

<<30分钟社交媒体营销>>

图书基本信息

书名：<<30分钟社交媒体营销>>

13位ISBN编号：9787515801094

10位ISBN编号：7515801093

出版时间：2012-2

出版时间：中华工商联合出版社

作者：苏珊·古奈柳斯

页数：218

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>

<<30分钟社交媒体营销>>

前言

恭喜各位读者朋友！

当你们阅读了这本书，你就已经可以加入社会化网络社区，并以一种前所未有的方式推广你的企业。

你不需要再为只能与本地区的少部分的消费者交流而苦恼。

现在，你可以在你的家里、办公室或商店随时随地同世界各地的人们交流。

只要你会使用网络，你就可以利用各种社会化网络工具与人们建立联系，推广你的企业。

事实上，市场营销界已经迎来了最令人激动不已的黄金时代。

本书不仅介绍了各种社交媒体营销的工具，还阐述了很多基本的营销理论，它们会帮助你更有效地实施你的营销战略，实现商业目标。

虽然社交媒体营销需要人们从传统的与消费者的沟通理念中解放出来，但是一些基本的传统理论依然适用。

也就是说，任何人都可以学习如何使用各种工具开展社交媒体营销，但如果你没有基本的营销理论背景，你就无法明确你的营销战略，也无法理解你做这些事情的意义所在。

当然，你也许很幸运，误打误撞也获得了成功。

但是你将你的成功建立在对营销基本理论和对消费者行为的充分理解上呢，还是建立在所谓的运气上？

除了教你如何创建一个微博账号和博客账号以外，本书还将对社交媒体营销的概念做较为深入的分析。

这样，你在读本书时，你就会理解为什么你必须要创建一个微博账号，以及你的企业会怎样从中获利。

不要盲目地急于营销，先阅读并充分理解本书提到的各种概念。

因为，你最不希望看到的应该就是一番忙碌后，发现自己不过是浪费了大把的时间和犯了巨大的错误，这样对你的企业有害而无益。

最重要的是，企业各不相同，这意味着每家企业需要根据自己的目标和标准来定义社交媒体营销的成功。

如果你的竞争对手拥有10000位微博粉丝，这并不表示你必须要拥有11000位粉丝。

不要因为别人的成功而惊慌失措。

认真分析你的目标客户的需求和你自己的目标。

也许，拥有11000名微博粉丝也对你的目标毫无帮助。

本书包含大量详细的指导、营销计划样例、真实的案例和快速上手成功计划，这样你甚至不用翻到本书的最后一页就能信心十足的融入到在线交流中去。

相信在理解了营销理论知识和各种工具的使用方法的基础上，你一定能够有效地制定、检验和调整你自己的社交媒体营销战略和计划。

记住，没有人能够通晓社交媒体营销的一切，也没有人寻找到了社交媒体营销的成功秘诀。

不过，社交媒体营销的成本几乎为零，风险也就可以忽略不计了。

事实上，最大的风险反而是你错过了在线交流。

所以，你还在等什么呢？

你想推广你的企业吗？

那就开始阅读吧，学习如何通过社交媒体营销推广你的企业！

<<30分钟社交媒体营销>>

内容概要

社交媒体为所有希望提升自己的人开启了一道门——包括那些小企业。
专为那些忙碌的个体企业主设计的营销方法，将你带入一个拓宽企业前景、创造最大收益的快速轨道——无论你的营销预算规模如何，无论你愿投入多少时间。

30分钟社交媒体营销包含22个章节，里面有现实案例、行动模板、营销程序样板，以及各种截屏图像，带你一步步掌握基本的营销技巧。

不需投入大量的时间和精力，你就能成为这方面的专家：

? 博客与微博 ? 社交网络与网络书签 ? 视频与音频 ? 电子书和网络会议

? 直接营销与间接营销 ? 品牌与人脉建设 ? 口碑营销

? 扩展你的影响范围、建立你的地位 ? 整合传统市场 ? 评测结果

读完此书，你就能完整地制订自己的社交媒体营销计划，并付诸实际，为自己创造美好未来。

而你只需每天投入30分钟时间。

<<30分钟社交媒体营销>>

作者简介

苏珊·古奈柳斯是世界著名营销专家，KeySplash创意公司的CEO，此公司为顾客提供全方位的市场营销建议。

她同时也是十几本畅销书籍的作者。

<<30分钟社交媒体营销>>

书籍目录

前言	/ 1
序	/ 3
致谢	/ 5
第一部分	
起步 社交媒体营销五要素之谁, 什么, 为什么 (Who, What和Why)	
第一章 什么是社交媒体营销	/ 3
万维网的发展历程	/ 5
社会网络中的信息传播: 无国界、无时限	/ 6
企业迎来社交媒体营销时代	/ 9
传统式营销的弊端	/ 10
第二章 企业为什么要选择社交媒体营销	/ 11
社交媒体营销能为你的企业做什么?	/ 13
社交媒体营销四大支柱	/ 13
第三章 谁懂社交媒体营销?	
谁又不懂?	/ 21
社交媒体营销和 80/20法则	/ 21
社交媒体广告与口口相传广告的价值	/ 22
从消费者到产销合一者	/ 22
寻找并拥有你的粉丝	/ 24
谁不懂社交媒体营销?	/ 25
谁懂社交媒体营销?	/ 28
小公司也可以战胜大企业 / 293 C决定成败	/ 30
第四章 忠告: 没有放之四海皆准的技巧	/ 33
五步搞定社交媒体营销	/ 34
现在就开始	/ 38
也许你需要帮助	/ 39
第五章 关注、坦诚、放弃控制	/ 41
情况变糟时, 你该做什么?	/ 42
搜索引擎声誉管理很重要	/ 43
在线社区的力量	/ 44
其他社交媒体营销成功因素	/ 45
第二部分	
试水 社交媒体营销五要素之在哪里 (Where)	
第六章 挑选社交媒体营销工具	/ 51
创作内容	/ 53
分享内容	/ 53
培养关系	/ 54
建立社区	/ 55
启动社交媒体营销计划的 15种方法	/ 56
第七章 博客	/ 59

<<30分钟社会媒体营销>>

什么是博客？

为什么你的企业需要博客？

/ 59

内容大于一切 / 60

博客工具 / 62

利用 WordPress应用程序快速创建企业博客 / 65

博客创作准则 / 67

雇佣专业的博客写手 / 69

制造博客舆论 / 70

学会保护你的权益 / 71

第八章 微博 / 73

什么是微博，为什么你的企业需要微博？

/ 73

快速建立企业的 Twitter账号 / 77

内容大于一切 / 60

博客工具 / 62

利用 WordPress应用程序快速创建企业博客 / 65

博客创作准则 / 67

雇佣专业的博客写手 / 69

制造博客舆论 / 70

学会保护你的权益 / 71

第八章 微博 / 73

什么是微博，为什么你的企业需要微博？

/ 73

快速建立企业的 Twitter账号 / 77

微博的类型 / 79

质量 vs. 数量：关于 Twitter粉丝的真相 / 81

不可不用的 Twitter工具和应用程序 / 82 Twitter使用准则 / 85

雇佣专业的微博写手 / 88

第九章 社交网络 / 91

什么是Facebook，为什么你的企业需要 Facebook？

/ 91

你需要在 Facebook上做什么？

/ 93 Facebook营销工具 / 97

利用 Facebook增加曝光率 / 99

快速创建企业 Facebook页面 / 100

启动 LinkedIn营销 / 102 LinkedIn小组和 LinkedIn在线问答——两把营销利剑 / 104

其他有用的工具 / 107 LinkedIn广告 / 108

快速创建企业 LinkedIn账号 / 108

如何培养你的社交网络关系 / 109

第十章 社交书签和内容分享 / 111

什么是社交书签和内容分享，为什么你的企业需要社交书签和内容分享？

/ 111

常用的社交书签工具 / 112

常用的内容分享工具 / 115

快速参与企业内容分享 / 119

第十一章 音频和视频 / 121

<<30分钟社交媒体营销>>

发布多媒体之前先制定战略	/ 121
创建音频、视频的注意事项	/ 123
上传、分享视频的工具	/ 124
上传、分享音频的工具	/ 126
快速创建企业音频、视频	/ 127
第十二章 电子书、在线评论、网络研讨会及其他社交媒体营销方式	/ 129
电子书——为内容创作、内容分享、内容营销而写	/ 132
网络研讨会——用作社交媒体营销工具	/ 130
在线评论和本地搜索——用作社交媒体营销工具	/ 134
第三部分	
每天30分钟 社交媒体营销五要素之如何进行 (How)	
第十三章 间接营销	/ 141
利用社交媒体有的放矢地进行用户调研、市场细分	/ 141
为什么间接营销是社交媒体营销的重要组成部分	/ 142
30分钟社交媒体营销计划实例：间接营销	/ 146
第十四章 品牌建设	/ 147
为什么品牌建设是社交媒体营销的重要组成部分	/ 150
30分钟社交媒体营销计划实例：品牌建设	/ 153
第十五章 培养关系和建立社区	/ 155
为什么培养关系和建立社区是社交媒体营销的重要组成部分	/ 155
30分钟社交媒体营销计划实例：培养关系和建立社区	/ 159
第十六章 口头营销	/ 161
为什么口头营销是社交媒体营销的重要组成部分	/ 162
30分钟社交媒体营销计划实例：口头营销	/ 165
第十七章 扩大顾客群体，确立市场地位	/ 167
为什么扩大顾客群体和确立市场地位是社交媒体营销的重要组成部分	/ 168
30分钟社交媒体营销计划实例：扩大顾客群体，确立市场地位	/ 171
第十八章 直接营销和促销	/ 173
为什么直接营销和促销是社交媒体营销的重要组成部分	/ 173
30分钟社交媒体营销计划实例：直接营销和促销	/ 178
30分钟社交媒体营销计划实例：培养关系和建立社区	/ 159
第十六章 口头营销	/ 161
为什么口头营销是社交媒体营销的重要组成部分	/ 162
30分钟社交媒体营销计划实例：口头营销	/ 165
第十七章 扩大顾客群体，确立市场地位	/ 167
为什么扩大顾客群体和确立市场地位是社交媒体营销的重要组成部分	/ 168
30分钟社交媒体营销计划实例：扩大顾客群体，确立市场地位	/ 171
第十八章 直接营销和促销	/ 173
为什么直接营销和促销是社交媒体营销的重要组成部分	/ 173
30分钟社交媒体营销计划实例：直接营销和促销	/ 178
第四部分	
长期的社交媒体营销	
第十九章 社交媒体营销与传统营销的整合	/ 183
社交媒体营销与传统营销的整合	/ 184
交叉推广的整合	/ 188
第二十章 遵循社交媒体营销规则	/ 189
社交媒体营销的成文规定	/ 189

<<30分钟社交媒体营销>>

社交媒体营销的不成文规定 / 194

第二十一章 评估结果、检验战术、调整计划、再次尝试 / 197

你应该追踪什么？

/ 199

跟踪及搜索引擎声誉管理 / 200

用于评估社交媒体营销成功与否的工具 / 201

检验、调整、再次尝试 / 205

第二十二章 总结 / 207

从小事做起 / 208

张开翅膀 / 209

现在就开始 / 211

更多的

30分钟社交媒体营销计划实例 / 212

结束语 / 216

附录 Twitter创办人之一

——比兹·斯通对 Twitter在 2009年的发展状况的思考 / 217

<<30分钟社交媒体营销>>

章节摘录

通过前面的描述，相信你已经对什么是社会网络以及一些常用的社会化网络工具有所了解，现在你需要知道企业是怎么利用它们的。

本书带给你最大的收获就是让你发现社交媒体背后潜在的巨大价值： 社交媒体营销能够为企业家、中小型企业和大企业带来千载难逢的机遇，帮助他们树立品牌形象，获得商业成功。

你不相信？

无数不同规模企业的成功案例便是最好的证明。

它们通过恰当使用各种社会化网络工具，纷纷在商业上获得了成功。

举一个例子，2008年，一位名叫辛迪·戈登的女性曾为奥兰多环球影城新建成的“哈利·波特魔法世界”主题公园做营销推广。

早在2007年，她便被告知她的目标是要提高这个新主题公园的知名度，并且得到了一笔可观的预算。戈登没有选择在美国橄榄球超级杯大赛之类的商业赛事中投放数百万的广告，而是利用社会化网络工具在互联网上推广“哈利·波特魔法世界”的概念。

她邀请了哈利·波特迷的博客中前7名的博主参加2007年5月31日的午夜直播，并告诉他们将获得一些振奋人心的第一手信息。

直播期间，戈登宣布了“哈利·波特魔法世界”主题公园即将开放的消息，这7位博主纷纷发博文宣传了这个消息。

午夜12点零2分这个消息开始被别的粉丝转发。

这时直播开始了仅两分钟。

在接下来的24小时内，根据环球自己的估计，全世界约有3.5亿人获知了“哈利·波特魔法世界”主题公园开放的消息，而这一切的起源仅仅是戈登告诉了7个人。

也许你会质疑戈登的成功并不适用于小企业主。

因为他们不具备全球性的品牌知名度。

而在环球宣布“哈利·波特魔法世界”主题公园开放的消息时，哈利·波特系列小说和电影早已经风靡全球。

但是，事实上社交媒体营销适用于所有企业，不论企业规模大小。

核心在于，你如何建立与客户沟通的渠道。

企业通常会毫不犹豫地砸很多钱到各种商业活动中去，或是进行直接的邮件营销，以期能打动一部分人走进他们的实体店铺，这样他们可以和消费者进行面对面的营销交流，宣传购买此商品的各种好处。

然而只需投入少量的钱便能和网络中大量潜在的客户进行直接交流的营销方式却一直未受到企业的重视。

这不是对宝贵机会的最大浪费吗？

试想一下这样的情况，当你需要了解某种产品、服务、品牌或企业的信息时，你会从何下手？

大多数消费者会使用谷歌（或者某个他们最常用的搜索引擎）。

你的企业网页最好能出现在搜索结果中，否则你将丧失一大批潜在的客户。

问题是你怎样才能提高自己网页的排名呢？

一种有效的方法是利用“搜索引擎优化（SEO）”技术优化关键词，以提高搜索结果排名。

除了将注意力集中在关键词上，还有很多方面值得你关注。

社会化网络就为提高你的网页的搜索结果排名提供了许多机会。

例如，想象你自己就是一个小企业的老板，热爱写博客。

如果你的企业网站只有10个网页（这也是搜索引擎能索引到的网页的最大数量），你每发表一篇新博客就为搜索引擎提供了一个新的索引入口，提高了被索引的机会。

如果你坚持每天更新一篇博客，持续一年，这365个指向你的站点的入口便是搜索引擎可找到你的新的路径（通过你的博客）。

此外，谷歌之类的搜索引擎还会对Twitter的更新页面和别的社会化网络的内容建立索引，这又意味着

<<30分钟社交媒体营销>>

被搜索引擎索引的机会更大。

还远远不止这些，如果你博文的内容很有趣，别的博主、微博用户和网友就会关注你的博客。他们可能会建立链接指向你的博客，或是分享你的博客。

每一个链接向你站点或博客的新链接都会提高你的搜索结果排名，因为谷歌之类的搜索引擎对搜索结果进行排序的算法主要依赖于一个网站的入链数（指向该网站的链接的数量）。

其核心依据是一个拥有很多入链（尤其是来自权威网站的链接）的网站一定含有大量有用的信息，否则没人愿意链向它。

因此，这些站点的排名应该高于那些拥有较少入链数的站点。

借助博客增加网站的流量，这是社会化网络工具在企业营销方面的另一个应用。

P11-12

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>