闻，而应该转向新闻评论、解释新闻背景及其影响等等。

本书其实也是这种现象的一个缩影。

到这本书出版的那天，书中列举的许多新闻可能早已过时；涉及的网站也可能不再居于市场的主导地位，甚至已不复存在；幸存下来的报纸也只有为数不多的几家。

因此，不论是这本书所提供的资料，还是报纸与杂志所提供的资料，其重要性都在于能对事件的意义做出有价值的评论，并能指出过去曾经出现且可能再次出现的构想。

<<颠覆>>

媒体关注与评论

“营销正在发生一场巨变。
在旧的模式中，经销商在电视、广播、报纸和杂志等媒体上花大价钱做广告。
试图主导消费者。

而在这场全新的模式中。
消费者通过社会化媒体了解产品。
他们不再轻信广告。

而是更看重其他消费者的意见反馈。
在本书中，Erik Qualman将告诉经销商如何在社会化媒体时代占据一席之地。

” Eli Cox博士 得克萨斯大学奥斯汀分校 麦克布斯商学院市场营销系主任 “就在此刻，一场关于你、你的品牌和你关心的事物的线上对话正在热烈进行中。

本书就是帮助你和你的企业加入这场对话并从中获益的宝典。

” ——Harry J.Gold Overdrive Interactive公司CEO “本书是所有想跟上时代步伐、想充分利用社会化网络的人们的必读之作。

” ——teve Kaufer TripAdvisor公司CEO “在我们生活的时代，与消费者的关系是影响企业生存的关键。

以前那种一对多的营销时代已经一去不复返了。

你做好迎接新变化的准备好了吗？

如果还没有。

那么本书正是为你准备的！

” ——Robert J.Murray iProspect公司CEO

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>