第一图书网, tushu007.com

<<引爆关注>>

图书基本信息

书名：<<引爆关注>>

13位ISBN编号：9787111433064

10位ISBN编号：7111433068

出版时间：2013-9-1

出版时间：机械工业出版社

作者：廖恒

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

内容概要

在这一书中，作者廖恒创新的提出了“引爆关注”理论。
即任何网络营销，都要首先“引爆关注”，而不是直接从营销目的出发，因为“没有关注，就没有一切”。
基于这一理论，从网络公关、网络广告和网络整合营销这三个方面展开，讲述了如何一步步在实战中真正引爆关注。

本书是网络营销绝对的实战再现，揭秘了很多一线“内幕”。
读本书，就仿佛亲临网络营销一线，不管是大型网络营销项目的整体策划，还是具体的执行细节，比如如何让编辑开心上稿等等，本书都一一呈现。
在一个个鲜活的实战案例中，让你轻松掌握种种网络营销技能，并无比熟练的立刻“复制”到自己的工作中。

考虑到行业飞速发展的现实，本书还为大家分享了持续提升网络营销技能的方法，非常适合网络营销从业者以及有意从事这一行的朋友。

作者简介

廖恒，新生代网络营销人。
7年营销与媒体从业经验，目前在联想手机从事网络推广工作，百个网络营销项目实战历练，并创下单款手机1分钟热销1万台的行业奇迹，两年横扫长城奖、艾菲奖等14项顶级营销大奖。
曾供职于搜狐网新闻中心，担任过《环球时报》特约记者，一线的媒体从业经验使其对媒体的理解更为深刻，在营销过程中对媒体的运用也更加娴熟。

书籍目录

前言
第1章 网络营销—没有关注，一切免谈
1.1 切记，引爆关注是第一要务
1.1.1 没有关注，就没有一切
1.1.2 简单的道理经常被忽略
1.1.3 引爆关注与真正目的结合最棒
1.2 找到“一个点”，我们这样开始
1.2.1 简单就是力量，一个点最容易记住
1.2.2 找到“这个点”，五种常用方法
1.2.3 实际工作中可能情况有别
1.3 集中“这个点”，我们来展开
第2章 网络公关—全力引发自传播
2.1 网络公关三步走，朝一个关键词集中
2.1.1 第一步：确定核心思路
2.1.2 第二步：创造一个好的关键词
一、关键词的四大好处
二、如何创造好的关键词
2.1.3 第三步：80%的力量生产最核心内容，20%的力量外围展开
一、首先，最优质的内容是第一道保险锁
二、其次，辅助的内容为保险锁加固
2.2 这样生产内容最有效——主动制造，引发自传播
2.2.1 生产内容，要近乎苛求地追求高质量
一、标题！
标题！
一定要有一个兴奋点
二、每种网络传播内容，各有生产与营销要领
2.2.2 制造网络事件，引爆自传播，注意引导
一、引爆前：要制造真正的事件
二、引爆中：借关键媒体或关键人物真正引爆
三、引爆后：注意引导方向，别让舆论跑偏
2.2.3 发布内容，人最关键
一、媒体平台内容发布，用真心与编辑做朋友
二、开放平台内容发布，建一支粉丝队伍
第3章 网络广告—让网民一秒心动
3.1 先了解这几个名词，网络广告你就懂了一半
3.1.1 与效果相关的名词
3.1.2 与费用相关的名词
3.2 首先确定核心广告目的，一切就此展开
3.2.1 扩大曝光：让人看到，为第一要务
3.2.2 刺激购买：你不去买，就亏大了
3.3 投放媒体：根据核心广告目的来选择
3.3.1 选择媒体，首先看三大方面
3.3.2 不同类型网站，广告效果差异大
一、门户网站：流量巨大，曝光最强大
二、视频网站：视听全感受，印象最深刻

三、垂直网站：专业沟通，目标用户最汇聚
四、SNS媒体：激活社交关系，互动最容易
五、搜索引擎：找到最准的人，精确定向最见效
六、电商网站：一切以下单为目的，刺激购买最关键
七、网络客户端：人以群分，找准地盘最必要
八、移动互联网网站：限制较多，简单直接最明智
九、移动App：要简单更要精准，别影响体验最重要
3.3.3 媒体组合“1+X”，超实用的投放法则
3.4 广告形式：先看是否合适，再看价格高低
3.4.1 网幅广告：最为常见，效果明显
3.4.2 文本链接广告：最简单或许最有效
3.4.3 电子邮件广告：费用低，人群准，效果好
3.4.4 赞助式广告：大气彰显，效果持久
3.4.5 插播式广告：强迫观看效果佳，但易引厌烦
3.4.6 富媒体广告：视听组合拳，效果更佳
3.4.7 精准广告：弹无虚发不浪费
3.5 广告素材：要知道什么是好的
3.5.1 扩大曝光类：先满足吸引，再搞定点击
3.5.2 刺激购买类：要让人瞬间产生购买冲动
3.5.3 创意，检测，再创意，再检测
3.6 评估与优化广告效果的妙方
3.6.1 核心数据评估法
3.6.2 核心数据优化体系
一、媒体以及点位分析优化
二、广告素材分析优化
第4章 网络整合营销—把握最简单的法则
4.1 借势营销，让自己变主角是高水准
4.1.1 什么是借势营销
4.1.2 借势营销的好处与缺陷
一、好处：效果好，花钱少
二、缺陷：易被牵连，效果不持久
4.1.3 如何借势营销
4.2 造势营销，抓住人性的本质
4.2.1 什么是造势营销
4.2.2 造势营销的特点
4.2.3 如何造势营销
一、基于网络平台，线上线下联动
二、“情”，永远是最有生命力的切入点
三、赋予精神力量，将产生神奇魔力
四、制造悬念，揪住那颗心
五、免费，白捡的大家都想要
六、利用逆反心理，反其道而行之
七、趣味，百试不爽的营销出发点
八、以小博大，小热点铸成大影响
第5章 记住三点，你将快速成为优秀的网络营销人
5.1 兴趣：请深深热爱，否则趁早离开
5.2 学习：请不断学习，否则被淘汰

5.2.1 怎么学：阅读、分析、交流
5.2.2 学什么：深度与广度结合
5.3 融入：请活在网络世界里，你将如鱼得水
5.3.1 去追踪
5.3.2 去使用
5.3.3 去发现

第一图书网, tushu007.com

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