

<<30天赢在社交媒体>>

图书基本信息

<<30天赢在社交媒体>>

前言

序言 如今的中小企业和独立从业者，正生活在令营销人员激动不已的时代。中小企业史无前例地可以与大型企业使用相同的营销工具，而且不需要面对预算的激增。不管是小型企业还是独立从业者，都可以和大型公司一样，轻松使用社交媒体。

在过去的意念力，我对数千名企业主进行了采访，他们的企业处在发展的各种阶段，有刚刚起步的朝阳企业，也有发展完善机制成熟的企业，虽然阶段不同，他们却都在寻求低成本的高效营销工具。

社交媒体在过去的二十年里刚刚兴起，是最激动人心的新兴通讯工具之一，能够提供非常高效的低成本营销手段，与此同时，却也是最被人们误解的媒介。

我在北美各地向企业和专业机构发表演讲，并通过电话研讨会和在线社团培训来自世界各地的从业人员，在过程当中，我注意到一个很广泛的问题：“怎样利用社交媒体才能让我的企业从中受益？”

“这些学员平日都非常忙碌，他们希望得到切实可行、效果显著的建议，面对众多选择他们无所适从，而使用社交媒体需要巨大的时间投入才有产出的概念也让他们望而却步。

这就是我决定创作《30天赢在社交媒体》的原因。

本书的目的是帮助读者创建一个自己事业专属的基本社交媒体平台，专攻最佳的目标受众，并借此寻求最高的商业目标。

只要坚持不懈地应用我在本书中与你分享的各种技巧和策略，你就能掌控自己的成功程度。

至于成功，我是这么定义的：在恰当的地点与潜在的客户产生交集，这些客户有能力且有兴趣购买你的产品和服务，与他们进行对话，从对话中获知潜在客户的需求，然后努力让潜在的客户成为真正的客户。

本书中提供的信息和练习会指导你一步一步地获得自己制定的社交媒体营销目标。

如果你需要帮助，或者希望深入了解，请访问我的网站，这里有更加详尽的说明。

希望你能在推特（Twitter）、脸谱网（Facebook）或其他社交媒体网站上联系我，也可以访问我的博客“营销逆转”（Marketing Turnaround）和播客（podcast）“共同梦想”（Shared Dreams），与我分享你的看法。

现在，就让我们一起畅游社交媒体的海洋吧。

希望它能够成为你得心应手的武器，帮助你收获梦想。

<<30天赢在社交媒体>>

内容概要

不论你是财大气粗的大企业家还是普通的个体专业人士、小型企业业主或家庭作坊式业主，你都不想再在不能为你带来任何效益的社交媒体营销计划上浪费金钱和时间。

如果你以前从未进行过社交媒体营销活动，你会需要一个很好的方法来确保你在良好的基础上开展你的营销活动；

如果你已经开展了社交媒体营销活动，却未能取得你意料之中的成果，你会需要一种切实可靠的方法来帮助重组你的计划；

如果你的社交媒体营销体系正在运行，但未能带来突破性的进展，你会急需找到一个窍门来激发你的营销体系，为其重新注入活力。

现在，营销专家、畅销书作者、国际演讲家盖尔·Z·马丁告诉你，只要你掌握了“30天守则”，这一切都能做到！

每天仅需30分钟，持续一个月，你将拥有一个能够直接为你带来财富和成功的社交媒体营销体系！

你可以在每天面对眼花缭乱的营销选项时，轻松地做出正确的选择；你可以直接切入正题，在短时间内实现你的梦想；你将拥有更多的业务，更大的知名度，更多的利益！

让我们开始吧！

<<30天赢在社交媒体>>

作者简介

盖尔·Z·马丁 (Gail Z. Martin) 是美国著名的市场营销专家、企业家、教育家和畅销书作家，致力于利用公众宣传、网络营销和社会网络媒体来提高个人、团体和企业的认知度，促进品牌与产品的营销。她不仅为世界500强企业，也为更多中小型企业和各种专业协会、团体、商会担任主讲人、发言人、远距离授课和网上讨论会的主持人或研讨会的领导人。在相关领域，她赢得了一系列的奖项，包括IABC银钻奖、BMA Pro-Ad奖、APEX奖和PICA奖。

她创办有DreamSpinner通讯公司，同时也是杜克能源公司 (Duke Energy) 和Signet银行的顾问、美通社 (PR Newswire) 的领导人及微软合作伙伴边缘网络 (Microsoft Partner Edge Network) 的信息专家。在北卡罗莱纳夏绿蒂大学 (UNC Charlotte) 教授公共演讲、公共关系写作和公共通讯战略课程之余，她还出版了《巫师的奇幻冒险编年史》 (The Chronicles of The Necromancer fantasy adventure) 系列畅销小说，是美国科幻作家协会成员。

她与丈夫、三个孩子、一只喜马拉雅猫和一只金毛巡回犬生活在一起。如果你对她的小说也有兴趣，请关注网站<http://www.ascendantkingdoms.com>。

<<30天赢在社交媒体>>

书籍目录

作者的话

序言

简介

RESULTS模式

本书的结构和内容

第1天 为什么大多数市场营销都失败了

将30天的指导投入实用

第2天 最强有力的营销工具：经营规划

用你自己的语言给成功下定义

做好准备，瞄准目标.....

.....发动进攻！

或者，再次瞄准目标

寻找缺口

找到起决定作用的价值

第3天 金牌市场营销的经营规划制定

全方位地了解你

用SWOT方法分析你的公司

第4天 从经营规划中发掘宝藏

做好时间和资金的预算

花多少才够？

无法抗拒的特色

第5天 制定行动计划

第6天 真实的故事和真实的声音

讲述你自己的真实故事

真实声音的力量

第7天 促成交易

多次接触以及触发点

第8天 制定社交媒体营销计划

融会贯通

社交媒体的真实面目

关于社交媒体的几个误解

第9天 我登陆脸谱网了，接下来该怎么办？

此“好友”非彼“好友”

脸谱网与商业

脸谱网页面详解

使用应用定制个性页面

第10天 做生意，要“关系”

关系网页面详解

使用应用定制个性化页面

使用关系网，营销需小心

第11天 推特革命

你的友邻是什么人？

<<30天赢在社交媒体>>

推特页面详解

探索推特

使用应用定制个性页面

使用推特进行商务运作

第12天 利用博客做生意

博客基础知识

博客页面详解

为什么选择博客？

利用博客做生意

如何才能得心应手

第13天 你用Squidoo吗？

Squidoo镜头页面详解

创建属于你的Squidoo镜头页面

在Squidoo上做生意

第14天 Digg一下吧？

社交书签网站详解

使用社交书签网站进行商务

第15天 YouTube和Flickr：你的世界之窗

YouTube页面详解

Flickr页面详解

使用YouTube和Flickr进行商务

第16天 从论坛、聊天和话题中获得业务

回答问题的力量

聊天、论坛和话题

从评论中挖掘更大的收获

奉劝一句：在外混，要小心

第17天 通过行业网站提升投资回报率

从个人主页开始

从通讯录上获得更多信息

扮演起领导角色

第18天 社交媒体与公关

快速了解公关

新闻的新面孔

这算新闻还是社交媒体呢？

平衡公关和社交媒体

第19天 社交媒体与促销

促销宣传的力量

深入群众

第20天 社交媒体与本地企业

社交媒体可以让你成为很好的邻居

社交媒体让口口相传更加快速

第21天 社交媒体与非营利性机构

从目标开始

<<30天赢在社交媒体>>

讲述故事

意识和捐献

与社区进行互动

让你的影响力长存

第22天 社交媒体与品牌

首先是目标和受众

价值、声音和故事

避免别人对你的误解

第23天 从社交媒体走向世界

你身边的全球性企业

社交媒体带来的联系

第24天 社交媒体与你的网站

回到最基础的内容

你的主页门户

充分利用社交书签服务和样板文件

第25天 其他优秀的网站

维基百科

WikiHow

SmallBusinessBrief.com

Care2.com

Newsvine.com

雅虎问答和雅虎群组

Moodle平台

Ning.com

GetSatisfaction.com

手机上的社交媒体

第26天 社交媒体与活动

吸引观众

充分利用线上和线下活动

举行竞赛并设立奖项

循环利用你举行的活动

第27天 社交媒体与作家

建立联系

保持自己的可见度

读者都爱社交媒体

第28天 社交媒体与演讲家

提供免费样本

宣传即将举行的活动

不要忽视网上公关

第29天 社交媒体与你的销售漏斗

走好石子路

小活动的大影响

让你的好友参与到幕后中

第30天 一个月了，之后我该怎么办？

长期收益和短期收益

找到新的出发点

<<30天赢在社交媒体>>

从好友那里寻求帮助减少时间成本
想继续深入了解社交媒体？

关于作者

<<30天赢在社交媒体>>

章节摘录

金牌市场营销的经营规划制定 在继续深入讨论之前，先花一点时间讲一下目标受众。在所有的市场营销中，尤其是社交媒体营销中，将正确的信息传递给正确的人是重中之重，因为“社交”要求你与其他人进行互动，哪怕并不能面对面地看到对方。

关于市场营销，你需要知道的第一件事就是要向已经形成群体的最佳目标受众传播信息，这样做会更省力而且也能够节省成本，而不要试图让他们重新形成一个新的群体。

从杂志、电视和电台的销售人员那里，我们都能看到这种思路，他们能够提供自己的一套传媒资料，详细说明了他们的读者、观众和听众群体。

同样的思路也适用于社交媒体网站。

总而言之，如果你传递信息的目标受众是个已经存在的群体，那么营销起来就容易许多，如果想去建立一个全新的群体并吸引人们加入，就会费时费力。

但是很可惜，大部分的中小企业主和独立从业人士一直以来都束缚在眼前的事业上，应接不暇的琐事让他们根本没时间停下来认真想一想谁才是他们最理想的销售对象。

甚至还有人从没有想过自己的顾客应该是什么样的人，如何通过他们达成自己的商业目标。

全方位地了解你 在第一章里面，我已经让你写下了自己心目当中目标受众的种种细节。现在，把这份列表取出来，与第二章的目标、受众、营销表单进行对比。

然后在对比的过程当中问自己以下几个问题：
· 你第一章里描述的受众是否符合新的目标、受众和营销手段呢？

· 有没有第二层和第三层的受众群体需要你进行描述？

· 现在的核心顾客和目标受众在什么样的程度上能够匹配？

他们之间的相同点和不同点有哪些？

现在，需要再次思考一下这些优先的商业目标，你首要的商业目标应该能够反映出你在今年对成功的期望。

目前的核心顾客有没有可能帮助你达成这个商业目标呢？

我先举个例子说明一下：假如你是一名生活导师，你想要是帮助人们弄清楚他们的事业和企业的成功是什么样子的，而此时此刻，你的档期已经满满当当，排满了大量需要辅导的预约人，每个人都有一到两个小时的课程。

但是，开始的课程结束之后，很少有人会称为你的回头客，他们很欣赏你，也的确从课程当中受益匪浅，但是他们会说，之所以不再回来上课的原因，是花费太高。

现在，我们假设你的首要商业目标里就包括吸引顾客参加一个全新的五周培训课程，而你想从这一系列的课程当中收取比以前更高的学费，并且你的这个目标当中有两个期待的效益：在相同时长的课程里赚更多的钱，促成长效收益。

虽然你与目前的核心顾客相处十分融洽，而且他们也对你的工作感到非常满意，但是这些核心顾客很可能并不是你新课程的最佳目标受众。

为什么呢？

因为新课程的收费很可能已经超出了他们的承受范围。

这也就意味着，为了达到新的商业目标，你必须找到一个新的目标受众群，他们要对你提供的产品感兴趣，而且乐意也有能力支付因此产生的费用。

除此之外，你还需要仔细考虑一下，在你目前的客户当中，有没有一些人完全不适合你的商业目标。

也许他们是你事业起步时的第一批客户，而你的商业眼光却随着时间的流逝发生了改变。

也许你在选择顾客的时候毫无标准，来者不拒，也许，其中有些人并不满意你的服务或者根本不会给你带来收益，又或者，你为他们所做的工作并不符合你当下的商业目标了。

你需要好好地审视一下他们的特征，避免给自己找来更多的问题客户，要记住，问题客户可不是你的目标受众群啊。

你可以自行选择是主动地礼貌告诉对方你不能继续满足他们的需要了，还是逐渐疏离他们。

<<30天赢在社交媒体>>

但是，你自己心里要明白，知道不想要什么客户和知道想要什么客户是同样重要的。

为了能让你的市场营销手段处于巅峰状态下运行，不仅需要将焦点集中在那些能够购买你产品的受众身上，还需要集中在那些完美匹配你产品的受众身上。

不过，总会有一些不那么完美的顾客混到这些人当中，而你并不想把他们当做市场营销的对象，你的目标就是那些最佳客户。

随着你的公司在不断地发展，公司的商业目标也会发生改变，因此，在创业之初曾经是你最佳顾客的人群很可能已经不再那么完美匹配。

但这不是问题，只是企业生命周期中必经的一个部分。

尽自己所能地去了解自己最佳客户，会为你节省很多时间、精力和金钱，并使你的信息能够确切地集中在解决对方问题、痛苦和恐惧上。

对企业主来说，最令他们恐惧的，就是将适用于创业之初的最早目标受众的市场营销转化成更加适合随着企业发展而新出现的目标受众的市场营销，但是除非你能够去改变目标受众，让他们来迎合你的商业目标，否则不去适应改变的市场营销就注定要面临失败。

.....

<<30天赢在社交媒体>>

媒体关注与评论

“盖尔·马丁（Gail Martin）太给力了！

她已经领悟到社交媒体营销的核心了。

本书包含了大量信息，一步一个脚印地帮你在理解社交媒体的基础上运用社交媒体。

如果你也希望创造价值、家喻户晓、事业发展，这本书就是为你量身打造！

书中的信息鞭辟入里，切实有效。

“——维恩·李（Wayne Lee），巅峰表现专家”本书是盖尔·马丁赠予我们的事业建设宝典，帮助我们走出使用社交媒体进行营销的困境。

从第一页开始，盖尔陆续陈述了设定目标、制定计划和付诸行动的方法。

就好像盖尔正在你身旁，手把手地协助你一步一步走下去。

对于希望使用社交媒体来开创自己事业的人来说，本书绝对是必读书目。

更何况，谁不是这些人的一员呢！

衷心感谢盖尔。

“——谢莉·布里顿（Cheri Britton），教育学硕士（M.Ed），演讲家，《思想爆炸》（Boom Thinking）作者”如果你想通过推特（Twitter）、脸谱（Facebook）、关系网（Linkedin）等网站进行全方位宣传，盖尔·马丁的《30天赢在社交媒体》一书提供了你需要掌握的所有知识。

她的语言平实简洁、深入浅出，就算你日理万机，也能够轻松进行社交媒体营销。

最棒的是这本书详细解释了如何利用社交媒体建立自己的事业，如何在网络社区上传播价值观。

概述是企业主的必读书目。

“——杰夫·克里利（Jeff Crilley），真实新闻（Real News）公关主席，艾美奖得主”希望借助社交媒体发展自己事业的人必读本书。

盖尔·马丁毫无保留地分享了自己的所学所知，帮助你在当今社会专业地发展事业。

希望获得更大成功的商业人士，必须人手一本。

“——埃莉诺·斯图兹（Elinor Stutz），Smooth Sale有限公司首席执行官，《你被录用了！

》（Hired!）作者”盖尔·马丁是一名出色的营销专家，尤其擅长社交媒体。

本书帮助新手和专业人士走出社交媒体的困惑。

如果你希望自己事业的营销更上层楼，这本书将是你的上佳选择。

“——鲁斯·克莱因（Ruth Klein），品牌战略及生产力提高教练

”本书真是“书中自有黄金屋”！

小企业主和独立专业人士的必读书目。

我无法相信每天只需要30分钟就建立起一个全面的社会媒体营销体系。

但书中的方法真的有效！

“——韦恩·凯利（Wayne Kelly），《韦恩、杰恩秀》（The Wayne and Jayne Show）主持人

<<30天赢在社交媒体>>

编辑推荐

充分利用你所知道的一切网络社交媒体，在30天之内赢得全世界！

通人脉，找关系，拉顾客，卖宝贝，做宣传，赚人气，搞对象，交朋友，求工作，搜人才，寻点子..... 所有与营销有关的事，都可以通过强大的社交网络来解决！

要三十天，不花一分钱，让财富主动找上门！

全美最著名的网络营销大师盖尔·Z.马丁以其向全球众多五百强企业教授利用社交媒体进行从个人形象推广、企业产品销售到品牌建设与维护的丰富经验，总结出一套行之有效的实战教程《30天赢在社交媒体》，是互联网时代通往成功之路的必读书。

<<30天赢在社交媒体>>

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>